



Panorama della media education in alcuni paesi europei

Sandra Federici, Rossana Mamberto y Beatrice Orlandini

Università di Bologna

Este artículo nace de la iniciativa que la cooperativa Lai-momo de Bolonia, que pertenece a la Comisión Europea, Dirección General de Educación y Cultura, en siete países de la Unión Europea (Italia, Grecia, España, Portugal, Bélgica, Francia y Luxemburgo).

Los autores se acercan al mundo de los medios de comunicación de masas y de la educación desde la posición y tratamiento de los medios por parte de cada uno de los países que componen ese colectivo. La oferta educativa, en general para toda Europa, necesita de la intervención de la comisión Europea, que defina una política general y asigne unas líneas de financiación. Solo de esta forma se alcanzará una garantía y legitimidad de intervención pública que facilite la cooperación entre los más diversos sectores de formación.

This article is born from the initiative of the cooperative Lai-momo of Bolonia; this belongs to the European Commission, General Direction of Education and Culture, with the participation of seven countries of the European Union (Italy, Greece, Spain, Portugal, Belgium, France and Luxembourg).

The authors approach the world of the mass and education media taking into account the vision of every country about this theme. The educational offering, in general for the whole Europe, needs the intervention of the European Commission, that must define a general policy and assign some lines of financing. This is the only way to guarantee and legitimate the public intervention to facilitate the cooperation between the most diverse sectors of education.

1. La Commissione Europea e la media literacy

Prima di dare conto dei risultati della ricerca, ci sembra opportuno ripercorrere le tappe dell'intervento della Commissione Europea nell'ambito della media education e delle conseguenze politiche e concrete fino a oggi.

Nel vertice di Lisbona del 23-24 marzo 2000, i capi di stato e di governo si sono impegnati concretamente a promuovere l'iniziativa e-Europe, già varata dalla Commissione Europea in dicembre '99. In questo ambito, la Commissione stessa ha adottato nel maggio successivo l'iniziativa e-Learning, avente lo scopo di «mobilitare le comunità educative e culturali, nonché i protagonisti economici e sociali europei, al fine di accelerare l'evoluzione dei sistemi d'istruzione e di formazione nonché la transizione dell'Europa verso la società della conoscenza»¹. La Commissione, consapevole del fatto che il sistema educativo europeo -basato da sempre sul linguaggio scritto e parlato- è inadeguato rispetto all'evoluzione delle nostre società, ha preso coscienza che l'educazione ai media e all'immagine devono trovare uno spazio nei programmi formativi in tutta Europa.

Per questo, ha deciso di affrontare questi argomenti con *un'iniziativa speciale del programma e-Learning*, condotta dalla direzione generale Educazione e cultura, in particolare dall'unità Multimedia della direzione «Culture, audiovisual policy and sport».

Trattandosi di un argomento relativamente nuovo, è stato necessario procurare un *background di conoscenze e idee*, con iniziative di studio e confronto tra esperti. Si è cominciato con l'organizzazione di un workshop (Bruxelles, novembre 2000) dal titolo *Image education and media literacy*², che ha visto la partecipazione di docenti universitari, responsabili di network televisivi e di associazioni impegnate nell'educazione ai media. L'incontro aveva lo scopo sia di stabilire una rete di esperti e un piano di azione per il futuro sia, più ambiziosamente, di inaugurare nuove linee di pensiero a livello europeo e identificare i principali argomenti nell'ambito dell'educazione all'immagine e della media literacy. Questo primo workshop ha fatto emergere i diversi aspetti della media education, a cominciare dall'intervento di Tapio Varis, docente di Media culture and communication education all'University of Tampere (Finlandia), che ha posto l'accento sul fatto che l'abilità a comunicare attraverso tutti i media vecchi e nuovi, così come la capacità di accedere, analizzare e valutare il potere di immagini suoni e parole, sono strumenti essenziali per il nostro futuro come individui e come membri di una società democratica. Sono stati quindi toccati argomenti cruciali come l'educazione ad un uso critico e consapevole dei media, l'insegnamento a distanza, la trasmissione delle competenze tecniche, l'educazione attraverso i media (soprattutto cinema e televisione); e si è rilevato il carattere multidisciplinare dell'argomento e la necessità di allargare le conoscenze sulle esperienze in corso e gli strumenti a disposizione.

L'unità «Multimedia» ha poi organizzato un secondo workshop in aprile 2001, sempre a Bruxelles, che ha proposto in particolare esperienze pedagogiche e studi relativi al cinema, alla televisione e al video³.

A fine 2001 sono stati commissionati una serie di piccoli studi propedeutici all'elaborazione di un rapporto per la Commissione Europea che identificasse e analizzasse gli approcci esistenti e possibili per sviluppare e promuovere la media literacy in Europa. È in quest'ambito, come abbiamo detto inizialmente, che abbiamo realizzato un monitoraggio su sette paesi europei.

Nella seconda metà del 2002 è stato lanciato un «appello a presentare proposte», con il co-finanziamento di progetti per 2,75 milioni di euro.

Nel gennaio 2003 si è tenuto il terzo workshop, con un'ampia partecipazione di esperti e operatori da diversi paesi, alcuni dei quali, con una interessante nota critica nella discussione finale, hanno lamentato che l'inserimento delle iniziative europee sulla media literacy nell'ambito di e-Learning può implicare un approccio parziale e troppo virato sulle nuove tecnologie, in una società in cui i vecchi media persistono e costituiscono la base per i meccanismi comunicativi dei nuovi media. Ad esempio, prima dei video in Internet, è necessario saper interpretare l'immagine cinematografica e televisiva, prima delle notizie on-line bisogna imparare a leggere un giornale cartaceo.

Per la fine del 2003 è atteso un documento politico della Commissione e un secondo «invito a presentare proposte».

2. Gli attori dell'educazione ai media e i loro approcci

Abbiamo svolto la nostra azione di ricerca tra la fine del 2001 e la seconda metà del 2002 e, volendo toccare tutte le categorie di utenti e di operatori abbiamo cominciato con una mappatura on-line dei soggetti attivi, dei progetti in corso e degli studi realizzati. A tutti gli enti, associazioni, università, testate individuati in



questo modo, abbiamo sottoposto un questionario via *e-mail* per raccogliere informazioni sulle loro attività, sulle fonti di finanziamento, sui progetti specifici. Poi abbiamo realizzato viaggi di studio nei paesi con incontri di approfondimento presso alcuni organismi selezionati.

Abbiamo classificato *gli attori della media literacy* nelle seguenti categorie: le istituzioni pubbliche, la scuola, l'università e la ricerca, le associazioni, i media. Abbiamo realizzato un resoconto per ogni paese e un report finale comparativo, nei quali però mancano quasi totalmente notizie sul Lussemburgo, dove si sono rilevati pochissimi organismi, che non hanno manifestato disponibilità a fornire informazioni.

Dovendo in questa sede per ragioni di spazio selezionare gli argomenti, daremo un resoconto delle attività delle istituzioni pubbliche nei diversi paesi, delle esperienze più interessanti delle associazioni e delle iniziative degli stessi media, mentre tralascieremo la parte relativa a università e ricerca e alle azioni nelle scuole.

Per riassumere la situazione generale nei paesi presi in considerazione, tre approcci possono essere definiti per le iniziative monitorate, spesso connessi e interrelati in uno stesso progetto. Alcune azioni hanno lo scopo di analizzare e capire il linguaggio dei media, focalizzandosi particolarmente sui meccanismi di funzionamento e di decodifica del testo. Esempi di questo tipo di iniziative sono le analisi dei testi audiovisivi (film, pubblicità) o dei giornali.

Un'altra linea di tendenza enfatizza le caratteristiche organizzative dei media, considerate come un'importante realtà socio economica. Azioni in questo senso cercano di mettere in evidenza, ad esempio, come la proprietà possa influenzare il lavoro dei giornalisti.

Infine, il terzo approccio è centrato sul *learning by doing* e favorisce la creatività di gruppi sociali, incoraggiandoli a misurarsi nella produzione mediatica, sperimentando e imparando il funzionamento dei media e acquistando come conseguenza una visione critica nei loro confronti.

3. Istituzioni pubbliche ed educazione ai media

Il ruolo delle istituzioni pubbliche nell'ambito educativo è fondamentale e ha notevoli implicazioni legislative, teoriche, finanziarie e organizzative. *In quasi ogni paese esaminato, il governo dichiara ufficialmente l'importanza di educare i cittadini ai media e alle nuove tecnologie, ma questo non significa sempre che essi prendano in carico la media education e destinino dei fondi a questo scopo.*

In Francia le istituzioni pubbliche, in particolare il ministero per l'Educazione, sono molto attive e ricettive. Una visibilità significativa e una stabilità dell'educazione ai media è stata assicurata con la creazione, già nel 1983, del Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (CLEMI)⁴. Nato dall'iniziativa di professionisti dei media e di alcuni accademici, è un organo del ministero dell'Educazione specificamente responsabile per la formazione e sensibilizzazione degli insegnanti ed educatori nella media literacy. Realizza, in stretta collaborazione con il mondo dei professionisti dei media, iniziative che variano dall'educazione alla lettura alla creazione di giornali scolastici ad azioni educative sull'uso di Internet a progetti sulla radio. Il CLEMI, da un lato, garantisce il coordinamento tra gli operatori a livello nazionale, e quindi la continuità e la pertinenza del lavoro, dall'altro lato, ha una capillarità di azione che risponde ai concreti bisogni delle differenti realtà locali.

Il Belgio ha un organismo simile, il Conseil de l'éducation aux médias (CEM),⁵ creato con un decreto del governo della Comunità francese nel 1995. Ha il compito di definire le priorità nel campo della media literacy e di integrarla nella formazione degli insegnanti. Inoltre elabora le modalità e i principi per introdurre l'educazione ai media nei programmi scolastici, collaborando con i tre differenti network in cui

il sistema belga è tradizionalmente diviso (scuola statale, scuola locale e scuola libera, cioè confessionale). Inoltre, con il suo Centre de ressources, promuove e valuta azioni, ricerche ed esperienze pedagogiche. Il CEM adotta sia a livello teorico sia pratico un modello introdotto dal British Film Institute, che mette in evidenza sei aspetti chiave dell'educazione ai media: linguaggi, tecnologie, rappresentazioni, tipologie, pubblici/audience, sistemi e strutture di produzione e diffusione.

In Belgio ci sono poi altri tre organismi che rappresentano i tre network di insegnamento: il Centre d'Autoformation et de Formation continue de la Communauté française a Tihange,⁶ per l'insegnamento statale; il Centre audiovisuel de la Ville de Liège,⁷ per l'insegnamento ufficiale sovvenzionato e l'associazione Média Animation,⁸ per scuole confessionali.

Anche il governo fiammingo è impegnato nel tema, ma i suoi sforzi sembrano andare più nella direzione di una formazione pratica alle Tecnologie della informazione e comunicazione (TIC) che verso una vera media education.

In Italia, nonostante l'interesse nel mondo della scuola, *non ci sono istituzioni specificamente impegnate nella promozione della media literacy*. Le organizzazioni non istituzionali affermano la necessità di una sorta di leadership o di un organo rappresentativo, anche per avere un interlocutore con l'istituzione governativa, e molte lamentano che la media education non sia mai stata una priorità per il governo italiano. Negli anni 90, *i governi di centro-sinistra hanno lavorato soprattutto per l'introduzione dell'insegnamento delle TIC nella scuola*.

Poi, uno degli slogan programmatici della campagna elettorale di Silvio Berlusconi fu quello detto delle «tre i» per la riforma della scuola: Inglese, Impresa e Internet. La riforma del sistema scolastico varata dal ministro dell'Istruzione Letizia Moratti con la legge delega n. 53 del 28 marzo 2003 prevede il sostegno allo «sviluppo delle tecnologie multimediali e dell'alfabetizzazione nelle tecnologie informatiche, nel pieno rispetto del principio di pluralismo delle soluzioni informatiche offerte dall'informazione tecnologica, al fine di incoraggiare e sviluppare le doti creative e collaborative degli studenti» (art. 1). Secondo la riforma Moratti, sin dalla prima elementare i ragazzi dovrebbero studiare obbligatoriamente l'informatica (cosa che diverse scuole anche materne realizzano già grazie alla legge sull'autonomia). Inoltre, nelle Indicazioni nazionali per i Piani di studio personalizzati nella Scuola secondaria di «grado è previsto l'obiettivo arte» ed immagine che contiene diverse nozioni necessarie a una media literacy di base. Mancano però ancora sia le indicazioni su come sarà finanziata la legge sia i decreti attuativi che dovrebbero realizzare concretamente la riforma.

Anche se una delle principali organizzazioni internazionali della media education (European children's television centre, un'istituzione non profit che mira a sviluppare un linguaggio audiovisivo europeo comune e lo scambio di idee legato al mercato televisivo per bambini) ha sede ad Atene, la situazione generale in Grecia sembra essere caratterizzata da una certa arretratezza. Il governo si è impegnato soprattutto per la promozione delle TIC, con il documento elaborato nel 2002 *Greece in the Information Society: strategy and actions*⁹, che identifica le linee di sviluppo delle TIC per gli anni 2000-2006 e fissa le priorità dell'educazione, come fornire gli accessi internet per le scuole e le università, garantire la formazione per gli studenti e gli insegnanti e lo sviluppo di contenuti educativi digitali.

In Portogallo il ministro dell'Educazione mostra un forte interesse nel campo dell'alfabetizzazione ai media. All'inizio degli anni Novanta essa è diventata una delle aree di intervento dell'Instituto de inovação educacional (IIE)¹⁰, organismo dipendente dal ministro dell'Educazione. In questi ultimi anni, esso ha sviluppato un lavoro sistematico per la sensibilizzazione e la promozione dell'educazione ai media nelle scuole, lavorando a livello nazionale e regionale. Ad esempio ha avviato il programma *A educação para os media*, un programma per accrescere e sviluppare attività di educazione ai media nelle scuole, ma anche concorsi per gli studenti e



progetti di ricerca e scambio teorici, oltre che numerose pubblicazioni¹¹. Tra i suoi obiettivi primari c'è quello di favorire gli scambi di esperienze tra le scuole, per creare una rete che possa sviluppare linee guida innovative. In questa prospettiva la formazione del personale docente, normalmente organizzata dagli istituti per l'aggiornamento degli insegnanti, è stata integrata con la partecipazione di istituzioni educative e associazioni di professionisti dei media, come CENJOR, Centro protocolar de formação profissional para jornalistas. L'IIE è particolarmente attento a collaborare con i media nazionali, come la radio portoghese e il giornale Público, nonché con centri internazionali come il CLEMI.

In Spagna, le iniziative variano ampiamente da una regione all'altra. Le linee guida principali nel campo dell'istruzione sono fornite dal ministro dell'Educazione e cultura e sono adattate e messe in opera da centri regionali autonomi in accordo ai bisogni specifici locali. A livello nazionale e ministeriale, tutte le sperimentazioni didattiche negli anni Ottanta sono confluite nella promulgazione della Ley orgánica de ordenación general del sistema educativo (LOGSE), che attualmente regola il sistema scolastico spagnolo.

Questa legge ha sempre riconosciuto l'importanza sociale dei media e la necessità di aggiornare costantemente le scuole. Ciò nonostante, anche se la differenza con la legge precedente è enorme, ancora l'applicazione nella scuola è debole. Ad esempio, nella scuola dell'infanzia e primaria i temi della comunicazione sono trattati all'interno di altre discipline e solo nella secondaria ci sono opzioni specifiche per lo studio dei media. Bisogna però sottolineare che i media trovano spazio nei programmi scolastici. Secondo Joseph Déo, dell'associazione Mitjans - Xarsa d'educadors y comunicadors, la LOGSE ha aperto varie possibilità per l'educazione alla comunicazione, ma le nuove proposte di riforma, messe in campo dal governo conservatore nel 2002, mettono un freno a ogni possibilità¹².

La seconda metà degli anni Novanta e l'inizio del nuovo secolo hanno visto un importante sforzo da parte del governo (ministério de Educacion, cultura y deporte, ministério de Ciencia y tecnologia, directorado general de Acceso a la sociedad de la información) per implementare la diffusione delle TIC nelle scuole e presso la popolazione, e c'è un piano per mettere in campo progetti di istruzione e formazione basati sulle nuove tecnologie, sia a livello nazionale sia supportando gli interventi locali esistenti. Alcune di queste sono coordinate e promosse a Madrid, sotto gli auspici del Centro nacional de información y comunicación educativa (CNICE), l'organismo nazionale per l'aggiornamento degli insegnanti, che fornisce anche formazione a distanza. Anche qui, però, l'impegno è soprattutto volto a dare strumenti tecnici di utilizzo dei media alla popolazione (Aldea Digital, Internet para Todos, Mentor), più che ad educare ad un approccio critico. È stato rilevato che gli anni successivi alla fine della dittatura franchista, caratterizzati da fiorente crescita economica e grande sperimentazione culturale e formativa, sono stati un'occasione perduta di elaborare una proposta globale e integrata di educazione alla comunicazione¹³.

A livello di comunità autonome, la Catalogna, che per ragioni storiche è assieme ai Paesi Baschi la regione con il maggiore sviluppo sociale ed economico, ha anche un'importante tradizione di sperimentazione nel campo educativo. Gli esperti però lamentano che nelle attività curriculari lo spazio per l'educazione ai media è ridotto e non obbligatorio. Si può trovare un'attitudine positiva nelle nuove proposte sviluppate dalla Generalitat de Catalunya nel programma Educació 2000-2004, che in un documento di lavoro¹⁴ stabilisce sei dimensioni dell'educazione ai media: impatto storico-culturale, agenti di produzione, categorie dei media, il linguaggio dei media, le rappresentazioni dei media, l'alfabetizzazione tecnologica.

La giunta Andalusia ha lanciato in aprile 2002 un importante piano regionale per iniziative strategiche per la società dell'informazione, Info@landalus 2002-2004, con un investimento di 367 milioni di euro grazie al contributo europeo, allo scopo di integrare pienamente l'Andalusia nella società dell'informazione.

4. L'impegno delle associazioni

Il contributo delle associazioni nel campo della media literacy è fondamentale sotto diversi aspetti. Innanzitutto esse riescono generalmente a coinvolgere persone che le istituzioni da sole non possono raggiungere. Inoltre tendono a specializzarsi su un aspetto della media education, o su un media particolare, o su un determinato tema. Più importante, permettono alla gente di sperimentare concretamente sia l'analisi sia la produzione mediatica. Bisogna però ricordare che dove il settore pubblico è carente e i finanziamenti sono scarsi, il lavoro delle associazioni è più duro e non può sempre garantire un'azione a lungo termine e una continuità ai progetti intrapresi.

In Francia, ci sono molte associazioni attive nel campo culturale, e così nell'educazione ai media e all'immagine, e Parigi è ricca di eventi, grazie ai consistenti contributi della municipalità. Particolarmente interessanti dal nostro punto di vista sono il Forum des Images¹⁵ e la Maison du Geste et de l'Image¹⁶. Essi lavorano soprattutto con i giovani, sia collaborando con scuole e insegnanti, sia offrendo loro occasioni di incontro durante il tempo libero. Entrambi hanno la caratteristica di prendere in seria considerazione gli interessi e l'ambiente di vita dei giovani, stimolandoli allo stesso tempo a usare la loro capacità creativa e analitica. Il Forum lavora sul cinema, organizzando proiezioni seguite da analisi e dibattiti, e fornisce anche possibilità di workshop nei suoi spazi ottimamente equipaggiati, con il duplice scopo di educare attraverso le immagini e soprattutto di educare sulle immagini. Invece la Maison du Geste et de l'Image lavora sulla media literacy partendo dall'atto creativo, coinvolgendo gli artisti e offrendo un equipaggiamento tecnico di qualità professionale. Questi sono solo due esempi di una ricca varietà di organizzazioni impegnate ad aumentare la consapevolezza nell'uso e nella fruizione dei media.

Anche in Belgio molte associazioni lavorano sull'educazione ai media, soprattutto in collaborazione con le istituzioni pubbliche. Alcune realizzano video per formazioni audiovisuali, altre producono dossier pedagogici, altre organizzano corsi di formazione e animazioni con le scuole o per il tempo libero dei ragazzi. Tra gli altri, l'Association téléspectateurs actifs (ATA)¹⁷ ha lo scopo di stimolare i telespettatori a non subire passivamente la televisione, sia attraverso l'informazione sia attraverso l'azione. Il CTV, Centre d'action et de documentation pour la radio et la télévision di Bruxelles crea e diffonde strumenti pratici per capire e creare supporti audiovisivi e multimediali, organizzando workshop di iniziazione al linguaggio audiovisuale.

Nella comunità fiamminga un'associazione non profit attiva espressamente nel campo è Imagica, il cui scopo principale è introdurre bambini e giovani nel mondo dei media audiovisuali e di internet (come luogo da esplorare e come mezzo di espressione), con attività educative in scuole e centri giovanili.

In Italia, il mondo delle associazioni ha una lunga tradizione anche nel campo dell'educazione ai media, e la maggior parte delle iniziative nel settore, anche nell'ambito scolastico, viene attualmente da soggetti privati. La diffusa presenza d'associazioni è un fenomeno connesso strettamente con la debolezza del ruolo delle istituzioni ufficiali: il loro merito è di avere rilevato una carenza e di avere risposto autonomamente a un bisogno sociale. A differenza degli altri settori, il mondo delle associazioni si sforza di realizzare un coordinamento e identificare un referente per le proprie iniziative. È il caso del MED, un'associazione fondata nel 1996, con lo scopo di promuovere l'educazione ai media tra i formatori e la riflessione sull'argomento da parte di insegnanti ed esperti. Oggi molti studiosi italiani hanno iniziato a interessarsi alla media education identificando il MED come punto di riferimento per il dibattito teorico e le attività pratiche. Il MED è caratterizzato da relazioni strette con organismi internazionali come il CLEMI in Francia.

Oltre al MED esiste un'altra importante realtà in Italia, il centro Zaffiria, fondato nel 2001. Il suo scopo è diventare un centro di documentazione e un referente per



tutti gli attori coinvolti in questo campo, così come per le università che vogliono approfondire la materia. Nel 2002 MED e Zaffiria hanno organizzato per la prima volta in Italia un convegno su media ed educazione per richiamare l'attenzione sull'importanza del tema e per comparare la situazione italiana con quella di altri paesi.

In Portogallo, l'associazione più importante è la AEM, Associação Para a Media Educação, fondata nel 1996 e composta da insegnanti e giornalisti di tutte le regioni per creare un ponte tra educazione e comunicazione. L'AEM è uno dei partner dell'IIE e ha contatti internazionali con strutture come il CLEMI, il British Film Institute di Londra e il Grupo Comunicar in Spagna. Ad ogni modo, il mondo dell'associazionismo in Portogallo non è molto sviluppato per quanto riguarda l'educazione ai media: ci sono soprattutto Cine Club che organizzano proiezioni con workshop sul linguaggio audiovisuale.

In Spagna il mondo associativo è fecondo e ha un ruolo importante, soprattutto perché si occupa di stimolare la riflessione, e ha una prospettiva generale e integrata sull'educazione alla comunicazione. Sembra che ci sia un attivo e fertile scambio di stimoli, conoscenze e esperienze tra scuola e associazioni e viceversa, con una diretta partecipazione di insegnanti nella fondazione delle associazioni, citiamo tra tutte il Grupo Comunicar, Colectivo andaluz para la Educación en Medios de Comunicación¹⁸ e Mitjans¹⁹. Questa combinazione produce i progetti più interessanti e meglio organizzati anche se di piccole dimensioni. La vita delle associazioni è strettamente legata alla disponibilità di fondi: non sempre le associazioni, infatti, riescono a dare continuità alle loro attività.

5. Televisione, radio, stampa

In Francia le basi per i nuovi orientamenti nella televisione educativa sono stati lanciati in due rapporti: il rapporto Pomonti nel 1989 e il rapporto Lafitte-Tregouët nel 1993. Questi hanno portato alla creazione di La Cinquième²⁰, il canale di conoscenza e cultura, che ha cominciato le trasmissioni nel 1993. Sin dal suo primo anno ha introdotto trasmissioni di critica delle immagini, tra le quali la più importante è Arrêt sur images, nella quale due giornalisti commentano, analizzano e criticano i programmi televisivi, anche quelli stranieri. La Cinquième collabora con il Centre national de documentation pédagogique²¹ per produrre una serie di trasmissioni chiamate Galilée, una serie di documentari di 13 minuti ciascuno, trasmessi nel campo di Ecrans du Savoir, che spesso trattano temi di media literacy e sono accompagnati da guide pedagogiche disponibili anche su internet durante la settimana di trasmissione. Tra i temi presi in esame notiamo la fotografia nella pubblicità, l'offerta televisiva, i documentari, il suono nelle trasmissioni televisive. Poi ci sono casi locali come Canal 15 di Roche-sur-Yon che promuove la partecipazione della popolazione locale nella conduzione di interviste, fornendo l'assistenza del suo staff e l'uso del suo equipaggiamento.

Il caso più evidente è però la Semaine de la Presse, organizzata da ormai più di 10 anni dal CLEMI nelle scuole francesi. Si trattava inizialmente di un'iniziativa occasionale, che si è trasformata col tempo in un'istituzione. Ogni anno, circa 4 milioni di alunni e 250.000 insegnanti prendono parte alle attività in 15.000 scuole. Circa 800 organizzazioni mediatiche sono partner nelle iniziative (500 quotidiani, 240 radio, 50 canali tv, 10 agenzie di stampa). I ragazzi partecipano a diversi atelier: la scrittura dei giornali, la comparazione di uno stesso avvenimento nei diversi media, la stampa in lingua straniera, l'importanza delle immagini... Ci sono inoltre circa 3000 dibattiti con professionisti dei media su differenti temi.

In Belgio, il principale ruolo della televisione pubblica RTFB nell'educazione ai media è quello di permettere alle scuole di utilizzare i filmati di alcune trasmissioni: una convenzione autorizza infatti le scuole a prendere in prestito le registrazioni delle trasmissioni. La RTFB inoltre ospita le classi per visite guidate e stage. Le tivù

locali hanno lavorato molto, realizzando programmi concepiti per le scuole e dentro le scuole e organizzando stage per l'uso del video nella formazione. La stampa è molto impegnata nel campo dell'educazione ai media, secondo l'idea che cittadini attivi sono anche buoni lettori di giornali e viceversa. Particolarmente attiva è l'Associazione belga degli editori di giornali, che produce *Journal de Bord*, una rivista con giochi per insegnare a bambini e adolescenti a leggere la stampa, in collaborazione con il CEM. Molte radio offrono infine spazi alle scuole per produrre programmi. In generale, il CEM organizza regolarmente scambi tra scuole e media per creare nuove occasioni di collaborazione.

In Italia la Rai ha finalità educative sin dalla sua fondazione, ma nei suoi programmi attualmente non è riconoscibile alcuna particolare attenzione ai temi della media literacy, e questo problema è da inquadrare nell'acceso dibattito sulla qualità dei programmi televisivi, spesso strettamente legati ai trend commerciali.

A livello di programmi, una trasmissione di qualità, pioniera nel trattare il tema delle nuove tecnologie e del loro impatto sociale era *Mediamente*, che però nel febbraio di quest'anno è stata tolta dalla programmazione in chiaro e spostata sul satellite, con un'ovvia e notevole riduzione dell'audience. Alcuni anni fa la Rai ha creato una nuova struttura chiamata Rai-educational, dedicata esclusivamente all'educazione permanente dei cittadini, in particolare i giovani, e che dovrebbe funzionare da ponte tra scuole e mass media. Rai-educational trasmette prevalentemente sul satellite, ma alcuni programmi vengono diffusi anche via etere. Tra questi notiamo quella che oggi è probabilmente l'unica trasmissione a portare avanti un'analisi esplicita dei programmi televisivi, *Il grande talk*, in onda su RaiTre il sabato mattina, dalle 7,30 alle 9,00. Nel programma gruppi di studenti, dopo aver seguito e analizzato per un certo periodo un programma sotto diversi aspetti (costruzione e montaggio, qualità della presentazione o dell'interpretazione, risultati d'ascolto...), si confrontano con esperti di analisi mediatica e protagonisti della televisione, in un dibattito sulla qualità televisiva. Altra recente trasmissione degna di nota è *Screensaver*, condotta da Federico Taddia²², che nella rubrica «la TV la fai tu» presenta piccole fiction ideate e prodotte dai ragazzi per i loro coetanei.

Per quanto riguarda la radio, particolarmente interessante è la trasmissione *Golem* di Gianluca Nicoletti, in onda su Radio 1 Rai tutte le mattine dal 1996, con una critica molto aspra in particolare dei nuovi format di falsa TV «del reale», e dei suoi «falsi casi umani» e sulla loro capacità di influenzare l'immaginario e i comportamenti dei giovani e delle persone meno attrezzate dal punto di vista culturale. Le radio sono più libere dalle logiche di mercato, in particolare quelle private che spesso praticano un approccio critico al mondo dell'informazione.

Relativamente ai giornali, è da citare l'iniziativa *Il giornale in classe*, nata da una collaborazione tra ministero dell'Istruzione, FIEG, Ordine dei Giornalisti e Federazione Nazionale della Stampa, e dedicata ai giovani dalla quarta elementare alla quinta superiore. Grazie a questa iniziativa, a cui partecipano i principali organi di stampa italiana (*Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *La Stampa*, *La Nazione*, *Il Resto del Carlino*, *Il Mattino*, *Il Sole 24 Ore*, *Il Secolo XIX*...) ogni anno, per circa due settimane, un quotidiano entra nelle classi e viene letto e commentato dagli studenti e dagli insegnanti. Vengono inoltre portate avanti iniziative per favorire la nascita di giornali scolastici, in formato cartaceo oppure on-line.

In Grecia la tumultuosa situazione politica del dopoguerra ha influito anche sul sistema radiotelevisivo. Solo dal 1990 è terminato il monopolio statale, ma il sistema politico è ancora profondamente influente sul servizio pubblico, tanto da dettarne l'agenda. I programmi educativi sono ancora poco presenti e in ogni caso diffusi tardi nella notte, con audience limitata. Uno dei maggiori editori di giornali, il *Lambrakis Publishing Group*, finanzia attraverso la *Lambrakis Research Foundation* progetti per promuovere l'uso delle nuove tecnologie nell'educazione e alimenta in modo innovativo il dibattito nell'educazione.



In Portogallo, i media sono impegnati grazie all'intervento dell'IEE. Il più famoso progetto è Público na escola²³, promosso dall'omonimo giornale, che da oltre cinque anni stimola attività sull'uso della stampa e dei vari media nelle scuole portoghesi e il coinvolgimento degli studenti in laboratori per la creazione di loro giornali.

In Spagna sembra esserci un coinvolgimento profondo dei media, grazie ad associazioni come Mitjans, nate proprio per stimolare i media e gli operatori ad assumere un ruolo attivo, adeguato alle loro responsabilità. I media rispondono bene, soprattutto scuole e radio locali che collaborano con le scuole per produrre programmi e organizzare workshop. Dal 1992 è stato firmato un accordo tra stato (ministro dell'Educazione e della scienza) e RTVE, la radio televisione nazionale. Le TV regionali sono da citare, come la televisione Andalusica, che con la serie educativa Los Hoobs vuole familiarizzare i bambini tra i 2 e i 6 anni alle nuove tecnologie con dei personaggi animati (Los Hoobs) che arrivano da un altro pianeta e spiegano il mondo ai bambini, in particolare le nuove tecnologie²⁴.

6. Osservazioni conclusive

Per concludere questa panoramica va sottolineato che il tema dell'educazione ai media è molto sentito in tutti i paesi e dove è carente l'intervento dello stato sono le associazioni e i media che cercano di compensare il vuoto di offerta educativa. Comunque, il tema più generale dei media è costantemente in agenda nel dibattito politico e culturale. Alla fine dello scorso anno in Francia è stato consegnato al ministro della Cultura il rapporto «Clément», intitolato *La nuit et l'été*, in riferimento ai momenti di diffusione delle trasmissioni culturali. In questo rapporto, la filosofa Catherine Clément si è pronunciata contro il fatto che la cultura sia relegata nei canali tematici e in orari notturni, in contrasto con *il dovere dello stato di educare i suoi cittadini*. Oltre a una serie di suggerimenti concreti, Clément ha raccomandato, suscitando un certo scalpore, che il dovere di offrire il servizio pubblico audiovisivo sia iscritto nel preambolo della Costituzione, assieme all'insegnamento gratuito e laico a tutti i livelli.

In Italia, anche se il concetto di media literacy non è ancora «passato» nella consapevolezza dell'opinione pubblica, il dibattito sul controllo dei media si è particolarmente acceso a partire dalla «discesa in campo», cioè in politica, del magnate dell'editoria e della comunicazione Silvio Berlusconi, proprietario del maggiore gruppo editoriale e distributivo del paese (Mondadori), di alcune testate quotidiane e altri periodici e, soprattutto, di tre reti televisive nazionali su sette (gruppo Mediaset: Canale Cinque, Rete Quattro, Italia Uno). Attualmente Berlusconi, in quanto capo dell'esecutivo, controlla anche la Rai, avendo collocato nella carica di direttore generale della maggiore azienda culturale del paese persone di sua fiducia, cosa che suscita scontri continui in Parlamento tra maggioranza e opposizione. Sono anche sorti movimenti di cittadini che, tramite manifestazioni spontanee come i «girotondi», *comunicano il loro disagio e la loro preoccupazione per la concentrazione del potere mediatico nelle mani di una sola persona*. La situazione non può che diventare più scottante, in occasione delle prossime elezioni.

In tutta Europa le associazioni hanno capito la necessità di mettersi in rete, per scambiarsi le esperienze, rafforzarsi ed evitare di ripartire da zero ogni volta, ma per ovviare alla debole volontà politica e allo scarso interesse di alcuni governi, appare più che mai necessario l'intervento della Commissione Europea. Essa, attraverso la definizione di politiche generali e con linee di finanziamento dedicate, può garantire la necessaria continuità all'azione delle istituzioni nazionali e delle associazioni e dare legittimazione pubblica agli interventi sul tema, e può favorire la feconda cooperazione tra diversi settori che si è finora creata in modo spontaneo.

Notas

¹ Comunicazione della commissione, e-Learning - Pensare all'istruzione di domani, 25/05/2000, p. 4, in www.elearningeuropa.info.

² Dopo il workshop è stato preparato il report (materiale grigio) Image education and media literacy, gennaio 2001.

³ Anche in questo caso è stato redatto un report (materiale grigio) 2nd workshop Image education and media literacy, maggio 2001.

⁴ www.clemi.org.

⁵ www.cfwb.be.

⁶ caf@skynet.be.

⁷ www.cavliege.be.

⁸ www.media-animation.be.

⁹ www.infosociety.gr.

¹⁰ www.iie.min-edu.pt.

¹¹ www.iie.min-edu.pt/.

¹² Intervista con Frances-Joseph Déo, May 2002.

¹³ José Ignacio Aguaded Gomez, Europa ante la Educación en Televisión y Medios de Comunicación, comunicazione per il Master de Televisión Educativa, Universidad Complutense, 2001.

¹⁴ La competencia basica en educacio audiovisual, in www.xtec.es.

¹⁵ www.forumdesimages.net.

¹⁶ www.mgi-paris.org.

¹⁷ Creata nel 1994, cfr. ata.qwent.es.

¹⁸ A Huelva, www.grupo-comunicar.com.

¹⁹ A Barcellona, mitjans.pangea.org.

²⁰ www.france5.fr/asi.

²¹ www.cndp.fr.

²² In onda sempre su RaiTre il pomeriggio, www.screensaver.rai.it.

²³ www.publico.pt/pubnaesc.

²⁴ www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas_canal2/hoobs/hoobs

Sandra Federici,
giornalista direttore di Africa e Mediterraneo

Rossana Mamberto
laureata in Discipline Arti Musiche Spettacolo, indirizzo Comunicazione,
presso l'Università di Bologna

Beatrice Orlandini
laureata in Scienze della Comunicazione presso l'Università di Bologna
Le autrici dell'articolo hanno coordinato la ricerca sulla Media education
in 7 paesi dell'Unione europea per la cooperativa Lai.momo di Sasso
Marconi (BO) www.africaemediterraneo.it,
progetti@africaemediterraneo.it.