

La scuola davanti alla società multietnica e immersa nei mass media: quali progetti?

Ad Van Dam

responsabile di Mira Media Amsterdam, membro del gruppo di lavoro del progetto europeo CREM.

Ringrazio l'organizzazione per avermi invitato. Vi ho mostrato un paio di minuti di documentario di un famoso hip-hopper olandese-marocchino. Come dicevo a Stefano, non capisco l'italiano, ma capisco le immagini che mi ha fatto vedere, grazie. (saluto in olandese) Buongiorno a tutti, benvenuto, come stai? Incontrarsi e salutarsi, due culture si incontrano salutandosi. Due persone incominciano un dialogo e incominciano a conoscersi. Purtroppo non parlo la vostra lingua. Ma spero che ci capiremo e ci ascolteremo a vicenda. E spero anche che potremo ispirarci a vicenda e imparare qualcosa gli uni dagli altri.

La domanda alla quale vorremo dare risposta in questi giorni è: la media education può colmare il distacco tra due culture? E quali sono le condizioni perché ciò avvenga? Io penso che la media education sia lo strumento importante per raggiungere questo scopo, ma ci sono alcune condizioni che devono essere rispettate. Voglio presentarvi il ruolo della media education nei Paesi Bassi, e vorrei citare delle situazioni della media education di cui ho fatto esperienza nel mio lavoro. Credo profondamente nella forza della media education in una società multiculturale, che funga da tramite tra paesi e persone. E' la forza di possibilità tecnologiche globali e un linguaggio universale fatto di immagini. Vivo ad Amsterdam. Quanti di voi sono mai stati ad Amsterdam? Che cosa sapevate di Amsterdam prima di andarci? Quali stereotipi avete letto o sentito dai media o da altre persone? Io credo che ci siano parecchi stereotipi su Amsterdam. Come è stato in realtà? E' stato come dicevano gli stereotipi o era diverso? I Paesi Bassi e l'Italia sembrano agli opposti, credo. Un paese caldo e uno freddo, anche persone calde e persone fredde. Io ho visitato l'Italia e spero di imparare ancora da voi durante questo soggiorno. Non voglio sottolineare le differenze ma le somiglianze, anche nel campo delle media education. Per iniziare voglio darvi delle informazioni di background sui Paesi Bassi. Nei Paesi Bassi abitano 16 milioni di persone, di cui 2 milioni vengono da una cultura nord-occidentale. Amsterdam ha 700.000 abitanti, di cui un terzo sono emigrati con culture diverse. Il gruppo di emigrati più grande viene da Suinam, una ex colonia olandese, e persone dal Marocco e dalla Turchia sono i lavoratori stranieri. I Paesi Bassi sono sempre stati un paese di immigrazione, le persone che ora chiamiamo olandesi decenni fa sono stati emigrati. Ogni volta le persone usano definizioni diverse. I Paesi Bassi sono un paese piccolo che dipende ed è sempre dipeso da stranieri. Venivano per lavorare, come rifugiati, per sposarsi, ecc. Anche molti italiani si sono stabiliti nei Paesi Bassi. E i giovani italiani sono il gruppo più esteso di turisti ad Amsterdam. Naturalmente per visitare il museo di Van Gogh e per i coffee shop. Quest'anno apparse nei Paesi Bassi una ricerca riguardante i giovani. Questo libro è intitolato "generazione Einstein". Quali sono le caratteristiche di questa generazione? I ricercatori hanno scoperto che questo gruppo è molto socievole, la famiglia e gli amici sono molto importanti. E questa generazione è molto coinvolta socialmente. Per loro è importante la funzionalità: "qual è il mio investimento e cosa ottengo in cambio?" La lealtà a genitori e amici come fonte di intimità. I giovani di oggi rimangono più a lungo a casa con i genitori e hanno amici fissi. Questo gruppo viene anche chiamato MEDIASmart, i mediaesperti, ed è soprattutto questa caratteristica di essere esperti ad essere importante per noi. I giovani sono nati in una società dominata dai media, e la danno per scontata. L'esposizione ai media, pubblicità, marketing, la comunicazione e l'uso del computer condizionano la loro vita. I giovani usano i media da un punto di vista emozionale e non tecnico. I giovani usano i media e non si preoccupano delle possibilità tecniche, restrizioni o implicazioni come faccio io. Loro usano i media come oggetti. I giovani vogliono essere in rete in ogni momento, giorno e notte se possibile. Vogliono essere in contatto con gli altri e poter rispondere, se possibile, in ogni momento. I giovani sono fruitori dei media completamente attivi, vogliono raggiungersi a vicenda e vogliono essere raggiunti dagli altri.

Colpisce il fatto che questo succede a tutti i giovani, maschi e femmine, emigrati e non emigrati. Questo è diverso dalla mia generazione, io insieme ad alcuni di voi non faccio parte della generazione digitale. Ma in questa conferenza non parliamo della distanza tra le generazioni, o forse solo un poco, ma come superare la distanza tra le culture. Anche se tutti i giovani sono mediaesperti, i giovani emigrati usano i media per ragioni particolari. Soprattutto le pagine internet con specifici argomenti vengono visitati dai giovani emigrati. Su queste pagine possono parlare tra di loro di argomenti culturali, scambiare opinioni riguardo a nuovi amici, specifiche musiche urbane, informazioni. Ci si rivolge di più ai giovani emigrati come gruppo che come individui. Possono discutere tra loro di temi come la religione, la casa, la scuola, la società. E ne parlano in olandese. I loro genitori guardano la televisione marocchina o turca sul satellite. I giovani emigrati guardano la televisione olandese, particolarmente canali commerciali. I canali privati hanno compreso più di quelli pubblici che gli emigrati sono il nuovo gruppo a cui fare riferimento. I giovani emigrati preferiscono i notiziari e lungometraggi. Quale impatto ha questa diversità per il sistema educativo? Il sistema educativo olandese è a un livello alto. Ci sono le scuole pubbliche e le scuole religiose. I genitori possono scegliere liberamente la scuola per i propri figli. Questo ha purtroppo portato alla esistenza di scuole bianche e scuole nere, soprattutto nelle grandi città. La consapevolezza linguistica dei giovani emigrati è un problema che il sistema governativo cerca di affrontare. I genitori sono incoraggiati a portare i propri figli a scuole culturalmente miste, ma nei Paesi Bassi c'è la libertà di formazione e i genitori non possono essere obbligati. Così in molte scuole, bambini emigrati e non emigrati non si incontrano a scuola, sebbene imparare insieme e a conoscersi sia importante per costruire la società del futuro. Incontrarsi può rompere stereotipi e pregiudizi. L'incontro faccia a faccia favorisce l'amicizia e la comprensione reciproca. Se il sistema scolastico promuove diverse popolazioni a scuola, allora la media education può essere la chiave per aprire una porta chiusa. La definizione di media education per molto tempo non è stata chiara nei Paesi Bassi, non si riusciva a trovare una definizione universale, e per questo motivo non è mai entrata a far parte del programma scolastico. La media education riguarda la conoscenza e l'atteggiamento per usare i media. Imparare ad usare i media in modo attivo, riflettendo sui media con un approccio critico. Dal 2005 un nuovo termine è stato introdotto: Mediawisdom "la saggezza sui media". Ora la media education diventa importante per tutti gli abitanti e tutti devono diventare saggi dei media in un prossimo futuro. La Mediawisdom fa parte dello sviluppo di una nuova cittadinanza. La Mediawisdom copre più aree di quanto non faccia la educazione scolastica. Copre anche il campo dell'area sociale, politica e sicurezza. Tutti, così sembra, devono essere *mediawise* in una società dominata dai media. Questo non include solo i bambini e i giovani. Infine lo scopo e la necessità di Mediawisdom è riposta nel grado di partecipazione alla società media(tica) stessa. Tutti devono diventare mediawise nella attuale società dominata dai media, e questo scopo può essere raggiunto dall'uso dei media stessi, producendo contenuti mediatici e sviluppando una mentalità o un atteggiamento di critica nei confronti dei media. I cittadini devono essere consapevoli del modo in cui usano i media, e dell'impatto di questo uso su loro. Per diventare cittadini mediawise, bisogna sviluppare la facoltà, la conoscenza, le abilità e la mentalità necessarie per vivere come un abitante indipendente di un mondo complesso dominato dai media. Io credo che l'obiettivo di diventare una persone mediawise sia più raggiungibile in modo più efficace se lo si fa all'interno del sistema educativo. Accanto all'insegnamento su come leggere e scrivere parole, ci dovrebbe essere anche quello su come leggere e scrivere immagini, il cosiddetto linguaggio delle immagini. Anche se i bambini e i giovani crescono in una società visiva, il linguaggio delle immagini non viene insegnato a scuola. E' ancora una componente non obbligatoria nel sistema educativo. Il linguaggio delle immagini digitali è usato bene, ma dai ragazzi nel loro tempo libero, mentre l'insegnamento di un multimedia non è ancora incorporato nel sistema scolastico. Con l'introduzione del media wisdom nelle scuole, gli insegnanti possono collegare il loro metodo didattico alle capacità dei giovani e infondere l'atteggiamento critico nei confronti dei media negli studenti. L'apprendimento dei media digitali fa anche diventare cittadini critici e indipendenti. Le scuole e gli insegnanti continuano ad avere una grande responsabilità, i loro studenti devono essere

mediawise dopo aver dato i loro esami, ma come raggiungere questo obiettivo senza l'introduzione della media education nel curriculum come materia separata? Nei Paesi Bassi e anche in altri paesi molte istituzioni e organizzazioni sono coinvolte nello sviluppo di progetti di media education. Io lavoro per Miramedia, il cui principale obiettivo è raggiungere più diversità e pluralismo etnico nelle trasmissioni. Miramedia sostiene la partecipazione di emigrati in radio, televisione e nell'industria mediatica interattiva. Stiamo sviluppando una politica di trasmissioni multiculturale coinvolgendo la programmazione e l'impiego. Ciò avrà un impatto sulla percezione e sull'atteggiamento dell'audience, degli ascoltatori e degli spettatori. Stiamo anche sviluppando progetti e prodotti di media education da un punto di vista multiculturale. L'audience giovane "diverso" dovrà essere in grado di riconoscersi nelle trasmissioni e di imparare la media education con i media su loro stessi. Ma quali sono le condizioni per produrre e usare prodotti multiculturali di media education? Come si può includere il proprio gruppo obiettivo?

Io ho formulato 6 criteri:

1. la forma; è importante quale forma usare per prodotti media digitali, perché i giovani passano molto tempo davanti al computer e sui media.
2. stare attenti all'identificazione. Giovani emigrati possono riconoscere se stessi dietro al prodotto. Usare celebrità emigrate, con cui i giovani si identificano, e che apprezzano.
3. badare che il proprio prodotto sia attraente, nella qualità, deve avere un buon aspetto, deve essere funzionale.
4. collegare il prodotto con un soggetto sociale, come l'ambiente, la lotta contro la povertà, salute alimentare, movimenti di pace, antiglobalizzazione,
5. non associarli con problemi, ma parti da una prospettiva positiva.
6. fare collegamenti con la generale cultura giovane, la cultura urbana, con argomenti come musica, sport, arte, divertimento, tempo libero, viaggi...

Ora vi mostrerò un esempio di un progetto media multiculturale, un ponte tra due culture. L'anno scorso ho saputo dello sviluppo di un progetto media multiculturale da Miramedia e ho tentato di applicare le condizioni sopramenzionate. L'obiettivo primario era quello di interessare i giovani a professioni orientate ai media, che abbiano a che fare con i media. Volevamo anche andare a fondo nella funzione dei media e in un metodo educativo digitale. Abbiamo cominciato con il famoso hip-hopper olandese-marocchino che avete visto prima. Egli fa anche il comico. Colleghiamo la produzione del documentario con il suo tour dei teatri. Insieme abbiamo sviluppato un concetto educativo e un sito web. Il progetto finale consiste in un DVD del documentario e nel sito internet allo stesso indirizzo. Il sito è dedicato specialmente per la scuola secondaria, è un sito interattivo con molte informazioni, video film e il cosiddetto Bertelsen. I temi sono teatro, hip-hop e documentari. E' in olandese, ma spiegherò un po'. Questo è il sito, e qui sulla destra potete vedere le informazioni su hip-hop, il comico, documentari.. -Questo è il personaggio principale è sta raccontando come ha cominciato la sua carriera da comico hip-hop. .. Nelle scuole si guarda il documentario intero e dopo gli studenti possono lavorare su questo sito. ...Queste sono interviste al regista e al cameraman Ci sono quindi tutte le informazioni su come si lavora con i media in un documentario. E anche informazioni sulla vita da cantante hip-hop e comico. Qui ci sono informazioni sul testo immesso sul sito. Questo è il Bertelsen...

Bene, questa era la mia presentazione. Credo che questo tipo di media education può fare da tramite tra tutti i tipi di studenti olandesi che possono comunicare su internet, perché è questa l'area in cui si incontrano più che nella vita reale. Grazie.