

Nuove Opportunità per l'integrazione. La risorsa dei Mass Media

Di Silvia Angeli

INDICE

- **L'azione dei Media nella società odierna**
- **Quale "concezione" di essere umano per dare alla nostra società nuovi orientamenti per l'integrazione?**
- **Cambio del paradigma: dalla Disabilità alla Diversabilità.**
- **La proposta della media-education**
- **Lavorare per progetti**
- **Valutazione/documentazione di un progetto di media education**

Al giorno d'oggi l'umanità vive in una sorta di "cantiere aperto", molte forse troppe sono le questioni fondamentali irrisolte (la globalizzazione dei mercati e delle culture, le guerre, i diritti e doveri dell'uomo e del "cittadino", ecc ...) su cui non si giunge a ipotesi o criteri democratici per affrontarle.

Non siamo in grado di nominare l'era in cui viviamo, qualcuno la definisce post-moderna, ma chi critica questo titolo non accetta di caratterizzare questa epoca dal confronto con una precedente; dato che proprio in questi tempi si è riconosciuto il valore, le potenzialità della parola, dei linguaggi e delle nuove modalità di trasmissioni, forse la difficoltà sta nel voler a tutti i costi trovare un unico termine esauriente ed esaustivo ...

La nostra epoca così ricca di rapidi, piccoli e grandi cambiamenti in ogni luogo e ambito del sapere non può essere ridotta al massimo comun divisore, al contrario può offrirci un ventaglio di possibilità, da cui scegliere quella che è più consona a noi e all'aspetto che più ci attrae, incuriosisce o spaventa, ecc ...

Ed è così che potrò parlare di questa epoca come l'Era della Comunicazione o forse meglio dire delle Comunicazioni dato il moltiplicarsi esponenziale dei simboli e tecnologie sempre più rapidi/e, eclettici/he e pervasivi/e ...

Nella comunicazione vi è uno "scambio", un "contatto", un'intenzionalità a volte cosciente a volte "nascosta", possiamo azzardare che in questa epoca *essere è comunicare*: solo chi o cosa è in grado di "estetizzare il suo messaggio", di "far sentire la sua voce" sul mercato delle idee, delle persone, sembra esistere davvero. Non si può non comunicare.

Come afferma Finkelkrauft (1990) la cultura ha una potente dimensione popolare e tradizionale, è lo spirito del popolo al quale ognuno appartiene e che pervade nello stesso momento il pensiero più elevato e i gesti più semplici della vita quotidiana. In questo senso il concetto di cultura popolare si complica quando l'evoluzione economica, politica e tecnologica estende i suoi orizzonti a limiti insospettabili, in modo che il contesto di influenze quotidiane si universalizza come conseguenza della onnipresenza e potere pervasivo dei mezzi di comunicazione di massa.

Ogni persona possiede radici culturali legate all'eredità, alla memoria etnica, strutturata secondo funzioni e simboli, trasmessa di generazione in generazione, attraverso lunghi e sottili processi di socializzazione. È ovvio, che ciascun individuo prima di poter decidere la propria proposta di vita, si trova immerso nell'immanenza della sua comunità, in coordinate che configurano il pensare, il sentire e agire legittimo del suo gruppo umano.

La cultura potenzia tanto come limita, apre e allo stesso tempo restringe l'orizzonte dell'immaginazione e la pratica di chi la vive.

La cultura, anche se non può considerarsi unica, omogenea, integrata e senza contraddizioni è l'insieme dei significati e comportamenti egemonici nel contesto sociale, che è oggi senza dubbio un contesto internazionale di scambi e interdipendenze. Si compone dei valori, norme, idee, istituzioni e comportamenti che dominano gli scambi umani in alcune società "formalmente"

democratiche, rigide a causa delle leggi di libero mercato, percorse e strutturate per l'onnipresenza dei poderosi mezzi di comunicazione di massa.

L'esperienza non è la fonte principale delle nostre conoscenze. Il nostro discorso sul mondo si costruisce in massima parte sul discorso degli altri per noi significativi: la famiglia, l'ambiente sociale, gli insegnanti, la comunità scientifica, i media.

A volte la catena d'informazione è un avvenimento riferito da un amico, dalla radio, dalla stampa o dalla televisione sulle sue reti; se vedo "in tempo reale" alla televisione il decollo di un razzo assisto alla manifestazione di un "discorso" elaborato da altri su quell'avvenimento; ed è solo perché decido, scelgo che posso "credere" a ciò che ho visto sullo schermo. La cultura è intessuta in gran parte di esperienze "autentiche" e di esperienze vicarie.

Chi detiene la proprietà dei mezzi di comunicazione di massa può far passare sempre lo stesso discorso o discorsi equivalenti (appiattimento culturale), se si fa cadere però l'ipotesi cospirativa (e omologante) la direzione s'inverte, poiché molti canali significano molti discorsi, a seconda del senso conferito cambia la prospettiva. La moltiplicazione dei mezzi favorisce la moltiplicazione delle intelligenze, dei linguaggi, delle componenti della personalità individuale (valore della Differenza).

Ognuno di noi, immerso nel flusso continuo dei media, è portato a collegare, a far dialogare un codice con un altro, a far rimbalzare un elemento di informazione da un mezzo a un altro, e anche a verificare (o criticare) la veridicità di una fonte utilizzandone un'altra, accettando l'idea di un sapere e un essere come spazi perennemente in movimento.

Forma e contenuto sono strettamente correlate nei mass media, "the medium is the message" affermava Marshall McLuhan, ogni medium ha una speciale grammatica, inclinazione e codifica la realtà in modalità uniche; diversi media possono riportare lo stesso evento ma creare differenti impressioni e messaggi.

I mass-media sono "costruzioni", non semplici riflessi della realtà, giungono a noi con osservazioni ed esperienze precostruite, con attitudini e interpretazioni già stabilite; contengono messaggi di valore e ideologici che tendono ad essere invisibili ed associati con il senso comune, creano e dividono la società in gruppi dominanti e subordinati in base alle rappresentazioni della società "consumistica", di genere, etnica, ecc ...

I Media hanno implicazioni commerciali, di conseguenza occorre essere aggiornati e consapevoli delle basi economiche delle produzioni mass mediali (i Network cercano l'audience per guadagnarsi gli sponsor, gli sponsor sostengono i Network in cambio di pubblicità ed infusione nello spettatore di idee precise relative ai loro prodotti).

I Media svolgono ruoli fondamentali sulle scene sociali e politiche, basti pensare ai cambiamenti nella vita familiare, al diverso utilizzo del tempo libero e alle campagne elettorali televisive; legittimano valori ed attitudini sociali, mediano importanti eventi a livello globale, dalle violazioni dei diritti umani al terrorismo, ci rendono "spettatori" di eventi lontani che spesso in altro modo non potremmo conoscere.

Secondo Len Masterman i mezzi di comunicazione di massa "sono vere e proprie "imprese di coscienza", che non solo trasmettono informazione riguardo al mondo, ma soprattutto modalità di intenderlo e conoscerlo"; l'informazione quindi in-forma la notizia, cambia, si trasforma a seconda del medium di cui è ospite.

Alla fine dei conti l'individuo si trova davanti ad un bivio, non può non-scegliere, deve decidere tra l'autonomia consapevole, assumersi la responsabilità di apprendere a districarsi tra i "discorsi", reagire (mettersi in discussione con i propri pregiudizi e limiti) non sottoscrivere a dogmi, certezze e verità (apparenti) e l'inconsapevole schiavitù in cui viene data l'illusione di scegliere, ma dove in realtà si perde quel libero arbitrio, la volontà, l'esercizio a utilizzarlo che distingue la specie umana dalle altre, che de-responsabilizza e impedisce la crescita e l'emancipazione personale.

L'azione dei Media nella società odierna

I modelli comportamentali degli adolescenti vengono mutuati, sempre più spesso e quasi esclusivamente dai mezzi di comunicazione di massa, che propongono il modello del giovane adulto “rampante”, arrivato rapidamente a posizioni di privilegio economico, attraverso vie spesso illegali (microcriminalità) e perseguite senza scrupoli (la promiscuità ...).

Il vero valore, che viene costantemente introiettato, attraverso migliaia di spot pubblicitari, è la ricerca del piacere (qualunque esso sia) e la realizzazione individuale, esclusiva, propria delle classi più agiate, da perseguire con tutti i mezzi. Sempre più spesso, in ambito familiare, manca nei confronti dei bambini un investimento affettivo privilegiato, un modello relazionale di sviluppo, la prima socializzazione.

Nel contesto sociale ed istituzionale manca un chiaro progetto d’educazione dell’infanzia e dell’adolescenza. Nell’ambito scolastico, si riceve più o meno un insegnamento nozionistico, manca, talora, la sufficiente preparazione e l’adeguata motivazione degli insegnanti nell’affrontare i numerosi e delicati temi ed i tanti problemi di crescita emotiva e di maturazione sociale dell’adolescente e del giovane, che spesso è abbandonato a se stesso e non riceve un sufficiente sostegno affettivo, socio-relazionale e normativo, né in ambito familiare, né in quello scolastico.

La stessa preparazione nozionistica impartita negli anni della scuola risulta, il più delle volte, del tutto inutile ai fini di un’adeguata formazione professionale e di un successivo inserimento lavorativo. Così, accanto ad un indubbio aumento della criminalità minorile, risulta sempre più ardua la possibilità di un adeguato inserimento nel mondo del lavoro.

Il sottile e pervasivo senso di colpa, avvertito più o meno consciamente da genitori lontani e distratti, legato al sempre minore legame affettivo, stabilitosi negli anni con i figli, spesso si traduce in una facile disponibilità a fornire vari, immediati surrogati d’affetto, sponsorizzati dalla luccicante società dei consumi, sotto forma d’oggetti del desiderio, dal giocattolo costoso ed esclusivo per il bambino, all’auto sportiva e potente, per il giovane. Di fatto nessun oggetto, per quanto costoso, può sostituire un sincero rapporto d’affetto, o almeno la volontà di costruirlo, né può riempire il vuoto creato dal mancato sostegno, ascolto ed educazione emotiva, l’amore non si compra al supermercato, il televisore non può sostituire il nonno, la zia, ma ancor meno la figura paterna o quella materna. Altri sono i problemi di chi pur vivendo nella società dei consumi, può dividerne solo nominalmente le mete, i ritmi e i desideri poiché non ha i mezzi per raggiungerli.

Nella nostra civiltà, ognuno, in ambito sociale è costantemente identificato ed identificabile con ciò che ha dai beni di consumo, alle caratteristiche fisiche e non, dal ruolo professionale a quello socio-familiare. Si dà maggior peso al MIO che all’IO, la continua diatriba tra l’avere e l’essere, ma come afferma Siddharta Guatami, l’IO non ha esistenza intrinseca, l’IO non ha esistenza in sé, e se non esiste in sé, cosa può appartenergli? Solo una disidentificazione dal MIO potrà portare in ambito sociale al superamento degli egoismi individuali, di coppia, di clan familiare, di nazione, e sarà la premessa alla realizzazione, come valori di vita, degli ideali di solidarietà, partecipazione attiva, pace, amore, non violenza. L’origine dell’angoscia esistenziale è probabilmente proprio nel desiderio smodato ed egoistico che diventa appropriazione di beni materiali ed identificazione con essi, nonché violento rifiuto di condivisione e partecipazione, come conseguenza di una profonda illusione, quella dell’esistenza di una individualità a se stante, separata dagli altri e dal mondo in cui si vive. Non si tratta di combattere un eccesso con il suo contrario, ma di tendere ad un giusto equilibrio di forze contrapposte, interiori, ed esteriori, ad un’integrazione armonica dell’uomo in se stesso, nel suo ambito sociale e nel mondo.

Quale “concezione” di essere umano per dare alla nostra società nuovi orientamenti per l’integrazione?

L’essere umano come essere intelligente si costruisce, non viene definito, la genetica rappresenta una possibilità, perciò parliamo d’intelligenza non come qualcosa che ci viene dato (dotato, subdotato, superdotato), ma come insieme dei processi cognitivi (competenza) che si acquisiscono e si costruiscono nell’interazione con l’ambiente (ecologia della mente). L’Uomo dispone di una

dimensione per pensare (*Cognizione*), per amare e sentire (*Affettività*), per conoscere attraverso il movimento (*Autonomia*) e per comunicare/comunicarsi (*Linguaggio*).

I processi cognitivi rappresentano l'insieme delle strategie attraverso le quali l'essere umano pensa, acquisisce, immagazzina, organizza e mette in moto la conoscenza.

L'affettività viene intesa in riferimento al mondo delle emozioni e dei sentimenti, come la dimensione delle relazioni, dei comportamenti, della convivenza, della partecipazione alla vita tra individui.

Il linguaggio è quello strumento culturale che si acquisisce per mezzo delle interazioni cognitive e sociali, che si sviluppa attraverso l'esperienza della convivenza, partecipazione e collaborazione e permette di comunicare intenzioni, desideri e pareri.

L'autonomia, va al di là del movimento fisico e personale, è la competenza che deve possedere ogni essere umano per risolvere i problemi della vita quotidiana.

Come sottolinea Habermas, ogni tentativo di spiegare cos'è l'individuo, porta discorsivamente verso ciò che dovrebbe arrivare ad essere, in funzione del quale l'individuo è in grado di generare azioni per la sua propria trasformazione (teoria della competenza comunicativa). Mettere in moto cambiamenti sociali parte dall'atto comunicativo e dalle competenze discorsive delle persone, alle quali si affida la possibilità di sviluppare azioni per migliorare le condizioni della qualità della vita, dell'emancipazione personale e sociale. Gli argomenti di ciascuno nel dialogo rispondono ad una visione soggettiva di intendere il mondo e l'essere umano. La possibilità di dialogare, criticare, discernere e approvare tutte le emissioni, ci permette di riflettere e questionare i propri principi, idee e "dogmi". Il discorso ideale è quello che implica le condizioni democratiche del dialogo, l'obiettivo è raggiungere una decisione razionale sull'assunto in questione. La decisione dipenderà dal miglior argomento e non dall'imposizione né dai condizionamenti imposti nella discussione, il dialogo si stabilisce sempre in piano orizzontale.

La relazione tra sviluppo e apprendimento nell'essere umano si produce "in spirale", dato che la differenza tra il livello dei compiti realizzabili con l'aiuto degli adulti e il livello dei compiti che possono essere svolti attraverso una attività individuale, definisce l'area di sviluppo potenziale dell'individuo. I concetti di sviluppo e apprendimento non sono sinonimi, ma sono profondamente interrelazionati, l'apprendimento può aprire continuamente e in ogni momento, nuovi e inaspettati progressi cognitivi, in direzione non pronosticata né pronosticabile, dato che lo sviluppo è un processo senza mete prefisse di antemano.

Secondo ciò che afferma Vigotskij lo sviluppo ha luogo in un livello socio-storico, dentro al contesto culturale. Un fenomeno, come ci dicono gli studiosi della scuola di Palo Alto, resta inspiegabile finché il campo di osservazione non è abbastanza ampio da includere il contesto in cui il fenomeno si verifica. Chi studia il comportamento umano passa allora dall'analisi deduttiva della mente all'analisi delle manifestazioni osservabili nella relazione: il veicolo di tali manifestazioni è la comunicazione.

Il soggetto nell'interiorizzazione dei processi mentali passerebbe dal piano sociale all'individuale, più specifico, dal funzionamento intersicologico all'intrapsicologico. Ancora Vigotskij ricorda che il linguaggio parlato e scritto è un'attività essenzialmente umana e strumentale, che si sviluppa inizialmente come un mezzo di comunicazione, di comprensione reciproca, come una funzione sociale di comunicazione, ma che si converte poi nella modalità primaria e personale di pensare. Il linguaggio è molto di più delle parole e ancora molto di più delle relazioni tra le parole, non è una semplice appendice del comportamento, ma lo dirige e lo orienta. Il linguaggio interiore è il sistema che media tra la nostra realtà privata e interna e la realtà condivisa ed esterna del mondo in cui viviamo.

Bruner, gran sostenitore e scopritore del valore del lavoro vigotskiano, affermerà che l'Uomo nel suo tentativo di usare il linguaggio fa qualcosa di più che dominare il codice, negozia procedimenti, forme e significati e il suo ingresso nel mondo socio-culturale.

Cambio del paradigma: dalla Disabilità alla Diversabilità.

Chi è disabile, per l'accezione non è abile in qualcosa, si crea così una cultura del dis-valore, si pone l'accento su ciò che "manca" e più viene giudicata grave questa "disabilità" o se gli è riconosciuta più di una mancanza, la persona è a maggior rischio di discriminazione; alla parola dis-abile "manca" la sfumatura della "fiducia": nella persona, nelle sue possibilità d'apprendimento, nella creatività della mente umana e dei mille corsi che possono intraprendere le sue idee per incontrare soluzioni differenti.

Se i media trasmettono, parlano, raccontano in senso pietistico, di mera tolleranza o al contrario di "eccezionalità" è anche perché, nel nostro ordine d'idee, disabile non è solo una parola, è ben più di essa: è un'idea con generalità a connotazione negativa che ci apre la strada dell'emarginazione, o quanto meno del pregiudizio e dell'etichettamento.

Se al telegiornale si presenta un servizio sugli immigrati, le prime connessioni che a "braistorming" avremo, saranno probabilmente con: illegalità, furti, sfruttamento, prostituzione, "spaccio", clandestini, aiuti umanitari, rivendicazioni religiose, discriminazione; anche se apparentemente aiuti umanitari potrebbe essere un termine a connotazione positiva c'accorgiamo che spesso è accompagnato da commenti come "aiuti umanitari? E da dove li prendono i soldi? Da noi come sempre ... e poi chissà se giungeranno mai a destinazione ...", di nuovo gli stereotipi e pregiudizi che si rafforzano. Ciò dipende in parte anche dal tipo di format, che li ha concimati e coltivati. Difatti un telegiornale, trasmette ed informa su cosa accade nel mondo ed i sensazionalismi da sempre attirano e fanno aumentare lo share, chi s'interesserebbe ad un'onesta storia d'integrazione e mediazione culturale, a meno che qualche fatto "eccezionale" non ingolosisca la notizia?

Tossicodipendenti e carcerati sono considerati come "reietti" della società, non-persone, non si vedono, non esistono, poiché l'illegalità che contraddistingue le loro esistenze, non li fa uscire allo scoperto se non nel caso dell'arresto, del crimine o del richiedere un aiuto; si ha paura di loro ed è più facile condannare che non pensare ad una rieducazione e riscatto. Non si considera che l'esperienza del carcere o della comunità, non è una punizione e non esiste per "farli pagare", ma gli sta fornendo l'occasione per ottenere un'altra chance, i pregiudizi sono duri a morire, però forse queste persone hanno una storia diversa che vorrebbero raccontare, differente da quella creata da media e luoghi comuni.

L'adolescenza è una fase della vita importante e di straordinaria dinamicità e potenzialità. È una fase di transizione dal mondo dei bambini al mondo dei grandi, degli adulti. In un certo senso nella cultura occidentale si sono attenuati i riti di passaggio marcati e "l'adolescenza tollerata", cioè la fase in cui un comportamento "irresponsabile" o "irrazionale" è accettato, è più lunga rispetto ad altre culture. Ma più che un'età da raggiungere, l'adolescenza è delimitata da un percorso più o meno compiuto. Un percorso caratterizzato da una tempesta fisica ormonale e da una sentita necessità di sperimentarsi, da soli o in gruppo, nelle varie situazioni di vita, il giovane esplora il potenziale che ha dentro di sé, in modo armonioso o conflittuale, trattando, a volte lottando, con se stesso e con il mondo che lo circonda. Gli adolescenti vivono tra il sogno del passato e il futuro che devono affrontare da soli, non più protetti dai genitori. Purtroppo non tutti i giovani hanno le stesse prospettive e le stesse possibilità di raggiungere gli obiettivi sognati. Può essere il corpo che non ti permette di fare quello che fanno gli altri, può essere ciò che sei o non sei in grado di fare, può essere il colore della pelle o il tuo linguaggio che fanno in modo che gli altri o le istituzioni ti escludano. Può essere la zona dove nasci, l'occupazione o la disoccupazione dei tuoi genitori che ti segnano. La verità è che non è difficile riconoscere che le opportunità di studio, di lavoro e di partecipazione alla vita sociale, non sono uguali per tutti. Le spirali discriminatorie s'innescano con facilità dentro e fuori la mente delle persone, sostenute/fomentate spesso attraverso l'azione pervasiva dei media, il passaparola, la facilità di giudicare senza sapere, piuttosto che provare una diversa opinione. Avvicinandosi ai loro mondi e lavorando insieme nel senso del rispetto reciproco, si impara che la realtà è spesso più complessa e dinamica di quella che ricercatori, politici, sociologi ed educatori immaginano e che la complessità delle dinamiche sociali non permette più la semplificazione del mondo in aggressori e vittime, in chi discrimina e in chi subisce discriminazione.

Una società complessa riconosce a ciascuno il diritto di libertà d'opinione e di espressione, per concretizzare questi diritti è importante garantire a tutti l'accesso ai media e al dialogo sociale tramite i media. Questo dialogo, inteso anche come scambio di valutazioni reciproche, che si svolge ormai per gran parte nei media (contenitore), ha bisogno dell'apporto di tutti se vuole essere costruttivo e strumento per l'emancipazione di tutti. L'accesso continuo ai mass media da parte di gruppi in situazione di svantaggio sociale è perciò un punto chiave, anche per sostenere l'emancipazione e la mobilità sociale di questi gruppi.

Un piccolo passo verso l'integrazione è quindi sostituire la radice *dis* con *divers*, sono solo sei lettere ma che rappresentano un inizio e decretano il passaggio dal paradigma della disabilità a quello della diversabilità, dove: ogni persona è come tutte le altre persone, una diversa dall'altra, al di là dei tempi e modalità di apprendere, interagire e crescere, se vengono rispettate, diverranno individui autonomi e risorsa per tutta la collettività; ma il rispetto non è congenito, non viene da solo, lo si raggiunge attraverso l'ascolto, la conoscenza, la condivisione e soprattutto la fiducia nell'altro. Se essere definiti dis-abili, essere "svantaggiati", ha significato per anni essere incapace di ... ora proprio quelle persone divers-abili in situazione di "svantaggio" sociale ci hanno insegnato che hanno, come tutti, un originale progetto di crescita, un desiderio di vicinanza con l'altro, la voglia di apprendere, di conoscere e di essere riconosciuti.

Per dar vita ad una nuova prospettiva conferiamo a colei o colui che si trova in situazione di "svantaggio" sociale il riconoscimento di *persona "attiva"*, che partecipa alla vita quotidiana, che ha diritto e dovere di prendere decisioni (*Libertà*) nell'uguaglianza di condizioni del resto delle persone della comunità (*Uguaglianza*), che va rispettata per quello che è (*Dignità*), ponendo fiducia nelle sue possibilità e competenze per l'apprendimento (*Autostima*).

La proposta della media-education

L'educazione ai media, dai più chiamata con il termine inglese "media education" comprende lo studio, l'insegnamento e l'apprendimento dei moderni mezzi di comunicazione ed espressione. La media education è quell'ambito delle conoscenze e delle pratiche educative, comunicative e mediali volte a promuovere nell'individuo lo sviluppo della dimensione critica, la negoziazione di nuovi significati, l'alfabetizzazione a nuovi linguaggi, la consapevolezza delle parzialità delle rappresentazioni mediali.

Con l'obiettivo di concretizzare la partecipazione sociale di tutti e la convivenza democratica. Analizzare il proprio consumo mediale, de-codificare il medium e sperimentare gli strumenti del medium in prima persona, può avere effetti importanti per la propria motivazione e sulle scelte che riguardano il proprio avvenire e il proprio percorso formativo-lavorativo.

Lavorare con i mass media con persone in situazione di "svantaggio" sociale è perciò anche uno strumento importante per favorire l'accesso a tutti ai mass media per contribuire a rappresentare la pluralità dei punti di vista nella società complessa. Occorre favorire il raggiungimento di un risultato, anche minimo, che però possa essere diffuso e di cui i partecipanti possano andarne fieri, poiché il prodotto finale conferisce un senso di completezza al percorso e consente a tutti gli individui coinvolti di valutare l'esperienza in quanto processo o percorso di crescita individuale o di gruppo. L'aspetto della media education che più attrae è la possibilità di favorire l'empowerment, ovvero il potenziamento dell'identità della persona, la crescita personale e di gruppo, fondamentalmente perché esiste un legame latente, ma diretto fra discriminazione, bassa autostima e di conseguenza basso senso di autoefficacia e fra empowerment e resistenza alla discriminazione.

La spirale: sfiducia- bassa autostima - performance debole - basso senso di autoefficacia - sfiducia, può essere interrotta e subire un'inversione di tendenza tramite esperienze forti, nuove e motivanti nelle quali i soggetti si sentano valorizzati e all'altezza della situazione, trasformando così la spirale: buona performance – crescita dell'autostima – crescita del senso di autoefficacia – fiducia in se stessi – buona performance. Alcune tra le attività più significative e valide dal punto di vista qualitativo sono quelle che partendo dalla produzione di un video, di trasmissioni radiofoniche, di pagine web, edizione di giornali, fumetti, ecc ..., mettono in gioco i propri vissuti e fanno emergere

parti di sé che si vuole mostrare e comunicare agli altri. Introdurre elementi autobiografici amplifica la parola comunicare e la declina in diversi e importanti significati: autodefinizione, scoperta di sé, esporsi ad un feedback, insomma “mettersi in gioco”.

Compiere un atto comunicativo significa accettare la responsabilità di esprimere un punto di vista che non sia necessariamente e non immediatamente interessante per tutti, riflettere prima e produrre un pensiero, mettere ordine in esperienze passate e scoprire che quello che hai da dire è influenzato dalla tua storia, dalle tue origini, dai tuoi genitori, dalle tue esperienze, persino da quelle dolorose ... Un altro elemento portante per favorire l'empowerment è l'integrazione nel gruppo dei pari, gruppo di riferimento, che ad esempio nell'adolescenza assume un ruolo determinante e nel quale vanno cercati sostegno e sicurezza. Durante il processo di empowerment l'individuo cresce, si rafforza, nutre l'identità positiva di sé, basata sul riconoscimento dell'altro e delle sue risorse, delle proprie risorse nel dialogo con l'alterità, nasce così la fiducia nel confronto e il senso del valore della differenza.

Lavorare per progetti

Cosa significa lavorare per progetti? Un progetto è un'idea, un proposito, una meta, a volte difficilmente attuabile ma è anche un piano di lavoro, ordinato e particolareggiato, declinato per fasi, tappe e “passi” consequenziali da eseguire.

Un progetto di media education diretto alle situazioni di svantaggio sociale è una proposta operativa, volta all'azione e basata sul trinomio disagio - svantaggi sociali – medium/a (utilizzati).

I progetti si distinguono e vengono, preventivamente e diversamente, ideati - pianificati - eseguiti per:

- tipologia dell'utente (età, background, genere, adolescenti, devianza, emarginazione, tossicodipendenza, carcere, handicap, ecc ...);
- aspettative dell'utente ed eventuali esperienze antecedenti;
- ambito di realizzazione (scolastico, extrascolastico, formale, informale, ecc ...);
- tempo di realizzazione a disposizione (se ha durata di un anno, di mesi, di giorni, ecc ...);
- materiale occorrente (medium o media selezionati, ad esempio diverse sono le finalità, le metodologie se trattiamo con la televisione e non con la radio, con la fotografia e non con il giornale, ecc ...);
- risorse economiche a disposizione (budget ampio o ristretto, ecc ...);
- metodologie prescelte (lavoro di gruppo, dibattiti, laboratori specifici, ecc ...);
- problemi organizzativi legati alla sede di lavoro, al trasporto, alla responsabilità, ecc ...

Non sempre quando ci si trova a lavorare nell'area dello “svantaggio” sociale, in particolare nel settore educativo informale, si segue l'iter prestabilito di Len Masterman sull'organizzazione dei laboratori di media education e literacy, ma quasi sempre si potranno riconoscere all'interno se non tutte almeno alcune o parte delle tre direttive:

1. Analisi del consumo mediale (fa riferimento alle conoscenze pregresse rispetto al medium prescelto e al consumo personale che l'utente ne ricava)
2. Analisi del medium (comprensione e acquisizione dei processi di de-codifica e de-costruzione dei contenuti, forme e rappresentazioni che i media forniscono, “smontaggio” e funzionamento pratico-applicativo del medium)
3. Produzione mediale (verifica, valutazione dell'apprendimento dei processi di trasmissione mediale, dell'espressione, elaborazione e modalità di trasformazione di sé e del proprio vissuto).

Normalmente i progetti vengono concepiti come opportunità per esprimersi ed essere ascoltati, per essere presi sul serio, per scoprire la ricchezza della diversità dentro il gruppo anche tramite il riconoscimento delle risorse proprie ed altrui. È importante che l'attività offra l'occasione di sentirsi capaci di “produrre”, fare, essere competenti di qualcosa di bello e valido con strumenti

“esclusivi”, in particolare nell’ambito scolastico per gli insegnanti può rivelarsi un ottimo pretesto per conoscere i ragazzi in modo diverso da quello solito e di scoprire risorse, competenze, creatività e motivazioni nuove. Lavorare con i media spesso significa mantenere un clima e un ritmo di lavoro flessibile e duttile poiché le variabili che possono condizionare la progettazione e lo sviluppo di ogni progetto possono essere innumerevoli, soprattutto quando prevedono l’apprendimento delle tecniche di utilizzo di un particolare medium, o quando l’educatore ignora certi connessioni speciali tra alcuni media e gli utenti, quando cioè diventa egli stesso il primo a dover imparare qualcosa dai propri utenti (come poi accade sempre!).

Valutazione/documentazione di un progetto di media education

Valutare un progetto di media education, non riguarda semplicemente decretarne il successo o l’insuccesso, ma riflettere su ogni tratto del percorso, cercando di comprenderne il senso, registrandone e osservandone i cambiamenti che sono stati apportati alla situazione di partenza e valutando se contribuiranno positivamente alla crescita, alla formazione ed emancipazione dei partecipanti.

Senza valutazioni si rischia di perdere di vista il “cosa”, il “come”, il “perché”, si è fatto qualcosa; allo stesso tempo significa anche documentare, lasciarne traccia per chi dopo di noi vorrà conoscere/studiare/utilizzare/ri-elaborare/usufruire ciò che si è costruito “insieme” (agli utenti, un progetto nel sociale fa sempre capo ad un’équipe di persone).

Ogni progetto di media education è diverso dall’altro, poiché diversi sono gli operatori, i luoghi, gli utenti, gli stessi mezzi prescelti, senza considerare gli imprevisti che possono accadere, ma ciò che segue sono quattro direzioni di valutazione che possono essere d’aiuto, utili, orientative per chi ha intenzione di intraprendere un progetto di questo tipo.

1. La competenza “spettatoriale”.

Questa competenza può essere definita come un insieme di conoscenze, attitudini e un “saper fare” dei quali l’individuo può dar prova nella sua pratica di spettatore, di lettore, di uditor di prodotti mediatici. Si tratta di un consumo di tipo particolare, in cui lo spirito critico, la creatività, e un certo tipo di impegno e sforzo interpretativo vengono valorizzati.

Esiste un vivace dibattito su quali siano, come debbano lavorare i diversi strumenti pedagogici al servizio dello sviluppo della competenza spettatoriale.

Come deve essere il lavoro di ordine pratico, necessita di un apprendimento tecnico, è descrittivo, analitico, concettuale, istituzionale? Come determinare l’apporto dell’educazione ai media?

2. La formazione della cittadinanza.

Come interviene l’educazione ai media nel percorso che fa dell’essere umano un cittadino? L’educazione ai media, in maniera molto più concreta, permette ai giovani di impegnarsi nella vita della collettività? Permette loro di sentirsi autori e protagonisti dei loro atti e dei loro discorsi? L’educazione ai media può divenire ed essere uno “spazio” dove l’individuo possa conciliare il suo status e ruolo con la parte di sé più intima e profonda?

3. La relazione con la conoscenza.

E’ possibile che l’educazione ai media renda più operativo/concreto il processo di conoscenza? La questione di un’eventuale modifica/miglioramento della relazione con le modalità d’apprendimento è stata segnalata dagli insegnanti francesi, che lavorano con alunni in difficoltà.

Può l’educazione ai media giocare un ruolo nelle modalità d’accesso alle conoscenze che gli studenti sviluppano? Può intervenire e modificare eventuali rapporti difficili che alcuni bambini possono avere con determinate materie? Può facilitare l’accesso e la specializzazione della conoscenza.

4. Filtro del proprio vissuto.

Perché scegliamo determinati programmi? Quale collegamento nasce tra il nostro stato d’animo e il medium o programma di cui decidiamo di divenirne fruitori?

È possibile che attraverso la fruizione (consumo) e l’utilizzo (codifica, de-codifica, creatività) dei mezzi di comunicazione di massa, l’individuo possa “filtrare”, trasformare, ri-elaborare, ri-creare il

proprio vissuto personale in modo da innalzarne a livello cosciente la sua comprensione ed “esorcizzarne” il contenuto?

Per quello che invece riguarda la posizione dell’educatore alcuni possibili cambiamenti, “risvolti”, “svolte” che si possono registrare nel proprio operato.

- *I cambiamenti nella relazione con gli utenti e nell’impostazione della relazione educativa:* l’Educazione ai media ha modificato il rapporto tra l’insegnante e la propria materia, tra l’educatore e le modalità di comunicazione con il suo gruppo, l’utenza? Li ha invitati a riflettere e ripensare le proprie strategie d’insegnamento, il proprio agire educativo? E’ cambiato qualcosa nel relazionarsi con i ragazzi?
- *In rapporto al proprio percorso personale:* che cosa ha spinto l’educatore ad avvicinarsi all’educazione ai media, a preoccuparsene e a modificare, ampliare, le proprie pratiche? Quanto si è disposti ad investire in termini di formazione, riflessione, tempo?

I possibili effetti, le conseguenze, trasformazioni e cambiamenti dell’educazione ai media non sono osservabili direttamente proprio per la loro natura concettuale/astratta. Devono dunque dare luogo alla coniugazione/coniazione di indicatori che siano delle realtà osservabili, di cui le eventuali variazioni permettano di comprendere che cosa succede all’effetto legato ad un preciso indicatore. Per esempio un miglioramento della competenza spettatoriale consiste in una miglior ricezione di un testo mediale ed il grado di conoscenza del contesto tecnico/produttivo può divenirne l’indicatore specifico. Così, alla domanda di citare mestieri e professionalità in gioco nell’elaborazione di quel prodotto mediale, possiamo ipotizzare che un numero più elevato di mestieri indichi una migliore competenza spettatoriale.

Si può orientativamente utilizzare lo specchio qui sotto per valutare (sempre in maniera elastica e che dipende dalla tipologia del progetto) e registrare i cambiamenti o il raggiungimento di uno o più obiettivi della media education nominati nel proprio progetto.

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Competenza spettatoriale;- L’acquisizione di competenze specifiche nell’elaborazione/creazione di documenti mediatici;- L’acquisizione e comprensione di contenuti curricolari scolastici;- La partecipazione alla vita collettiva;- Ri-motivazione scolastica (autostima, sicurezza di sé, fiducia nelle proprie possibilità d’apprendimento);- Autonomia (l’essere in grado di ...saper conoscere, cercare, comprendere, ecc ...). |
|---|

Un altro tipo di valutazione più creativa e funzionale giunge dai prodotti medialti che nascono e vengono favoriti dalla natura artistica e tecnologica di ogni media, i “risultati” spesso vengono filtrati attraverso canzoni, giornali, un fumetto, passando per video clip, cortometraggi, documentari, disegni animati, siti internet, tv, fino a programmi radiofonici e fotografie.

Se fosse possibile dimostrare/mostrare/raccontare anche il processo che ha portato alla realizzazione di quel filmato o quella determinata canzone, foto, ecc ... sarebbe perfetto, poiché proprio il processo può testimoniare l’utilità che il lavoro ha avuto per i partecipanti.

Un aspetto da non sottovalutare è quello della divulgazione e distribuzione, è inutile fare un video o un documento audio se poi non viene trasmesso, un servizio fotografico senza un’esposizione, un giornalino senza distribuzione o delle pagine web se non vengono messe in rete, soprattutto se l’obiettivo del laboratorio non è semplicemente legato al processo di collaborazione di un gruppo, ma anche alla demolizione degli stereotipi tramite una maggiore presenza di contributi alternativi con punti di vista originali.

E’ importante che il risultato trovi la sua strada verso la scuola, il comune, la città di provenienza, i centri giovani e ricreativi e perché no verso i media e il grande pubblico.

Uno dei benefici per gli utenti consiste nell’opportunità di vedersi “ascoltati”, “presi sul serio”, “valorizzati” anche da parte delle istituzioni. Ciò significa, dove possibile, collegare i laboratori a realtà istituzionali esistenti, così l’impegno impiegato nel laboratorio non cade nel vuoto ma può rafforzare le politiche giovanili o gli impegni istituzionali. Si evita in tal modo che i ragazzi si

sentano “usati” e poi “abbandonati”, e che al contrario sentano di aver avuto una possibilità non per motivi opportunistici.

Media e cultura sviluppano una sinergia che deriva da un’attrazione reciproca, gli esseri umani nascono immersi in contesti predeterminati, vengono socializzati in una cultura specifica, che i media perpetuano (anche se non è più possibile distinguere chi guida chi) e che ha idee precise su ciò che è bene o male, bello o brutto, ricco o povero, vantaggioso o svantaggioso, ecc ...

Se è difficile trovare un punto di partenza, per rompere le spirali discriminatorie all’interno di una società, i media e il nostro modo di usufruirne possono essere un inizio, una possibilità d’intervento per modificare creativamente gli orizzonti di senso.

Se il genere umano vuole cambiare il paradigma della dis-abilità (non-abilità), con quello della diversabilità (valore della Differenza), quale modo migliore se non quello d’intervenire sui mezzi di comunicazione di massa che tanti stereotipi, pregiudizi, condizionamenti e generalizzazioni favoriscono ed elargiscono?

Bibliografia

- Baruffi C., *Dentro le immagini*. Edizioni Junior, Bergamo, 2001;
- Besio S., Roncarolo F., *L’handicap dei media*. Rai, Roma, 1996;
- Bruner J., *Il processo educativo dopo Dewey*. Armando editore, Roma, 1995;
- Callari Galli M., Harrison G., *Se i bambini stanno a guardare*. Clueb, Bologna, 1999;
- Canevaro A., Ianes D., *Buone prassi di integrazione scolastica*. Erickson, Trento, 2001;
- Canevaro A., Ianes D., *Diversabilità*. Erickson, Trento, 2003;
- Casetti F., (a cura di), *L’ospite fisso. Televisione e mass media nelle famiglie italiane*. Edizioni San Paolo, Milano, 1995;
- Cebrià de la Serna M., Rios Ariza J.M., (coordinadores), *Nuevas Tecnologías aplicadas a las didácticas especiales*. Piramide, Madrid, 2000;
- Cebrià de la Serna M., Rios Ariza J.M., *Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación aplicadas a la educación*. Ediciones Aljibe, Màlaga, 2000;
- Censis (a cura di), *Rapporto sull’uso dei media da parte dei minori*. 2001;
- Centro Zaffiria, *Medi@tando: una mappa italiana della media education*. Bellaria, Prima convention nazionale sull’educazione ai media, 11-12-13, Aprile 2002;
- C.E.P.S (a cura di), *“Colla: un incontro straordinario”*. Carpi (MO), 1998;
- Cornoldi C., De Beni R., Zamperlin C., Berti P. e Gruppo MT, *Il bambino metatelevisivo*, Erickson, Trento, 1999;
- Davison, A., *Soli nella rete?*. Editrice Monti, Varese, 2002;
- Farnè R., *Iconologia didattica*. Zanichelli, Bologna, 2002;
- Gonnet J., *Educazione, formazione e media*. Armando editore, Roma, 2001;
- Hoogerwerf E., *The Mirror Project. The Book*. Bologna, 2002;
- Iannicelli G. (a cura di), *Cinema ed Handicap: Schermi di solidarietà*. Salerno, 2002;
- La Borderie R., *Educazione all’immagine e ai media*. Armando editore, Roma, 1999;
- Leone L., Prezza M., *Costruire e valutare i progetti nel sociale*. FrancoAngeli, Milano, 2003;
- Lòpez Melero M., *L’educazione delle persone con Sindrome di Down: educazione all’autonomie e non alla dipendenza*. Edizione del Cerro, Pisa, 1994;
- Lòpez Melero M., *Proyecto Roma: Un proyecto de vida*. (dispensa), Màlaga, 2002;
- Manfio S., Gruppo Alcuni, *Fare cinema a scuola*. Sonda, Torino, 1998;
- Manna V. (a cura di), *Disagio giovanile, disagio esistenziale, disagio della civiltà* (Cap. 12), www.salus.it/medicinadelledipendenze/capitolo_12.html;
- Maragliano R. (a cura di), *I media e la formazione*. Carocci, Roma, 1999;
- Maragliano R., *Manuale di didattica multimediale*. Editori Laterza, Bari, 1994;
- Masterman L. *A scuola di media*. Editrice La Scuola, Brescia, 1994;
- McLuhan M., *Gli strumenti del comunicare*. Il Saggiatore, Milano, 1997;

McLuhan M., *Media e nuova educazione. Il metodo della domanda nel villaggio globale*. Armando editore, Roma, 1998;

Nichter M., *Fat talk*. Harvard University Press. United states, 2000;

Ottaviano C. (a cura di), *Mediare i media. Ruolo e competenze del media educator*. FrancoAngeli, Milano, 2001;

Pellai A., *Il (nuovo) bambino che addomesticò il televisore*. FrancoAngeli, Milano, 2001;

Pèrez Gòmez A., *La cultura escolar en la Sociedad Neoliberal*. Ediciones Morata, Madrid, 1999;

Puggelli F., *Spot generation*. FrancoAngeli, Milano, 2002;

Rivoltella P., Marazzi C., *Le professioni della media education*. Carocci, Roma, 2001;

Shaw J., Robertson C. *Il videotape. L'uso partecipativo in educazione e riabilitazione*. Erickson, Trento, 1998;

Vitali L., *Il videogioco della scrittura*. Edizioni Anicia, Roma, 1993;

Volli U. *Il libro della comunicazione*. Il Saggiatore, Milano, 1994;

Von Feilitzen C., Carlsson U. *Children and Media. Image, Education, Participation*. Livrèna Grafiska AB, Kungälv (Sweden), 1999;

Vygotskij L. *Pensiero e Linguaggio*. Editori Laterza, Bari, 2001;

Watzlawick P., Helmick Beavin J., Jackson Don D. *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi delle patologie e dei paradossi*. Astrolabio, Roma, 1997.