

*Cary Bazalgette – British Film Institute*

“MEDIA EDUCATION: FARLA CRESCERE CONVIENE”

---

Sono molto onorata di essere qui con voi e ringrazio i promotori e gli organizzatori della convention per avermi invitata. Questa prima convention è un evento che riunisce molte iniziative e progetti diversi provenienti da tutte le parti d'Italia e chiaramente riferite a tradizioni accademiche e pratiche diverse. Questo dimostra la vastità e diversità dell'ambito di applicazione della media education in Italia.

E' senza dubbio importante condividere le esperienze e esaltare le diversità, ma credo che voi vogliate discutere anche della possibilità di giungere ad una crescita significativa della media education a livello nazionale. Nella mia presentazione mi concentrerò, quindi, su questo aspetto. Ovviamente posso parlare solo del contesto della Gran Bretagna e spero che questo sia pertinente per voi. Il punto di vista che sosterrò in questo contributo è che la media education non cresce semplicemente o automaticamente sulle basi delle sue virtù intrinseche, come progetti interessanti, argomenti convincenti, entusiastici e impegnati. Cresce se e quando conviene ai politici incoraggiarla a crescere. Il compito di chi si occupa di media education è perciò quello di convincere i politici che la cosa conviene loro, convincerli che è compatibile con le loro priorità. Questo non deve però compromettere o diluirne i principi.

Questo mese ci saranno due importanti atti pubblici che avranno un effetto significativo sulla media education nel Regno Unito. Innanzitutto il Film

Council (l'organo fondato dal governo per sostenere la produzione e l'esposizione di film, e l'educazione ai film nel Regno Unito) annuncerà che intende destinare € 1,550,000 all'anno per i prossimi tre anni per l'educazione ai film. In secondo luogo, il governo renderà pubblici gli orientamenti e le direttive della OFCOM, un nuovo organo regolatore per media televisivi ed elettronici, che intende istituire e a cui vuole dare il potere di promuovere l'alfabetizzazione ai media.

Anche se entrambi questi annunci provengono dallo stesso Ministero (Cultura, Media e Sport – DCMS), sono comunque completamente indipendenti tra di loro. Inoltre non sono in relazione diretta con nessuna delle campagne e degli argomenti a favore della media education che provengono dai vari settori dell'educazione. Ognuno di questi provvedimenti ha la propria separata motivazione politica che ha però in ognuno dei due casi identificato nell'“education” la soluzione a un problema completamente diverso.

L'intervento del Film Council è motivato dal fatto che il suo compito consiste nell'appoggiare e difendere l'industria cinematografica britannica. Parte della sua strategia è tentare di allargare il pubblico a una gamma di film più vasta rispetto a quella principale hollywoodiana, basandosi sul presupposto che questo incoraggerebbe le persone a scegliere in modo più libero da condizionamenti i loro film, e che questa strategia favorirebbe il consumo di film britannici. Questo “Education Fund” (fondo per l'educazione) è perciò destinato a posti di operatori nell'educazione mediale che lavoreranno con i cinema per creare avvenimenti come

giornate studio, workshop pratici, conferenze, visioni guidate, ecc. Qualcuno di questi avvenimenti sarà riservato a scolari e a insegnanti e qualcun altro sarà pubblico.

Il provvedimento della OFCOM deriva da un problema che tutti conoscono, ma che non si può dichiarare pubblicamente per motivi politici: è pressoché impossibile tentare di regolamentare i media elettronici e televisivi. Forse questo è ovvio per gli italiani, e potreste fare fatica a capire perché dovremmo preoccuparcene, ma noi inglesi non amiamo sentire che i nostri media non sono completamente liberi di mostrare e ignorare qualunque cosa piaccia loro e che ci sia qualcuno che detta le regole e traccia i confini. In queste circostanze, si è pensato che fosse ragionevole assegnare a OFCOM la responsabilità di assicurarsi che il pubblico sia educato per una migliore comprensione dei media.

Dunque quali cambiamenti potrebbero portare questi interventi? Per capirlo, occorre prima conoscere il contesto. Come saprete, il Regno Unito è formato da quattro nazioni, tre delle quali hanno un governo devoluto. Quindi il sistema educativo di Scozia, Irlanda del Nord e Galles sono diversi da quello inglese. Non c'è tempo per descriverli tutti, così mi concentrerò su quello inglese; comunque per quanto riguarda l'educazione ai media, la situazione non è poi tanto diversa. Mi concentrerò solo sull'educazione convenzionale. Anche nell'educazione non convenzionale, fuori dai settori scolastici e didattici, sono state prese diverse iniziative importanti, ma manca il tempo per poter affrontare questo tema.

La cosa importante da riconoscere è che la media education a livello scolastico in Inghilterra deve essere considerata su due diversi livelli. Per prima cosa dobbiamo guardare al livello dell'istruzione obbligatoria per tutti i bambini – ce ne sono circa 8 milioni tra l'età di 5 e 16 anni per i quali è lo Stato a prescrivere un programma di studi. Il National Curriculum (Programma di Studi Nazionale) per la media education è molto limitato. Il National Curriculum è un libro spesso 2 cm e le necessità della media education ne occupano appena una decina di righe. Per ragazzi dagli 11 ai 16 anni c'è poco, inserito nell'insegnamento dell'inglese, e ancora meno inserito nel tema cittadinanza. Quindi ufficialmente non è molto importante. Informalmente, sappiamo che molti insegnanti sono interessati alla media education e riconoscono l'importanza dei media nella vita dei bambini; qualcuno di loro ne insegna qualche aspetto. Ma senza il sostegno ufficiale si trovano in difficoltà di fronte a quanto ci sarebbe da fare; non esistono indicazioni riguardanti la formazione iniziale dei docenti, ci sono davvero poche risorse ed è improbabile che si riesca ad avere dei finanziamenti dal fondo scolastico.

Il secondo livello è diverso. Ci sono corsi specialistici opzionali su studi riguardanti i media e i film (Media Studies and Film Studies) che gli studenti possono frequentare dai 14 anni in su, se la scuola li offre. Questi corsi non sono obbligatori e molte scuole non li offrono perché non esistono provvedimenti ufficiali per la formazione dei docenti e non ci sono molte risorse. I corsi comprendono sia la produzione pratica dei media, sia studi ed analisi di diversi prodotti dei media, e quindi sono abbastanza costosi. Tuttavia, per il fatto che portano a esami pubblici

all'età di 16, 17 e 18 anni, e che gli studenti nella fascia d'età superiore ne sono entusiasti, fa decidere molte scuole di investire tempo e denaro per questi corsi, e il numero degli iscritti è in crescita. Questo a sua volta crea il problema di avere insegnanti a disposizione: molti dei docenti di questi corsi non hanno avuto nessuna formazione in questo campo.

Per comprendere come questi corsi specialistici sono nati occorre tenere conto che in Inghilterra gli esami pubblici non sono istituiti dallo Stato. Le commissioni d'esame sono compagnie private. So che questo suona strano, ma non c'è il tempo per affrontare questo punto. Gli esami sono regolati dallo Stato e devono essere conformi ai criteri nazionali, ma non sono formati o amministrati dallo Stato. Ci sono tre commissioni d'esame che concorrono tra di loro nel mercato per vendere i loro compensi e gli esami alle scuole. Così, se pensate che sarebbe carino introdurre un nuovo esame in Studi sulla Televisione, potreste andare da una delle commissioni e chiedere se sono disposti a offrirlo. Se pensano che ci possa essere un mercato per questo, si prendono il compito di farlo approvare dallo Stato. Per questo abbiamo tre compensi per gli studi sui media in offerta per i sedicenni, tre per i diciottenni e, per questi ultimi, anche un esame sugli Studi sul Film. L'anno scorso appena 50 mila candidati hanno sostenuto questi esami, cioè circa il 4% di quella fascia d'età.

Così, se leggete, per esempio sulla pagina web di Zaffiria, che l'educazione ai media ha preso piede nel Regno Unito, per favore tenete presente che ci si riferisce solo a meno del 1% dei bambini britannici! Certamente significa che per un numero ristretto e per un unico settore, la

Gran Bretagna ha insegnanti esperti e capaci, alcune risorse sono state messe a disposizione per questo mercato e ci sono dei dati sull'efficacia dell'insegnamento e dell'apprendimento per quegli studenti di quel livello. E' questo che viene di solito riportato nei libri e alle conferenze internazionali. Ma per il rimanente 99% della popolazione scolastica l'apporto di media education nel Regno Unito non è migliore di quello di molti altri paesi: vale a dire che è rattoppato, variabile nella qualità ed è portato avanti solo grazie all'entusiasmo di alcuni e non a scelte politiche. Ed è questo grande settore della popolazione scolastica che potrebbe essere particolarmente colpito dalle proposte del Film Council e del OFCOM.

Quali saranno allora i probabili effetti? Una cosa è chiara: non succederanno come per magia. Se vengono fatte dichiarazioni politiche di questo genere, la domanda cruciale è: chi è nella posizione di poterle sfruttare? Chi occupa il posto giusto per assicurarsi che il loro impatto sia il più forte possibile e che sia sostenibile? E' molto facile che ingenti finanziamenti vengano assorbiti da tanti singoli progetti che sembrano avere un impatto immediato ma che in realtà cambiano davvero poco a lungo termine. Spesso grandi dichiarazioni politiche prendono la strada di sgargianti iniziative di alto profilo che si estinguono in fretta non appena incrociano un'altra grande idea.

Visto che il BFI è sovvenzionato da DCMS, lo stesso Ministero che finanzia sia il Film Council che l'OFCEM, ci impegniamo a provare e ad assicurarci che entrambi questi propositi abbiano un impatto benefico e duraturo. E' nostro compito innalzare la qualità dell'insegnamento e

dell'apprendimento dei film e della televisione, che ovviamente è qualcosa che non può succedere da un giorno all'altro. Così abbiamo l'implicita responsabilità di pensare a lungo termine e di conseguenza avvisiamo il Film Council e OFCOM. E' ancora presto per dire se ogni nostra raccomandazione verrà presa in considerazione. Con il nostro record trentennale nel percorso per sviluppare la media education nel Regno Unito, abbiamo un'ampia e ben informata prospettiva su cosa può funzionare e cosa no.

Consideriamo per primo il Film Council Education Fund. Quello che intendono fare è istituire 20 posti in tutta la Gran Bretagna che lavoreranno con i cinema per “provvedere all'educazione”. Non hanno un'idea molto chiara su cosa significherà realmente. Ci sono adesso circa 9 posti per operatori che hanno la loro base già in cinema regionali indipendenti, alcuni dei quali funzionano molto bene. Per questo il Film Council immagina che sarebbe bene averne di più. In questo modo è facile prevedere che seguendo questo schema verranno assunte 20 persone giovani, entusiaste e mal pagate – probabilmente in maggior parte donne – che faranno dei piccoli e interessanti progetti in diversi posti, promuovendoli con volantini nelle scuole locali e spendendo un mucchio di tempo a dare la caccia a sponsor locali per racimolare mille euro qui e cinquecento là.

Noi non crediamo che questo sia un buon modo di spendere € 1.550.000 all'anno. Ecco un modo migliore:

Nominare dodici operatori e non venti.

Pagarli bene – l'equivalente della paga di un insegnante con esperienza.

Assicurarsi che ognuno di loro abbia un budget adeguato e sostegno amministrativo.

Far lavorare ognuno di loro con diversi cinema in una località, regione o città.

Assicurarsi che ognuno di loro sia correttamente guidato da un professionista dell'educazione, esperto a livello regionale – il Film Council istituirà anche dieci agenzie regionali che dovranno tutte essere in grado di fare questo.

Provvedere a strutture di supporto e servizi a livello nazionale.

E' proprio nelle strutture e nei servizi nazionali di supporto che entra in gioco il BFI, perché questi continuerebbero i progetti su cui stiamo già lavorando. Il nostro intento sarebbe quello di aiutare a lavorare sulla formazione degli operatori in riferimento all'ambito, alla gamma e alla qualità dei loro progetti. Così potremmo:

Stabilire un sistema nazionale per la preparazione degli operatori in modo da garantire l'efficacia del loro operato. Il 10% dello budget di ogni operatore dovrebbe essere investito nella valutazione propria ed esterna.

Espandere la nostra banca dati nazionale dei collaboratori freelance – noi li chiamiamo Tutor Associati – che possono tenere conferenze, dirigere workshop e scuole estive, provvedere all'aggiornamento dei docenti. Gli operatori avrebbero la possibilità di assumere queste persone per gli avvenimenti che organizzano: non dovrebbero provvedere a tutto da soli.

Offrire pubblicità e promozioni nazionali degli eventi per raggiungere le scuole e le università in modo più efficiente e meno dispendioso rispetto alla promozione su piccola scala locale.

Stabilire una struttura nazionale di modelli e accreditamento per la formazione di insegnanti in servizio, in modo che gli operatori possano offrire preparazione agli insegnanti locali basandosi su standard nazionali.

Pubblicare risorse (video, stampati e online), che gli operatori possano usare come base per gli eventi.

Assicurare un alto profilo per questo lavoro a livello nazionale.

Attraverso tutte queste misure si cerca di costruire un'infrastruttura, piuttosto che sprecare soldi in iniziative che non è possibile sostenere. L'obiettivo a lungo termine è quello di rafforzare la capacità degli operatori di offrire i propri programmi di servizi alle scuole, e stimolare l'interesse delle scuole a usare tali servizi. Questi programmi sono la risposta ai bisogni che ho identificato precedentemente: la mancanza della formazione docenti e il numero limitato di risorse per la media education.

Offrendo questi servizi gli operatori incomincerebbero ad avere il loro flusso di entrate. Forse dovrei chiarire che in Gran Bretagna le scuole non si aspettano di ricevere risorse, formazione e avvenimenti gratis. Si aspettano di doverli pagare e infatti vengono finanziate per poterlo fare. Ingenti quantità di denaro entrano nel settore formale educativo e le scuole possono disporre abbastanza liberamente del proprio budget. Se decidono che pagare la formazione dei docenti per la media education o che fare partecipare un gruppo di bambini ad un workshop di produzione

cinematografica di un cinema locale possono essere d'aiuto per raggiungere i loro scopi didattici, allora lo faranno. Quindi pensiamo che gran parte dei costi per lo sviluppo della media education possa essere coperta proprio dalle scuole, sia attraverso i propri fondi oppure attraverso i finanziamenti stanziati per particolari progetti, per esempio per aree più povere. Se è accessibile e se lo considerano interessante allora lo compreranno.

Passiamo ora alla seconda iniziativa: il piano governativo di dare a OFCOM il “potere di promuovere” l'alfabetizzazione ai media. Ancora una volta, nessuno sa con certezza che cosa significhi realmente. La motivazione iniziale per questa mossa politica scaturì da dibattiti sulla violenza e i media. Sono sicura che sapete già che probabilmente solo il Nord Corea regola i suoi media in modo più rigido della Gran Bretagna. Abbiamo delle lobby particolarmente forti per quanto riguarda violenza, sesso e linguaggio scurrile nei media. Sono molto abili nell'ottenere il sostegno della stampa. Così nessuno li vuole offendere e nessuna istituzione ufficiale può ignorarli.

Ad ogni modo, nonostante questa gestazione poco promettente, il DCMS Policy Statement che definisce “l'alfabetizzazione ai media” non è affatto un documento da censore. Devo dire che il BFI ha fornito consigli e informazioni durante la stesura. Ecco per esempio la lista delle abilità che l'alfabetizzazione ai media deve comprendere:

La capacità di distinguere realtà da fiction.

La capacità di identificare ed apprezzare diversi livelli di realismo. Qui c'è un'interessante compromesso. La presunta incapacità delle persone di distinguere i fatti dalla fantasia è una superstizione piuttosto semplicistica e sorpassata. Ricerche fatte sul pubblico mostrano che le persone sanno in genere indicare con precisione il grado di realismo di un programma televisivo o di un film.

Una migliore comprensione dei meccanismi di produzione e distribuzione. Non che con questo si voglia stimolare direttamente le persone a riflettere se sia un bene che il Presidente del Consiglio posseda delle reti televisive. Si intende solo metterle nella condizione di “affinare il proprio giudizio riguardo alla qualità e al contesto e rafforzare l'autodifesa intellettuale contro una serie di manipolazioni, invadenza e propaganda”.

La capacità di distinguere cronaca da opinione.

La consapevolezza e la valutazione di messaggi commerciali durante i programmi e un atteggiamento critico nei confronti della pubblicità. Astutamente, il documento non dice che la pubblicità è pericolosa e manipolatrice: l'industria non sosterrebbe mai una cosa del genere. Il punto qui è il seguente: dato che i cambiamenti tecnologici rendono più facile per il pubblico saltare i convenzionali messaggi commerciali, la pubblicità troverà modi sempre più sottili per inserire messaggi commerciali all'interno dei programmi. Per questo dobbiamo tutti imparare a stare all'erta.

Una consapevolezza degli imperativi economici e di presentazione che sono alla base della gestione di notizie. Notate qui l'omissione della parola “ideologico”! Non si può avere tutto.

La capacità di spiegare e giustificare coscientemente le preferenze sui media.

La dichiarazione ammette anche che l'impegno delle persone con i media sta diventando sempre più interattivo e può anche includere la produzione reale.

Il DCMS ha dovuto tracciare qui una linea delicatissima. Il Department of Education (Ministero della pubblica istruzione) non vede di buon occhio i tentativi di altri Ministeri di decidere che cosa dovrebbe essere insegnato nelle scuole. Le lobby contro sesso e violenza nei media leggeranno la dichiarazione attentamente per essere sicuri che il loro ordine del giorno venga riconosciuto. Allo stesso tempo la dichiarazione non può permettersi di offendere o alienare gli stessi media. In queste circostanze sarebbe stato più semplice produrre un documento assolutamente spassionato e insignificante, lasciando ogni cosa esattamente com'era. Ciò che abbiamo invece è un invito ragionevolmente intelligente alla riflessione e al dibattito, che sarebbe da zoticoni non cogliere.

Ovviamente questo è completamente diverso dall'offerta diretta del Film Council di stanziare dei fondi. La dichiarazione, e la formazione di OFCOM, è l'inizio di un processo molto più lungo nel quale si formerà una politica e, alla fine, verranno presi dei provvedimenti. Non è ancora del tutto chiaro quale genere di "potere" avrà di fatto OFCOM o che cosa comprenderà l'iniziativa di "promuovere" l'alfabetizzazione ai media. Per questo il BFI non potrà a questo punto trovare in risposta un piano

concreto. Quello che possiamo fare è cercare di aiutare a rafforzare le basi per un'azione. Il pericolo rimane il fatto che la provvisorietà e liberalità di questo documento possa essere la sua rovina e che il dibattito che ne scaturisce possa essere soffocato dai vigilanti morali della destra. Basti guardare le iniziative spettacolarmente senza successo degli USA, come il V-chip, per capire che la politica può essere guidata facilmente da idee stupide così come da idee intelligenti. In questo caso, la nostra responsabilità sembra essere quella di assicurare che il dibattito sia il più informativo possibile. Questo sottolinea l'importanza della ricerca.

Prima ho spiegato che il National Curriculum esige che le scuole provvedano in qualche modo ad una media education. Ho anche spiegato che molti insegnanti sarebbero entusiasti di andare più in là dei requisiti minimi, se venissero fornite loro le risorse e la formazione, e ho spiegato che alcuni insegnanti comunque lo fanno già. Ma è estremamente difficile raccogliere dati affidabili su un'attività quando questa non è ufficiale. Il modo più semplice per farlo – e il meno efficace – è cercare materiale di promozione di progetti esistenti, e registrarli come fatti. La media education in Gran Bretagna – e probabilmente in tutto il mondo – è “guastata” dal fatto che si esalti nell'auto-presentazione. Sapete come vanno quel genere di cose: “abbiamo lavorato su questo progetto, i bambini ne erano entusiasti, il personaggio famoso tal dei tali ha detto che è brillante, e poi era su tutti i giornali”. Allo stesso tempo, indubbiamente in molte scuole viene svolto un ottimo lavoro, spesso portato avanti da dediti insegnanti, troppo modesti per riconoscere quanto sono straordinari e che non penserebbero mai di pubblicarlo.

Per ottenere un resoconto oggettivo di tutti i livelli di pratica, buoni e meno buoni, e per identificare le lacune e le barriere che impediscono di andare avanti occorrerebbero ulteriori sforzi. Così il BFI ha appena dato vita ad una collaborazione con due istituzioni che regolano le trasmissioni, l'Independent Television Commission e la Broadcasting Standards Commission, per finanziare la ricerca sul tipo di media education che si sta insegnando effettivamente nelle scuole. Le domande dei nostri ricercatori sono:

Come interpretano le scuole i requisiti attuali della media education nel National Curriculum?

Qual è in realtà il livello di media education?

Quali indicazioni ci sono per i consensi (o mancanza di consensi) su standard e avanzamento?

Abbiamo fatto studi come questo anche in precedenza. La differenza questa volta è che conducendoli con questi particolari collaboratori, nel contesto di una nuova dichiarazione politica sulla media education, i risultati della nostra ricerca saranno garantiti su un profilo più ampio. Un'altra differenza è che saranno inclusi dati che sono già stati raccolti, in particolare rapporti di ispettori scolastici che non sono mai stati analizzati in riferimento alla media education. Per i propositi della formazione di una linea di condotta, indicare la mancanza di dati sarà altrettanto importante che raccogliere testimonianze dirette. Certamente un'altra ragione per la BFI di essere coinvolta in questo progetto è quella di dimostrare di essere una fonte d'informazioni e suggerimenti utili per OFCOM.

Ho iniziato il mio intervento facendo notare che questa conferenza celebra la vastità e la diversità della media education. Ciò che potreste obiettare su quello che ho appena detto è che entrambe le iniziative che ho descritto si riferiscono solo a film e televisione. Ho due risposte a questo. Una è che dovevate aspettarvi che mi sarei concentrata su film e televisione, perché è per questo che mi pagano: la responsabilità della BFI è quella di incoraggiarne la comprensione. L'altra risposta è che è là che i finanziamenti e le opportunità di finanziamenti e di politica sono sorte: in quelle aree del governo che hanno a che fare con film e televisione. Sarebbe assurdo non cogliere tali opportunità.

Sarebbe altrettanto assurdo non riconoscere il pericolo che essi rappresentano: non è tanto che abbassano il programma di media education, ma che minacciano di frastagliarlo. La proposta del Film Council è un intervento culturale positivo in favore di un aspetto dei media parallelo a quello più diffuso. L'iniziativa OFCOM ha un forte sapore di negatività e protezionismo. Essa enfatizza il pericolo dei media televisivi e di internet, mentre ignora il loro potenziale creativo e democratico. La media education sarà fatalmente indebolita se si dividerà in due campi, uno riguardante il patrimonio culturale, l'altro il protezionismo. Questa spaccatura è potenzialmente già esistente nelle diverse motivazioni e tradizioni accademiche su cui la media education si è sviluppata. Si traccia facilmente una spaccatura tra gli studi sui film e gli studi sui media d'informazione. Così, parte del compito della BFI nella collaborazione con il Film Council's Education Fund deve essere quello di tentare e di

assicurarsi che negli studi sui film si tenga presente il fattore dell'ideologia, della rappresentanza e del possesso dei media. E nella collaborazione con OFCOM abbiamo tentato di assicurarci che negli studi sui media si tenga conto del valore culturale, dell'estetica e della storia.

Come ho detto all'inizio, la media education non cresce semplicemente e automaticamente sulla base delle sue virtù intrinseche: progetti interessanti, argomenti vincenti ed entusiasmo coinvolgente. Cresce quando e nel modo in cui fa comodo ai politici incoraggiarla a crescere. Il compito di chi si occupa di media education è perciò quello di convincere i politici che la cosa conviene: che è in accordo con le loro priorità. Quello che dobbiamo fare è cercare gli spazi dove intervenire: i punti dove la politica sta incominciando a muoversi nella nostra direzione, e incontrarla su un terreno comune. La domanda che dovrete rivolgere a questa convention è perciò: chi può fare questo? Quale agenzia o gruppo è abbastanza vicino alla formazione politica per anticipare la prossima mossa? Chi ha la credibilità, non solo di fronte al governo, ma anche di fronte a voi, per poter essere la guida?

Io non so proprio quali sono le risposte a queste domande. Ma ho un particolare interesse nel sentirle. Sono probabilmente più interessata al successo dello sviluppo della media education in Italia che qualunque altra persona in Gran Bretagna, perché ho un nipotino che è italiano e che vive qui in Emilia Romagna! Quindi ecco qui le raccomandazioni della nonna.

Lavorate strategicamente, non opportunisticamente.

Costruite le infrastrutture non solo i “progetti”.

Cercate gli spazi dove intervenire in politica.

Rendete visibile ciò che fate.

Decidete chi prende la guida.