

# LA SFIDA EDUCATIVA I MASS MEDIA

Tra Educazione e comunicazione c'è uno stretto rapporto, un rapporto originario, poiché *si educa comunicando*.



Al tempo stesso, *ci si educa a comunicare*.

Comunicazione ed educazione testimoniano entrambe della costitutiva *natura relazionale* dell'uomo

# *I media educativi*

## *1. Social network*

(telefonini, e-mail, chat, blog, forum)

Media a cui i giovani fanno sempre più ricorso.



Consentono la creazione e lo sviluppo di “comunità relazionali” in cui il legame è costituito da comuni interessi, gusti o riferimenti culturali.

## *2. Mass media audiovisivi*

In primo luogo la televisione  
 (“apertura” al mondo, “teatro globale”).



I giornalisti come guardiani della soglia attraverso la quale la “realtà”  
 del mondo ci raggiunge e si rende accessibile.

Funzione di intrattenimento e divertimento = *fiction*

# *I media e gli esempi educativi*

Nell'educazione e in ogni forma di apprendimento sociale un ruolo fondamentale è assunto dall'*esempio*.

La genesi dei valori in noi ha sempre una natura imitativa.

La forza dei media:



1. Alone di prestigio
2. Alimentano la nostra conversazione
3. Relazione “para sociale”

# I mass media costituiscono degli agenti di socializzazione, sebbene agenti *sui generis*.

Parte della funzione socializzatrice che i media esercitano  
è consapevole e apertamente ricercata.

La maggior parte del processo di trasmissione di valori  
e modelli di comportamento avviene in modo *indiretto*.

C'è insomma una specie di imprescindibilità o pervasività  
dell'ambiente mediatico della quale essere consapevoli.

In realtà nei media si incontrano sempre *due libertà*  
*e due volontà autonome*, quella dell'emittente  
e quella del destinatario

# *L'ambivalenza educativa dei media e la credibilità degli adulti*

I media sono dei *soggetti* del processo educativo?

Detengono una *responsabilità educativa*?

Essenziale alla relazione educativa è la *reciprocità*

*I media interferiscono nel processo educativo*, possono assecondarlo  
e sostenerlo come renderlo più arduo e rischioso

Il punto decisivo non è il fascino dei media,  
ma la *credibilità degli adulti*



C'è oggi una Tv per i bambini e i ragazzi?  
Per lo più con i canali tematici a pagamento

# C'è una penuria di specifici programmi rivolti ai preadolescenti e agli adolescenti

In Italia i *cartoni animati* fanno la parte del leone



Come introdurre i giovani a una conoscenza ed esplorazione della realtà?

Spesso anche i bambini vedono prodotti di animazione o di altro tipo concepiti per un pubblico di adolescenti o adulti

Molti personaggi e storie nascono già all'interno di una mirata strategia di marketing producendo un "effetto assillo" sui genitori e consumi chiamati "simboli di stile"

# *I criteri di credibilità dei media*

I media raccontano il mondo attraverso l'informazione e ne disegnano tanti altri attraverso la fiction.



E' indifferente il modo in cui ciò avviene?

Due sono i criteri fondamentali:

*cercare e dire la verità e l'orientamento all'umano.*

Impedire quindi che questa *verità consensuale* cada preda del potere di chi può imporre la sua visione perché può “parlare più forte”.



*C'è un modo in cui le cose stanno... sinceramente...  
come... perché... le cose stanno diversamente*

Il secondo grande criterio che dà valore alla comunicazione dei media è l'*orientamento all'umano*.

Colpisce il fatto che i media e la televisione in particolare siano capaci di parlare quasi esclusivamente il *linguaggio delle emozioni*.

Il corrispettivo di ciò è *una disabitudine al giudizio e all'esercizio del senso critico*.

Tendenze quindi negative:



- *L'identità spettacolarizzata* (l'apparire, la notorietà)
- *Il fascino del negativo*: “una cattiva notizia è una buona notizia”, in grado di riscuotere l'interesse e il coinvolgimento del pubblico
- *L'immagine dell'adulto e il disincanto del bambino*:  
la delegittimazione della figura dell'adulto. Forse il più grave effetto di interferenza sulla relazione educativa

# *I nuovi media*

Continente comunicativo in movimento che si trasforma rapidamente.



*I new media* nascono dalla convergenza di due filoni tecnologici:  
l'informatica e le telecomunicazioni.

Conseguenze:

1. la *pervasività* = media come “ambiente”
2. l'*interattività* = l'utilizzatore diventa co-autore
3. l'*appropriazione e la condivisione dei contenuti mediali* = sviluppo di contenuti generati dagli stessi utilizzatori

# *Social network=amicizia*

*L'amicizia è educativa.*



Anche l'amicizia in rete può assumere questa valenza educativa. Il punto è la *qualità della relazione* che si crea tra le persone e la *qualità della conversazione* che esse intrattengono.

La questione è che io sappia chi e cosa cercare in rete, perché ci sono in negativo:

*cattivi maestri... falsi amici... e poi il narcisismo... le identità truccate... il rifugio nella rete...*

in positivo:

*la socializzazione... la crescita dell'autostima... forme di partecipazione*

# *Precauzione e responsabilità*

Chi o che cosa decide i contenuti e le tendenze dei media?

Regole di mercato = conquistare lettori o ascoltatori = crescente spettacolarizzazione dell'informazione...



*Principio di precauzione:* come per i cibi, da applicare anche al cibo-prodotto mediale in relazione agli effetti imitativi e di assuefazione alla violenza nei media (bullismo...)

Principio di precauzione che dovrebbe riguardare *tutti gli attori in gioco* (professionisti, educatori, famiglie, associazioni, istituzioni, giovani e adulti)

Il rischio della comunicazione vale la spesa,  
perché è una opportunità e ricchezza.

Riflessione sul concetto di “*servizio pubblico*”.  
Qual è il ruolo degli *operatori della comunicazione*?



Stabilire forme di autoregolamentazione e di indirizzo,  
come la proposta di un codice etico?

“*In questo mestiere non si può essere cinici*” (Rossi)

Inserire tra i saperi previsti dai programmi della **scuola** dell’obbligo  
la *media education*?

Le *famiglie* restano però l’ambito primario della relazione educativa.  
Una pedagogia delle “difese interne” attraverso l’accompagnamento  
e la condivisione della visione e dell’ascolto

# Dati statistici

Il bullismo interessa a vario titolo il 35% dei ragazzi della scuola secondaria di primo grado e il 20% di quelli della secondaria di secondo grado (2008)

Il 17% dei ragazzi e il 20% dei bambini sono stati infastiditi da un adulto in chat; il 22% degli adolescenti ha incontrato dal vivo e da solo una persona conosciuta tramite internet (2006)

Il 41,3% degli adolescenti ritiene che i coetanei ricevano inviti da sconosciuti tramite internet (2008)

Il 16% dei bambini tra i sette e gli undici anni guarda da solo programmi con il bollino rosso (2006)

Il 52% dei preadolescenti ritiene che in rete i coetanei fingano di essere qualcun altro (2008)

Grazie  
a tutti  
dell'attenzione  
e delle domande  
possibilmente  
brevi

Roma, 28 febbraio 2010