



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Scheda per la presentazione e pubblicazione delle esperienze

Titolo

“Media socio-education”

Autore

Enzo Corsetti

Ente di appartenenza

nessuno

Breve descrizione

“Media socio-education” è l’attività di educazione ai media che io svolgo in internet, su spazi ai quali ho dato identico nome. Il prefisso intermedio “socio-” denota la componente sociologica del mio approccio, volto soprattutto a notare i contenuti antisociali e diseducativi dei media, come l’uso di stereotipi conformisti e d’immagini manipolate in modi scorretti per scopi commerciali; infatti tra i temi più frequenti che mi trovo a trattare figurano il sessismo del linguaggio e delle rappresentazioni, ma anche l’oggettivazione e mercificazione dei corpi, la strumentalizzazione e umiliazione degli individui, la scomparsa delle identità generazionali (con gli annessi fenomeni, tra cui l’adultizzazione dei bambini), e il declino dell’educazione stessa tra le funzioni demandate (e attribuite) ai media. Per la divulgazione dei percorsi più importanti utilizzo la forma del documentario audiovisivo, tramite contributi da me prodotti, in via autonoma (focalizzando determinate unità di contenuto, come un programma televisivo o più programmi a confronto) e destinati al mio canale YouTube/Vimeo, oppure in collaborazione con professionisti attivi all’estero, per i loro spazi web e social; più frequentemente uso invece la sola forma testuale, per riflessioni su fatti e notizie riconducibili alle implicazioni educative/diseducative dei media, che pubblico attraverso una mia pagina tematica su Facebook e da poco anche mediante un blog aperto sulla piattaforma Wordpress, in lingua italiana oppure in inglese quando riguardano tematiche di ambito internazionale.

Obiettivi

L’attività di “Media socio-education” mira da un lato a sviluppare, nei fruitori di prodotti audiovisivi, una competenza critica, di ambito mediale ma anche sociologico e culturale, sufficiente a decodificare immagini, messaggi, significati e simboli che veicolano contenuti diseducativi, antisociali, inadeguati e nocivi non solo per i minorenni; in seconda istanza diffondere la consapevolezza del potere educativo che i media possiedono sul pubblico, troppo spesso incline ad attribuire loro una funzione di puro svago e d’informazione superficiale.

Metodologie

La redazione di testi e soprattutto la produzione di audiovisivi per l'attività di educazione sociologica ai media utilizza l'analisi degli enunciati, delle inquadrature, dei personaggi, dei simboli e dei significati, sulla base di criteri tecnici, semiologici, psico-sociologici e storico-culturali. L'approccio è divulgativo, incentrandosi non sull'impiego rigoroso di teorie accademiche o di griglie analitiche, bensì sulla riflessione critica e su uno stile discorsivo di tipo maieutico.

Target

L'educazione sociologica ai media si rivolge a un universo variegato, che va dai genitori agli insegnanti, dunque in un'ottica di utilità per famiglie e scuole, ma anche in generale a qualunque fruitore di contenuti mediali. Ciò vale anche in virtù del fatto che uno stato di "ineducazione" o "diseducazione" in tali ambiti interessa ormai le fasce socio-demografiche in maniera trasversale, specie nel nostro Paese, dove gli individui di età matura e avanzata rappresentano la netta maggioranza della popolazione e pertanto appare inopportuno abbandonarli a sé stessi, sia per dovere civile nei loro confronti sia perché restano tra i primi riferimenti educativi dei più giovani.

Contesto dell'esperienza e motivazioni del progetto

L'attività in questione ha avuto inizio nel 2011, su ispirazioni scaturite dalla collaborazione con il team di Lorella Zanardo, già attivo nell'educazione ai media con un'ottica d'impegno civile, e da una ricognizione in internet su testi e audiovisivi che proponevano riflessioni e analisi critiche sui media; una volta stabilito l'approccio più adeguato, ho avviato la produzione dei miei contributi audiovisivi e testuali, dapprima focalizzando contenuti veicolati dai media italiani, in particolare dalla TV, e poi ampliando il quadro di osservazione e di analisi al panorama internazionale. La motivazione principale rientra nell'occorrenza di contrastare la proliferazione di contenuti diseducativi che caratterizza l'offerta dei media nell'epoca attuale, e in quantità tra le più preoccupanti nel nostro Paese, per il progressivo degrado dei linguaggi utilizzati, delle rappresentazioni proposte e dei simboli veicolati.

Punti di forza dell'esperienza

Tra i punti di forza dell'esperienza sembra potersi annoverare anzitutto la pubblicazione in internet, che consente una facile e rapida reperibilità dei materiali prodotti, per chiunque sia interessato; la visibilità aumenta notevolmente quando l'argomento trattato gode di ampia popolarità nel mondo mediatico, come nel caso di programmi televisivi che vantano un folto seguito di fans. Inoltre gli audiovisivi realizzati in lingua inglese tendono a riscuotere interesse da parte dei professionisti stranieri, innescando collaborazioni feconde e formative anche sul piano del confronto interculturale.

Punti di debolezza

Tra le debolezze dell'esperienza condotta nell'arco di 2 anni, si nota anzitutto l'assenza di finanziamenti, che contribuendo a configurare il lavoro come volontario e finora individuale, si ripercuote notevolmente sul tempo e sulle risorse a disposizione per la produzione di nuovi materiali e per la diffusione degli aggiornamenti. A ciò si aggiunge il problema dei contenuti protetti da copyright, che venendo bloccati o vivamente scoraggiati dai portali più frequentati come YouTube per conto dei proprietari più severi (in Italia sia Mediaset che Sky e Fox, proprio i gruppi editoriali che trasmettono i prodotti audiovisivi più conosciuti e amati dal pubblico), devono essere pubblicati su network come Vimeo, meno controllato ma anche meno frequentato e ben più raramente raggiunto dagli internauti distratti o frettolosi, nonostante i link di rinvio.

Risultati della valutazione

La mia attività educativa in internet finora non ha avuto valutazioni vere e proprie, in quanto nata non come un progetto vero e proprio. Un indiretto accredito può identificarsi nella recente collaborazione con un team di professionisti attivi nell'area di New York, che tra l'altro hanno la possibilità di pubblicare su YouTube anche i contenuti di proprietà commerciale. Ma su ciascuno dei due spazi web e social con le dovute proporzioni, il riscontro in termini di raggiungimento del target risulta modesto, e il feedback raro e scarso; inoltre il target raggiunto, laddove monitorabile dal sottoscritto, risulta abbastanza sbilanciato sugli individui di sesso femminile e di età genitoriale (25-45 anni), una tipologia d'individui già presumibilmente sensibili ai temi e alle occorrenze della media education. I materiali prodotti faticano dunque ad imporsi all'attenzione proprio di quel pubblico che si suppone più bisognoso del supporto educativo e sensibilizzatore.

Perché può essere considerata un'esperienza innovativa

La mia attività di educazione ai media non è esattamente innovativa nel suo concept, come anche nei suoi metodi e approcci, ma sembra poco consueta nella misura in cui usa il montaggio audiovisivo insieme al contenuto testuale per illustrare le implicazioni anche socio-semiotiche, civili e psico-culturali dei contenuti in esame: ad esempio nel valutare il sessismo di una rappresentazione simbolica, o nel far notare significati diseducativi o ambigui che scaturiscono nel complesso di una narrazione per l'accostamento di elementi apparentemente sconnessi. L'illustrazione, unita alla riflessione critica e maieutica, aiuta il pubblico a percepire il potere cognitivo ed emotivo delle rappresentazioni audiovisive, nonché a riconoscere le modalità che i media utilizzano per costruirle e gli scopi perseguiti tramite la loro diffusione.

Quali bisogni formativi ha fatto emergere

L'attività in questione ha fatto emergere, nel sottoscritto in quanto autore, bisogni formativi essenzialmente funzionali all'opportunità di ottimizzare la pubblicazione e diffusione: ad esempio una conoscenza degli eventuali modi per evitare il blocco dei contenuti protetti dal diritto d'autore in virtù del loro uso a fini didattici, e poi dei modi per rendere realmente proficue le connessioni con altri media educators e referenti nel campo. Quest'ultima istanza è funzionale anche ai bisogni tecnici ed economici del lavoro, che non dovrebbe affidarsi al solo volontariato e soprattutto non dovrebbe essere svolto individualmente, trattandosi di produzioni che operano in un campo denso di dimensioni soggettive o comunque opinabili – per così dire – come quello della comunicazione; il lavoro in team garantisce infatti una maggiore affidabilità dei materiali educativi, come in questo caso è testimoniato dalla migliore qualità delle produzioni realizzate in collaborazione – pur a distanza, con gli annessi limiti della situazione – con i professionisti americani. Se poi nei bisogni formativi includiamo anche quelli individuati nel target degli internauti in base al feedback ricevuto, si tratta di un ampio ventaglio di competenze che vanno anche oltre il campo specifico dei media, come la storia, la sociologia, la psicologia sociale, l'educazione civica, i processi cognitivi: conoscenze senza le quali risulta talvolta difficile dimostrare persino realtà abbastanza lampanti come la presenza di stereotipi, in connotazioni che il pubblico scambia per rappresentazioni fedeli e neutrali della realtà, o il potere d'impatto che le immagini e i messaggi diffusi dai media possono avere sull'immaginario individuale e collettivo.

Dove trovare la documentazione per approfondire

Tutti i materiali prodotti nell'attività poc'anzi descritta sono reperibili attraverso i collegamenti pubblicati sulle pagine tematiche dei miei spazi web e social, ossia Facebook, YouTube, Vimeo e Wordpress: con il titolo "Media socio-education" laddove si tratta di pagine tematiche, o con rinvii ai canali esterni come il blog statunitense che ha collaborato alle mie ultime produzioni.