



CORSO DI EDUCAZIONE AI MEDIA PER SCUOLE MEDIE SUPERIORI

Progetto proposto per l'anno scolastico 2004-2005

Introduzione

I media alimentano, animano e influenzano continuamente la vita intellettuale, affettiva e sociale di tutti e in particolare quella degli adolescenti; dai media i giovani attingono elementi importanti per costruire la propria identità e la propria visione del mondo, i propri modelli di salute, benessere, comportamento sociale, la rappresentazione del mondo del lavoro, del consumo, della società in generale.

Se il ruolo della scuola è quello di fornire strumenti e conoscenze per l'interpretazione della realtà, la decodifica del linguaggio e dei messaggi dei media, e in particolare della televisione – che secondo i più recenti dati del Censis rimane il *medium* più "usato" dai giovani - riveste quindi un ruolo importante all'interno del processo educativo.

L'educazione ai media non è una disciplina dai contenuti precisati e standardizzati da una lunga pratica ma viene più facilmente definita in termini di obiettivi. Il principale è quello di favorire lo sviluppo di un approccio critico ai media, ovvero fornire agli allievi conoscenze teoriche e pratiche necessarie per comprendere appieno forme e contenuti dei mezzi di comunicazione di massa (produzione, organizzazione, fruizione e messaggi).

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, la capacità e le motivazioni individuali alla produzione di un lavoro comune con scadenze e responsabilità precise e suddivise all'interno di un gruppo.

Lo studio, l'analisi e il confronto sul linguaggio e sui messaggi prodotti dai media, in particolare dalla televisione, sono inoltre un'occasione per approfondire lo studio e la comprensione del presente e offrono svariate opportunità per percorsi di approfondimento da realizzare con i professori delle materie di insegnamento curricolari.

Il percorso

Il percorso si articola in 13 incontri di due ore ciascuno.

- 1. Un incontro organizzativo:** si svolge preliminarmente con gli organi scolastici e il corpo docente per definire la struttura organizzativa del corso, il numero degli alunni, il docente referente all'interno della scuola, gli orari di svolgimento delle lezioni, gli eventuali legami con le materie curricolari.
- 2. Un incontro introduttivo:** costituisce il momento di presentazione delle caratteristiche del corso alla classe o al gruppo di allievi e il momento della negoziazione dei contenuti su cui verteranno le lezioni, avendone definito l'obiettivo progettuale. L'obiettivo progettuale viene stabilito attraverso una verifica di fattibilità della o delle proposte di allievi e docenti.



3. – 10. Otto lezioni di Teoria della comunicazione e Approfondimenti tematici

Otto incontri sono dedicati allo studio e all'analisi della comunicazione mediatica, con particolare attenzione alla comunicazione televisiva. Gli incontri sono strutturati come lezioni in parte frontali e in parte interattive, alternando **Elementi di Teoria della Comunicazione di massa** e **Approfondimenti tematici**, questo per coinvolgere immediatamente gli allievi, aiutandoli con la visione e la pratica di analisi empiriche ad apprendere le nozioni teoriche esposte.

Elementi di Teoria della Comunicazione di massa

Origine ed evoluzione della comunicazione di massa

Sociologia dei mass media

Analisi della televisione: strumenti e metodi

Formati e generi della televisione

Teorie del linguaggio televisivo

Il linguaggio dell'informazione e dei telegiornali

Teorie degli effetti dei media

Teorie del consumo dei media

Audience televisiva: Auditel e altri sistemi di misurazione

Approfondimenti tematici. Alcuni Esempi:

L'informazione televisiva: i telegiornali

L'informazione televisiva: i talk show

I media e i linguaggi tecnici

L'informazione scientifica

L'informazione economica

Il linguaggio della politica

Nuovi formati televisivi: i reality show

La pubblicità

L'ipertesto

TV e pari opportunità

La rappresentazione di genere

La rappresentazione degli immigrati

La rappresentazione del multiculturalismo

Consumi: l'Auditel in classe

Nei restanti tre incontri il personale dell'Osservatorio affiancherà allievi e personale docente nella realizzazione del **Progetto di ricerca**.

11. – 13. Tre incontri su un Progetto di ricerca da realizzare con studenti e professori

Gli ultimi tre incontri del corso sono destinati alla guida, da parte dei ricercatori dell'Osservatorio, alla realizzazione di un progetto di ricerca, che in parte potrà essere svolto in autonomia da alunni e docenti, al di fuori delle ore di lezione. La realizzazione del progetto di ricerca ha lo scopo di verificare e applicare le nozioni apprese durante il corso. L'argomento del progetto e la sua estensione vengono scelti da allievi e professori con la consulenza dei ricercatori dell'Osservatorio, i quali affiancano i ragazzi nella definizione della struttura del progetto e della metodologia di analisi, nella verifica della correttezza della sua applicazione e nella valutazione e presentazione finale dei risultati.

Informazioni e contatti

Andrea Caretta acaretta@osservatorio.it

Monia Azzalini mazzalini@osservatorio.it