

PROGETTO DI EDUCAZIONE AI MEDIA OSSERVATORIO DI PAVIA

Andrea Caretta

Il metodo di educazione ai media dell'Osservatorio di Pavia cerca di coniugare teoria e pratica, di fornire conoscenze teoriche nell'ambito dello studio della comunicazione, ma anche di promuovere la loro immediata applicazione da parte degli studenti all'interno di un progetto di ricerca. Questo per stimolare un confronto immediatamente personale e costruttivo da parte degli studenti con le nozioni apprese, e anche per condurli a sviluppare un metodo di lavoro che unisca l'esperienza più individuale dello studio e della fruizione delle lezioni alla produzione di un lavoro comune con scadenze e responsabilità precise e suddivise all'interno di un gruppo.

I percorsi di educazione ai media proposti dall'Osservatorio sono stati pensati per ragazzi delle Scuole Medie superiori, e anche per questioni legate al nostro "patrimonio genetico" vedono protagonisti la televisione e in particolare l'informazione dei telegiornali.

Ma la scelta della televisione quale punto di partenza di un percorso di riflessione sui media è confortata dai dati del recente rapporto Censis su Giovani e Media, secondo cui il 93,4% degli adolescenti tra 14 e 18 anni sono utenti abituali della televisione. Il telegiornale in particolare presenta una serie di caratteristiche che ne fanno un "materiale" particolarmente adatto all'uso didattico:

- ha una struttura superficiale fissa facile da segmentare. Quindi è particolarmente adatto per il lavoro in aula. Le unità che vengono di volta a volta analizzate e commentate non sono mai particolarmente lunghe e quindi si riesce a mantenere a un buon livello la concentrazione degli studenti.
- pur essendo un programma "tradizionale" in realtà il telegiornale "assorbe" e riassume quasi tutte le evoluzioni e modificazioni del linguaggio televisivo. L'analisi del telegiornale può essere svolta su parecchi piani (partendo dalla selezione delle notizie, al loro ordine per arrivare agli aspetti formali e stilistici, e quindi permette di introdurre ed esemplificare in modo efficace molti concetti dello studio dei media
- Il telegiornale è anche all'interno della programmazione televisiva la parte che maggiormente ha la funzione o l'ambizione di rappresentare la realtà. Questo è importante sia perchè si può stimolare la riflessione su eventi di attualità e sulla rappresentazione che ne viene fatta, sia perchè come si nota nel rapporto Censis "*...per i giovani è importante l'attualità dei messaggi veicolati dai media, il cui svolgimento deve essere avvertito come contemporaneo alla fruizione. La conseguenza principale di questo atteggiamento consiste nell'abitudine diffusa tra i giovani di perdere rapidamente interesse per le vicende descritte dai media, ma anche nella tendenza a considerare come reale quello che il circuito stesso dei media ci presenta come attuale.*"
- Il telegiornale è forse il programma televisivo dove è più stretto ed evidente il rapporto con gli altri media, il che permette di introdurre riflessioni ed analisi anche su di essi.
- Il telegiornale è un luogo di "socializzazione", di cui spesso gli adolescenti fruiscono in compagnia di persone di altre generazioni

Oltre all'attenzione al telegiornale negli incontri con i ragazzi si cerca di chiarire alcuni punti essenziali:

- Il concetto di Pubblico. Ragionare con i ragazzi sul loro consumo di media, o come ormai si suole dire sulla loro "dieta mediatica". In particolare compilare con loro un diario del loro consumo televisivo e partendo da questo spiegare i meccanismi dell'Auditel e le segmentazioni del pubblico televisivo rappresentate dagli Stili di vita.

- La Storia. Nel percorso viene sempre inserita almeno una lezione che contestualizza la televisione nel più ampio sistema dei media e tratteggia la storia della televisione italiana, illustrandone i modelli e l'evoluzione.
- Il Linguaggio e la Narrazione. L'analisi del telegiornale viene utilizzata per cogliere e verificare le caratteristiche e le mutazioni della grammatica televisiva, ed in particolare i meccanismi di narrazione che tendono a sottolineare sempre più il coinvolgimento emotivo dello spettatore.

I problemi principali di questo approccio stanno ovviamente nel tempo a disposizione. La soluzione auspicabile sarebbe poter spalmare il percorso di educazione ai media su un triennio in modo ad esempio di partire dai telegiornali per poter arrivare a lavorare su generi televisivi, ad esempio i telefilm più pertinenti al consumo di televisione degli adolescenti.