

# Media for Inclusion

Un progetto europeo per la formazione  
dei giovani all'uso dei nuovi mezzi di comunicazione

*A European project for the training of the young in the use  
of the new means of communication*

I Quaderni del Ferrari

# Media for Inclusion

Un progetto europeo per la formazione  
dei giovani all'uso dei nuovi mezzi di comunicazione

La pubblicazione de "I Quaderni del Ferrari" ha per obiettivo la diffusione di studi, ricerche e contributi di analisi sulla realtà sociale della provincia di Modena, la cui evoluzione è tenuta sotto costante e attenta osservazione dal Centro culturale Francesco Luigi Ferrari. In particolare si intendono soddisfare tre ordini di esigenze:

- favorire un'ampia circolazione dei risultati e delle riflessioni delle proprie ricerche e di quelle realizzate in collaborazione con terzi;
- sviluppare un dialogo con quanti seguono i temi trattati, non solo per migliorare la conoscenza della realtà sociale, ma soprattutto per verificare l'impatto degli strumenti dell'intervento sociale;
- proporre un quadro non generico della realtà sociale modenese finalizzato a sensibilizzare non solo l'opinione pubblica ma soprattutto gli amministratori locali sui settori vitali dell'intervento pubblico.



# Indice

Introduzione	5
<b>Parte prima. Indicazioni teoriche, metodologiche ed esperienziali per l'educazione ai media</b>	11
1. Le potenzialità dell'educazione ai media per la partecipazione sociale dei ragazzi, di <i>Damiano Felini</i>	13
2. Funzionamenti, realizzazioni e apprendimenti di <i>Media for Inclusion</i> , di <i>Giovanni Bursi</i>	27
3. Considerazioni metodologiche emerse dall'esperienza del progetto <i>Media for Inclusion</i> , di <i>Laura Parenti</i> e <i>Tiziana Venturi</i>	44
<b>Parte seconda. Linee guida per la gestione di laboratori di Media Education in contesti extra scolastici</b>	55
4. Schede laboratori video	58
5. Schede laboratori fotografia	67
6. Schede laboratori video + fotografia	72
7. Schede laboratori giornalismo	76
8. Schede laboratori web	78
<b>Appendice</b>	83

# Introduzione

C'era una volta, neanche tanto tempo fa, la televisione senza telecomando. I giornali si leggevano soltanto sulla carta e prima di poter ammirare le fotografie sulla carta stampata, si portava il rullino dal fotografo che l'avrebbe sviluppato nei giorni successivi. Pensare ad un telefono senza fili pareva un'assurdità e per vedere un bel film si andava al cinema. Ora chi non ha un profilo su Facebook si sente emarginato; aprire un blog è come ordinare un caffè al bar; il cellulare lo si usa anche per telefonare. Un politico fa campagna elettorale a suon di messaggi su Twitter; i telegiornali riprendono le notizie apparse sui siti internet; ogni giorno una dozzina di agenzie stampa pubblica migliaia di lanci con le stesse notizie, le stesse dichiarazioni e i titoli identici.

Abbiamo trovato il telecomando e ci illudiamo di poter decidere cosa guardare e cosa no, di poter scegliere le notizie, di poter essere "protagonisti attivi" della comunicazione. Non sappiamo collocare tutte le informazioni che i media (o meglio i proprietari dei media) ci propinano ogni secondo. Non abbiamo ancora imparato quella regola che il direttore del quotidiano locale della piccola cittadina alle foci del Po, nel film di Carlo Mazzacurati, imponeva al giovane inviato: «La giusta distanza è quella che un giornalista dovrebbe saper tenere tra sé e la notizia: non troppo lontano da sembrare indifferente, ma nemmeno troppo vicino, perchè l'emozione, a volte, può abbagliare. Perché se un giornalista si perde nell'emozione è fritto».<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *La giusta distanza*. Un film di Carlo Mazzacurati. Drammatico, durata 106 min., Italia 2007.

Più entriamo nelle dinamiche dell'informazione, più ci sentiamo disorientati, creiamo di esserci persi, ci sentiamo sostanzialmente degli alieni.

Per questo occorre una chiave interpretativa, per comprendere chi è il personaggio principale della favola della comunicazione, chi è incluso nel viaggio dei media, e chi invece – magari affogato da tanti strumenti – è lasciato ai margini. «In una società la capacità e la formazione richieste per codificare e decodificare i messaggi di un determinato medium, determinano in larga misura chi può usare il medium per inviare messaggi e chi può accedere alle informazioni che il mezzo diffonde». Perché, per dirla come Joshua Meyrowitz, docente di Comunicazione all'Università del New Hampshire, «i vari sistemi di codificazione possono provocare conseguenze sociali molto diverse. I codici di scrittura complessi tendono a favorire una élite alfabetizzata che controlla le informazioni e i rituali culturali».<sup>2</sup>

Come nelle migliori favole, anche l'esperienza di *Media for Inclusion* si può ripercorrere ripensando al passato. Il Centro culturale Francesco Luigi Ferrari ha sempre cercato di non occuparsi semplicemente di “comunicare all'esterno”, ma di pre-occuparsi che i messaggi potessero raggiungere tutte le persone che hanno il diritto di conoscere, di comprendere, di crescere, di arricchire con il proprio contributo (anche se minimo) la città, il paese, la società.

Nel anni '80 abbiamo dato vita all'Osservatorio sulla Stampa Locale, per offrire una “chiave di lettura” delle notizie che appaiono sui quotidiani. Abbiamo cercato di dare una bussola a chi i giornali li confeziona tutto l'anno, agli insegnanti che hanno promosso laboratori di giornalismo in classe, ai politici che vivono di media, che sulla carta stampata o nei talk show consumano le proprie battaglie. Negli anni successivi abbiamo aderito alle Carte e ai Manifesti per un'informazione responsabile. Abbiamo inventato nuovi strumenti per osservare come i giornalisti e i padroni dei mezzi di comunicazione “mettono le maschere” alle notizie, ai fatti scomodi, agli episodi non scontati, alle realtà nascoste, alle guerre. Abbiamo pensato – dopo anni di esperienze e di storie – di poter mettere a disposizione dei giovani e di chi inizia la carriera giornalistica il nostro lavoro e i nostri obiettivi. Per questo abbiamo coinvolto esperti di comunicazione, docenti, direttori di giornali, professionisti, operatori sociali... nei

<sup>2</sup> Joshua Meyrowitz, *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Baskerville, Bologna, 1993.

corsi di formazione, nelle redazioni di Note Modenesi, nei laboratori, nelle trasmissioni televisive sull'economia locale.

Con la Media Education abbiamo ripreso in mano tutti i media: abbiamo studiato i fumetti, ci siamo tuffati nelle immagini del mondo della fotografia, abbiamo messo in spalla la telecamera e acceso i nostri notebook per impaginare newsletter.

A questo punto della storia si tratta di cambiare marcia, di fare un passo in avanti. Passeggiando tra i banchi del mercato dei media ci siamo accorti della ricchezza degli strumenti, ma abbiamo anche toccato con mano la rapidità con cui si esclude invece di coinvolgere e la tranquillità con cui si mette ai margini invece di includere. Crediamo che questo sia il tema più importante sul quale ci dovremo confrontare nei prossimi anni, in un'epoca in cui tutto – compreso la comunicazione e l'informazione – viene vissuto e consumato in maniera molto, troppo veloce. I tanti piccoli “semi” seminati negli ultimi decenni non sono più sufficienti; occorre raccogliere le forze, trovare complici, intensificare le relazioni tra i fruitori dei media e i costruttori dei media. Dobbiamo investire per continuare a mettere in relazione tutti i protagonisti del sistema dei media, dal mondo della scuola al giornalismo, dalle aggregazioni giovanili alle parrocchie, dalle istituzioni alla politica.

### **Gianpietro Cavazza**

*Presidente Centro culturale F. L. Ferrari*

**Parte prima**  
**Indicazioni teoriche, metodologiche**  
**ed esperienziali per l'educazione**  
**ai media**

## **1. | Le potenzialità dell'educazione ai media per la partecipazione sociale dei ragazzi**

*Damiano Felini – Ricercatore di Pedagogia generale e sociale Università degli Studi di Parma*

Il tema della partecipazione, o *inclusione*, sociale è andato facendosi, in riferimento ai media, estremamente complesso e sfaccettato. Se Thomas Jefferson, terzo Presidente degli Stati Uniti d'America, già nei primissimi anni dell'Ottocento si rendeva conto che alla base della democrazia stanno una stampa libera e dei cittadini che sanno leggere e si tengono costantemente informati e aggiornati su quanto avviene nel loro Paese e nel mondo, oggi il rapporto partecipazione-media assume anche altri significati con cui non è possibile evitare il confronto.

### **1.1. | Media che escludono, media che includono**

In primo luogo, non si può non riconoscere che, se le società tecnologicamente avanzate sono alle prese con un'inondazione del flusso di dati, i Paesi in via di sviluppo, invece, subiscono le conseguenze di un gap informativo che non riescono a colmare: è evidente come lo squilibrio socio-economico che attanaglia il pianeta vada di pari passo con uno squilibrio che è contemporaneamente tecnologico, informativo e cul-



turale. Il problema del *divario tecnologico*, tuttavia, non è affrontabile né risolvibile sulla base di un semplice filantropismo o di una facilitazione dell'esportazione di tecnologia dai paesi ricchi a quelli poveri. Ciò che alcuni progetti pilota hanno mostrato è che il divario tecnologico deve essere colmato attraverso la progettazione di tecnologie e modelli formativi ad hoc, che si adattino ai contesti ed all'ambiente dei Paesi in via di sviluppo.<sup>1</sup>

Nella prospettiva del digital divide, tuttavia, sembra che la povertà di informazioni colpisca esclusivamente le aree svantaggiate del Pianeta. Non è così: c'è una seconda faccia che attacca indiscriminatamente l'Oriente e l'Occidente, i Paesi poveri come quelli ricchi, probabilmente con responsabilità ed un livello di raffinatezza maggiori proprio in questi ultimi. Ci riferiamo al problema spinoso del controllo dell'informazione da parte di gruppi ristretti di potere, siano essi i governi o le lobby economico-finanziarie.

Al di là delle vere e proprie forme di censura che le legislazioni di tutti i Paesi democratici hanno eliminato o strettamente ridotto a poche situazioni di tutela collettiva, c'è oggi una sorta di filtro che si accredita come *news management* e che ha come obiettivo ultimo quello della creazione di consenso a tutela di pochi, a scapito di quella libertà d'informazione che sarebbe di diritto garantita a tutti. È un dato di fatto che quasi la metà delle notizie offerte dalle redazioni giornalistiche occidentali siano, in realtà, la rielaborazione di informazioni provenienti dagli uffici stampa o dai servizi di pubbliche relazioni di istituzioni, enti, associazioni e società commerciali, invece che dal lavoro di inchiesta e di ricerca sul campo di cronisti allenati a scovare notizie.<sup>2</sup> Le tecniche utilizzate dal news management sono sapientemente studiate per rispettare le regole della comunicazione massmediale: discorsi di politici o imprenditori pronunciati in funzione di quell'unica frase che verrà ripresa dai notiziari televisivi, fotografie che giovano all'immagine del personaggio, prevalenza del giornalismo di pettegolezzo o di costume, presenza imperante di commentatori che si accreditano presso il pubblico conquistandone la fiducia e addirittura – nei casi più eclatanti – la creazione di eventi fasulli: la scoperta a Timișoara, in Romania, delle

<sup>1</sup> Cfr. C. CASTELLI – F. GIAGNOTTI TEDONE (a cura di), *Infopoverty. Possible Solutions*, Milano, Vita e Pensiero, 2002.

<sup>2</sup> Cfr. L. DELSERE, *La chiamavano censura*, "Itinerari mediali", 2003, 1, pp. 15-24.

presunte fosse delle vittime di Ceausescu in contemporanea con il blitz dell'esercito statunitense a Panama per porre fine al potere del generale Noriega (dicembre 1989) è un caso ormai citato sui libri di storia come esempio clamoroso, ma non unico, di manipolazione dell'informazione.

Al di là del raffronto tra Paesi ricchi e poveri, si ha digital divide anche quando teenager di classi sociali svantaggiate non hanno accesso agli stessi media dei loro coetanei di famiglie più ricche o più colte: se si pensa anche soltanto alla televisione, la differenza tra la programmazione dei canali tradizionali e quella del satellitare a pagamento è qualitativamente significativa. Abbondante letteratura sociologica ha messo in luce come i processi di socializzazione che avvengono anche attorno ai media siano estremamente più ricchi, flessibili e soddisfacenti quando i ragazzi hanno a disposizione, non solo una certa quantità di risorse materiali hardware e software, ma soprattutto di risorse culturali, di competenze cognitive, discorsive e di supporto da parte di una rete di contatti adulti in grado di svolgere un ruolo di facilitazione dell'apprendimento e di modellamento della personalità.<sup>3</sup> Non è sufficiente, quindi, dare a tutti un computer o un accesso a internet, perché l'uso che un ragazzo ne può fare può essere estremamente limitato e massificante: insieme agli strumenti, bisogna garantire un'adeguata formazione all'uso di quegli strumenti e una rete di supporto che sproni, faciliti, agisca da mediatrice, suggerisca, e così via.

Infine, un terzo aspetto del rapporto media-partecipazione si ha – anche qui a macchia di leopardo, e spesso predeterminato dalle classi sociali o dai gruppi culturali di appartenenza – con l'avvento delle modalità di co-costruzione dei contenuti mediali reso possibile, e anzi incentivato, dalla rete di ultima generazione, il cosiddetto web 2.0.<sup>4</sup> Assolutamente identico al precedente dal punto di vista tecnologico, se non per la necessità di una banda di trasmissione più ampia, il nuovo internet è però profondamente diverso da tutti gli altri media per logiche culturali e sociali. Strumenti come YouTube, Facebook, Wikipedia, Last.fm, Delicious, Flickr e molti altri aboliscono la differenza tra autore e lettore e si costituiscono come spazi di interazione in cui

<sup>3</sup> Cfr. S. MARTELLI (a cura di), *Videosocializzazione. Processi educativi e nuovi media*, Milano, Franco-Angeli, 1996; A. PIROMALLO GAMBARELLA – G. PACI – D. SALZANO, *Violenza televisiva e subculture dei minori nel meridione*, Milano, Franco-Angeli, 2004.

<sup>4</sup> Cfr. P. FERRI, *Fine dei mass media*, Milano, Guerini, 2004; G. LUGHI, *Cultura dei nuovi media*, Milano, Guerini, 2006; N. RABBI, *Le risorse del web 2.0*, "Aggiornamenti Sociali", 2009, 9-10, pp. 598-608.

sono gli utenti a fornire i contenuti, a perfezionarli, a catalogarli, a fruirli, in una logica costantemente espansiva. La partecipazione, qui, è l'essenza stessa della fruizione mediale ma, di nuovo, non può essere che una partecipazione "educata", che conosca, cioè, i linguaggi da impiegare e che si renda conto delle potenzialità (e, ovviamente, dei rischi e dei limiti) che il mezzo mette a disposizione in maniera tanto "easy".

Ancora una volta, ciò che si vuole sottolineare è che la partecipazione alla vita sociale attraverso i media è sì facilitata, ma mai scontata o da darsi per automaticamente acquisita: al contrario, essa va capita, voluta, costruita, pena il restare vincolati a modalità povere, vuote, di puro e insignificante passatempo. In questo senso, l'educazione – se c'era bisogno di dimostrazioni – non può che essere una delle strade maestre.

## 1.2. | Educare ai media: da una lunga storia...

Se questo è il panorama in chiaroscuro offerto oggi dalla galassia elettronica, diremo subito che non ha senso difendere una logica pedagogica di tipo protezionista, orientata cioè ad evitare il contatto dei minori con i media e a fare crociate contro l'immoralità della cultura mediale: non ha senso, perché un giudizio soltanto in negativo dei media non è obiettivo (i mezzi di comunicazione hanno anche delle notevoli potenzialità), ma non ha senso soprattutto perché gli strumenti di protezione che genitori e insegnanti possono mettere in atto sono strutturalmente inefficaci. I bambini hanno accesso ai media, questi creano e sono oggetto di interazioni sociali tra coetanei, la cultura dei media è parte importante della cultura contemporanea, e lo sarà sempre di più. Oggi, dunque, la cura per i soggetti in crescita non può essere costituita solo da un'azione di protezione ma deve essere orientata alla formazione di quella che possiamo chiamare *competenza mediale*, comprendente non solo le abilità operative di impiego degli strumenti tecnologici, ma anche e soprattutto le competenze di comprensione, senso critico, scrittura dei messaggi nei vari linguaggi mediali e di loro consapevole fruizione.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Sul concetto di competenza mediale ci permettiamo di rimandare a: D. FELINI, *I media: dal bambino fruitore al bambino competente*, in: A. BOBBIO – C. SCURATI (a cura di), *Ricerca pedagogica e innovazione educativa*, Roma, Armando, 2008, pp. 63-79. Sul rapporto tra politiche protezioniste e politiche di

L'idea di educare ai media quale risposta autenticamente pedagogica alle istanze poste dal mondo contemporaneo (diversa dalla prospettiva del loro uso come sussidio didattico) non è in sé nuova. Possiamo ricordare, a questo proposito, i lavori e le esperienze di Munsterberg, di Freinet e del British Film Institute<sup>6</sup> o, per venire al nostro Paese, di Volpicelli, Bertin, Flores D'Arcais e Laporta<sup>7</sup> a proposito della necessità di educare le giovani generazioni alla visione critica di quello che chiamavano "film spettacolare", per distinguerlo dal film documentario. L'approccio pedagogico di quegli anni, però, era sostanzialmente di tipo "inoculatorio" o preventivo<sup>8</sup>, con qualche superamento soprattutto da parte di Laporta (grazie alla sua attenzione agli aspetti di psicopedagogia dell'età evolutiva che mutuava in prevalenza dal Wallon e dai suoi allievi) e di Flores D'Arcais (che, debitore dell'impostazione stefaniniana, considerava il cinema quale espressione artistica e, dunque, contenuto e strumento di educazione estetica).<sup>9</sup>

Il superamento della visione apocalittica nei confronti dei media, tuttavia, si rese progressivamente possibile a partire dagli anni Cinquanta e Sessanta quando, all'impostazione psicopedagogica ed estetologica, si unirono gli influssi dei cosiddetti *Cultural Studies* e della semiotica.

Il primo indirizzo di ricerca, rappresentato da Stuart Hall e dalla Scuola di

promozione, invece, cfr., sempre di chi scrive, *Media e diritti dei bambini*, in: A. BOBBIO (a cura di), *I diritti sottili del bambino*, Roma, Armando, 2007, pp. 165-190.

<sup>6</sup> Cfr. H. MUNSTERBERG, *The Photoplay: A Psychological Study*, New York, Appleton, 1916; C. FREINET, *L'imprimerie à l'école*, Cannes, Editions de l'Ecole Moderne Française, 1938; ID., *La scuola moderna*, Torino, Loescher, 1963 (ed. or. 1946).

<sup>7</sup> L. VOLPICELLI (a cura di), *Il film e i problemi dell'educazione*, Roma-Milano, Bocca, 1953 (ma di Volpicelli si devono vedere anche gli articoli pubblicati su "Bianco e Nero" nelle annate 1948-'51); G.M. BERTIN, *Stampa, spettacolo ed educazione*, Milano, Marzorati, 1956; G. FLORES D'ARCAIS, *Il cinema. Il film nella esperienza giovanile*, Padova, Liviana, 1953; R. LAPORTA, *Cinema ed età evolutiva*, Firenze, La Nuova Italia, 1957.

<sup>8</sup> Cioè finalizzato a limitare i danni che i mass media, percepiti come strumenti potenti ma negativi, producono nelle coscienze dei giovani: cfr. J.D. HALLORAN – M. JONES, *The Inoculation Approach*, in: M. ALVARADO – O. BOYD BARRETT (a cura di), *Media Education: An Introduction*, London, British Film Institute, 1992, pp. 10-13.

<sup>9</sup> Per una ricostruzione sistematica degli inizi gloriosi dell'educazione ai media in Italia, cfr. D. FELINI, *Pedagogia dei media. Questioni, percorsi e sviluppi*, Brescia, La Scuola, 2004, pp. 61-96; L. GALLIANI, *Appunti per una vera storia dell'educazione ai media, con i media, attraverso i media, "Studium Educationis"*, 2002, 3, pp. 563-576.

Birmingham,<sup>10</sup> ha contribuito a spezzare la causalità diretta tra messaggi mediali ed effetti sul pubblico; i media, pertanto, non furono più visti come persuasori occulti dall'illimitato potere di condizionamento e si riconobbe, invece, che un messaggio, affinché abbia effetto, deve essere accolto ed elaborato dal recettore nella propria struttura cognitiva. In questo modo, i *Cultural Studies* davano importanza, da una parte al processo di interpretazione inteso come scambio simbolico tra emittente e ricevente (di modo che il testo assume una polisemicità che gli viene dalla singolarità dei mondi culturali e delle capacità ermeneutiche dei diversi soggetti che lo accolgono), dall'altra parte alle logiche politico-culturali, ovvero alla funzione ideologica dei media. In questo senso, si accettava che i messaggi dei mezzi di comunicazione sociale fossero portatori di significati dominanti rivolti alle classi subalterne ma, soprattutto, che il processo di decodifica svolto dal pubblico avvenisse secondo schemi di lettura condivisi a partire dalla cultura dei sottogruppi sociali di appartenenza. In sintesi, questo filone ha dato un contributo importante nella rivalutazione del soggetto come interprete attivo dei messaggi che riceve.

Dalla semiotica, invece, ed in particolare dagli approfondimenti di Roland Barthes e Umberto Eco, l'educazione ai media ha ricavato l'idea che questi strumenti non offrono una finestra sul mondo bensì una rappresentazione "non trasparente" della realtà, cioè costruita dall'intenzionalità comunicativa di chi emette il messaggio; se così è, ecco che diventa realmente necessaria un'operazione di analisi del messaggio stesso, capace di superare la superficialità del livello di comprensione tipico dello spettatore ingenuo e di giungere, piuttosto, al suo senso vero e profondo. Inoltre, è sempre grazie a questo filone che si è pian piano superata la dicotomia tra cultura alta e bassa. Tanto i *Miti d'oggi* di Barthes quanto il *Diario minimo* di Eco<sup>11</sup>, infatti, accolgono un'idea di testualità infinitamente più ampia di quella tradizionalmente limitata alle opere letterarie: tutto è testo per la semiotica, e tutto può essere sottoposto ad analisi meticolosa, anche i prodotti dell'industria culturale di massa, come i fumetti, i romanzi rosa, la musica rock o i videogiochi.

<sup>10</sup> Cfr. C. LUTTER – M. REISENLEITNER, *Cultural studies: un'introduzione*, Milano, Bruno Mondadori, 2004.

<sup>11</sup> R. BARTHES, *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi, 1974 (ed. or. 1957); U. ECO, *Diario minimo*, Milano, Mondadori, 1973.

All'interno di tali sensibilità culturali, la pedagogia dei media ha potuto liberarsi del suo approccio protezionistico e mutuare nuove metodologie di lavoro didattico con e sui media. La vera e propria esplosione di studi su questo tema<sup>12</sup>, avutasi a partire dai Congressi dell'UNESCO di Grünwald (1982) e Tolosa (1990), è stata espressione sia di questo fervido intreccio di approcci che spaziano dalla pedagogia, alla semiologia, alla psicologia e alla sociologia dei processi culturali, sia dell'attenzione che il mondo della politica le ha riservato (per il vero, soprattutto a livello di organismi internazionali, UNESCO e Unione Europea in testa<sup>13</sup>).

### 1.3. | ...a un giovane presente

Quali che siano le ragioni che ci spingono oggi a parlare di educazione ai media e a proporla nelle agenzie educative è presto detto, perché c'è una serie di fenomeni che si impone all'attenzione generale per la sua novità e la sua forza:

- i media stanno cambiando il modo di vivere di milioni di persone su tutto il pianeta, facilitando la comunicazione, diffondendo informazioni, rovesciando i rapporti di potere;
- i media fanno cultura, affiancandosi alle agenzie educative tradizionali e proponendosi all'attenzione dei singoli e delle comunità in forme sempre nuove, con la capacità di presentare valori, stili di vita e di consumo, mentalità, frammenti di immaginario;

<sup>12</sup> Oltre a quelli già citati, tra i testi apparsi in lingua italiana ricordiamo soltanto: R. GIANNATELLI – P.C. RIVOLTELLA (a cura di), *Le impronte di Robinson. Mass media, cultura popolare, educazione*, Leumann (TO), Elledici, 1995; L. MASTERMAN, *A scuola di media*, Brescia, La Scuola, 1997 (ed. or. 1994); C. OTTAVIANO (a cura di), *Mediare i media*, Milano, FrancoAngeli, 2001; P.C. RIVOLTELLA, *Media education*, Roma, Carocci, 2001; D. BUCKINGHAM, *Media education*, Trento, Erickson, 2006 (ed. or. 2003); M. MORCELLINI – P.C. RIVOLTELLA (a cura di), *La sapienza di comunicare. Dieci anni di media education in Italia e in Europa*, Trento, Erickson, 2007.

<sup>13</sup> Si vedano, per esempio, il portale dell'UNESCO (<http://www.unesco.org/webworld/en/information-literacy>) e la European Charter for Media Literacy (<http://www.euromedialiteracy.eu> [questi, e tutti i riferimenti al web citati nel presente contributo, sono stati verificati il 13 ottobre 2009]). Per quanto riguarda l'Italia, invece, per vivacità d'iniziativa e per rigore scientifico, si segnala il MED – Associazione italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione (<http://www.medmediaeducation.it>): cfr. R. GIANNATELLI, *MED: dieci anni di media education in Italia*, "Orientamenti Pedagogici", 2006, 1, pp. 219-230.

- la cultura dei media ha a che fare con tutte le dimensioni della persona umana: la socialità, gli affetti, la partecipazione alla vita civile, il concetto di benessere, l'autonomia dei singoli, l'incontro con le altre culture...;
- l'innovazione tecnologica consente oggi di utilizzare molti strumenti mediali in maniera semplice ed economica, rendendo così accessibili a molti quelle forme di comunicazione che in passato erano riservate a pochi;
- i più grandi consumatori della cultura mediale sono i bambini e i giovani, che dimostrano una tale familiarità con i linguaggi e le tecnologie dei media da potersi vedere riconosciuto l'appellativo di *screenager*.

Se dovessimo tracciare una semplice mappa degli approcci odierni all'educazione ai media, potremmo evidenziare sostanzialmente i seguenti quattro orientamenti. Il primo, che potremmo denominare *Media e cittadinanza partecipata*, attribuisce all'educazione ai media uno scopo eminentemente politico, di liberazione e resistenza nei confronti del potere esercitato dal sistema dei media sulle coscienze dei singoli. Nei contesti democratici delle società occidentali, questo orientamento prende la forma di un'educazione ai media concepita come un capitolo fondamentale del processo di formazione della cittadinanza attiva, consapevole e partecipe di quanto avviene nel mondo. È quella forma che, in alcuni contesti, prende oggi il nome di "media-attivismo" ma che possiamo riscontrare, per esempio, anche nelle esperienze di lettura critica del quotidiano che punteggiavano fittamente la vita scolastica dei bambini di Barbiana. A livello didattico, questo approccio privilegia oggi le attività di produzione mediale (realizzazione di video, giornalini scolastici, siti web, manifesti pubblicitari...).

Un secondo orientamento è quello che potremmo indicare così: *Fruizione, estetica e "politica del piacere"*. Esso parte dalla considerazione dei messaggi mediali come fonte di piacere personale e da scambiare con gli altri. L'educazione ai media, in quest'ottica, viene ad essere un percorso di esplorazione degli aspetti estetici della medialità e delle ragioni per cui il bello varia a seconda della categoria di fruitori, anche attraverso la sperimentazione di modalità espressive proprie e originali che possono essere realizzate nella scuola e nell'extrascuola.<sup>14</sup> Un terzo approccio, invece,

<sup>14</sup> Cfr. D.E. ALVERMANN – J.S. MOON – M.C. HAGOOD, *Popular Culture in the Classroom*, International Reading Association, Newark (Delaware), 1999.

orientato alla *Mediazione dell'impatto*, si basa sull'idea che i media producono effetti sui loro utilizzatori e che, pertanto, è necessario realizzare interventi educativi capaci, se non di contrastare tali effetti, comunque di mediarli, rendendone meno forte la potenza attraverso il coinvolgimento delle facoltà razionanti del fruitore. Di fatto, si tratta di una forma rivisitata della vecchia pedagogia inoculatoria.

Infine, l'orientamento dell'*Alfabetizzazione mediale*, o *Media literacy*, assume come concetto centrale quello, appunto, di alfabetizzazione, di modo che i media sono visti come un sistema di comunicazione i cui linguaggi e le cui logiche (produttive, distributive, ricettive...) devono essere studiate perché sono un elemento centrale del mondo contemporaneo, al pari di tanti altri oggetti scientifici.<sup>15</sup> A livello didattico, questo approccio utilizza in maniera preponderante le attività di analisi dei testi mediali, assumendo così una precisa connotazione istruzionale rivolta alle facoltà cognitive dei soggetti interessati.

Da più parti, oggi, si tende proprio a porre al centro delle pratiche di media educazione il concetto di alfabetizzazione, che consente di superare una serie di attriti concettuali che si potrebbero venire a creare tra il mondo dei media e quello delle agenzie educative (soprattutto quelle formali).<sup>16</sup> Tale concetto di alfabetizzazione, però, deve in parte essere ripensato. La cosa non è nuova, se si pensa che tutta l'età moderna è stata teatro di un progressivo ampliamento dell'alfabetizzazione, non solo nel senso di un accesso all'istruzione da parte di fasce sempre più ampie di popolazione, ma anche nel senso di un'espansione di ciò che si riteneva necessario apprendere per poter vivere da uomini in mezzo agli uomini. Se a metà Ottocento, per esempio, poteva dirsi alfabetizzato chi sapeva scrivere semplicemente la propria firma (e con ciò era ammesso a votare), quaranta o cinquant'anni fa, nell'epoca delle grandi campagne di alfabetizzazione popolare lanciate dall'UNESCO o da altre organizzazioni umanitarie, il segno dell'alfabetizzazione era il leggere e scrivere, nella propria lingua madre, un breve testo tratto dalla vita quotidiana.

<sup>15</sup> Cfr. J. FLOOD – S. BRICE HEATH – D. LAPP (a cura di), *Handbook of Research on Teaching Literacy Through the Communicative and Visual Arts*, New York – London, Erlbaum, 2008, 2 voll.; R. HOBBS, *Reading the Media: Media Literacy in High School English*, New York, Teachers College Press, 2007. Segnaliamo, inoltre, la recente apertura della rivista scientifica internazionale "Journal of Media Literacy Education" ([www.jmle.org](http://www.jmle.org)).

<sup>16</sup> Cfr. D. FELINI, *Pedagogia dei media*, cit., pp. 165-170.

Oggi questa definizione non ci soddisfa più: per esempio, ora riteniamo fondamentale che tutti apprendano a comunicare anche in una seconda lingua, oltre la propria, oppure che tutti imparino a scrivere non solo con carta e penna, ma anche con lo strumento informatico. Questi sono segni chiari di come il concetto di alfabetizzazione si stia ampliando.

Applicando questa idea al campo della media education, scopriamo che anche i linguaggi e le tecnologie della comunicazione più moderna possono essere concepiti all'interno del processo di alfabetizzazione. Seguendo la definizione data dalla National Leadership Conference on Media Literacy, l'educazione ai media è quel processo finalizzato a potenziare "le abilità di accedere, analizzare, valutare e produrre messaggi in tutti i formati della comunicazione mediale"<sup>17</sup>. Questa definizione, pur così sintetica, contiene alcune idee fondamentali: 1) l'educazione ai media può essere intesa come educazione al possesso di linguaggi; 2) i linguaggi compresi sono tutti quelli della comunicazione mediale, ovvero quelli dell'immagine, del cinema, della Tv, del fumetto, della radio, del cartoon, dell'ipertestualità, di internet, del videogioco e così via; 3) questi linguaggi e queste tecnologie vanno posseduti, non solo in termini di capacità di leggere, ma a ben quattro livelli che vengono elencati, ovvero:

- capacità di accedere = reperire i contenuti che interessano, sapendo dove si trovano e come vi si ha accesso, usando gli strumenti tecnologici opportuni (il video-registratore per una cassetta, il proiettore per le diapositive, il computer e la rete per un sito web...);
- capacità di analizzare = comprendere il significato del messaggio, in generale e nelle sue parti, e in riferimento ai generi e alle forme linguistiche impiegate, alle modalità di produzione e distribuzione cui è sottoposto e alle consuetudini di fruizione per cui è stato pensato;
- capacità di valutare = esprimere un giudizio critico sul messaggio, confrontandolo con alcuni parametri di riferimento personali (sono d'accordo o no, mi piace o no, e perché). Infatti, non è sufficiente capire un messaggio: bisogna anche che ciascuno si interroghi su quale posizione vuole assumere nei suoi confronti;
- capacità di produrre messaggi = raccontare le proprie esperienze ed esprimere il

<sup>17</sup> P. AUFDERHEIDE, *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*, in: R. KUBEY (a cura di), *Media Literacy in the Information Age*, New Brunswick (NJ), Transaction Publ., 1997, p. 79 [trad. nostra].

proprio pensiero con i diversi linguaggi possibili (non basta saper 'leggere': bisogna anche saper 'scrivere!').

Come si vede, la media education è tutt'altro che una cosa semplice o una perdita di tempo: coinvolge e stimola abilità complesse, operando sia sullo sviluppo della mente che su quello delle emozioni e delle relazioni. Inoltre, ha un'altissima capacità di coinvolgere e motivare i bambini e i ragazzi, che si sentono partecipi di un percorso inerente qualcosa che li interessa e li affascina.

#### 1.4. | Educazione ai media e partecipazione sociale

Il tema della formazione del cittadino è una delle questioni che più hanno riempito le discussioni dei pedagogisti nel corso dei secoli: dalla polis greca al medioevo, dalla rivoluzione francese all'epoca dei totalitarismi, dalla formazione degli stati democratici alle più o meno contemporanee aperture in chiave utopico-globalistica, la questione della cittadinanza – e dell'innesto delle giovani generazioni nel dinamismo sociale – si è declinata in maniera multiforme a seconda di come si intendesse la *civitas* (municipale-nazionale-internazionale, terrena-ultraterrena, monocratica-democratica...) e di come si intendesse il ruolo dei suoi membri (sudditanza o autonomia, partecipazione o delega...).

Oggi l'educazione alla partecipazione deve essere intesa come un'educazione dei diritti e dei doveri, che non trascuri né il piano delle conoscenze né quello degli atteggiamenti. Inoltre, ad aumentare la complessità della materia, si pone il carico di valenze che declinano quest'area secondo le sfaccettature dell'educazione alla legalità, alla mondialità, all'Europa, all'intercultura, all'ambiente, allo sviluppo, alla giustizia, al rispetto del codice della strada, alla salute, alla pace e così via, ben al di là delle competenze di chi abitualmente è chiamato ad operarvi (classicamente, nella scuola italiana, gli insegnanti di storia).<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Cfr. il Documento di indirizzo del Ministero dell'Istruzione su *Cittadinanza e Costituzione*, Roma, marzo 2009 (disponibile in rete: [http://iostudio.pubblica.istruzione.it/web/guest/cittadinanza\\_e\\_costituzione](http://iostudio.pubblica.istruzione.it/web/guest/cittadinanza_e_costituzione)), emanato a seguito del D.L. 137, del 1° settembre 2008, che istituisce, appunto, la disciplina "Cittadinanza e Costituzione" a sostituire la precedente "Educazione civica". Sul piano della riflessione teorica, cfr. anche L. CORRADINI – G. REFRIGERI (a cura di), *Educazione civica e cultura costituzionale*, Bologna, Il Mulino, 1999, e M. CORDA COSTA (a cura di), *Formare il cittadino*, Firenze, La Nuova Italia, 1997.

In primo luogo, allora, il tema dei media e dell'informazione non può non dirsi connesso con quello della cittadinanza attiva e consapevole, perché in uno stato di diritto la libertà di espressione e il pluralismo dei media sono principi imprescindibili. L'educazione all'informazione di attualità, allora, ha un indubbio significato nella formazione del vivere civile e democratico: non è un caso che nell'Argentina degli anni successivi alla dittatura – solo per fare un esempio particolarmente significativo – il governo abbia finanziato ampi progetti di *educación para los medios* centrati soprattutto sul giornale quotidiano, progetti che avevano esattamente lo scopo di formare il senso della democrazia nei ragazzi e nei giovani che, a causa della situazione politica del Paese, erano cresciuti senza farne esperienza. In quelle circostanze, il problema era quello di insegnare cosa sia la libertà di espressione, di abituare la gioventù a partecipare alla vita collettiva senza paura di esprimere la propria opinione e di far recuperare fiducia in un sistema mediatico che aveva perso negli anni precedenti tutta la sua credibilità.<sup>19</sup>

Introdurre in classe il giornale è un'operazione pedagogicamente e didatticamente tutt'altro che scontata: infatti, essa comporta l'ingresso nella scuola di un elemento che non risponde ai normali canoni della culturalità. Mentre l'insegnamento della storia può fare affidamento su un deposito consolidato di conoscenze e metodologie scientificamente provate, il giornale manca del necessario distanziamento temporale ed emotivo perché si possa farne un utilizzo didatticamente controllato. Tuttavia – come ricorda Cesare Scurati – in questa scelta entrano in gioco, da una parte l'idea stessa di una scuola che, secondo l'insegnamento di tanta pedagogia contemporanea, non può rifiutare l'apertura alla quotidianità e la connessione con l'esperienza reale degli allievi; dall'altra, una considerazione di ordine sociale, se è vero che le agenzie formative devono avere un occhio di riguardo proprio per quei ragazzi che, privi degli strumenti culturali necessari per capire la realtà nella quale sono gettati, devono "imparare a leggere, cioè a conoscere, comprendere, capire e giudicare una quotidianità fatta di immersione nel concreto e nell'immediato dell'azione, di reazioni emotive incontrollate e dell'infiltrazione invasiva di schemi interpretativi (pregiudizi, stereo-

<sup>19</sup> Cfr. R. MORDUCHOWITZ, *El diario en la escuela*, Barcelona, Octaedro, 2001; EAD., *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*, Barcelona, Octaedro, 2003.

tipi, slogan, ideologie) rivolti alla cattura più che all'indipendenza".<sup>20</sup> È esattamente questa la ragione per cui nella scuola di Barbiana il giornale era letto "ogni giorno, a alta voce, di cima a fondo"<sup>21</sup>: nella sua opposizione ad ogni forma di inutile nozionismo, don Milani trovava nei quotidiani lo strumento per insegnare ai ragazzi la lingua viva e reale della comunicazione non artefatta e per introdurli in quelle problematiche di ordine socio-politico che dovevano fare di quei figli di contadini educati per consuetudine atavica alla "timidezza", dei cittadini aggiornati, consapevoli e critici nei confronti delle decisioni prese sopra le loro teste.

Ci trova perfettamente concordi quanto afferma Francesco Fabbro in una densa riflessione sul tema media education e cittadinanza: "anziché limitarsi ad individuare nel «curricolo parallelo» dei media i contenuti del «curricolo ufficiale» della scuola [e, in generale, delle agenzie educative, anche extrascolastiche], occorrerebbe lasciare più spazio alle culture medialti degli studenti facendole divenire oggetti di studio e, attraverso i dispositivi pedagogici offerti dalla media education, aiutare a riflettere in modo critico a partire dalle loro esperienze".<sup>22</sup> In tal modo, si potrebbe contribuire alla democratizzazione del lavoro educativo perché la cultura degli studenti ne diverrebbe parte, motivando anche la loro partecipazione in un dibattito nel quale la definizione di ciò che è politico e/o civico non è determinato a priori ma costruito e negoziato nel corso della discussione.

In secondo luogo, Fabbro sottolinea l'opportunità di percorsi di produzione mediale. "Se organizzata e gestita con intelligenza, questo tipo di attività consentirebbe ai ragazzi di: a) apprendere in modo più efficace e significativo il funzionamento dei mezzi di comunicazione; b) riflettere sui loro stessi stereotipi e pregiudizi spesso individuabili nei media prodotti; c) porsi come soggetti attivi nella sfera pubblica in quanto cittadini che partecipano al discorso sul bene comune".<sup>23</sup>

Infine – conclude –, "la volontà di promuovere la collaborazione con istituzioni pubbliche e con alcuni soggetti della società civile allo scopo di far incontrare persone

<sup>20</sup> C. SCURATI, *Un giornale per educare*, "Nuova Secondaria", 2002, 4, p. 30.

<sup>21</sup> SCUOLA DI BARBIANA, *Lettera a una professoressa*, Firenze, Libreria Editrice Fiorentina, 1967, p. 27.

<sup>22</sup> F. FABBRO, *Media education e cittadinanza*, "Dirigenti Scuola", in corso di pubblicazione.

<sup>23</sup> Ivi.

impegnate a diversi livelli nella difesa e nella promozione della cittadinanza attiva e democratica offre l'opportunità d'includere tra le alleanze anche coloro che operano nel campo della comunicazione, sia a livello *mainstream* sia a livello indipendente. Infatti, la collaborazione tra i professionisti dei media e le scuole è ormai una tradizione ben consolidata per coloro che da tempo si occupano di media education. Come dimostrano alcune esperienze, essa si rivela valida sul piano dell'educazione civica in quanto può contribuire ad una maggiore presa di coscienza rispetto alla complessità del processo di produzione dei media e alle relazioni di potere che lo condizionano".<sup>24</sup>

\* \* \*

In sintesi, allora, ci sembra utile indicare quattro obiettivi generali per un'educazione ai media che voglia sposarsi con l'idea di partecipazione sociale degli adolescenti, obiettivi che possono essere realizzati in contesto scolastico ed extrascolastico:

- abituare i ragazzi a restare aggiornati su quanto avviene nel mondo, utilizzando e confrontando tutti i mezzi di cui dispongono;
- aiutare i ragazzi ad afferrare il senso delle notizie (è stato dimostrato che gli adolescenti hanno grosse difficoltà di comprensione dei telegiornali, ma che tali difficoltà possono essere compensate da opportuni interventi formativi<sup>25</sup>);
- accrescere il senso di responsabilità<sup>26</sup> dei ragazzi verso i diritti delle persone con cui interagiscono attraverso i media (si pensi a temi quali la divulgazione di materiale diffamante, la violazione della *privacy*, la falsa identità nelle *chat room* o il cosiddetto cyber-bullismo);
- stimolare la partecipazione dei ragazzi attraverso un loro impegno nei media locali, anche attraverso opportune collaborazioni tra agenzie educative e redazioni giornalistiche, radiofoniche, televisive o del web.<sup>27</sup>

<sup>24</sup> Ivi.

<sup>25</sup> M.T. SINISCALCO, *Il telegiornale a scuola*, Torino, Paravia, 1999.

<sup>26</sup> Su questo compito educativo e sui suoi fondamenti pedagogici, cfr. A. CHIONNA, *L'educazione alla responsabilità*, "Pedagogia e Vita", 2004, 2, pp. 112-133.

<sup>27</sup> Cfr. J. GONNET, *Educazione, formazione e media*, Roma, Armando, 2001, pp. 77-78 e 93-106 (ed. or. 1997).

La proposta, in conclusione, è di riconoscere all'educazione ai media un ruolo centrale nell'orientare le risorse umane e tecnologiche messe in gioco dai sistemi di comunicazione sociale, contribuendo in tal modo all'edificazione di una società in cui le persone e le aggregazioni possano vivere e operare da protagoniste.

Mi pare sia ciò che abbia cercato di fare, tra la via Emilia e l'Atlantico, il progetto *Media for Inclusion*.

## 2. | Funzionamenti, realizzazioni e apprendimenti di *Media for Inclusion*

*Giovanni Bursi – Sociologo Aretés*

Il progetto *Media for Inclusion* – promosso dal *Centro culturale Francesco Luigi Ferrari* e finanziato dalla Commissione europea attraverso il programma Youth in Action – affronta un tema nuovo e di grande interesse come quello della educazione dei giovani al corretto utilizzo dei media.

Oltre al soggetto promotore, il progetto ha visto il coinvolgimento di due partner europei: l'*Association International Youth Initiative* (Spagna) e l'*Associação Juvenil de Péniche* (Portogallo).

In questa sede si vogliono illustrare le considerazioni metodologiche emerse nel corso dell'attività di valutazione del progetto con l'intento di fornire un contributo alla promozione di azioni efficaci e qualificate di *media education* nell'ambito della formazione dei giovani in contesti-non-formali.

### 2.1. | Cosa valutare di *Media for Inclusion*

Il progetto *Media for Inclusion* si è posto come obiettivo generale quello di realizzare un'azione di educazione al corretto utilizzo dei media da parte di giovani ed educatori. Ciò al fine di favorire l'accesso dei giovani ad un'informazione di qualità e di stimolare la partecipazione di questi alla vita attiva e allo sviluppo del senso critico. Il progetto ha affrontato in particolare il tema dell'inclusione sociale attraverso il coinvolgimento diretto di gruppi di giovani appartenenti alle aree periferiche a rischio di emarginazione sociale.

L'elemento di innovazione del progetto risiede nell'applicazione della metodolo-

gia della *Media Education* in contesti di educazione non formali. La *Media Education*, infatti, non rappresenta una metodologia innovativa in senso assoluto, ma se da una parte essa costituisce un'opportunità nota all'interno dei *curricula* scolastici, è indubbio che essa sia stata raramente sperimentata nei contesti dell'extra scuola come modalità di alfabetizzazione ai media e di promozione dell'autonomia critica.

Attraverso il progetto *Media for Inclusion* si è inteso:

- a. fornire ad un gruppo di educatori/animatori attivi in centri di aggregazione giovanile le informazioni e le competenze necessarie a supportare la comprensione da parte dei giovani di come i media funzionino, di come i media possano influenzare le loro scelte e il loro stile di vita, evidenziando al contempo le opportunità derivanti da un accesso ragionato ai canali di informazione e comunicazione e da un approccio critico alla alfabetizzazione mediatica;
  - b. sperimentare un percorso pilota di educazione ai media e alla comunicazione su un gruppo di giovani provenienti da aree periferiche appartenenti alle organizzazioni coinvolte, attraverso la pianificazione di laboratori tematici sull'uso dei media e la realizzazione di produzioni video sulle diverse realtà locali;
  - c. diffondere e dare visibilità ai risultati di questo percorso di formazione a livello europeo presso l'opinione pubblica, le istituzioni e i professionisti dei media per sollecitare un dibattito sul ruolo dei mezzi di comunicazione nell'elaborazione di una strategia di contrasto all'emarginazione e all'esclusione sociale dei giovani.
- Le principali attività del progetto sono state:

1. **Corso di formazione alla Media Education per educatori.** Questa azione ha riguardato l'attivazione di un percorso di trasmissione di competenze sul tema dell'educazione ai media ad un gruppo selezionato di educatori provenienti dall'Italia, dalla Spagna e dal Portogallo. Nel corso del momento formativo sono state affrontate questioni strategiche quali l'educazione ai media partendo dalle produzioni dei giovani, l'educazione ai media nell'extra scuola, la media education tra bisogni educativi ed opportunità.
2. **Laboratori sperimentali per la realizzazione di un percorso pilota rivolto ai giovani (12-22) di educazione ai media.** Sono stati realizzati 15 laboratori – guidati dagli educatori fruitori del Corso di formazione alla *Media education* – ciascuno dei quali è terminato con la produzione di un oggetto mediale (sito, video, produzione multimediale). I laboratori hanno riguardato fondamentalmente due specifiche modalità di comunicazione: (i) *l'immagine-fotografia*, a partire dall'idea che

le immagini fotografiche pongono interrogativi sul "vedere" e ci fanno prendere coscienza di ciò che osserviamo; (ii) *video e la produzione multimediale*, nella consapevolezza che la produzione video nasce dall'esperienza di fruizione e dalla necessità di conoscere i codici e le tecniche che sottendono alla produzione di un video. Ogni laboratorio, inoltre, ha approfondito la conoscenza di altre modalità comunicative quali il giornalismo, i fumetti, la pubblicità ed altro.

3. **Realizzazione di un reportage da presentare in occasione di un Seminario di de-briefing per ragazzi.** Questa fase è stata attuata in seguito all'avvio dei laboratori multimediali e ha visto il diretto coinvolgimento dei giovani partecipanti alle attività dei laboratori che, guidati dai loro educatori, si sono dedicati alla produzione di tre reportage video (uno per ciascun Paese partner). In ciascuno dei Paesi partecipanti è stato individuato un particolare tipo di disagio collegato al mondo giovanile e alle diverse forme di partecipazione alla vita pubblica che ha costituito il contenuto specifico dei relativi reportage.

## 2.2. | Teoria comunicazionale e strategia valutativa

La valutazione del progetto *Media for Inclusion* è avvenuta sulla base della teoria della comunicazione che si basa sul concetto di rappresentazione definita nei seguenti termini: «la Rappresentazione (R) è riconducibile all'attività di un organismo che traduce nei termini del proprio sistema nervoso centrale i messaggi dovuti alla propria attività di riduzione sensiva dell'ambiente: tale traduzione è un'estrapolazione, sulla base del sistema di codici posseduto o in via di formazione, effettuata a partire da un ambiente che è così trasformato in un sistema di segnali dai quali, a propria volta, parte o sui quali effettua la propria funzione cognitiva, o di traduzione simbolica. Il singolo, quindi si ritrova a costruire o a possedere una serie di rappresentazioni, legate al particolare livello di sviluppo conoscitivo – e quindi non scientifico o tecnologico – posseduto dall'ambiente nel quale vive, e tali rappresentazioni costituiscono la base della sua conoscenza e gli servono come guida per il comportamento presente e futuro e come strumento di valutazione e giudizio del passato»<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> Cfr. L. BENVENUTI, *Malattie mediali. Elementi di socioterapia*, Baskerville, Bologna, 2002, p. 71.



La rappresentazione è quindi l'unità di riferimento minima della persona ed essa dipende e viene forgiata a partire da quel *sistema di segnali* che provengono dall'esterno.

Da questo punto di vista, rimanendo all'interno dell'approccio comunicazionale di Benvenuti, è importante evidenziare e prendere in considerazione attentamente il colpo inferto dalla «deriva dei mezzi di comunicazione»<sup>29</sup> alla rappresentazione sia in termini positivi che negativi. In altri termini, è importante evidenziare le conseguenze che il processo evolutivo dei mezzi di comunicazione di massa ha prodotto sulla rappresentazione e sulla sua capacità di integrare la dimensione affettiva con quella cognitiva<sup>30</sup>.

A partire da questo approccio teorico, la strategia di valutazione ha inteso concentrarsi su due dinamiche.

La strategia di valutazione ha preso le mosse dall'analisi ambientale del progetto e in particolare del Corso di formazione per educatori, dei laboratori e del Meeting finale al fine di verificare la presenza o compresenza di differenti culture comunicazionali (orale, tipografica, neomediale) nei partecipanti a partire dal concetto di rappresentazione. A partire dai dati forniti dall'analisi di sfondo in termini di rappresentazioni dell'ambiente, è stato possibile successivamente valutare in modo più specifico i laboratori, verificandone i risultati ottenuti.

Va specificato che la presenza di culture differenti comporta l'esistenza di un confine simbolico quale «criterio di differenziazione non tanto, o non solo, rispetto all'esterno della propria comunità, ma come confine interno tra sé e gli altri»<sup>31</sup>. Il confine può diventare in questa logica elemento di inclusione o di esclusione. Il confine è quindi strumento di produzione della complessità, ma anche opportunità di riduzione della complessità e possibilità di gestione della medesima in termini specialistici.

La valutazione dell'analisi ambientale, ha consentito di procedere alla verifica

<sup>29</sup> Cfr. par. 7.1 *La piramide della comunicazione* in L. BENVENUTI, *Lezioni di socioterapia, La persona mediamente, mediafferma, Baskerville, Bologna, 2008*, pp. 145.

<sup>30</sup> «La Rappresentazione è una variabile composta da due sub-variabili: l'immagine (I) e l'Investimento affettivo (Inv. Aft):  $R=I+InvAft$ », cfr. L. BENVENUTI, *Lezioni di socioterapia*, ivi, p. 53.

<sup>31</sup> L. BENVENUTI, *Lezioni di socioterapia. La persona media/mente e media/afferma, Baskerville, Bologna, 2008*, p. 50.

dell'attività dei laboratori quali strumenti di intervento sul campo. La verifica della qualità è stata realizzata attraverso strumenti quali-quantitativi tesi a verificare i seguenti elementi: obiettivi, risultati, strumenti organizzativi, strumenti di comunicazione, azioni.

La valutazione dell'analisi ambientale, la verifica dei laboratori e il grado di efficacia degli stessi costituiscono la base teorico-informativa per sviluppare una valutazione dei possibili cambiamenti attivati. Più precisamente, la strategia valutativa ha tentato di intra-cogliere le potenzialità di cambiamento e di innovazione attivate dal progetto rispetto agli apprendimenti attivati e all'impatto dei medesimi sulla rappresentazione (relazione tra dimensione affettiva e cognitiva).

La strategia valutativa verte sulle seguenti componenti:

1. **Valutazione dell'analisi ambientale (Funzionamenti).** Prende le mosse dall'analisi della situazione comunicazionale dell'ambiente e consiste nella rielaborazione dei dati quali-quantitativi emersi dal Corso di formazione per educatori e dai laboratori.
2. **Analisi dei risultati, dei prodotti, delle azioni e processi (Realizzazioni).** L'obiettivo dell'azione di monitoraggio sarà quella di rilevare, evidenziare e valorizzare quanto realizzato dal progetto in termini di risultati (servizi resi al territorio e ai beneficiari), prodotti (verbali, report, progetti specifici, articoli, video...), azioni (interventi, laboratori, focus...), e in termini di processi (all'interno della partnership, tra la partnership e l'esterno).
3. **Valutazioni dei possibili cambiamenti (Apprendimenti).** Si pone come obiettivo quello di analizzare quanto prodotto dal progetto in termini di attivazione di possibili cambiamenti, laddove l'idea di cambiamento possibile attiene al potenziamento e all'ampliamento delle competenze (intese come motori rappresentativi) dei soggetti.

Per raccogliere le informazioni necessarie alla presente valutazione, sono stati progettati e somministrati quattro strumenti di rilevazione (una griglia di monitoraggio e tre questionari):

- *Media for Inclusion Monitoring Instrument* – Griglia di monitoraggio costituita da 12 indicatori. Somministrato ai tre coordinatori territoriali (Italia, Spagna, Portogallo).
- *Media for Inclusion Training Course Evaluation Questionnaire* – Questionario semi-strutturato costituito da 10 domande. Somministrato ai partecipanti al corso di formazione per educatori.

- *Media for Inclusion Youth Meeting Evaluation Questionnaire* – Questionario semi-strutturato costituito da nove domande. Somministrato ai partecipanti al corso meeting internazionale.
- *Media for Inclusion Final Evaluation Questionnaire* – Questionario di valutazione finale costituito da quattro parti: (i) valutazione dei mezzi di comunicazione utilizzati, (ii) valutazione delle attività realizzate, (iii) valutazione del perseguimento degli obiettivi, (iv) valutazione degli impatti. Tale questionario è stato somministrato ai manager (educatori) dei laboratori ed attiene all'intera attività progettuale.

### 2.3. | Funzionamenti laboratoriali, formativi e seminariali

Il progetto *Media for Inclusion* ha visto la realizzazione di 15 laboratori: 5 in Italia, 5 in Spagna e 5 in Portogallo (cfr. Tab. 1).

Complessivamente, i 15 laboratori hanno realizzato 105 incontri per una media di 7 incontri ciascuno realizzati, mediamente, nell'arco temporale di 43 giorni. Il laboratorio più breve è stato *Dall'idea al video*, un laboratorio italiano realizzato nell'arco di 6 giorni, mentre quello più lungo è stato *Animated film lab*, un laboratorio portoghese realizzato nell'arco di 88 giorni.

Questi primi dati mostrano un'indicazione metodologica di un certo interesse che porta ad individuare tre forme di laboratori:

- **Intensive**, svolti nell'arco di un periodo breve, residenziali o realizzati in periodo di libertà per i ragazzi (il laboratorio di sei giorni prima citato, ad esempio, è stato realizzato durante le vacanze estive e ha potuto coinvolgere i ragazzi tutti i giorni);
- **Classic**, sviluppati nell'arco di un mese e mezzo e strutturati sostanzialmente su un incontro alla settimana;
- **Long-period**, organizzati in un periodo di 3 o 4 mesi e strutturati sulla base di un programma di incontri flessibile, utilizzando modalità di relazione sia reali che virtuali.

**Tab. 1. Indicatori di funzionamento laboratori – tempo e partecipanti**

	Paese	Titolo laboratorio	N. incontri	Arco temporale laboratorio (gg)	N. partecipanti primo incontro	N. medio partecipanti	N. educatori **
1	Italia	Narrare con le immagini	6	26	8	11	4
2	Italia	Mi video-racconto 1	6	34	5	5	4
3	Italia	Mi video-racconto 2	6	30	6	5	4
4	Italia	Dall'idea al video	6	6	14	14	2
5	Italia	Mani in foto	6	6	14	14	2
6	Spagna	Analysis of the reality	6	65	16	7	2
7	Spagna	Creating a Blog*	22	65	16	7	2
8	Spagna	Film & Editing	3	20	7	7	2
9	Spagna	Introduction to documentary	4	8	15	15	2
10	Spagna	Realizing a documentary	10	15	15	15	2
11	Portogallo	Video Lab	6	81	20	15	2
12	Portogallo	Animated Film Lab	6	88	21	16	2
13	Portogallo	Digital Photo Lab	6	68	13	10	4
14	Portogallo	Editing Video Lab	6	67	5	4	3
15	Portogallo	Report Lab	6	82	8	7	2
		Totale Valore Assoluto	105		183		39

\* La modalità sperimentale di funzionamento di *Creating a Blog* non è stata legata rigidamente ad incontri vis a vis. I valori riportati relativamente agli indicatori *n. incontri* e *periodo gg* sono pertanto stati stati a fini statistici.

\*\* Il numero di educatori è da intendersi in termini funzionali e non personali, cioè a dire che il medesimo educatore può avere svolto la funzione educativa su più laboratori e quindi essere stato considerato più volte.

La partecipazione ai laboratori è stata positiva e costante. Hanno partecipato al primo incontro dei 15 laboratori 183 ragazzi, per una media complessiva di oltre 12 ragazzi. La media dei partecipanti a tutti gli incontri realizzati è pari a 10,1: il divario di 2 punti tra la media al primo incontro e la media complessiva è pertanto la dimo-

strazione della continuità e della scarsa dispersione prodotta dai laboratori.

I laboratori sono stati guidati complessivamente da 42 educatori: circa 3 per laboratorio.

**Tab. 2. Indicatori di funzionamento laboratori – cfr. Italia, Spagna, Portogallo**

	Paese	Titolo laboratorio	N. incontri V.A.	Arco temporale laboratorio (gg)	N. medio partecipanti I incontro	N. medio partecipanti	N. educatori per ragazzo
A	Italia	5 laboratori	30	20,4	9,4	9,6	2,9
B	Spagna	5 laboratori	45	34,6	13,8	10,2	6,9
C	Portogallo	5 laboratori	30	77,2	13,4	10,4	5,2
		Valore Medio	7,0	44,1	12,2	10,1	4,7

Rispetto a questi indicatori, il confronto fra Italia, Spagna e Portogallo ha messo in evidenza una sostanziale omogeneità (ovviamente dettata anche da una impostazione metodologica iniziale volta a garantire una certa organicità del percorso formativo) pur mettendo in evidenza alcune peculiarità:

- I laboratori italiani sono stati realizzati in un arco temporale minore seguendo il modello *intensive*. Pur avendo il numero medio di partecipanti al laboratorio più basso rispetto ai tre contesti europei, sono gli unici ad avere il *numero medio di partecipanti* (9,6) superiore al *numero medio di partecipanti al primo incontro* (9,4), a dimostrazione di un allargamento o quantomeno una continuità della presenza dei ragazzi.
- I laboratori spagnoli, dal punto di vista della durata, rientrano nel modello *classic*. Sono i laboratori che faticano più degli altri a dare continuità (-3,6 il divario tra ragazzi al primo incontro e presenza media) e tale fatto può essere motivato con due riflessioni: (i) i laboratori spagnoli sono quelli che al primo incontro presentano il maggior numero di ragazzi (69 contro i 67 portoghesi e i 47 italiani), (ii) i laboratori spagnoli sono quelli che presentano il numero minore di educatori sia in termini assoluti che, di conseguenza, per laboratorio: 1 educatore ogni 7 ragazzi contro l'1 a 3 degli italiani e l'1 a 5 dei portoghesi.
- I laboratori portoghesi rientrano nel modello *long-period* mostrando il valore maggiore in corrispondenza dell'indicatore sull'arco temporale di realizzazione. Per il resto, mostrano valori simili a quelli dei laboratori spagnoli per quanto riguarda le presenze dei ragazzi ed il numero di educatori.

**Tab. 3. Profilo dei partecipanti – cfr. Italia, Spagna, Portogallo**

	Paese	Titolo laboratorio	Età del più giovane	Età del più grande	Età media partecipanti
1	Italia	Narrare con le immagini	11	14	12,5
2	Italia	Mi video-racconto 1	11	14	12,5
3	Italia	Mi video-racconto 2	11	14	12,5
4	Italia	Dall'idea al video	14	17	15,5
5	Italia	Mani in foto	13	14	13,5
6	Spagna	Analysis of the reality	16	25	20,0
7	Spagna	Creating a Blog	17	22	19,5
8	Spagna	Film & Editing	17	21	19,0
9	Spagna	Introduction to documentary	16	21	18,5
10	Spagna	Realizing a documentary	16	21	18,5
11	Portogallo	Video Lab	11	18	14,0
12	Portogallo	Animated Film Lab	11	18	14,0
13	Portogallo	Digital Photo Lab	14	18	16,0
14	Portogallo	Editing Video Lab	17	18	17,0
15	Portogallo	Report Lab	14	18	16,0
		Totale Valore Medio	13,9	18,2	15,9
A	Italia	5 laboratori	12,0	14,6	13,3
B	Spagna	5 laboratori	16,4	22,0	19,1
C	Portogallo	5 laboratori	13,4	18,0	15,4
		Totale Valore Medio	13,9	18,2	15,9

Interessante risulta essere anche il profilo dei partecipanti ai laboratori. L'età media dei partecipanti ai laboratori italiani è di 13,3 anni (il più grande è un diciassettenne, il più piccolo un dodicenne). L'età media dei partecipanti ai laboratori spagnoli è di 19,1 anni (il più grande ha 22 anni, il più piccolo poco più di 16). L'età media dei partecipanti ai laboratori portoghesi è di 15,4 anni (il più grande ha 18 anni, il più piccolo oltre 13).

La media education interessa adolescenti e giovani e, soprattutto, può tenere assieme anche generazioni differenti: si veda ad esempio il laboratorio "Video lab" (Portogallo) dove il partecipante più giovane ha 11 anni e quello più 'vecchio' ne ha 18; oppure il laboratorio *Analysis of the reality* (Spagna) dove convivono un sedicenne e un venticinquenne.

## 2.4. | Realizzazioni mediiali, realizzazioni relazionali

L'efficace gestione del progetto *Media for Inclusion* ha consentito di realizzare i prodotti pensati in fase di progettazione che hanno riguardato, da una parte, la produzione vera e propria di **strumenti mediiali** in senso ai 15 laboratori e, dall'altra, la realizzazione di **strumenti relazionali** in luogo di iniziative ed eventi.

Complessivamente, i laboratori hanno realizzato **33 strumenti mediiali**, ai quali va aggiunto il *Reportage* finale.

**Tab. 4. Strumenti mediiali realizzati dai 15 laboratori – categorie**

	Paese	Laboratorio	Produzione Video	Strumenti Internet	Pacchetti Immagini	Redazione Giornale	Esperienze Storie
1	Italia	Narrare con le immagini	2				
2	Italia	Mi video-racconto 1	4				
3	Italia	Mi video-racconto 2	4				
4	Italia	Dall'idea al video	3				
5	Italia	Mani in foto	1				
6	Spagna	Analysys of the reality		1			
7	Spagna	Creating a Blog		1			
8	Spagna	Film & Editing	1		1		
9	Spagna	Introduction to documentary					1
10	Spagna	Realizing a documentary	1				
11	Portogallo	Video Lab	1				4
12	Portogallo	Animated Film Lab	1				4
13	Portogallo	Digital Photo Lab			1		
14	Portogallo	Editing Video Lab	1				
15	Portogallo	Report Lab				1	
		Totale parziale	19	2	2	1	9
		Totale					33

Per la maggior parte dei casi si è trattato della produzione di video (19 prodotti), soprattutto ad immagini fisse, seguiti dalla narrazione di storie ed esperienze (9 prodotti). Nel corso dei laboratori, tuttavia, sono stati realizzati anche siti internet (2) sotto forma di blog, e pacchetti di immagini/foto (2). Il *Report lab* portoghese ha portato, inoltre, all'ideazione di un giornale di 17 pagine.

**Tab. 5. Strumenti mediiali realizzati dai 15 laboratori – dettaglio**

Paese	Laboratorio	Strumento mediiale realizzato
Italia	Narrare con le immagini	2 video a immagini fisse sul centro educativo che li accoglie
Italia	Mi video-racconto 1	4 video contenenti filmati e fotografie per presentare se stessi
Italia	Mi video-racconto 2	4 video contenenti filmati e fotografie per presentare se stessi
Italia	Dall'idea al video	3 video sul tema scelto della "Bellezza"
Italia	Mani in foto	1 video a immagini fisse scelte tra quelle scattate
Spagna	Analysys of the reality	Blog creation
Spagna	Creating a Blog	Blog creation
Spagna	Film & Editing	Video
Spagna	Introduction to documentary	Materiale documentale (tecnico e teorico)
Spagna	Realizing a documentary	Video-documentario
Portogallo	Video Lab	n. 4 esperienze + video finale
Portogallo	Animated Film Lab	n. 4 esperienze + video finale
Portogallo	Digital Photo Lab	180 fotografie + circa 1000 esercizi e prove
Portogallo	Editing Video Lab	n. 4 esperienze + video finale + 2 presentazioni
Portogallo	Report Lab	n. 1 giornale (17 pagine)

Rientrano invece nella produzione di **strumenti relazionali**, il **Corso di formazione per educatori**, realizzato a Modena, e il **Seminario de-briefing per ragazzi**, realizzato a Malaga.

Il **Corso di formazione per educatori** ha avuto il compito di definire un linguaggio comune e allineare le competenze sulla stessa lunghezza d'onda. Inoltre, il corso formativo aveva il compito di condividere le metodologie, le pratiche di lavoro e, in definitiva, mettere a punto assieme un modello di funzionamento dei Laboratori che rispondesse alle esigenze dei diversi Paesi coinvolti nel progetto, pur avendo un tratto ed un approccio comune sulla base del quale sviluppare riflessioni sui risultati ottenuti e sulle pratiche di lavoro.

Hanno partecipato al corso residenziali 12 educatori, di cui 4 italiani, 4 spagnoli e 4 portoghesi. Altri 2 educatori italiani hanno partecipato al corso, ma con ruoli organizzativi. Si è scelto di non somministrare a questi educatori il questionario di valutazione.

L'età media degli educatori che hanno partecipato al corso di formazione è stata

di 31,3 anni.

Le valutazioni espresse sono state generalmente positive. A partire da una significativa motivazione al corso e al tema della media education, si è registrata una buona partecipazione e un coinvolgimento pieno degli educatori in tutte le fasi del momento formativo.

La valutazione media del corso è di 4,2 in un range che va da 10 a -10. Tutti i moduli formativi sono stati apprezzati superando in modo deciso la sufficienza, cioè 0. I tre moduli formativi più apprezzati sono stati l'*Introduzione teorica alla media education* (5,0) la *Produzione Video* (4,2), i *Progetti su reality e cellulare* (3,3) e la *Media education in contesti extrascolastici*. Il confronto con esperienze significative è stato il modulo meno apprezzato (1,7).

Tab. 6. Valutazione del Corso Media Education per moduli formativi						
Moduli formativi	Eccellente	Buono	Sufficiente	Insuffi.	Scarso	Valore medio*
Valutazione generale	5	7				4,2
Introduzione teorica	6	6				5,0
Media education in contesti extrascolastici	4	8				3,3
Produzione Video	5	7				4,2
Esperienze di Media Education	3	8	1			1,7
Mambo e Museo Arte Moderna	5	4	3			1,7
Progetti su reality e cellulare	4	8				3,3
Raccontare per immagini	4	7	1			2,5

\*Al fine di fornire una lettura semplificata dei dati, il valore medio è stato calcolato riclassificando considerando solo le tre variabili utilizzate dai corsisti e utilizzando per esse la seguente scala di valori: Eccellente = Sufficiente = 1, Buono = Indifferente = 0, Sufficiente = Insufficiente = -1.

Oltre ai contenuti, sono stati molto apprezzati i docenti e la possibilità di confrontarsi e programmare direttamente con loro le attività laboratoriali da realizzare sui propri territori.

Il clima del gruppo è stato valutato positivamente da tutti i partecipanti.

Analogha valutazione positiva può essere espressa per un ulteriore **strumento relazionale** rappresentato dal **Seminario de-briefing per ragazzi** quale occasione per condi-

vedere l'esperienza dei laboratori e del reportage finale. Rispetto al seminario, sono stati somministrati questionari a 25 ragazzi di cui 13 maschi e 12 femmine (cfr. tab. 6). Nella maggior parte dei casi si è trattato di ragazzi italiani (12) seguiti da quelli portoghesi (8) e da quelli spagnoli (5). Il numero inferiore di spagnoli è da leggere alla luce della loro minore propensione alla compilazione del questionario e all'ubicazione del seminario.

L'età media dei ragazzi coinvolti si è aggirata attorno ai 17 anni. I partecipanti più giovani sono stati quelli italiani (circa 16 anni di media), mentre i più vecchi sono stati gli spagnoli con una media di età di 19 anni

Tab. 7. Partecipanti al Seminario de-briefing per ragazzi di Malaga								
Paese	Italia		Spagna		Portogallo		Totale	
Sesso	maschio	femmina	maschio	femmina	maschio	femmina	maschio	femmina
Partecipanti	8	4	1	4	4	4	13	12
Età media	16,1	15,8	21,0	17,0	16,3	17,3	17,8	16,7
Età media	15,9		19,0		16,8		17,2	

Come emerge dalla tab. 7, alla domanda *Hai trovato l'incontro interessante?*, la grande maggioranza dei partecipanti (80%) ha trovato di grande interesse l'esperienza del seminario. Il 20% ha affermato che l'incontro è stato "Abbastanza interessante", mentre nessun partecipante ha risposto negativamente alla domanda posta.

Pur in una valutazione estremamente positiva da parte di tutti, mediamente, risultano poco più soddisfatti gli italiani ed i portoghesi degli spagnoli.

Tab. 8. Hai trovato l'incontro interessante?								
Risposta / Paese	Italia		Spagna		Portogallo		Totale	
Si	11	91,7	3	60,0	6	75,0	20	80,0
No		0,0		0,0		0,0	0	0,0
Abbastanza	1	8,3	2	40,0	2	25,0	5	20,0
Totale	12	100,0	5	100,0	8	100,0	25	100,0

Rispetto alla proposta integrata rappresentata dal Seminario de-briefing (che prevedeva Attività di Ice-Breaking, Lavori di gruppo, visione dei Video Reportage, Festa interculturale e altro), i ragazzi sono rimasti particolarmente soddisfatti della Festa interculturale (56%) e della visione dei Video Reportage (28%), seguite dall'Attività di

Ice-Breaking (8%) e ai Lavori di gruppo (4%).

Gli spagnoli, più degli altri, hanno concentrato le loro preferenze sulla Festa interculturale.

**Tab. 9. Quali aspetti, nel metodo di lavoro, ti sono piaciuti maggiormente?**

Attività / Paese	Italia		Spagna		Portogallo		Totale	
Attività Ice-Breaking	1	8,3	1	20,0		0,0	2	8,0
Lavori di gruppo	1	8,3		0,0		0,0	1	4,0
Visione Video Reportage	5	41,7	1	20,0	1	12,5	7	28,0
Festa interculturale	5	41,7	2	40,0	7	87,5	14	56,0
Altro		0,0	1	20,0		0,0	1	4,0
Totale	12	100,0	5	100,0	8	100,0	25	100,0

## 2.5. | Apprendimenti tecnici, rappresentativi e culturali

Il progetto *Media for Inclusion* si è posto come obiettivo strategico quello di introdurre nei ragazzi e negli educatori apprendimenti tecnici, legati alla conoscenza e all'uso specialistico dei diversi media presi in considerazione, ma anche di attivare dei percorsi culturali diffusi, tesi a far conoscere le potenzialità e le ambiguità dei media medesimi. Tale dimensione strategica è stata indagata mediante un questionario valutativo a domande aperte sottoposto agli educatori dei 15 laboratori. Vengono qui illustrati i risultati di tali questionari emersi da tale fonte informativa.

**L'apprendimento tecnico.** Si è cercato di indagare la capacità del progetto di favorire l'apprendimento tecnico all'uso dei media, trasferendo ai beneficiari informazioni e competenze necessarie per comprendere il funzionamento dei diversi media, la loro capacità di influenzare scelte e stili di vita, la loro possibilità di rappresentare un'opportunità di crescita se affrontati sulla base di un approccio critico alla alfabetizzazione mediatica.

La valutazione ha messo in evidenza diversi risultati positivi in proposito. Il miglioramento dell'uso tecnico dei media utilizzati è stato il dato più evidente rilevato nei ragazzi beneficiari del progetto. Alcuni esempi.

- Un uso diverso della **macchina fotografica digitale** a fronte di un "uso frenetico" della macchina fotografica incorporata nel telefono cellulare, con cui i ragazzi

fanno spesso una marea di scatti senza essere in grado di selezionare ciò che vogliono;

- Una migliore capacità di gestione delle **immagini** sia in fase di cattura delle medesime sia in fase di montaggio-assemblaggio in un video;
- La più attenta gestione delle informazioni nei processi di creazione del virtuale e di predisposizione dei contenuti da caricare su **blog**, siti, pagine web;
- Lo studio attento e la conoscenza delle logiche che stanno alla base della produzione di un **giornale** e l'apprendimento delle tecniche di gestione della notizia e delle informazioni;
- L'utilizzo del **personal computer** alternativo alla navigazione in internet o alla fruizione di videogiochi: il montaggio video come operazione nuova per molti ragazzi;
- La scoperta della **telecamera** come strumento per riprendere ed essere ripresi: il montaggio, la selezione del materiale, lo scarto-taglio di immagini

Quello che è risultato chiaro a molti è stato il passaggio dalla realtà alla costruzione della realtà. La partecipazione al processo di definizione della realtà in quanto realtà medialmente prodotta ha, infatti, posto i ragazzi in una prospettiva nuova, di critica verso la società, verso chi ha la responsabilità di raccontare la realtà, ma anche di opportunità e di responsabilità nel processo di costruzione della realtà medesima.

Da questo punto di vista, la partecipazione al processo di produzione mediale (video, foto, giornali, blog...) può essere più efficace se si qualifica e si specializza l'uso dei tali strumenti e quindi se si apprendono quelle competenze tecniche e culturali che ne consentono un utilizzo specialistico.

In sintesi, è stato compreso meglio dai ragazzi il processo comunicativo che deve confrontarsi fondamentalmente con i **criteri selettivi delle informazioni e della trasmissione delle medesime** e che esemplificando possiamo richiamare con le seguenti domande:

- Come selezioniamo le informazioni da trasmettere?
- Come organizziamo le immagini da diffondere?
- Come costruiamo le domande per un'intervista?
- Possiamo comunicare senza farci condizionare?
- Possiamo "fare i cronisti" senza farci condizionare dalla nostra opinione personale?
- Come possiamo valutare le informazioni? Con quali criteri?

**I percorsi culturali.** All'interno di quest'ambito di valutazione si è cercato di cogliere la capacità del progetto di aprire scenari riflessivi e culturalmente fertili, di instillare quel seme in grado di crescere e dare un contributo positivo al processo di cambiamento.

Da questo punto di vista, l'elemento che più di altri è risultato positivo è stato il confronto di esperienze a livello europeo tra i giovani così come tra gli educatori. Gli incontri di coordinamento del progetto, i momenti formativi, i momenti di gruppo, gli scambi medialti sono stati considerati molto utili ad una piena consapevolezza del percorso motivazionale e del sentiero di senso all'interno del quale era incanalato il progetto.

Questo è stato un aspetto fondamentale, alla base di ogni iniziativa. L'obiettivo raggiunto, infatti, è stato di riuscire ad attivare tra l'opinione pubblica, le istituzioni, i mondi vitali dei tre contesti europei coinvolti dal progetto e i professionisti dei media, una dinamica di rete volta a far crescere un lavoro comune ed una sensibilità comune sull'importanza di un accesso critico e consapevole all'informazione e ai diversi canali di comunicazione, visto come strategico soprattutto rispetto al tema della lotta all'esclusione sociale.

## 2.6. | Media-Inclusione, Inclusione-Media

Il progetto ha voluto analizzare, infine, l'impatto rappresentativo dei media a partire dalla consapevolezza che l'azione è oggi sempre più una **azione comunicativa**. Due domande sono state poste a proposito:

- I media sono prevalentemente mezzo o fine?
- I media trasmettono prevalentemente informazioni o emozioni?

La riflessione prende le mosse dall'idea che l'agire comunicativo – sintetizzabile tecnicamente come trasmissione di messaggi da una emittente a un ricevitore attraverso uno specifico medium – sta diventando sempre più contenuto. Come ha messo in evidenza Marshall McLuhan «il medium è il messaggio» ed è quindi importante studiare la comunicazione ed i suoi mezzi non solo in base ai contenuti che veicolano, quanto soprattutto in relazione ai criteri strutturali con cui organizzano la comunicazione. L'agire comunicativo, in questa logica, diviene una condizione essenziale nel processo di costruzione dell'identità della persona in quanto le permette di svolgere

una funzione di integrazione simbolica e di essere socialmente condivisa.

Il punto si può sintetizzare in questi termini: le esigenze simboliche (e quindi rappresentative), connesse alle logiche comunicative, sono divenute prioritarie e pre-condizioni dei bisogni materiali di tipo classico. In tale contesto, si intuisce facilmente che la comunicazione (non solo quella interpersonale ma soprattutto quella organizzata e gestita dai mezzi di comunicazione di massa) gioca un ruolo centrale. La comunicazione (contenuto e medium), infatti, finisce per condizionare sempre più gli schemi di comportamento delle persone i quali nel passare a livelli simbolici sempre più raffinati perdono di vista la realtà e l'empiria, finiscono per dipendere dall'apparire piuttosto che dall'essere, sviliscono le dinamiche relazionali vere a favore delle fruizioni simboliche indotte dai mezzi di comunicazione.

All'interno di questo sentiero riflessivo, rispetto alla prima domanda (*I media sono prevalentemente mezzo o fine?*) sembra prevalere ancora in modo chiaro il **medium come mezzo**. Secondo gli educatori, i giovani vedono i media come mezzi per comunicare, come strumenti per trasmettere informazioni sotto forma di parole, immagini, idee ed altro. Difficilmente essi riescono a concepire il **medium come messaggio**, a considerare che l'utilizzo di un mezzo piuttosto che di un altro non è irrilevante nel processo di costruzione del proprio sé sociale e quindi della propria capacità di gestire in termini comunicativi la dinamica inclusione-esclusione.

Rispetto a ciò, divengono abbastanza prevedibili le risposte alla seconda domanda (*I media trasmettono prevalentemente informazioni o emozioni?*), relativa alla dimensione simbolica della comunicazione, le quali tendono a vedere nei media un veicolo informativo che trascina su di sé emozioni e affettività.

Da questo punto di vista, risulta interessante la risposta proveniente da un laboratorio portoghese laddove si afferma che: «*young use the means like a "mean" to reach the final objective*»<sup>32</sup>. L'utilizzo di *means* in luogo di mezzi di comunicazione di massa<sup>33</sup> diviene opportunità per un gioco di parole che conduce il *mezzo (means)* a

<sup>32</sup> Cfr. Risposta collegata: «All vehicle of information takes associate of inescapable way, an affective, subjective and/or emotional content latent and is in the detection of this content of the audio-visual message, resides the development of the own criterion in the interpretation of a certain message».

<sup>33</sup> Si consenta il gioco di parole finale per i fini espositivi che esso sottende, pur sapendo che 'mezzi di comunicazione di massa' non si traduce con 'mass-means' bensì con 'mass-media', essendo media un termine latino.

divenire *significato* (*mean*): il **mezzo come significato** comporta l'idea di una nuova rilevanza dei media che trascende il contenuto trasmesso e diviene esso stesso contenuto; diviene esso stesso identità comunicativa.

Ciò a dire che: se da una parte i media rappresentano un importante strumento per favorire i processi di inclusione (*media for inclusion*), è indubbio che l'inclusione dei mezzi di comunicazione nelle identità personali ne può favorire un migliore e più affidabile utilizzo (*inclusion for media*).

### 3. | Considerazioni metodologiche emerse dall'esperienza del progetto

#### **Media for Inclusion**

*Laura Parenti e Tiziana Venturi – Media Educators Centro F. L. Ferrari*

Il progetto europeo *Media for Inclusion* ha un obiettivo molto ambizioso che parte dall'osservazione della realtà dei giovani, soprattutto di quelli esclusi dall'accesso ai media di qualità: realizzare un'azione di educazione all'informazione e alla comunicazione in grado di modificare in positivo questa realtà.

Per realizzare il progetto in Italia ci siamo rivolti a due strutture presenti sul territorio che accolgono i ragazzi dopo la scuola e a un'associazione di famiglie che raccoglie un numero importante di bambini e ragazzi, figli propri o in affidato. L'esperienza ha rappresentato una novità per il territorio modenese, non perché non esistano esperienze laboratoriali con i media (giornalino di classe, video, percorsi sul cinema) ma perché le finalità specifiche della media education sono poco diffuse. Questo fa sì che spesso, sia nei contesti scolastici che extra scolastici, si svolgano attività molto belle e arricchenti avendo però poca consapevolezza della loro importanza e poca intenzionalità media-educativa e, anzi, proponendole a volte come semplice modalità alternativa per affrontare argomenti curriculari o come attività ludiche con finalità soprattutto di socializzazione.

La situazione descritta dagli educatori spagnoli e portoghesi presenta una realtà molto simile e questo tipo di attività ha rappresentato una novità assoluta nei comuni dove è stata proposta. Ad esempio, pur essendo assidui frequentatori di internet, i giovani spagnoli hanno, per la prima volta, potuto realizzare un blog assumendo quindi un ruolo da protagonisti nella rete.

Il primo passo del progetto è stata una settimana di formazione per gli educatori dei gruppi dei tre paesi che è servita a mettere basi comuni sia per quanto riguarda le finalità della media education, sia per le modalità con cui affrontare un'attività di questo tipo che deve sempre comprendere una fase di comprensione e lettura del media prima di passare alla produzione. Questa fase iniziale di riflessione è importante perché nella realizzazione concreta del progetto si possono presentare difficoltà numerose e di diverso tipo che possono facilmente portare fuori strada: il rischio di fare un'educazione con i media, cioè di utilizzare i media come semplice strumento, anziché un'educazione ai media è sempre presente.

#### 3.1. | Esperienze nell'extra scuola, istruzioni per l'uso

L'esperienza congiunta di tre realtà appartenenti a tre paesi differenti, l'Association "International Youth Initiative" di Malaga (Spagna), l'Associação Juvenil de Peniche di Peniche (Portogallo) e il Centro Culturale F. L. Ferrari di Modena, ha fatto emergere alcune differenze e peculiarità: i centri spagnolo e portoghese sono una presenza consolidata sul territorio e si rivolgono a tutti i giovani della città, con un'età che va dagli 11 ai 18 anni per i portoghesi e dai 15 ai 25 anni per gli spagnoli, che hanno voglia di frequentare corsi che vanno dall'arte alla danza al teatro. Gli utenti sono ragazzi che volontariamente scelgono di partecipare a queste attività anche per conoscere nuove persone e avere opportunità di viaggi e incontri internazionali. Sul territorio modenese è stata invece attivata una collaborazione con centri giovanili che differiscono da quelli spagnolo e portoghese: il "Patronato dei figli del Popolo e Fondazione S. Paolo e S. Geminiano" di Modena è un centro diurno che accoglie ragazzi dagli 11 ai 13 anni con situazioni di disagio alle spalle. Non si tratta quindi di un'iscrizione volontaria, ma di ragazzi obbligati a risiedere al centro per alcune ore al giorno. La situazione è molto simile per il centro "Hip-Hop" che opera a Carpi, in provincia di Modena, e offre lo stesso tipo di servizio accogliendo ragazzi dagli 11 ai 14 anni. L'utenza in entrambi i casi è rappresentata da persone a rischio o in condizione di esclusione sociale. L'associazione "Venite alla festa" invece presenta una realtà che è più in linea con quella del Portogallo e della Spagna, sia per l'età, dai 15 ai 17 anni, che per le caratteristiche dei ragazzi.



Appare chiaro come i tre paesi europei abbiano lavorato con ragazzi di età e contesti differenti, elementi da cui, trattandosi di attività educative, non è possibile prescindere in fase di progettazione. Inoltre, in un contesto extra scolastico, oltre alla tipologia dei ragazzi occorre tenere presente la necessità di proporre il laboratorio in modo chiaro e accattivante perchè l'adesione da parte dei giovani è sempre volontaria anche se gli educatori hanno il compito di indirizzare e consigliare una eventuale partecipazione: è importante capire quali sono i loro interessi e i loro abituali consumi mediali per fare una proposta che sia utile e sappia inserirsi a pieno titolo nella loro realtà. Per questo motivo, in Italia, su cinque laboratori tre sono stati di fotografia e due di video: tralasciando altre tipologie di media ci si è concentrati su ciò che più attirava l'interesse dei ragazzi e su ciò che poteva migliorarne la capacità di espressione e di comunicazione per far emergere qualcosa di loro stessi. Si sono rivelate cinque esperienze uniche, infatti pur trattando lo stesso media questi laboratori si riempiono principalmente delle idee, delle proposte, delle visioni dei giovani partecipanti che portano sempre un contributo originale.

Soprattutto la ripresa video è qualcosa in grado di farli sentire protagonisti e più consapevoli ed è parte della cronaca recente l'uso poco avveduto di questi strumenti che porta a riprendere con il cellulare chiunque e qualunque cosa senza riflettere sulle conseguenze non solo della ripresa ma anche, e soprattutto, della pubblicazione di immagini con contenuti discutibili, quando non offensivi, verso le persone. Un laboratorio di media education sulla produzione video si inserisce quindi a pieno titolo nelle emergenze educative di questo periodo diventando per i ragazzi una scoperta delle possibilità espressive offerte da strumenti come la videocamera o il cellulare, e per gli adulti una finestra sul mondo dei giovani e un'ulteriore occasione per ascoltarli. È stato così per i genitori dell'associazione "Venite alla festa" i cui figli hanno scelto di rappresentare in video la loro idea di bellezza. Grazie alla loro capacità, appresa attraverso il laboratorio di media education, di comunicarla in modo efficace con i video realizzati, si è creato una sorta di ponte tra ragazzi e genitori che sono stati invitati a uscire dalla trappola della demonizzazione dello strumento mediale per esplorare e ricercare punti di alleanza e di incontro con i figli.

Anche la fotografia rappresenta un linguaggio attuale e non solo perché la pubblicità riempie ogni spazio visivo intorno a noi ma perché, sempre grazie all'uso del cellulare, è entrata a far parte delle consuetudini dei ragazzi. Anche in questo caso i laboratori sono stati occasione per aumentare la competenza tecnica nell'uso del-

la macchina fotografica e mediale: un'immagine suscita emozioni ed è portatrice di contenuti che vanno oltre ciò che viene rappresentato; condividere le impressioni può essere un gioco che porta alla fine alla realizzazione di uno scatto frutto di un progetto e di una riflessione comune. Il lavoro fotografico, anche se piccolo, dimostra che qualsiasi linguaggio può essere in grado di far risaltare quella traccia di poesia e verità delle cose che non si coglie a prima vista, ma sotto la superficie.

Le attività di media education richiedono però un minimo di continuità, di fedeltà alla scelta fatta e per questo è importante che nei contesti più problematici, come possono essere quelli dei centri diurni, gli educatori proponano il laboratorio a chi è pronto a vivere una nuova avventura insieme agli altri. Anche la durata del laboratorio è influenzata da queste caratteristiche: più si protrae nel tempo più diventa difficile per i ragazzi restare fedeli all'impegno preso e mantenere alto l'interesse. Come prima esperienza in queste associazioni si è scelto quindi di fare percorsi brevi che prevedessero dai quattro ai sei incontri in un arco di tempo non superiore ai due mesi, consapevoli comunque che, rispetto agli obiettivi ambiziosi che ci eravamo posti, il tempo a nostra disposizione era poca cosa.

La risposta è stata differente a seconda delle realtà: per il "Patronato dei figli del Popolo e Fondazione San Paolo e San Geminiano" di Modena siamo stati eccessivamente prudenti e poco ottimisti rispetto al coinvolgimento dei ragazzi. Questi infatti avrebbero senza dubbio partecipato volentieri anche a un numero maggiore di incontri che sarebbero stati utili per migliorare le loro capacità di utilizzo del programma di montaggio video nel quale infatti, pur avendo dedicato una intera giornata a questa operazione, i ragazzi non hanno raggiunto una buona autonomia. Diversa è stata l'esperienza nel centro "Hip-Hop" di Carpi dove è stato più difficile ottenere una presenza costante a tutti gli incontri e il gruppo si è molto modificato durante il percorso tanto che qualche ragazzo si è presentato per la prima volta all'incontro finale passando probabilmente un pomeriggio divertente a fare foto, ma non si può dire che abbia fatto un'attività di media education.

Anche nei centri spagnoli e portoghesi, pur avendo contesti e giovani differenti, la maggiore difficoltà è stata quella di fare in modo che l'entusiasmo iniziale dei ragazzi non si spegnesse durante il periodo di durata dei laboratori che in qualche caso si sono protratti per alcuni mesi.

Per i giovani portoghesi, che hanno strutturato i laboratori in modo che fossero parte del percorso di produzione del reportage finale, la prospettiva di contribuire alla

realizzazione del prodotto finale è stata di stimolo alla partecipazione.

I ragazzi dell'associazione "Venite alla festa" hanno realizzato il laboratorio in un contesto particolare: durante la settimana di vacanza che annualmente passano tutti insieme con le famiglie. Il contesto ha in questo caso senza dubbio favorito una maggiore concentrazione e una presenza costante. Anche il fatto che questi ragazzi si conoscano da tanto tempo ha facilitato la creazione dei gruppi di lavoro e ha permesso in un tempo limitato di realizzare dei video di buona qualità.

Dal confronto tra i media educators che hanno progettato e realizzato i laboratori soprattutto quelli italiani, nascono alcune riflessioni:

- Innanzitutto è bene non rinunciare all'idea di proporre **un percorso** anche se i ragazzi che ci troviamo di fronte sono portatori di disagio e faticano a essere costanti. In queste situazioni la tentazione di usare il media come diversivo per "tenerli buoni" può essere forte, però spesso sono gli stessi ragazzi a sorprenderci per le intuizioni o la profondità di pensiero. Anche la tentazione di passare subito al "fare" è presente, mentre in una qualsiasi attività di media education non si deve trascurare la fase di analisi critica del messaggio: non per rievocare lo spauracchio della manipolazione rispetto alla quale siamo stati ormai tutti riconosciuti soggetti attivi e più o meno in grado di reagire, ma per capire i meccanismi di un linguaggio che permea tutta la nostra vita con quello spirito di curiosità che ci porta a desiderare di comprendere meglio la nostra realtà per diventarne i protagonisti. Se la situazione del gruppo è molto problematica conviene allora limitare la proposta a quei ragazzi che sono pronti a viverla nel migliore dei modi e che potranno fare da traino per tutti gli altri in una prossima attività. Ma ci sarà una prossima attività?
- Questa domanda introduce un'altra riflessione riguardante la necessità di dare **continuità** a questi laboratori perché non rimangano solo una bella esperienza, un evento isolato. L'idea di percorso non riguarda, quindi, solamente il modo di progettare il singolo laboratorio ma la convinzione di dover fare una proposta che possa avere una certa costanza e che nel tempo approfondisca diversi media. Si può pensare di partire per esempio con il laboratorio di fotografia per poi introdurre il video, la televisione, il cellulare e così via. Tante proposte per un'unica finalità: diventare competenti nel leggere e scrivere con i media per entrare a pieno titolo in questa società e avere uno strumento in più per non sentirsi escl-

si. Auspichiamo che le attività educative e formative non siano caratterizzate da una modalità "spot", dal "mordi e fuggi" che caratterizza molte delle proposte che circondano i ragazzi, ma nella loro costanza e continuità esprimano la bellezza del "dedicare tempo a qualcosa", del prendersi cura perché questo è richiesto in una vera relazione tra persone che intendono instaurare un rapporto significativo, di accoglienza reciproca e di non esclusione anche in ambito relazionale.

- I giovani che abbiamo incontrato non dispongono delle medesime opportunità nell'utilizzo delle tecnologie e anche chi possiede un computer con la connessione a internet ne fa un uso limitato rispetto alle potenzialità dello strumento. Come risulta anche dalle ricerche effettuate sul consumo dei media i giovanissimi usano la rete soprattutto per frequentare i social network e "Internet, grazie per esempio ad MSN, diventa di fatto un'alternativa alle telefonate"<sup>34</sup> oppure come nella realtà spagnola con cui abbiamo collaborato, se ne servono in ambito scolastico per fare i compiti. Fare attività di media education ha significato esplorare anche **nuovi modi di utilizzare** questi strumenti: con il computer è possibile non solo chattare ma anche raccontare storie con immagini fotografiche e video. Creare un racconto di questo tipo significa fare un percorso che oltre alla creatività richiede capacità organizzative e prevede diversi livelli di scelta, dalla sola individuazione del soggetto della fotografia fino all'espressione di una più complessa intenzionalità comunicativa. Si cerca di sostituire l'uso del media frenetico e istintivo con uno più consapevole e competente. Questo aspetto è evidente, ad esempio, nell'uso della fotografia: quante foto fanno i ragazzi con le macchine digitali o con i cellulari e quante di esse sono pensate, progettate, volute?

### 3.2. | Il video reportage: sperimentare sul campo le esperienze dei laboratori

Uno degli obiettivi principali del progetto era concretizzare l'attività dei laboratori con la produzione di un reportage video sul tema del disagio collegato al mondo giovanile e delle diverse forme di partecipazione alla vita pubblica. Le produzioni

<sup>34</sup> Pier Cesare Rivoltella, *Screen Generation. Gli adolescenti e le prospettive dell'educazione nell'età dei media digitali*, Vita e Pensiero, Milano.

realizzate nei tre Paesi partner del progetto sono state molto diverse tra loro ma accomunate da un presupposto fondamentale: riflettere e discutere all'interno del gruppo dei ragazzi su cosa significasse per loro "disagio giovanile" con l'obiettivo di individuare, oltre i facili stereotipi, quali sono le reali difficoltà che vive un'adolescente con se stesso, in famiglia, nella scuola e nella propria vita sociale. Si è poi ragionato intorno al concetto di reportage sia dal punto di vista del contenuto che da quello della tecnica vedendo insieme a un giornalista alcuni video reportage: è importante infatti che, pur guidati da un professionista, siano i ragazzi stessi a individuare quali sono gli elementi caratterizzanti questo particolare modo di raccontare la realtà. La discussione successiva tra i ragazzi ha fatto emergere il loro punto di vista, le loro curiosità, le loro idee e un approccio completamente diverso da quello di un adulto ed è stata il metodo attraverso il quale sono stati scelti argomenti e stile del loro racconto.

A Modena abbiamo scelto di realizzare un reportage sulle "tribù" di giovani che abitano la città in quanto appartenere o meno a una di queste tribù può voler dire partecipare o meno alla vita sociale e comunque significa sempre portare un'etichetta. Il gruppo degli spagnoli ha puntato l'attenzione sul rapporto tra le generazioni per capire quanta distanza c'è tra il modo in cui gli adulti vedono i giovani e quello in cui questi ultimi vedono se stessi. I portoghesi, in un film che unisce video e cartoon, hanno invece rappresentato alcune situazioni di disagio e di esclusione che si risolvono grazie all'accoglienza e all'amicizia. Sia gli spagnoli che gli italiani hanno scelto di raccontare la loro realtà attraverso interviste uguali per tutti gli interpellati, in modo da far emergere differenze e uguaglianze tra le "tribù giovanili" – dai rocker ai "fighetti", dagli "hip hop" ai punk – che abitano la città per il gruppo dei modenesi, e tra i giovani e i più anziani per i ragazzi di Malaga. Il gruppo di Peniche ha invece reinterpretato situazioni prese dalla realtà come le difficoltà di un disabile, di un ragazzino che non sa leggere e di una giovane donna incinta e sola.

Fondamentale è stato discutere insieme con i ragazzi ogni passaggio: un metodo che allena al lavoro di gruppo, a motivare e confrontare le proprie opinioni e convinzioni rispettando nello stesso tempo quelle altrui, a condividere le scelte finali. Per tutti, l'organizzazione del lavoro è stata piuttosto complessa: i ragazzi tendono a sottovalutare l'importanza di passaggi come la definizione di tempi precisi per ogni fase della produzione e l'assegnazione di un ruolo per ognuno, in modo che tutti siano responsabili di qualcosa. In questa fase è stata necessaria una guida costante da par-

te degli educatori perché i ragazzi non si "perdessero", soprattutto c'è stato bisogno di tenerli ancorati ai tempi fissati.

Il bilancio dell'attività è comunque positivo e va oltre la soddisfazione per essere riusciti a realizzare una produzione impegnativa e che è risultata piacevole e interessante: i ragazzi hanno osservato la realtà in cui vivono con occhi diversi, hanno analizzato i loro comportamenti e hanno trovato il modo di raccontarli con un linguaggio che richiede competenze specifiche che si sono impegnati ad acquisire. Hanno sperimentato le difficoltà ma anche le piacevoli sorprese del lavoro di gruppo che ha indotto molti di loro a "scoprirsì" in un modo che loro stessi per primi non avrebbero immaginato mettendo in luce talenti inaspettati che hanno reso protagonista ciascuno di loro.

## Nota bibliografica

### Riferimenti capitolo 1

M. Aglieri – D. Felini (a cura di), *Media education per educare alla cittadinanza*, num. monografico di "Dirigenti Scuola", in corso di pubblicazione.

D. Buckingham, *Né con la Tv, né senza la Tv. Bambini, media e cittadinanza nel XXI secolo*, Milano, FrancoAngeli, 2004 (ed. or. 2002).

L. Caronia, *La socializzazione ai media. Contesti, interazioni e pratiche educative*, Milano, Guerini, 2002.

F. Ceretti et al. (a cura di), *Primi passi nella media education. Curricolo di educazione ai media per la scuola primaria*, Trento, Erickson, 2006.

L. Di Mele – A. Rosa – G. Cappello, *Video education. Guida teorico-pratica per la produzione di video in ambito educativo*, Trento, Erickson, 2008.

K. Drotner – S. Livingstone (a cura di), *The International Handbook of Children, Media and Culture*, London, Sage Publ., 2008.

F. Fabbro, *Media education e cittadinanza*, "Dirigenti Scuola", in corso di pubblicazione.

D. Felini, *Pedagogia dei media. Questioni, percorsi e sviluppi*, Brescia, La Scuola, 2004.

D. Felini – B. Weyland, *Media education tra organizzazione e fantasia. Esperienze creative in Italia, Austria e Germania*, Trento, Erickson, 2007.

J. Flood – S. Brice Heath – D. Lapp (a cura di), *Handbook of Research on Teaching Literacy Through the Communicative and Visual Arts*, New York – London, Erlbaum, 2008, 2 voll.

J. Gonnet, *Educazione, formazione e media*, Roma, Armando, 2001 (ed. or. 1997).

S. Goodman, *Teaching Youth Media. A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change*, New York, Teachers College Press, 2003.

R. Hobbs, *Reading the Media: Media Literacy in High School English*, New York, Teachers College Press, 2007.

R. Morduchowitz, *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*, Barcelona, Octaedro, 2003.

C. Ottaviano (a cura di), *Mediare i media*, Milano, FrancoAngeli, 2001.

A. Parola (a cura di), *Territori mediaeducativi. Scenari, sperimentazioni e progetti nella scuola e nell'extrascuola*, Trento, Erickson, 2008.

P.C. Rivoltella, *Media education. Fondamenti didattici e prospettive di ricerca*, Brescia, La Scuola, 2005.

A. Rosa, *Il laboratorio di media education. Un metodo attivo di apprendimento*, "Famiglia oggi", 2009, 3, pp. 51-53.

S. Tirocchi, *Ragazzi fuori. Bullismo e altri percorsi devianti tra scuola e spettacolarizzazione mediale*, Milano, FrancoAngeli, 2008.

### Riferimenti capitolo 2

Aa.Vv., *Luhmann in glossario. I concetti fondamentali della teoria dei sistemi sociali*, Franco Angeli, Milano, 1995.

Benvenuti L., *Lezioni di socioterapia. La persona media/mente e media/afferma*, Baskerville, Bologna, 2008.

Benvenuti L., *Malattie mediali. Elementi di socioterapia*, Baskerville, Bologna, 2002.

Beck U., *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carrocci, Bologna, 2003.

Bursi G., Cavazza G., Melli S., *Memorie, simmetrie, emozioni per il futuro del sindacato*, Edizioni Lavoro, Roma, 2009.

Bursi G., Cavazza G., *Politiche familiari e potenziale sociale. La legislazione regionale, le buone prassi locali e le rappresentazioni delle famiglie in Italia*, Edizioni Lavoro, Roma, 2005.

Donati P.P., *Teoria relazionale della società*, Franco Angeli, Milano, 1991.

Lasch C., *The minimal self*, Norton, New York, 1984, (trad. it., L'io minimo, Feltrinelli, Milano, 1996).

Zamagni S, *L'economia del bene comune*, Città Nuova Editrice, Roma, 2007.

**Parte seconda**  
**Linee guida per la gestione**  
**di laboratori di Media Education**

Dall'esperienza del progetto europeo *Media for Inclusion* sono nati 15 laboratori, 5 per ogni paese coinvolto. Presentiamo qui di seguito tali esperienze attraverso schede sintetiche e non esaustive che possono essere spunto per gli educatori che intendono progettare laboratori di media education in contesti extra scolastici.

Ogni scheda è strutturata in modo standard e prevede la descrizione del laboratorio, il target a cui si rivolge, gli obiettivi principali, le fasi e i metodi da utilizzare, la durata, i materiali necessari per la realizzazione delle attività ed infine alcune note sulla valutazione generale dello stesso.

Per una corretta consultazione delle schede è opportuno tenere presente che alcune delle informazioni fanno riferimento ai laboratori effettivamente realizzati e non devono essere interpretate in modo rigido, ad esempio nella sezione target viene riportata l'età dei ragazzi con cui è stato effettivamente svolto il laboratorio ma la maggior parte delle esperienze rimane valida anche se proposta ad altre fasce d'età.

I laboratori qui descritti sono classificati per media: video, fotografia, video + fotografia, giornalismo e web. La categoria "video + fotografia" comprende i casi in cui si è realizzato un prodotto finale che potremmo definire misto perché comprende sia riprese audiovisive che fotografie.

#### 4. | Schede laboratori video

##### ORGANIZZAZIONE

Centro Culturale F. L. Ferrari e Associazione "Venite alla festa" (IT)

##### TITOLO DEL LABORATORIO

##### Dall'idea al video

##### TARGET

Giovani dai 14 ai 17 anni

##### DESCRIZIONE

Il laboratorio vuole porre le basi per la comprensione del linguaggio video attraverso la realizzazione di un prodotto audiovisivo che può essere dato dal montaggio di immagini fotografiche insieme ad immagini in movimento, potenziando la loro forza espressiva attraverso voci fuori campo, musiche, suoni e testi. Questo percorso si propone di sviluppare il senso critico verso i messaggi mediatici, far capire che un audiovisivo è frutto di scelte e selezioni dell'operatore e che è sempre portatore di un punto di vista in sostanza che non rappresenta la realtà. Si intende anche proporre un uso responsabile della telecamera, alla luce di recenti episodi che hanno visto ragazzi realizzare e pubblicare riprese dai contenuti violenti o offensivi, si vuole indirizzare queste abilità tecniche verso l'espressione positiva della propria creatività.

##### OBIETTIVI

- Conoscere le fasi di una produzione video
- Realizzare uno storyboard
- Conoscere i diversi tipi di inquadratura
- Conoscere i diversi tipi di ripresa
- Utilizzare la telecamera
- Utilizzare i diversi tipi di inquadratura
- Utilizzare i diversi tipi di ripresa
- Utilizzare il software di montaggio
- Realizzare un breve video sul tema scelto

##### FASI E METODI

Le prime fasi del progetto sono realizzate con tutto il gruppo di lavoro mentre per la realizzazione del video si costituiscono dei gruppi all'interno dei quali si dividono i ruoli.

##### 1. Lettura critica di un cortometraggio

*"Prima si pensa poi si gira"*: per passare da un uso spontaneo della telecamera ad un uso progettuale che si avvicina a quello professionale e comprendere così le logiche e gli artifici utilizzati per far passare un'idea, un concetto. In questa fase viene appreso l'uso dello storyboard.

*La telecamera*: dopo aver appreso i diversi tipi d'inquadratura e di punti di vista si propongono alcuni giochi con la telecamera che saranno l'occasione per prendere confidenza con il mezzo e per approfondire i concetti appresi. Si realizzano esempi con diverse tecniche di ripresa.

*Il montaggio*: apprendimento del software di montaggio video.

*Scelta del tema*: non sono sufficienti le abilità tecniche per produrre un video ma occorre avere qualcosa da comunicare, in questa fase si decide di comune accordo un tema e ci si divide in tre gruppi di lavoro che realizzeranno ognuno un video. Il tema scelto è quello della bellezza. Si è partiti dalla critica ai modelli di bellezza proposti proprio dai media per arrivare anche a prendere in giro chi si prende troppo sul serio quando affronta questo tema.

##### 2. Realizzazione delle riprese per il video.

##### 3. Realizzazione del montaggio video.

##### DURATA

4 incontri di 3 ore ciascuno

##### MATERIALI E STRUMENTI

Tre computer, videoproiettore, casse, tre telecamere, cartelloni e pennarelli, software di montaggio "studio", connessione internet, lettore mp3.

##### VALUTAZIONE

Il laboratorio si è svolto durante una settimana di vacanza in montagna che le famiglie dell'associazione fanno ogni anno. Questo ha permesso una presenza costante dei ragazzi anche se ha limitato le scelte dei luoghi di ripresa all'albergo e alle zone limitrofe. I ragazzi hanno apprezzato la proposta e collaborato.

## ORGANIZZAZIONE

Associação Juvenil de Peniche (PT)

## TITOLO DEL LABORATORIO

**Editing video Lab**

## TARGET

Giovani tra 17 e 18 anni

## DESCRIZIONE

La finalità del laboratorio è quella di dimostrare come grazie alle tecniche di editing e post-produzione si possono migliorare le capacità del video di veicolare il messaggio. Questo laboratorio costituisce una delle fasi della realizzazione del video reportage finale.

## OBIETTIVI

- Utilizzare il programma di montaggio video “movie maker”
- Fare l’editing del video-reportage finale
- Fare la post produzione del video-reportage
- Usare dei materiali prodotti durante gli altri laboratori (digital photo, video, animation)

## FASI E METODI

- Story board, traduzione dal testo all’immagine
- Lettura Story board
- Quattro esercizi: editing di brevi filmati (3 con filmati video + 1 video con fotografie digitali)
- Editing e post produzione del video-reportage

## DURATA

6 incontri di 2 ore ciascuno

## MATERIALI E STRUMENTI

1 computer con software Movie Maker e collegamento Internet, lavagna a fogli.

## VALUTAZIONE

I partecipanti hanno imparato le basi del programma Movie Maker, hanno appreso le diverse fasi che servono per passare dalle immagini dello storyboard a quelle video.

## ORGANIZZAZIONE

Associação Juvenil de Peniche (PT)

## TITOLO DEL LABORATORIO

**Video Lab**

## TARGET

Giovani tra 11 e 18 anni

## DESCRIZIONE

Il laboratorio propone un percorso per la realizzazione di un video attraverso le sue fasi essenziali: dallo storyboard all’editing. Questa esperienza è utile per migliorare il senso critico verso i messaggi mediali. Questo laboratorio costituisce una delle fasi della realizzazione del video reportage finale.

## OBIETTIVI

- Creare uno storyboard, come passare dal soggetto alle immagini
- Finalizzare piani e sequenze agli obiettivi del video
- Acquisire suoni e video
- Trasformare suoni, video, luci e colori in un messaggio
- Realizzazione delle riprese video
- Editing del video

## FASI E METODI

- Visionare esempi di video
- Lavorare con la video camera e i microfoni
- Spiegare cos’è lo story board
- Esercitazioni sulla creazione di storyboard
- Discussione e confronto sui temi proposti attraverso la visione di diverse sequen-



ze di film

- Realizzazione del video

#### DURATA

6 incontri di 2 ore ciascuno

#### MATERIALI E STRUMENTI

Videocamera con cavalletto, film Dvd, computer, materiali per gli scenari/sfondi, cancelleria.

#### VALUTAZIONE

Hanno fatto 4 esercizi diversi e un video finale di 8 minuti. I partecipanti hanno acquisito le competenze necessarie alla realizzazione del video reportage assieme ai ragazzi dell' "Animated Film Lab". I giovani hanno partecipato attivamente a tutto il processo creativo.

---

#### ORGANIZZAZIONE

Casa de la Juventud de Alhaurín de la Torre (ES)

#### TITOLO DEL LABORATORIO

**Introduction to documentary**

#### TARGET

Giovani tra 15 e 25 anni

#### DESCRIZIONE

Il laboratorio propone un percorso di esplorazione del confine sottile che esiste tra l'obiettività e la soggettività o tra la verità e la fiction, attraverso l'analisi di audiovisivi e le competenze necessarie per fare un percorso dal soggetto al video. Questo laboratorio è propedeutico alla partecipazione al laboratorio "Realizing a documentary".

#### OBIETTIVI

- Analizzare i messaggi mediali rivolti ai giovani con lo scopo di individuare possi-

bili fattori di manipolazione

- Promuovere un approccio critico verso i messaggi usati dai mass media tra i giovani
- Apprendere le regole per scrivere un soggetto
- Apprendere le regole per realizzare un video
- Spingere i giovani verso la partecipazione ad attività culturali che possono integrare la loro istruzione accademica

#### FASI E METODI

- Analisi delle differenze tra fiction e documentari nelle produzioni tv, tra cinematografia e prodotti creati per/su internet attraverso la visione di serie televisive, telegiornali, reportage, documentari e falsi documentari
- Esercizi di gruppo per la ricerca degli elementi che creano l'impressione della verità e/o della finzione
- Fornire gli elementi teorici per la scrittura di un soggetto e per la realizzazione di un video
- Fornire gli elementi di base per la comprensione del linguaggio video e della narrazione

#### DURATA

4 incontri di 2 ore ciascuno

#### MATERIALI E STRUMENTI

Videocamera con cavalletto, film Dvd, computer, materiali per gli scenari/sfondi, cancelleria.

#### VALUTAZIONE

L'assedio mediatico a cui i giovani sono sottoposti al giorno d'oggi è dovuto alla proliferazione di messaggi di tutti i tipi; per questo motivo è necessario e prioritario realizzare attività che promuovano tra i giovani un atteggiamento critico nei confronti dei media. Questo laboratorio ha cercato di rispondere a questa esigenza. L'interesse dimostrato dai giovani partecipanti (rafforzato dalle loro precedenti esperienze nel campo dei media audio-visivi) ha portato ad una significativa partecipazione agli incontri proposti favorendo così dibattiti interessanti e utili alla realizzazione del laboratorio stesso.

## ORGANIZZAZIONE

Casa de la Juventud de Alhaurín de la Torre (ES)

## TITOLO DEL LABORATORIO

**Realizing a documentary**

## TARGET

Giovani tra 15 e 25 anni

## DESCRIZIONE

Con questo laboratorio si intende esplorare il mondo del linguaggio video e in particolare del genere "documentario". Dopo un percorso che ha introdotto i giovani alla capacità di lettura di questo tipo di messaggi mediali proviamo a vivere in tutte le sue fasi una produzione video per scoprire come è possibile esprimere la propria idea attraverso una inquadratura o attraverso il montaggio delle scene.

## OBIETTIVI

- Utilizzare le competenze acquisite nel laboratorio "introduction to documentary"
- Progettare un video in tutte le sue fasi dall'idea alla produzione finale
- Migliorare le capacità di cooperazione
- Saper gestire i tempi del progetto
- Realizzare un cortometraggio

## FASI E METODI

- Selezione del tema, dell'idea e degli argomenti da sviluppare con tutto il gruppo
- Organizzazione della pre-produzione: fare un elenco delle risorse e delle necessità, delle fonti, scegliere le location, i personaggi, procurarsi i permessi e i documenti necessari per girare le scene
- Scrivere il soggetto e le domande per le interviste
- Sviluppo dello script tecnico e linee guida su come girare un film
- Distribuzione dei compiti a rotazione per tutti i membri del gruppo
- Realizzazione del film
- Analisi del materiale registrato alla fine di ogni giornata
- Selezione delle clips applicando i criteri imparati

- Editing finale del documentario: montaggio, inserimento della musica, dei suoni delle immagini, e inserimento dei titoli

## DURATA

10 incontri di 4 ore ciascuno

## MATERIALI E STRUMENTI

Mini DV Videocamera con uscita audio, filmstrips mini DV, microfoni, 2 proiettori, cavi, schermi tv, computer con software necessario per l'edizione digitale semi professionale (Premiere Pro 1.5).

## VALUTAZIONE

Lo sviluppo delle capacità intellettuali e critiche dei giovani è uno degli aspetti fondamentali nella loro educazione e crescita personale. Tra le possibili attività culturali che consentono ai giovani questa crescita, quelle che riguardano il linguaggio audiovisivo sembrano avere alcuni fattori preponderanti tra cui il loro carattere multisensoriale e l'attrattiva che esercitano sui giovani stessi. Per questa ragione abbiamo progettato un'attività educativa che sfruttasse queste potenzialità. Con la realizzazione del documentario abbiamo mostrato ai giovani come è possibile utilizzare questi strumenti, importanti ai fini educativi, con divertimento e passione.

## ORGANIZZAZIONE

Asociación Iniciativa Internacional Joven (ES)

## TITOLO DEL LABORATORIO

**Film & editing**

## TARGET

Giovani tra 15 e 25 anni

## DESCRIZIONE

La finalità principale del progetto è quella di sviluppare una capacità critica di lettura dei media mettendo in evidenza le manipolazioni che i media fanno sia dei conte-

nuti che della forma dei messaggi rivolti ai giovani. A partire dai temi riguardanti la presenza nella comunicazione dei mass media di manipolazioni dei messaggi, di generalizzazioni errate e di stereotipi definire i contenuti del video.

#### OBIETTIVI

- Esprimere una opinione critica sui messaggi mediali
- Fare ricerche sui messaggi pubblicitari sui giornali
- Fare ricerche sui messaggi pubblicitari nel web
- Definire il contenuto del video
- Realizzare il video

#### FASI E METODI

- La prima fase è quella del brainstorming per definire le idee e i punti sui cui girare il video
- Scelta del contenuto del video
- Fase della documentazione e della ricerca dei messaggi pubblicitari
- Divisione dei ruoli e dei compiti
- Realizzazione del video

#### DURATA

3 incontri di 2 ore ciascuno

#### MATERIALI E STRUMENTI

Videocamera, cavalletto, macchina fotografica, computer, connessione a internet, riviste, giornali, cancelleria.

#### VALUTAZIONE

I partecipanti hanno acquisito maggiori capacità critiche, hanno migliorato le capacità tecniche di utilizzo della telecamera e della macchina fotografica, hanno imparato che con poche parole si possono dire tante cose.

## 5. | Schede laboratori fotografia

### ORGANIZZAZIONE

Centro Culturale F. L. Ferrari e Centro Hip Hop di Carpi (IT)

### TITOLO DEL LABORATORIO

**Narrare con le immagini**

### TARGET

Ragazzi dagli 11 ai 14 anni

### DESCRIZIONE

Il laboratorio vuole stimolare una riflessione sul ruolo che le immagini hanno nel nostro vissuto per cercare di sviluppare il senso critico verso di esse. I ragazzi come gli adulti sono bersagliati da messaggi fatti soprattutto di immagini che il più delle volte tentano di convincerci a comprare, avere questa consapevolezza aiuta a non accettarli passivamente. Le immagini non sono però solamente una presenza negativa, anzi sono soprattutto possibilità di espressione. Questo laboratorio si propone di sviluppare le abilità necessarie ad affrontare i vari passaggi che portano alla creazione di un messaggio iconico che richiede competenze tecniche, capacità di riflessione, capacità di sintesi, creatività. Al termine del percorso si chiede di esprimere la propria percezione e il proprio vissuto della realtà del centro educativo che loro frequentano con una sequenza di fotografie oppure con una sola fotografia.

### OBIETTIVI

- Esprimere un'opinione di fronte ad un'immagine proposta
- Conoscere i diversi tipi di inquadratura
- Utilizzare i diversi tipi di inquadratura
- Utilizzare la macchina fotografica
- Raccontare attraverso le immagini una storia
- Sintetizzare l'idea del centro educativo in una fotografia
- Capire le potenzialità dei suoni e della musica associata ad immagini
- Vivere la competizione in modo positivo

## FASI E METODI

Il laboratorio si sviluppa in incontri durante i quali attraverso il gioco e la competizione tra squadre si propone un percorso che attraversa le fasi di:

- lettura e comprensione di immagini in movimento e con il sonoro prima, poi di immagini fisse selezionate da un repertorio fornito;
- l'inquadratura: alla scoperta di uno degli elementi fondamentali del linguaggio fotografico e filmico;
- musiche, suoni e rumori: elementi che hanno il compito di rafforzare il messaggio che si vuole trasmettere;
- lo storyboard: come si progetta una semplice storia da raccontare con le fotografie.

I ragazzi raccontano con la fotografia e la musica il luogo che li accoglie tutti i pomeriggi.

## DURATA

6 incontri di un'ora ciascuno

## MATERIALI E STRUMENTI

Computer, video-proiettore, macchina fotografica, casse, lettore mp3.

## VALUTAZIONE

Non c'è stata continuità nella partecipazione dei ragazzi quindi è stato difficile portare avanti il percorso, non è stato possibile fare tutto ciò che era stato messo in programma e all'ultimo incontro, quello in cui si doveva realizzare la foto, erano presenti anche ragazzi che non avevano vissuto il percorso. Durante il laboratorio però la risposta dei partecipanti è sempre stata positiva, anche chi iniziava l'incontro con poca voglia si è sempre appassionato alle proposte. Le foto realizzate sono più il frutto di intuizioni personali che del laboratorio fatto.

## ORGANIZZAZIONE

Centro Culturale Francesco Luigi Ferrari (IT)

## TITOLO DEL LABORATORIO

### **Mani in foto**

## TARGET

Ragazzi dagli 11 ai 14 anni

## DESCRIZIONE

Pulire la nostra mente dall'inquinamento di immagini che ci vengono somministrate dai media per recuperare il potere dell'immagine, così da pensarla come un linguaggio potente di cui riappropriarsi, è stato il primo obiettivo di questo laboratorio che propone un percorso per acquisire le abilità necessarie ad affrontare i vari passaggi che portano alla creazione di un messaggio iconico, che richiede competenze tecniche, capacità di riflessione, capacità di sintesi, creatività. Viene scelto di rappresentare, attraverso le immagini delle mani fotografate nelle attività della vita quotidiana, tutte quelle parole che le mani esprimono senza voce e che solo la fotografia riesce a sottrarre al flusso dei movimenti e "riportare alla luce".

## OBIETTIVI

- Esprimere un'opinione di fronte ad un'immagine proposta
- Conoscere i diversi tipi di inquadratura
- Utilizzare i diversi tipi di inquadratura
- Utilizzare la macchina fotografica
- Progettare una fotografia che rappresenti uno degli usi delle mani
- Capire le potenzialità dei suoni e della musica associata ad immagini

## FASI E METODI

Il laboratorio si sviluppa in incontri durante i quali attraverso il gioco e l'osservazione si propone un percorso che attraversa le fasi di:

- lettura e comprensione di immagini fisse selezionate da un repertorio fornito;
- l'inquadratura: alla scoperta di uno degli elementi fondamentali del linguaggio fotografico e filmico;

- musiche, suoni e rumori: elementi che hanno il compito di rafforzare il messaggio che si vuole trasmettere;
- realizzazione delle fotografie aventi per soggetto “le mani”;
- selezione delle foto da utilizzare per la presentazione;
- individuazione collettiva del messaggio da assegnare a ciascuna fotografia.

#### DURATA

3 incontri di 2 ore ciascuno alternati a momenti in cui i ragazzi fotografano singolarmente o in piccoli gruppi

#### MATERIALI E STRUMENTI

Macchine fotografiche digitali, un computer con programma power point, repertorio di immagini stampate dalla rete, un “inquadrature” di cartoncino nero.

#### VALUTAZIONE

Il percorso più affascinante è stato quello di scoprire che le immagini sono riuscite a far emergere con molta spontaneità il vissuto personale dei ragazzi, che si sono messi in gioco dimostrando una capacità di introspezione e di conoscenza di sé che, pur consci del loro essere in divenire, ha raccontato quanta profondità e libertà di sguardo riescono a conservare. Gli adulti sono molto meno liberi nel rappresentare se stessi. La partecipazione è stata costante e tutti hanno collaborato alla realizzazione della presentazione finale.

---

#### ORGANIZZAZIONE

Associação Juvenil de Peniche (PT)

#### TITOLO DEL LABORATORIO

**Digital Photo Lab**

#### TARGET

Giovani tra 14 e 18 anni

#### DESCRIZIONE

L'obiettivo di questo laboratorio è quello di insegnare come fare fotografie utilizzando una macchina fotografica digitale. I giovani imparano le basi della composizione visuale e delle tecniche di illuminazione. I partecipanti si sfidano in una gara fotografica, le immagini dei vincitori appaiono nel video-reportage realizzato con la tecnica dello stop motion. Questo laboratorio costituisce una delle fasi della realizzazione del video reportage finale.

#### OBIETTIVI

- Analizzare l'immagine singola e le immagini in sequenza
- Analizzare l'inquadrature e i piani
- Analizzare le tecniche di illuminazione e il bilanciamento
- Comunicare un'idea attraverso le immagini
- Esprimere un'opinione di fronte ad un'immagine proposta

#### FASI E METODI

Si realizzano alcuni esercizi:

- *Luz*: questo esercizio permette ai partecipanti di fare una foto dello stesso oggetto nei diversi momenti del giorno
- *Sensações*: questo esercizio è utile per sapere come comunicare le proprie sensazioni, i sentimenti e gli stati d'animo attraverso le foto
- *Equilibrio estático e dinâmico*: un esercizio per capire come fare le foto mostrando o il movimento oppure la staticità
- *O argumento e o cenário*: in questo esercizio i giovani partecipanti a partire da una storia ideata devono arrivare alla realizzazione della storia tradotta in fotografie
- *Tirar as fotografias para o filme*: i partecipanti scattano le foto per le scene del video-reportage

#### DURATA

6 incontri di 2 ore ciascuno

#### MATERIALI E STRUMENTI

Fotocamere digitali, light box, memory cards, reading cards, 1 computer, 1 scanner

## VALUTAZIONE

I partecipanti hanno fatto circa 1.000 foto, di cui ne sono state scelte circa 180 per lo sfondo del video-reportage. Tutti i partecipanti hanno appreso le basi dell'utilizzo della macchina fotografica digitale e delle tecniche fotografiche. I giovani hanno apprezzato il laboratorio ed hanno acquisito le competenze necessarie per esprimersi attraverso la fotografia, un primo passo per partecipare attivamente al mondo dei media.

## 6. | Schede laboratori video + fotografia

### ORGANIZZAZIONE

Centro Culturale Francesco Luigi Ferrari e Azienda Servizi alla Persona – ASP *“Patronato pei Figli del Popolo e - Fondazione S. Paolo e S. Geminano”* – Modena (IT)

### TITOLO DEL LABORATORIO

**Mi video-racconto\***

### TARGET

Ragazzi dagli 11 ai 14 anni, utenti dei centri Asp del comune di Modena

### DESCRIZIONE

Il laboratorio offre la possibilità di riflettere sul ruolo che le immagini svolgono nella formazione del nostro modo di pensare e di agire e vuole porre le basi per la comprensione del linguaggio video attraverso la realizzazione di un prodotto audiovisivo. In questo laboratorio i ragazzi faranno un percorso che li porterà a creare una presentazione di loro stessi, questo sarà occasione per riflettere sulle loro passioni, sui luoghi che frequentano, sul quartiere dove abitano, un'occasione anche per approfondire la conoscenza con gli altri ragazzi che frequentano il centro. Attraverso un percorso di conoscenza del linguaggio iconico e video, dei suoi luoghi, della sua grammatica si impara ad usare gli strumenti che permetteranno di raccontare la propria storia. Un

\*Questo laboratorio è stato realizzato con due gruppi diversi di giovani.

modo per utilizzare la comunicazione audiovisiva in una logica alternativa alla comunicazione di massa e nello stesso tempo realizzare un processo di socializzazione tra i partecipanti per favorire la cultura dell'integrazione nel gruppo e nel territorio.

### OBIETTIVI

- Esprimere un'opinione di fronte ad un'immagine proposta
- Conoscere i diversi tipi di inquadratura
- Utilizzare la telecamera
- Utilizzare i diversi tipi di inquadratura
- Utilizzare la macchina fotografica
- Raccontare attraverso le immagini qualcosa del proprio vissuto
- Capire le potenzialità dei suoni e della musica associata ad immagini
- Utilizzare un software per il montaggio di fotografie, testi e musiche
- Stimolare un approccio positivo al lavoro di gruppo
- Vivere la competizione in modo positivo

### FASI E METODI

I gruppi di lavoro sono formati da sei ragazzi dagli 11 ai 14 anni, la partecipazione è volontaria e gli incontri avvengono presso il Centro Culturale F. L. Ferrari che, essendo per i ragazzi un luogo diverso dal solito, è grado di favorire la loro concentrazione e un atteggiamento rispettoso. Inizialmente viene proposta una modalità di lavoro a squadre che giocano anche in competizione tra loro per stimolare il coinvolgimento.

Ecco le fasi che compongono il percorso:

- L'inquadratura: alla scoperta di uno degli elementi fondamentali del linguaggio fotografico e filmico. Niente è casuale nella creazione di una fotografia, occorre partire dal semplice ma determinante fatto che dietro ad un obiettivo c'è sempre un occhio che guarda.
- La telecamera: il mezzo audiovisivo oggi e uno strumento diffuso alla portata di tutti per documentare, spiare, sentirsi protagonisti, si tratta di provare ad utilizzarlo per esprimersi e entrare in relazione con gli altri; Alcuni giochi con la telecamera sono l'occasione per prendere confidenza con il mezzo a partire dalla sperimentazione di alcuni concetti di base.
- Autobiografia audiovisiva: con le tecniche autobiografiche audiovisive l'immagine diventa l'elemento che permette un collegamento con la propria storia personale,

il visivo fornisce lo stimolo per raccontarsi ma anche per confrontarsi con gli altri.

- Il mio quartiere: I concetti appresi sull'inquadratura trovano concreta espressione in questa fase in cui i ragazzi fanno un servizio fotografico sul loro quartiere. Effettuano scelte sui luoghi e sulle persone da fotografare e assieme agli educatori ripercorrono i luoghi della loro quotidianità guardandoli attraverso l'obiettivo della macchina fotografica.
- Videobox: durante le settimane del laboratorio è presente nella loro sede una zona ad accesso controllato che funziona con la modalità del video box, è un ulteriore modo attraverso cui i ragazzi si raccontano.
- Il montaggio: dopo una breve fase di apprendimento del programma di video-editing si procede con la realizzazione della presentazione dei singoli partecipanti attraverso il montaggio del materiale prodotto in precedenza, i video e le foto di ognuno.

#### DURATA

5 incontri di 2 ore ciascuno

#### MATERIALI E STRUMENTI

Macchina fotografica o cellulare con possibilità di fare foto, cinque computer, casse per il computer, telecamera, cavalletto, televisore, proiettore, cartelloni e pennarelli.

#### VALUTAZIONE

I ragazzi hanno avuto una partecipazione costante durante le settimane del laboratorio, dal loro coinvolgimento possiamo dire che hanno gradito le attività svolte. Era per tutti la prima esperienza di partecipazione ad un laboratorio di media education ed i prodotti ottenuti sono chiaramente di qualità amatoriale, ma il percorso fatto è stato significativo, i ragazzi hanno appreso un nuovo modo di utilizzare il computer, hanno approfondito la conoscenza di loro stessi e dei compagni. Inizialmente si è scelto un numero limitato di incontri perché la tipologia dei ragazzi rendeva difficile ottenere una presenza costante, alla luce dell'esperienza fatta possiamo affermare che questo tipo di laboratorio richiede però un numero di incontri maggiore rispetto a quelli svolti, per approfondire la conoscenza reciproca e facilitare la condivisione e il confronto, per dare tempo di interiorizzare quanto appreso e arrivare a creare un video in maggiore autonomia e di maggiore qualità.

## ORGANIZZAZIONE

Associação Juvenil de Peniche (PT)

### TITOLO DEL LABORATORIO

**Animated Film Lab**

#### TARGET

Giovani tra 11 e 18 anni

#### DESCRIZIONE

L'obiettivo del laboratorio è quello di illustrare ed insegnare come si produce un video utilizzando le tecniche dell'animazione. Questo laboratorio costituisce una delle fasi della realizzazione del video reportage finale.

#### OBIETTIVI

- Imparare "Cos'è l'animazione video"
- Imparare "Come funziona l'animazione video"
- Imparare "Le regole del movimento dell'immagine"
- Imparare l'utilizzo dello sfondo e del primo piano
- Analizzare i diversi tipi di animazione video
- Imparare varie tecniche dell'animazione video (disegno, animazione con la sabbia, tecnica dei ritagli, animazione in stop motion)
- Disegnare i personaggi
- Scegliere gli attori per le scene e lo staff tecnico
- Realizzare le fotografie per il reportage
- Animare i disegni e le fotografie

#### FASI E METODI

La prima fase è quella della spiegazione, attraverso l'utilizzo di slide in Power Point, di cos'è l'animazione video e di come funziona. Si fanno delle esercitazioni mostrando com'è possibile creare l'illusione del movimento solo con la carta e la matita. In una fase successiva vengono illustrate altre tecniche di animazione: animazione con la sabbia, la tecnica dei ritagli, l'animazione della stop motion e la tradizionale tecnica del disegno. Tutti questi strumenti si applicano nel filmato finale e le basi della storia

sono scritte anche dai partecipanti. Sono loro che scelgono lo sfondo, le sequenze, la scansione temporale per tutte le scene. Tutte le immagini e le fotografie sono preparate da un gruppo responsabile della produzione.

#### DURATA

6 incontri di 2 ore ciascuno

#### MATERIALI E STRUMENTI

Fotocamere digitali con cavalletto, light box, memory cards, reading cards, 1 computer, 1 scanner, cancelleria, sabbia, riviste e giornali.

#### VALUTAZIONE

Hanno fatto 4 esercizi diversi e un filmato finale di 8 minuti. Imparare i passi in sequenza per la creazione del cartone animato è stata la ragione principale per la partecipazione di questo gruppo di giovani.

## 7. | Schede laboratori giornalismo

#### ORGANIZZAZIONE

Associação Juvenil de Peniche (PT)

#### TITOLO DEL LABORATORIO

**Report Lab**

#### TARGET

Giovani tra 11 e 18 anni

#### DESCRIZIONE

Questo laboratorio ha come obiettivo quello di documentare tutte le fasi del progetto e illustrarle attraverso due supporti informativi: un blog e un giornalino. Lo scopo è quello di insegnare ai partecipanti come osservare, scegliere e trasmettere le informazioni essenziali, sviluppando la propria opinione critica su determinati temi e anche sapere quando essere oggettivi sull'informazione da trasmettere.

#### OBIETTIVI

- Ricepire e trasmettere l'informazione
- Realizzare la documentazione di tutti i laboratori sviluppati durante il progetto
- Progettare e realizzare interviste
- Utilizzare il programma publisher
- Scrivere articoli per il giornalino
- Scrivere articoli per il blog
- Vivere momenti ludici e di socializzazione

#### FASI E METODI

- Visionare gli altri laboratori
- Fare interviste agli altri partecipanti e agli educatori
- Inserire i dati al computer e creare le pagine del giornalino (layout, testo e foto) e del blog
- Realizzare la stampa del giornalino

#### DURATA

6 incontri di 2 ore ciascuno

#### MATERIALI E STRUMENTI

Videocamere digitali, sound recorder, 1 computer, stampante, cancelleria.

#### VALUTAZIONE

I partecipanti sono stati entusiasti di questo laboratorio, hanno imparato come si realizza un giornalino e come si comunica attraverso un blog. Hanno imparato a distinguere i momenti in cui esprimere il proprio punto di vista e i momenti in cui è opportuno riportare i dati oggettivi. I prodotti finali sono stati un giornalino di 17 pagine e un blog.



## 8. | Schede laboratori web

### ORGANIZZAZIONE

Asociación Iniciativa Internacional Joven (ES)

### TITOLO DEL LABORATORIO

**Analysis of the reality**

### TARGET

Giovani tra 15 e 25 anni

### DESCRIZIONE

La finalità principale del progetto è quella di sviluppare una capacità critica di lettura dei media mettendo in evidenza le manipolazioni che i media fanno sia dei contenuti che della forma dei messaggi rivolti ai giovani.

### OBIETTIVI

- Realizzare una cronologia dei media degli ultimi decenni
- Analizzare nei messaggi mediali attuali come i giovani vengono rappresentati in essi
- Analizzare le nostre abitudini nel campo del consumo mediale
- Analizzare il contenuto della televisione e della pubblicità

### FASI E METODI

- Ricerche in internet per scoprire le nuove tendenze del consumo mediale
- Visione e analisi di serie tv e dei loro contenuti
- Creazione di un forum di confronto su diverse tematiche: la differenza di genere, il consumo di droghe, i movimenti interculturali
- Ricerca dei messaggi pubblicitari più aggressivi inerenti i temi affrontati
- Inserimento nel blog dei dati risultati della ricerca e di alcuni articoli che si occupano del mondo giovanile

### DURATA

6 incontri di 2 ore ciascuno

### MATERIALI E STRUMENTI

Internet, riviste, giornali, radio e televisione.

### VALUTAZIONE

Si è verificato un cambiamento nella percezione dei messaggi mediali, da una incapacità iniziale di esprimere una visione critica ad un nuovo punto di vista critico soprattutto in riferimento a come loro stessi vengono rappresentati dai media spesso attraverso delle generalizzazioni di aspetti negativi.

---

### ORGANIZZAZIONE

Asociación Iniciativa Internacional Joven (ES)

### TITOLO DEL LABORATORIO

**Creating a blog**

### TARGET

Giovani tra 15 e 25 anni

### DESCRIZIONE

La finalità principale del progetto è quella di sviluppare una capacità critica di lettura dei media mettendo in evidenza le manipolazioni che i media fanno sia dei contenuti che della forma dei messaggi rivolti ai giovani.

### OBIETTIVI

Creare il blog del progetto *Media for Inclusion* che deve contenere: articoli sugli incontri realizzati per il laboratorio, gli articoli interessanti sul tema, la pubblicità aggressiva (ambito giornalistico) e cenni storici sull'evoluzione della comunicazione nei diversi media e sulle loro differenze.

### FASI E METODI

- Progettazione del blog e delle sue diverse sezioni
- Creazione del blog
- Divisioni in ruoli e ambiti di interesse per la ricerca e la creazione degli articoli da

inserire

- Aggiornamento costante degli articoli e delle news da inserire nel blog

DURATA

Non specificata

MATERIALI E STRUMENTI

Computer, accesso a Internet.

VALUTAZIONE

Il risultato è stato positivo perché i giovani partecipanti hanno lavorato utilizzando strumenti che non usano di frequente. Hanno usato un media come quello di Internet, oggi molto diffuso, per una cosa completamente diversa da quello che fanno di solito: non come strumento per il proprio divertimento ma risorsa per poter imparare a fare cose nuove ed utili per la comunità.

## Appendice

Il progetto *Media for Inclusion* è co-finanziato dalla Commissione europea – Direzione Generale Educazione e Cultura nell'ambito del Programma Gioventù in azione – Azione 4.5 "Progetti destinati a sostenere azioni d'informazione per i giovani e gli animatori di gioventù".

**PROMOTORE**

**Centro culturale Francesco Luigi Ferrari**

Via Emilia Ovest, 101

41124 Modena – Italia

Tel. +39 059 334537

Fax +39 059 827941

[info@centroferrari.it](mailto:info@centroferrari.it)

[www.centroferrari.it](http://www.centroferrari.it)

Referente progetto: Valeria Ferrarini

**PARTNERS****Asociación Iniciativa Internacional Joven**

C/. Aristofanes, 4-1º

29010 Málaga – Spain

Tel. e fax +34 952391926

ajinterjoven@hotmail.com

[www.ongs-elconsul.org/internacionaljoven](http://www.ongs-elconsul.org/internacionaljoven)

Referente progetto: Ana Belén Domínguez

**Associação Juvenil De Peniche**

Rua Dr. João Matos Bilhau nº28-Ap.45

2524-909 Peniche – Portugal

Tel. +351 262785262

Fax +351 262785267

ajpx@mail.pt

Referente progetto: Monica Bellocchia

I Quaderni del Ferrari

# Media for Inclusion

A European project for the training of the young in the use of the new means of communication



# Index

Introduction	93
<b>Part I. Theoretical, methodological and experiential directions on Media Education</b>	99
1. Media Education and social participation of youth people, by <i>Damiano Felini</i>	101
2. Performances, achievements and learning of the project <i>Media for Inclusion</i> , by <i>Giovanni Bursi</i>	114
3. Methodological observations from the project <i>Media for Inclusion</i> , by <i>Laura Parenti and Tiziana Venturi</i>	131
<b>Part II. Guidelines for the management of laboratories of Media Education in extra-school contexts</b>	141
4. Video Laboratory Forms	144
5. Photography Laboratory Forms	153
6. Video + Photography Laboratory Forms	158
7. Journalism Laboratory Forms	162
8. Web Laboratory Forms	164
<b>Appendix</b>	169

# Introduction



## **Introduction<sup>1</sup>**

*Gianpietro Cavazza – President Centro culturale F. L. Ferrari*

Once upon a time, not so long ago, there was the TV without remote control. One could read newspapers only on paper and before being able to look at photos on paper, one had to take the roll to the photographer who would have developed them in the following days. Thinking about a cordless phone seemed an absurdity and if one wanted to watch a movie, he had to go to the cinema. Today, if one has not a profile on Facebook, he feels marginalized; opening a blog is just like to ask for a coffee in a bar; mobile phone is used also to call. A politician conducts his election campaign by way of messages on Twitter; television news revert to the news posted on the websites; every day a dozen press agencies publish thousands of launches with the same news, the same statements and identical headings.

We have found the remote control and we flatter ourselves that we are able to decide what to watch and what not to watch, to choose news, to be “active protagonists” of communication. We are not able to arrange all the information the media (or rather the owners of the media) serve up every second. We have not yet learnt the rule that the editor of the local newspaper of a small town located at the mouth of the river

<sup>1</sup> English translation of the original Italian text by Elena Panigadi.

Po, in the film directed by Carlo Mazzacurati, imposed on the young reporter: “The right distance is what a journalist should be able to keep between himself and the news: not so far as to seem indifferent, yet not too close either, because emotions can sometimes blind us. Since if a journalist loses himself in emotions, he is done for!”<sup>2</sup>

The more we enter the information dynamics, the more we feel bewildered, we believe that we have lost our way, we fundamentally feel like aliens.

For this reason, an interpretative key is needed in order to understand who the main character of the communication fable is, who is included in the media journey and who, on the contrary – maybe overwhelmed by so many tools – is left to the margins. “Within a society, the capability and education required to code and decode the messages of a specific medium largely determine who can use the medium to send messages and who can access the information disseminated by the medium”. Because, according to Joshua Meyrowitz, Professor of Communication at the University of New Hampshire, “the various coding systems can have very different social consequences. The complex writing codes tend to favour a literate elite that monitor the information and cultural rituals”.<sup>3</sup>

As in the best fables, also the experience of *Media for Inclusion* can be retraced thinking back to the past. The Cultural Centre “Francesco Luigi Ferrari” has always strived not to simply cope with “communicating outwards”, but instead to take care that the messages could reach all the people who have the right to know, understand, develop, enrich the city, the country, the society, with their own (even smallest) contribution.

In the Eighties, we created the Observatory on Local Press to provide an “interpretation key” of the news published on newspapers. We attempted to give an orientation criterion to those who produce newspaper all year, to the teachers who have promoted journalism laboratories in classrooms, to politicians who live in the media and fight their battles in the printed word or in the talk shows. In the following years, we joined the Papers and the Programmes for responsible information. We conceived

<sup>2</sup> *La giusta distanza*. A film by Carlo Mazzacurati. Drama, duration 106 min, Italy 2007.

<sup>3</sup> Joshua Meyrowitz, *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, (Original title: *No sense of Place. The impact of electronic media on social behavior*) Baskerville, Bologna, 1993.

new tools to observe how the journalists and the owners of the means of communication “mask” news, awkward facts, unpredicted events, hidden realities, wars. We thought – after many years of experiences and stories – we were able to provide young people and those who are beginning their journalism career, with our work and objectives. For this reason, we involved communication experts, teachers, editors, professionals, social workers, etc. in the training courses, in the desks of *Note Modenesi*, in the laboratories, in the television broadcasts concerning local economy.

With the Media Education, we have revisited all the media: we studied comics, dived into the images of the photography world, shouldered the video camera and turned on our notebooks for the layout of newsletters.

At this point of the story, it is necessary to make a change, to take a step forward. Walking in the stalls of the media market, we have realized the abundance of tools, but we have also come into contact with the rapidity with which one excludes instead of involving, and the tranquillity with which one marginalizes instead of including. We believe this is the most important issue that we will have to face in the next years, in an epoch in which everything – including communication and information – is experienced and consumed in a very, too fast manner. The many small “seeds” sowed in the last decades are no longer sufficient; it is necessary to collect strengths, find partners, intensify relationships among media users and media-makers. We must invest to carry on connecting all the stakeholders of the media system, from school to journalism, from young aggregations to parishes, from institutions to politics.

**Part I**  
**Theoretical, methodological**  
**and experiential directions**  
**on Media Education**

## 1. | **Media Education and social participation of youth people**<sup>1</sup>

*Damiano Felini* – Assistant Professor in Theory of Education, University of Parma

The subject of participation, or *inclusion*, within society has, with reference to the media, an extremely complex and multi-faceted path. By early 1800, Thomas Jefferson, the third President of the United States, had already realised that at the heart of democracy lies the free press and citizens who can read and who keep themselves well-informed and up-to-date on what is happening in their country as well as the rest of the world. Today, the relationship among media and participation has even more significance which one cannot help but compare.

### 1.1. | **Media excluding people, media including people**

Firstly, we cannot ignore the fact that our technologically advanced society is in the midst of a tidal wave of data, but, on the other hand, developing countries are feeling the consequence of an information gap which they are unable to bridge: it is clear that the socio-economic imbalance which is gripping the planet goes hand in

<sup>1</sup> English translation of the original Italian text by Tanya Clarke.

hand with a technological, informative and cultural imbalance. The problem with the technological divide, however, is not comparable or solvable on the basis of simple philanthropy or the facilitation of the exportation of technology from rich to poor countries. What several pilot projects have shown is that the technological gap has to be bridged designing *ad hoc* technology and formative models which can adapt to the context and environment of developing countries.<sup>2</sup>

However, as for the digital divide, it may appear that a lack of information only hits disadvantaged areas of the planet. This is not true: there is another face of the problem who indiscriminately attack the East and West, poor countries as well as rich. We refer to the sensitive problem of information control by restricted groups of power, whether they be governments or economic lobbies.

Apart from the real forms of censure which legislation in all democratic countries has removed or drastically reduced to a few consumer protection cases, today there is a sort of filter known as *news management* whose ultimate aim is to please a small group of people, at the expense of freedom of information which should be our right. The fact is that almost half the news published by western journalists is actually the reworking of information obtained from press offices or public relation services, institutions, organizations, associations and businesses, and not from field investigation by reporters trained to dig out a story.<sup>3</sup> The techniques used by news management are carefully studied to respect the rules of mass-media communication: speeches given by politicians or entrepreneurs with that one phrase that will be picked up by the television news programmes, photos which boost a celebrity's image, the prevalence of gossip or society pieces, the prevailing presence of commentators who win favour with the public by gaining their trust and even – in the most shocking cases – the complete fabrication of events: the discovery at Timișoara (Romania) of the suspected graves of the victims of Ceausescu at the same time as the US army invasion of Panama to depose General Noriega (December 1989) is a classic case, cited in the history books, of manipulation of information.

Apart from the comparison between rich and poor countries, another digital

<sup>2</sup> Cf. C. CASTELLI – F. GIAGNOTTI TEDONE (Eds.), *Infopoverty. Possible Solutions*, Milano, Vita e Pensiero, 2002.

<sup>3</sup> Cf. L. DELSERE, *La chiamavano censura*, "Itinerari mediali", 2003, 1, pp. 15-24.

divide forms when underprivileged teenagers do not have access to the same media as their classmates from richer or better educated families: focussing purely on television, the difference between programming on traditional channels and those available via satellite is significant. A great deal of sociological literature has shown how the process of socialisation which happens through the media, is much richer, flexible and satisfying when the children have at their disposal, not only a certain quantity of hardware and software resources, but also cultural, cognitive and discursive resources, supported by a network of adult contacts able to become learning facilitators and role models.<sup>4</sup> It is not enough, therefore, to give everyone a computer or Internet access, because the use a child can make of it could be extremely limited and stereotyped: along with the tools, we should guarantee an adequate training in the use of those tools and a support network which encourages, facilitates and acts as mediator, makes suggestions and so on.

Lastly, we have a third side of the relationship among media and participation – sometimes random, but often predetermined by social class or the cultural group to which one belongs – with the arrival of co-construction techniques of media content, which is made possible, and actually encouraged, by the latest generation network, the so-called web 2.0.<sup>5</sup> Absolutely identical to its predecessor in terms of technology, apart from the need for a broader band, the new Internet is however very different from all other media. Websites like YouTube, Facebook, Wikipedia, Last.fm, Delicious, Flickr and many others abolish the distinction between author and reader and form as spaces of interaction in which it is the users themselves who provide, improve, catalogue and benefit from the content, in a constant, expansive way. Participation, here, is the very essence of media use but, again, it can only be an "educated" participation, that is one which recognises the languages to use and which takes into account the potentiality (and obviously the risks and limits) that this makes easily available to us.

Once again, what must be underlined is that participation in social life through

<sup>4</sup> Cf. S. MARTELLI (Ed.), *Videosocializzazione. Processi educativi e nuovi media*, Milano, FrancoAngeli, 1996; A. PIROMALLO GAMBARDELLA – G. PACI – D. SALZANO, *Violenza televisiva e subculture dei minori nel meridione*, Milano, FrancoAngeli, 2004.

<sup>5</sup> Cf. P. FERRI, *Fine dei mass media*, Milano, Guerini, 2004; G. LUGHI, *Cultura dei nuovi media*, Milano, Guerini, 2006; N. RABBI, *Le risorse del web 2.0*, "Aggiornamenti Sociali", 2009, 9-10, pp. 598-608.

the media is made easier, but should never be taken for granted or considered to be automatic: on the contrary, it must be understood, wanted, carefully structured not to remain tied to antiquated or empty ways, or to mere and insignificant pastime. In this sense – if proof is needed – education must be one of the main roads.

## 1.2. | Media education: from a long history...

If this is the black & white panorama offered today by the electronic galaxy, let us say right away that it makes no sense defending educational reasons of protectionism, aimed to avoiding the contact of children with media and holding crusades against the immorality of the media culture: it doesn't make sense, because a totally negative judgement of the media is not objective (the media also have notable potential), but it mainly does not make sense because the tools of protection that parents and teachers can use are structurally inefficient. Children have access to the media, they create social interaction between their peers through them, the culture of the media is an important part of everybody's contemporary culture, and it will be ever more so. Therefore in this day and age, caring for young people cannot be solely based on protection but we should also teach them what we can call *media competence*, including not only the operative ability to use technological tools, but moreover an expertise in understanding, critically evaluating, writing, and consciously enjoying all the media messages.<sup>6</sup>

The idea of teaching *about* the media, which gives authentic educational answers to the needs of the world in which we live (a different view from the idea of teaching *through* the media), is not new in itself. We may remember the work and experiences of Munsterberg, Freinet and the British Film Institute<sup>7</sup> or, staying within Italy,

<sup>6</sup> About the concept of media competence cf.: D. FELINI, *I media: dal bambino fruitore al bambino competente*, in: A. BOBBIO – C. SCURATI (Eds.), *Ricerca pedagogica e innovazione educativa*, Roma, Armando, 2008, pp. 63-79. On the relationship between protectionist and promotion policies, cf. D. FELINI, *Media e diritti dei bambini*, in: A. BOBBIO (Ed.), *I diritti sottili del bambino*, Roma, Armando, 2007, pp. 165-190.

<sup>7</sup> Cf. H. MUNSTERBERG, *The Photoplay: A Psychological Study*, New York, Appleton, 1916; C. FREINET, *L'imprimerie à l'école*, Cannes, Editions de l'Ecole Moderne Française, 1938.

Volpicelli, Bertin, Flores D'Arcais and Laporta<sup>8</sup> regarding the necessity to educate youth people about the critical appraisal of what they called "entertaining movies", to distinguish them from documentary ones. The teaching method in those days, however, was basically "inoculatory"<sup>9</sup>, overcome at times mainly by Laporta (thanks to his attention to developmental psychology and psychology of education concepts assumed from Wallon and his scholars) and by Flores D'Arcais (who, in debt to Stefanini, considered the cinema as an artistic expression and, therefore, content and tool of aesthetic education).<sup>10</sup>

Overcoming the apocalyptic vision of the media, however, has become more possible since the 50s and 60s when, in addition to the psychological and aesthetical points of view, there was an influx from the so-called *Cultural Studies* and from semiotics.

The first area of research, represented by Stuart Hall and the School of Birmingham<sup>11</sup>, helped to break the direct causality between media messages and their effect on audience; mass-media, therefore, were no longer seen as hidden persuaders with unlimited conditioning power (according to Vance Packard), and, instead, it was recognised that a message, in order to have effect, must be accepted and elaborated by the receiver in his own cognitive structure. In this way, Cultural Studies gave importance, on the one hand to the process of interpretation meant as a symbolic exchange between sender and receiver (so that the text takes on a plurality of sense which comes from the singleness of the various people that receive it), and on the other to political-cultural ways of thinking or rather to the ideological function of the

<sup>8</sup> L. VOLPICELLI (Ed.), *Il film e i problemi dell'educazione*, Roma-Milano, Bocca, 1953 (other significant articles by Volpicelli, published in "Bianco e Nero" 1948-'51, are also worth reading); G.M. BERTIN, *Stampa, spettacolo ed educazione*, Milano, Marzorati, 1956; G. FLORES D'ARCAIS, *Il cinema. Il film nella esperienza giovanile*, Padova, Liviana, 1953; R. LAPORTA, *Cinema ed età evolutiva*, Firenze, La Nuova Italia, 1957.

<sup>9</sup> For writing aimed at limiting the effects of the mass media, seen as powerful but negative tools on young people's minds, see: J.D. HALLORAN – M. JONES, *The Inoculation Approach*, in: M. ALVARADO – O. BOYD BARRETT (Eds.), *Media Education: An Introduction*, London, British Film Institute, 1992, pp. 10-13.

<sup>10</sup> For a systematic reconstruction of the glorious beginnings of media education in Italy, see D. FELINI, *Pedagogia dei media. Questioni, percorsi e sviluppi*, Brescia, La Scuola, 2004, pp. 61-96; L. GALLIANI, *Appunti per una vera storia dell'educazione ai media, con i media, attraverso i media*, "Studium Educationis", 2002, 3, pp. 563-576.

<sup>11</sup> Cf. C. LUTTER – M. REISENLEITNER, *Cultural studies: un'introduzione*, Milano, Bruno Mondadori, 2004.

media. In this sense, one accepted that media messages had dominant meanings with reference to the subordinate classes but, moreover, that the decoding process carried out by the public happened according to a shared reading pattern from the education of the social subgroups they belong to. Basically, this process has made an important contribution in the revaluation of people as active interpreters of the messages they receive.

From semiotics, however, and particularly from the teachings of Roland Barthes and Umberto Eco, media education acquired the idea that media do not offer a window on the world but rather a “non transparent” representation of reality, that is constructed from the communicative intention of those who send the message; if this is so, what becomes really necessary is an analysis of the message itself, capable of overcoming the superficiality of the typical level of understanding of the naive spectator and add, moreover, to its real meaning. Besides, it is still thanks to this tradition that we have gradually overcome the dichotomy between high and low culture. Both *Mythologies* by Barthes and *Diario minimo* by Eco<sup>12</sup>, in fact, welcome the idea of an infinitely broader textuality than that traditionally limited to literary works: everything is text in semiotics, and everything is subject to meticulous analysis, even the products of cultural industry, such as comics, romantic novels, rock music or video games.

Within such cultural trends, media education theory had been able to free itself of its previous protectionist approach and to bring new teaching methodologies with and about the media. The real explosion of studies on this issue<sup>13</sup>, following the UNESCO Conferences in Grünwald (1982) and Toulouse (1990), was an expression both of this fervid tangle of approaches that range from educational theory, to semiology, to psychology and to cultural studies, and from the attention that the political world has reserved for it (in truth, especially at the level of international organisations such as UNESCO and the European Union<sup>14</sup>).

<sup>12</sup> R. BARTHES, *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, 1957; U. ECO, *Diario minimo*, Milano, Mondadori, 1973.

<sup>13</sup> Aside from those already cited, see: L. MASTERMAN, *A Rationale for Media Education*, Strasbourg, Council of Europe, 1994; C. OTTAVIANO (Ed.), *Mediare i media*, Milano, FrancoAngeli, 2001; D. BUCKINGHAM, *Media education*, Cambridge (UK), Polity Press, 2003; M. MORCELLINI – P.C. RIVOLTELLA (Eds.), *La sapienza di comunicare. Dieci anni di media education in Italia e in Europa*, Trento, Erickson, 2007.

<sup>14</sup> See, for example, the UNESCO website (<http://www.unesco.org/webworld/en/information-litera->

### 1.3. | ...to a bright present time

Today the reasons which prompt us to talk about media education and put it forward to educational institutions is quite obvious. It is due to a series of phenomena which are grabbing everybody's attention:

- Media is changing the way millions of people live throughout the world, making communication easier, spreading information and turning power relationships on their heads;
- Media creates culture, teaming up with traditional educational institutions and capturing the attention of people in new ways, able to present values, lifestyles, and mentalities;
- Media cultures affect all aspects of human beings: relationships, emotions, social participation, health, individual autonomy, the possibility of convergence with other cultures...;
- Technological innovation, today, enables us to use many media tools simply and economically, thus making those forms of communication, previously reserved for very few, now accessible to the mass;
- The largest consumers of media culture are children and young people, who demonstrate such a familiarity with media jargon and technology that they have been given the term *screenagers*.

If we had to draw up a simple picture of modern approaches to media education, we could highlight the following four trends. The first, which we can call *Media and citizenship*, attributes media education with an eminently political goal: liberation and resistance against the power exercised by media systems on people's conscience. In democratic western societies, this trend takes the form of a media education conceived as a fundamental chapter in the education of the active citizen, who is aware of what is happening in the world and tries to participate. It is this form that, in some contexts, today is called “media-activism”, but we can also see it, for example, in the

cy) and the European Charter for Media Literacy (<http://www.euromedia literacy.eu>) [these and all references to the web cited in the present work, were verified on 13 October 2009]. Regarding Italy, the most important institution about media education is MED – Associazione italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione (<http://www.medmediaeducation.it>): cf. R. GIANNATELLI, *MED: dieci anni di media education in Italia*, “Orientamenti Pedagogici”, 2006, 1, pp. 219-230.

experience of critical reading of newspapers which spuriously dotted the Barbiana children's school days. From a teaching perspective, this approach today favours activities of media production (video-making, school magazines, websites, advertising posters...).

A second trend is one that can be denoted in this way: *Enjoyment and the "politics of pleasure"*. This starts with the consideration of media messages as source of personal pleasure to be exchanged with other people. Media education, from this point of view, comes to be a route of exploration of the aesthetic aspects of media and why beauty varies according to everyone; it could be also realised through the experimentation of expressive and original messages, both in school and out-of-school contexts.<sup>15</sup> A third approach, however, oriented towards *Media Impact*, is based on the idea that media produce effects on its users and that it is thus necessary to create efficient educational interventions, if not to contrast such effects, at least to mediate them, reducing its power through involvement of the users faculty of critical reason. In fact, it is basically a reworking of the old inoculation approach to media education.

Finally, the *Media literacy* trend, has literacy as its central concept, so that media is seen as a system of communication whose languages and techniques (productive, distributive, receptive...) must be studied because they are an integral part of today world, as well as many other scientific objects.<sup>16</sup> On a teaching level, this approach predominantly uses analysis of media texts, thus having a precise educational connotation regarding the cognitive faculty.

Today, in many parts of the world we tend to place the concept of literacy at the heart of the practice of media education, which enables us to overcome the conceptual friction which could form between the media world and that of educational

<sup>15</sup> Cf. D.E. ALVERMANN – J.S. MOON – M.C. HAGOOD, *Popular Culture in the Classroom*, International Reading Association, Newark (Delaware), 1999.

<sup>16</sup> Cf. J. FLOOD – S. BRICE HEATH – D. LAPP (Eds.), *Handbook of Research on Teaching Literacy Through the Communicative and Visual Arts*, New York – London, Erlbaum, 2008, 2 vols.; R. HOBBS, *Reading the Media: Media Literacy in High School English*, New York, Teachers College Press, 2007. We would also like to mention the recent launch of the international scientific magazine "Journal of Media Literacy Education" ([www.jmle.org](http://www.jmle.org)).

agencies (particularly formal educational institutions).<sup>17</sup> Such a concept of literacy, however, must be partly reconsidered. It is nothing new, if we remember that the entire modern age has been the stage for a progressive broadening of literacy, not only in the sense of access to education by an ever-growing section of society, but also in the sense of an expansion of that which is deemed necessary to learn in order to live as man among men. Halfway through the 1800s, for example, anyone who could simply sign their name was considered literate (and thus able to vote), whereas forty or fifty years ago, at the time when big campaigns were launched by UNESCO or other non-governmental organisations to bring literacy to the masses, the literacy test was to write in ones mother language and read a short text taken from every day life.

Today this definition is no longer considered valid: for example, we now deem it fundamental that everyone should also learn to communicate in a second language, in addition to ones own, or that everyone should learn to write not only with paper and pencil, but also using a computer. These are clear signs that the concept of literacy is becoming broader.

Applying this idea in the field of media education, we discover that even the languages and technologies of modern communication can be conceived within the process of literacy. Following the definition given by the National Leadership Conference on Media Literacy, media education is that process aimed at improving the ability to "decode, evaluate, analyze, and produce both print and electronic media"<sup>18</sup>. This brief definition contains some fundamental ideas: 1) media education can be understood as teaching of languages; 2) the included languages are those of media communication, i.e. image, cinema, TV, comics, radio, cartoons, hyper-textuality, internet, video games, and so on; 3) these languages and technologies must be gained, not only in terms of ability to read, but on the four levels listed below:

- The ability to access = finding interesting contents, knowing where to find it and how to access it, or using the appropriate technological tools (a video recorder for a cassette, a projector for slides, the computer and the web for a website...);

<sup>17</sup> Cf. D. FELINI, *Pedagogia dei media*, cit., pp. 165-170.

<sup>18</sup> P. AUFDERHEIDE, *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*, in: R. KUBEY (Ed.), *Media Literacy in the Information Age*, New Brunswick (NJ), Transaction Publ., 1997, p. 79.



- The ability to analyze = understanding the meaning of messages, in general and in detail, and with reference to genres and linguistic forms, to its production and broadcasting methods and to the customs of fruition for which it was intended;
- The ability to evaluate = giving a critical judgement on the message, comparing it with personal parameters (do they agree or not, do they like it or not, and why). In fact, just understanding a message is not enough: everybody has to ask oneself what position he/she will adopt in relation to it;
- The ability to produce messages = describing ones own experiences and expressing ones own thoughts using those various languages (just being able to 'read' is not enough: children also need to know how to 'write!').

As we can see, media education is anything but simple or a waste of time: it involves and stimulates complex skills, working both on mental development as well as emotional and social development. Besides, it has the real ability to involve and motivate children and youngsters, who feel they are on a fascinating and interesting journey.

#### 1.4. | Media education and social participation

The theme of citizenship education is one of the issues which has most often filled the discussions of education scholars over the centuries: from the Greek *polis* to the Middle Age, from the French Revolution to the Age of Dictatorship, from the formation of the democratic states to the more or less contemporary openings in a globalistic-utopian key, the question of citizenship – and of the grafting of younger generations in the social dynamism – has declined in a multiform way according to how we conceive the *civitas* (municipal-national-international, earthly and heavenly, autocratic and democratic...) and how we interpret the role of its members (submission or autonomous responsibility, participation or delegation...).

Today, education about participation must be understood as the education about everyone's rights and duties, which does not neglect knowledge or practical behaviour. Furthermore, to add to the complexity of the subject, we put the load of values which decline this area according to facets of education to worldliness, to Europe, to intercultural relationships, to the environment, to world development, to justice, to respect for the highway code, to health, to peace and so on, far beyond the compe-

tence of those who are usually called upon to operate them (in Italian schools it was usually history teachers).<sup>19</sup>

Firstly, then, the theme of media and information can only be linked with that of active citizenship, because in a state of right freedom of speech and pluralism of the media are unavoidable principles. Education on current events, then, has undoubted meaning in the formation of civil and democratic living: it is not by chance that in Argentina, after the dictatorship period – just to give a meaningful example –, the Government financed extensive projects of *educación para los medios* centred mainly on the daily newspaper, with the precise aim of shaping democracy in children and young people who, because of the previous political situation, had grown up without that experience. Under those circumstances, the problem was teaching what freedom of speech was, to get young people used to participating in collective life without being afraid of expressing their own opinions and to give them back their faith in a media system which in the previous years had lost all its credibility.<sup>20</sup>

Taking a newspaper into class is something which pedagogically is anything but easy: in fact, it means the entrance into school of an element which does not respond to the normal cultural canons. While the teaching of history can rely on a consolidated store of scientifically proven knowledge and methodologies, the newspaper lacks the necessary time and emotional gap in order to use it in a controlled way. However – according to Cesare Scurati – in this choice there are other factors that come into play, on the one hand the very idea of a school that, according to the teaching of much contemporary educational theories, cannot refuse the start of daily life and the connection with the real experiences of the pupils; on the other, a consideration of social order, if it is true that formative agencies must keep an eye out for those youngsters who, deprived of the cultural tools necessary to understand the reality in which they are thrown, must “learn to read, that is to know, comprehend, understand

<sup>19</sup> Cf.: ITALIAN MINISTRY OF EDUCATION, *Cittadinanza e Costituzione*, Rome, March 2009 (available online: [http://iostudio.pubblica.istruzione.it/web/guest/cittadinanza\\_e\\_costituzione](http://iostudio.pubblica.istruzione.it/web/guest/cittadinanza_e_costituzione)), published following a law passed on September 1st, 2008, which established the new school subject “Cittadinanza e Costituzione” instead of the previous “Educazione civica”. On theoretical point of view cf. also L. CORRADINI – G. REFRIGERI (Eds.), *Educazione civica e cultura costituzionale*, Bologna, Il Mulino, 1999; M. CORDA COSTA (Ed.), *Formare il cittadino*, Firenze, La Nuova Italia, 1997.

<sup>20</sup> Cf. R. MORDUCHOWITZ, *El diario en la escuela*, Barcelona, Octaedro, 2001; EAD., *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*, Barcelona, Octaedro, 2003.

and judge a daily existence made up of immersions in the concrete and imminence of the action, of uncontrollable emotional reactions and of the invasive infiltration of interpretative schema (prejudices, stereotypes, slogans, ideologies) aimed more for capture rather than independence".<sup>21</sup> It is precisely for this reason that in the Barbiana school newspapers were read "every day, aloud, from top to bottom"<sup>22</sup>: don Milani, in his opposition to every form of useless accumulation of data in the children's mind, found in newspapers and magazines the tool to teach his pupils the real, live language of communication, and to introduce them to the socio-political problems that should have turned those farmers sons, educated for atavistic tradition in "shyness", into well-informed citizens, knowledgeable and critical of decisions made over their heads.

This concurs perfectly with Fabbro's in-depth thought on media education and citizenship: "instead of limiting ourselves to indentifying in the «parallel curriculum» of the media the content of the «official curriculum» of the school [and, in general, educational institutions, even outside school], we need to give more space to students' media culture making them become the subject of the study and, through the pedagogical equipment offered by media education, help to think in a critical way starting with their own experiences".<sup>23</sup> In such a way, one could contribute to the democratization of educational work as the culture of the students would become a part of it, also motivating their participation in a debate in which the definition of what is politics and/or civic is not previously determined but constructed and negotiated during the course of the discussion.

Secondly, Fabbro underlines the opportunity of media production activities. "If intelligently organised and run, this kind of activity enables young people to: a) learn how the media works more efficiently and meaningfully; b) consider their own stereotypes and prejudices often detected in their own productions; c) put themselves forward as active figures in the public eye as citizens who participate in discussions

<sup>21</sup> C. SCURATI, *Un giornale per educare*, "Nuova Secondaria", 2002, 4, p. 30.

<sup>22</sup> SCUOLA DI BARBIANA, *Lettera a una professoressa*, Firenze, Libreria Editrice Fiorentina, 1967, p. 27.

<sup>23</sup> F. FABBRO, *Media education e cittadinanza*, "Dirigenti Scuola", in press.

for the common good".<sup>24</sup>

Finally – he concludes – , "the wish to promote the collaboration between public institutions and various members of society, in order to bring together people working for the defence and endorsement of active citizenship, offers the opportunity to also make alliances with those who work in the field of communication [...]. In fact, the collaboration between media professionals and schools is now a well-consolidated tradition for those who have for some time worked in media education. As some experiences demonstrate, it is very useful on the civic education level as it can contribute to a better awareness compared to the complexity of the media production process and to the relationships of power that condition it".<sup>25</sup>

\* \* \*

To sum up then, we think it helpful to set out four general objectives for media education which link up with the idea of adolescent social participation, objectives that can be achieved in school and out-of-school contexts:

- a. to get young people used to know what is happening in the world, using and comparing all the media they have available;
- b. to help them grasping the meaning of the news (it has been proven that youths have great difficulty understanding the news, but that those difficulties can be overcome by appropriate teaching interventions<sup>26</sup>);
- c. to give the youngsters a greater sense of responsibility<sup>27</sup> towards the people they interact with via the media (issues such as the divulging of libellous material, violation of privacy, the creation of false identities in chat rooms or the so-called cyber-bullying);
- d. to encourage youth participation by getting them to work in local media, and also by relevant collaborations between educational agencies and newspaper, radio,

<sup>24</sup> Ibidem.

<sup>25</sup> Ibidem.

<sup>26</sup> M.T. SINISCALCO, *Il telegiornale a scuola*, Torino, Paravia, 1999.

<sup>27</sup> On this educational work and its reasons, cf. A. CHIONNA, *L'educazione alla responsabilità*, "Pedagogia e Vita", 2004, 2, pp. 112-133.

television or online editorial offices.<sup>28</sup>

In conclusion, the proposal is to recognise in media education the central role of directing human resources and the technologies to contributing to the building of a society in which people and social groups can equally live and work as main characters. And I think that it is what the *Media for Inclusion* project tried to do from Emilia-Romagna to the Atlantic coast.

## 2. | Performances, achievements and learning of the project

### *Media for Inclusion*<sup>29</sup>

Giovanni Bursi – Sociologist Aretés

The project *Media for Inclusion* – promoted by the *Cultural Centre “Francesco Luigi Ferrari”* and co-financed by the European Commission through the Youth in Action programme – deals with a new and very interesting subject, such as the education of the young on the correct use of media.

In addition to the promoter organization, the project also involved two European partners: the *Association International Youth Initiative* (Spain) and the *Associação Juvenil de Peniche* (Portugal).

Here we want to illustrate the methodological considerations that arose during the evaluation activity of the project, with the purpose of providing a contribution to the promotion of effective and skilled actions of *media education* within the ambit of training for young people in non-formal environments.

### 2.1. | What to assess in *Media for Inclusion*

The general objective of the project *Media for Inclusion* consists in implementing an action of education on the correct usage of media by young people and educators.

<sup>28</sup> Cf. J. GONNET, *Educazione, formazione e media*, Roma, Armando, 2001, pp. 77-78 e 93-106 (orig. publ. 1997).

<sup>29</sup> English translation of the original Italian text by Elena Panigadi.

This aims at favouring the access of the young to quality information and at encouraging their participation in the active life and the development of a critical sense. In particular, the project has dealt with the theme of social inclusion through the direct involvement of groups of youth belonging to the marginal areas considered at risk of social marginalization.

The innovation element of the project lies in the implementation of the methodology of the *Media Education* in non-formal education contexts. As a matter of fact, the *Media Education* does not represent an innovative methodology in an absolute sense but, if on the one hand, it is a well-known opportunity within school *curricula*, it is unquestionable that it has rarely been experienced in the extra-school contexts as a method to educate on media and to promote critical autonomy.

The purpose of the *Media for Inclusion* project was to:

- a. provide a group of active educators/workers in youth aggregation centres with the information and skills necessary to support understanding by the youth of how the media function, how they can impact on their choices and lifestyle, highlighting, at the same time, the opportunities arising from a well-thought access to the information and communication channels and from a critical approach to the media literacy;
- b. experiment with a pilot path on media and communication education on a group of young people from the marginal areas belonging to the involved organizations, through the planning of thematic laboratories on the usage of media and the realization of video productions on the different local realities;
- c. disseminate and give the results of this training path visibility at European level among the public opinion, institutions and media professionals, so to spur a debate on the role of the means of communication in the development of a strategy aimed at opposing the social marginalization and exclusion of the young.

The main activities of the project have been:

1. **Training course on Media Education for educators.** This action has concerned the implementation of a path of transmission of skills on the topic of media education to a selected group of educators coming from Italy, Spain and Portugal. During the training period, some strategic issues have been addressed, such as the media education starting from young people's productions, media education in the extra-school contexts, media education among education needs and opportunities.

2. **Experimental laboratories for the accomplishment of a pilot path addressed to the young (12-22 years old) of media education.** 15 laboratories have been realized, directed by the educators who attended the Training Course on *Media Education* – each laboratory ended with the production of a media object (website, video, multimedia production). The laboratories have mainly dealt with two specific communication modalities: (i) *the image-photo*, starting from the idea that photos pose questions on the action of “seeing” and make us realize what we observe; (ii) *the video and multimedia production*, being aware that the video production arises from the experience in utilization and from the necessity of knowing the codes and techniques that the production of a video implies. Moreover, each laboratory has developed the knowledge of other communication modes, such as journalism, comics, advertising and others.
3. **Realization of reportage to be presented during another debriefing workshop for young people.** This phase has been implemented following the inception of the multimedia laboratories and has involved the direct participation of the young participants in the laboratory activities, who, led by their educators, have committed themselves to the production of three video reportages (one for each partner country). In each participant country, a particular type of awkwardness linked to youth and to the various forms of participation in public life, which formed the specific content of each piece of reportage, was identified.

## 2.2. | Communication theory and evaluation strategy

The evaluation of the project *Media for Inclusion* has been carried out according to the communication theory based on the concept of representation defined as follows: “Representation (R) can be attributed to the activity of an organism that translates into the terms of its central nervous system the messages due to its own activity of sensitive reduction of the environment: according to the owned or the developing system of codes, this translation is an extrapolation made from an environment that, this way, is transformed into a system of signals from which, in its turn, it starts or performs its cognitive or symbolic translation function. The individual therefore ends up building or possessing a series of representations related to the specific level of cognitive – and thus not scientific or technological – development owned by the

environment in which he lives, and such representations form the basis of his knowledge and act as a guide for his present and future conduct and as an evaluation and judgement tool of the past<sup>30</sup>.

Representation is therefore the minimum reference unit of an individual and depends on him/her, and is moulded starting from the *system of signals* coming from the outside.

From this point of view, remaining within the communication approach of Benvenuti, it is important to underline and carefully consider the blow that “the drift of the means of communication”<sup>31</sup> has delivered to representation both in positive and in negative terms. In other words, it is important to underline the consequences that the evolutionary process of the mass media has had on representation and on its capability to integrate the emotional sphere with the cognitive one<sup>32</sup>.

Starting from this theoretical approach, the evaluation strategy was aimed at focusing on two dynamics.

The evaluation strategy has started from the environmental analysis of the project and, in particular, the training course for educators, the laboratories and the final meeting, so to verify the presence or the co-presence of different communication cultures (verbal, typographical, neo-media) in the participants, starting from the concept of representation. From the data gathered from the background analysis in terms of representations of the environment, it was then possible to assess more specifically the Laboratories, checking the outcomes achieved.

One must specify that the presence of different cultures implies the existence of a symbolic boundary as a “differentiation criterion not so much, or not only, with respect to the outside of one’s community, but as an internal boundary between oneself and the others”<sup>33</sup>. According to this logic, the boundary may become an inclusion

<sup>30</sup> Cf. L. BENVENUTI, *Malattie mediali. Elementi di socioterapia*, Baskerville, Bologna, 2002, p. 71.

<sup>31</sup> Cf. par. 7.1 *La piramide della comunicazione* in L. BENVENUTI, *Lezioni di socioterapia, La persona mediamente, mediafferma*, Baskerville, Bologna, 2008, pp. 145.

<sup>32</sup> “La Rappresentazione è una variabile composta da due sub-variabili: l’immagine (I) e l’Investimento affettivo (Inv. Aft):  $R=I+InvAft$ ” (*Representation is a variable formed by two sub-variables: image (I) and Affective Investment (Inv. Aft):  $R=I+InvAft$ , N.d.T.*), cfr. L. BENVENUTI, *Lezioni di socioterapia*, ivi, p. 53.

<sup>33</sup> L. BENVENUTI, *Lezioni di socioterapia. La persona media/mente e media/afferma*, Baskerville, Bologna, 2008, p. 50.

or an exclusion element. The boundary is therefore a production tool of complexity, but also an opportunity for reduction of complexity and a possibility for managing complexity itself in specialized terms.

The evaluation of the environmental analysis has allowed checking the activity of the Laboratories as field intervention tools. The control of quality has been carried out using qualitative and quantitative tools aimed at verifying the following elements: objectives, results, organizational tools, communication tools, actions.

The evaluation of the environmental analysis, the verification of the Laboratories and their degree of effectiveness represent the theoretical-information basis for the development of an evaluation of the possible changes implemented. More precisely, the evaluation strategy has tried to intra-gather the potentials of change and innovation implemented by the project in relation to the activated learning and its impact on representation (relationship between emotional and cognitive aspect).

The evaluation strategy focuses on the following components:

1. **Evaluation of the environmental analysis (Performances).** It starts from the analysis of the communication situation of the environment and consists in the revision of the qualitative and quantitative data resulting from the training Course for educators and from the Laboratories.
2. **Analysis of the results, products, actions and processes (Achievements).** The objective of the monitoring action will be to learn, underline and enhance what the project has achieved in relation to results (services delivered to the territory and the beneficiaries), products (proceedings, reports, specific projects, articles, videos, etc.), actions (interventions, laboratories, focuses, ...) and processes (within the partnership, between the partnership and the outside).
3. **Evaluation of the possible changes (Learning).** Its objective consists in analysing what the project has produced in terms of activation of possible changes, where the idea of possible change concerns the strengthening and widening of skills (meant as representative engines) of the subjects.

In order to collect the information necessary for this evaluation, four survey tools (one monitoring grid and three questionnaires) have been designed and administered:

- *Media for Inclusion Monitoring Instrument* – Monitoring grid formed by 12 indicators. It has been administered to the three territorial coordinators (Italy, Spain, Portugal).

- *Media for Inclusion Training Course Evaluation Questionnaire* – Semi-structured questionnaire formed by 10 questions. It has been administered to the participants at the training course for educators.
- *Media for Inclusion Youth Meeting Evaluation Questionnaire* – Semi-structured questionnaire formed by 9 questions. It has been administered to the participants at the international meeting course.
- *Media for Inclusion Final Evaluation Questionnaire* – Questionnaire of Final Evaluation divided into four sections: (i) evaluation of the means of communication used, (ii) evaluation of the implemented activities, (iii) evaluation of the pursuit of the objectives, (iv) evaluation of the impacts. This questionnaire has been administered to the laboratory managers (educators) and it concerns the whole project activity.

### 2.3. | Performances of laboratories, training courses and workshops

The project *Media for Inclusion* has conducted 15 laboratories: 5 in Italy, 5 in Spain and 5 in Portugal (see Table 1).

As a whole, the 15 laboratories have carried out 105 meetings, with an average of 7 meetings per laboratory delivered, on average, during a period of 43 days. The shortest laboratory has been *Dall'idea al video*, an Italian laboratory made in 6 days, while the longest one has been *Animated film Lab*, a Portuguese laboratory carried out in 88 days.

This first data shows a methodological indication of a certain interest leading to identify three forms of Laboratories:

- **intensive**, conducted in a short period, these courses have been residential or realized during a period of holiday for the young (for example, the above-mentioned 6-day laboratory has been delivered during summer holidays and has been able to involve the young on a daily basis);
- **classic**, developed in one month and a half and mainly organized on a weekly meeting basis;
- **long-period**, organized in a period of 3 or 4 months and organized according to a flexible programme of meetings, using both real and virtual methods of relationship.

**Table 1. Performance indicators of the laboratories – Duration and participants**

	Country	Laboratory title	No. of meetings	Duration (days)	No. of participants first meeting	Average no. of participants	No. of educators**
1	Italy	Narrare con le immagini	6	26	8	11	4
2	Italy	Mi video-racconto 1	6	34	5	5	4
3	Italy	Mi video-racconto 2	6	30	6	5	4
4	Italy	Dall'idea al video	6	6	14	14	2
5	Italy	Mani in foto	6	6	14	14	2
6	Spain	Analisis of the reality	6	65	16	7	2
7	Spain	Creating a Blog*	22	65	16	7	2
8	Spain	Film & Editing	3	20	7	7	2
9	Spain	Introduction to documentary	4	8	15	15	2
10	Spain	Realizing a documentary	10	15	15	15	2
11	Portugal	Video Lab	6	81	20	15	2
12	Portugal	Animated Film Lab	6	88	21	16	2
13	Portugal	Digital Photo Lab	6	68	13	10	4
14	Portugal	Editing Video Lab	6	67	5	4	3
15	Portugal	Report Lab	6	82	8	7	2
		Total absolute value	105		183		39

\* The experimental performance method of *Creation Blog* was not strictly linked to face-to-face meetings. The reported values concerning the indicators "No. of meetings" and "Duration (days)" have been therefore made with statistical purposes.

\*\* The number of educators is meant in functional and not in personal terms, i.e. the same educator may have performed the educational task in more workshops and, thus, he/she may have been considered several times.

The participation in the laboratories has been positive and continuous. The first meeting of the 15 laboratories has been attended by 183 participants, with a whole average of more than 12 young. The average of the participants at all the meetings held is of 10.1; the gap of 2 points between the average at the first meeting and the overall average is therefore the evidence of the continuity and of the low dispersion

produced by the laboratories.

The laboratories have been run by 42 educators in total: about 3 for each laboratory.

**Table 2. Performance indicators of Laboratories – compare Italy, Spain, Portugal**

	Country	Laboratory title	No. meetings A.V.	Laboratory duration (days)	Average no. of participants 1st meeting	Average no. participants	No. educators per student
A	Italy	5 Laboratories	30	20.4	9.4	9.6	2.9
B	Spain	5 Laboratories	45	34.6	13.8	10.2	6.9
C	Portugal	5 Laboratories	30	77.2	13.4	10.4	5.2
		Average value	7.0	44.1	12.2	10.1	4.7

With regard to these indicators, the comparison between Italy, Spain and Portugal has highlighted a substantial uniformity (obviously also determined by an initial methodological approach aimed at ensuring a certain consistency of the training path), though underlining some peculiarities:

- the Italian laboratories have been realized in a shorter time, according to the *intensive* model. Even though the number of participants in the laboratory is the lowest one compared with the three European frameworks, they are the only ones that have the *average number of participants* (9.6) higher than *the average number of participants at the first meeting* (9.4), thus showing enlargement or, at least continuity, in the attendance by the young;
- the Spanish laboratories, from the point of view of duration, fall into the *classic* model. These laboratories experience greater difficulties than the others in providing continuity (the difference between the participants in the first meeting and the average attendance is -3.6) and this can be explained by two considerations: (i) the Spanish laboratories are those that, at the first meeting, have the higher number of participants (69 compared with 67 of the Portuguese labs and with 47 of the Italian ones), (ii) the Spanish laboratories are those with the smallest number of educators both in absolute terms and, consequently, per laboratory: 1 educator every 7 participants, compared with 1 every 3 of the Italian one and 1 every 5 of the Portuguese one;
- the Portuguese laboratories fall into the *long-period* model, showing its higher value in the indicator on the duration of realization. Otherwise, they show values

that are similar to those of the Spanish laboratories as to the attendance of participants and to the number of educators.

	Country	Laboratory title	Age of the youngest participant	Age of the oldest participant	Average age of participants
1	Italy	Narrare con le immagini	11	14	12.5
2	Italy	Mi video-racconto 1	11	14	12.5
3	Italy	Mi video-racconto 2	11	14	12.5
4	Italy	Dall'idea al video	14	17	15.5
5	Italy	Mani in foto	13	14	13.5
6	Spain	Analisis of the reality	16	25	20.0
7	Spain	Creating a Blog	17	22	19.5
8	Spain	Film & Editing	17	21	19.0
9	Spain	Introduction to documentary	16	21	18.5
10	Spain	Realizing a documentary	16	21	18.5
11	Portugal	Video Lab	11	18	14.0
12	Portugal	Animated Film Lab	11	18	14.0
13	Portugal	Digital Photo Lab	14	18	16.0
14	Portugal	Editing Video Lab	17	18	17.0
15	Portugal	Report Lab	14	18	16.0
		Total average value	13.9	18.2	15.9
A	Italy	5 Laboratories	12.0	14.6	13.3
B	Spain	5 Laboratories	16.4	22.0	19.1
C	Portugal	5 Laboratories	13.4	18.0	15.4
		Total average value	13.9	18.2	15.9

Also the profile of the participants at the laboratory is interesting. The average age of the participants at the Italian laboratories is 13.3 years old (the oldest participant is 17 years old while the youngest is 12). The average age of the participants at the Spanish laboratories is 19.1 (the oldest participant is 22 years old while the youngest is not much more than 16). The average age of the participants at the Portuguese laboratories is 15.4 (the oldest participant is 18 years old while the youngest is more than 13).

The media education concerns adolescents and young and, above all, it may gather also different generations: consider, for example, the *Video* laboratory (Portugal),

where the youngest participant is 11 years old and the oldest one is 18 years old; or the *Analysis of the reality* laboratory (Spain) which is attended by both a 16-year-old and a 25-year-old.

## 2.4. | Media achievements, relational achievements

The effective management of the *Media for Inclusion* project has allowed realizing the products conceived during the design phase that concerned, on the one hand, the real production of **media tools** within the 15 laboratories and, on the other hand, the production of **relational tools** during initiatives and events.

As a whole, the laboratories have produced **33 media tools**, to which the final *Reportage* has to be added.

	Country	Laboratory	Video production	Internet tools	Image Packages	Newspaper production	Experiences-Stories
1	Italy	Narrare con le immagini	2				
2	Italy	Mi video-racconto 1	4				
3	Italy	Mi video-racconto 2	4				
4	Italy	Dall'idea al video	3				
5	Italy	Mani in foto	1				
6	Spain	Analisis of the reality		1			
7	Spain	Creating a Blog		1			
8	Spain	Film & Editing	1		1		
9	Spain	Introduction to documentary					1
10	Spain	Realizing a documentary	1				
11	Portugal	Video Lab	1				4
12	Portugal	Animated Film Lab	1				4
13	Portugal	Digital Photo Lab			1		
14	Portugal	Editing Video Lab	1				
15	Portugal	Report Lab				1	
		Subtotal	19	2	2	1	9
		Total					33

Most of the cases involved the production of videos (19 products), especially with still images, followed by the narration of stories and experiences (9 products).

Nonetheless, during the laboratories, also websites (2) as blogs and libraries of images/photos (2) have been realized. The Portuguese Lab Reportage has also led to the design of a 17-page newspaper.

**Table 5. Media tools realized by the 15 laboratories – Details**

Country	Laboratory	Media tool realized
Italy	Narrare con le immagini	2 videos with still images on the educational centre admitting them
Italy	Mi video-racconto 1	4 videos including films and photos to introduce themselves
Italy	Mi video-racconto 2	4 videos including films and photos to introduce themselves
Italy	Dall'idea al video	3 videos on the selected topic of "Beauty"
Italy	Mani in foto	1 video with still images selected among those taken
Italy	Analisis of the reality	Blog creation
Spain	Creating a Blog	Blog creation
Spain	Film & Editing	Video
Spain	Introduction to documentary	Documentary (technical and theoretical) materials
Spain	Realizing a documentary	Video-Documentary
Spain	Video Lab	no. 4 experiences + final video
Portugal	Animated Film Lab	no. 4 experiences + final video
Portugal	Digital Photo Lab	180 photos + around 1000 exercises and tests
Portugal	Editing Video Lab	no. 4 experiences + final video + 2 presentations
Portugal	Report Lab	no. 1 newspaper (17 pages)

On the contrary, the **Training Course for Educators**, carried out in Modena, and the **Debriefing Workshop for young people**, conducted in Malaga, fall within the production of **relational tools**.

The **Training Course for Educators** has had the task of defining a shared language and of standardizing competences. Moreover, the training course has had the task of sharing methodologies, work practices and, ultimately, of drawing up, together, a model of performance of the Laboratories meeting the needs of the various countries involved in the project, though with a common feature and approach on the basis of which to develop reflections on the achieved results and on the work practices.

The residential course has been attended by 12 educators, 4 of whom were Italians, 4 Spanish and 4 Portuguese. Two other Italian educators have attended the course, but performing organizational roles. It was decided not to administer the evaluation questionnaire to these educators.

The average age of the educators attending the training course was of 31.3 years old.

The evaluations expressed have generally been positive. Starting from a major motivation for the course and the topic of the media education, it has been reported a satisfactory participation and a full involvement of educators in all the phases of the training stage.

The average evaluation of the course is 4.2 within a range from 10 to -10. All the training modules have been appreciated, clearly exceeding sufficiency, i.e. 0. The three most appreciated training modules have been the *Theoretical introduction to the media education* (5.0), the *Video Production Lab* (4.2), the *Projects on reality and mobile phone* (3.3) and the *Media education in extra-school contexts*. The comparison among meaningful experiences has been the least appreciated module (1.7).

**Table 6. Evaluation of the Media Education Course for training modules**

Training modules	Excellent	Good	Sufficient	Insufficient	Bad	Average value*
General evaluation	5	7				4.2
Theoretical introduction	6	6				5.0
Media education in extra-school contexts	4	8				3.3
Video production Lab	5	7				4.2
Media Education experiences	3	8	1			1.7
Mambo Modern art Museum	5	4	3			1.7
Project on reality and mobile phone	4	8				3.3
Telling by images	4	7	1			2.5

\*In order to provide a simplified interpretation of data, the average value has been calculated considering only the three variables used by the participants and using for them the following range of values: Excellent = Sufficient = 1, Good = Indifferent = 0, Sufficient = Insufficient = -1.

Besides the contents, also the teachers and the possibility of exchanging views and of planning directly with them the laboratory activities to be carried out on one's own



territory have been much appreciated.

All the participants have positively evaluated the atmosphere of the group.

A similar positive evaluation can be expressed for a further **relational tool** represented by the **Debriefing Workshop for young people** as an occasion for sharing the experience of the laboratories and of the final reportage. With regard to the workshop, questionnaires have been administered to 25 young people, 13 of whom male and 12 female (see table 7). Most of them were Italian (12), followed by Portuguese (8) and Spanish (5). The low number of Spanish teenagers should be read in the light of their slight inclination to fill in the questionnaire and the location of the laboratory.

The average age of the adolescents involved has been around 17 years old. The youngest participants were the Italian ones (about 16 years old on average), while the oldest have been the Spanish ones, with an average age of 19.

Country	Italy		Spain		Portugal		Total	
	male	female	male	female	male	female	male	female
Participants	8	4	1	4	4	4	13	12
Average age	16.1	15.8	21.0	17.0	16.3	17.3	17.8	16.7
Average age	15.9		19.0		16.8		17.2	

As the Table 8 shows, most of the participants (80%), answered the question *Did you find the meeting interesting?* saying that the experience of the workshop was very interesting. 20% affirmed that the meeting was “interesting enough”, while nobody answered the question negatively.

Though the evaluation is very positive by everyone, on the average, the Italians and the Portuguese appear a little more satisfied than the Spanish.

Answer / Country	Italy		Spain		Portugal		Total	
Yes	11	91.7	3	60.0	6	75.0	20	80.0
No		0.0		0.0		0.0	0	0.0
Interesting enough	1	8.3	2	40.0	2	25.0	5	20.0
Total	12	100.0	5	100.0	8	100.0	25	100.0

With regard to the integrated proposal represented by the Debriefing Workshop (including Ice-Breaking Activity, Team Works, the showing of Video Reportage, Intercultural Party, and others), the young participants were particularly satisfied with the Intercultural Party (56%) and the Video Reportage (28%), followed by the Ice-Breaking Activity (8%) and the Team Works (4%).

More than others, Spanish have concentrated their preferences for the Intercultural Party.

Activity / Country	Italy		Spain		Portugal		Total	
Ice-Breaking Activity	1	8.3	1	20.0		0.0	2	8.0
Team Works	1	8.3		0.0		0.0	1	4.0
The showing of Video Reportage	5	41.7	1	20.0	1	12.5	7	28.0
Intercultural Party	5	41.7	2	40.0	7	87.5	14	56.0
Others		0.0	1	20.0		0.0	1	4.0
Total	12	100.0	5	100.0	8	100.0	25	100.0

## 2.5. | Technical, representative and cultural learning

The strategic objective set by the *Media for Inclusion* project has consisted in introducing the young and educators to technical learning, linked to the knowledge and the specialized use of the various media analysed, but also in activating widespread cultural paths aimed at acquainting with the potentials and ambiguities of media themselves. Such strategic dimension has been investigated through an evaluation questionnaire with open-ended questions administered to the educators of the 15 Laboratories. Here follow the description of the outcomes of these questionnaires emerged from this information source.

**Technical learning.** One has tried to investigate the capacity of the project to favour technical learning of the use of media, transferring to the beneficiaries the information and competences necessary to understand the performance of the various media, their capability to impact on choices and lifestyles, their possibility of representing a development opportunity, if they are addressed according to a critical approach to the media literacy.

The evaluation has underlined various positive results in this regard. The enhance-

ment of the technical usage of the employed media has been the most evident datum gathered among the young beneficiaries of the project. Here follow some examples.

- A different use of **digital cameras** against a “feverish use” of the built-in cameras of mobile phones, by which the young often take a lot of photos without being able to select what they want;
- a greater capacity to manage the **images** both when they are being taken and when they are edited/assembled in a video;
- the more careful management of information in the processes of creation of the virtual and of prearrangement of the contents to be uploaded on blogs, sites, web pages;
- the careful analysis and the knowledge of the logics at the basis of the production of a **newspaper** and the learning of the management techniques of news and information;
- the alternative use of the **personal computer** to the netsurfing or to the videogames: video editing as a new operation for many adolescents;
- the discovery of the **video camera** as a tool to film and to be filmed: the editing, the selection of the material, the selection-cut of images.

Many have clearly understood the transition from reality to the building of reality. As a matter of fact, the participation in the process of definition of reality as a reality produced by way of media has brought young people into a new perspective, a critical perspective of society and of those in charge of telling the reality, but also into a perspective of opportunities and responsibilities in the process of building reality itself.

From this point of view, the participation in the process of media production (videos, photos, newspapers, blogs, etc.) can be more effective if the use of these tools is qualified and specialized and, therefore, if those technical and cultural competences allowing their specialist use are learnt.

In summary, the adolescents have better understood the communication process that has to compare primarily with the **selective criteria of information and their transmission** and that, exemplifying, we can remind with the following questions:

- How do we select the information to be transmitted?
- How do we organize the images to be circulated?
- How do we build the questions for an interview?
- Are we able to communicate without being influenced?
- Are we able to “be reporters” without being influenced by our personal opinion?

- How can we evaluate information? By what criteria?

**The cultural paths.** Within this evaluation, one has tried to catch the capacity of the project to open thoughtful and culturally fruitful scenarios, to implant that seed able to grow and make a positive contribution to the change process.

From this point of view, the element that has resulted to be more positive than the others has been the exchange of experiences at European level among the young as well as among the educators. The coordination meetings of the project, the training and the group phases, the media exchanges have been considered as very useful to a full awareness of the motivational path and of the direction path within which the project was directed.

This has been a fundamental aspect of every initiative. As a matter of fact, the achieved goal has been to be able to activate among the public opinion, the institutions, the vital worlds of the three European environments involved by the project and the media professionals, a network dynamic aimed at developing a common work and a common consciousness on the importance of a critical and aware access to information and to the various communication channels, considered as strategic especially with regard to the topic of the battle against social exclusion.

## 2.6. | Media-Inclusion, Inclusion-Media

Finally, the project has intended to analyse the representative impact of the media, starting from the awareness that at present the action is more and more a **communication action**. In this regard, two questions have been posed:

- Are the media mainly a mean or an end?
- Do the media convey mainly information or emotions?

The reflection starts from the idea that the communication action – which can be technically summarized as a transmission of messages from an issuer to a receiver through a specific medium – is increasingly turning into content. As Marshall McLuhan has highlighted, “the medium is the message” and it is therefore important to study communication and its means not only according to the contents they convey, but especially in relation to the structural criteria by which they organize communication. According to this logic, the communication action becomes an essential

condition in the process of building the identity of a person, since it allows him/her to perform a task of symbolic integration and to be socially shared.

The point can be summarized as follows: the symbolic (and, therefore, representative) needs, linked to the communication logics, have become priorities and pre-conditions of the traditional material needs. In such a context, one can easily deduce that communication (not only the interpersonal one, but especially that organized and managed by mass media) plays a key role. As a matter of fact, communication (content and medium) ends up increasingly influencing the behaviour models of people, which, passing from more and more sophisticated symbolic levels, lose sight of reality and empirics and end up depending on the appearance rather than personality, and demean authentic relational dynamics in favour of symbolic uses induced by the means of communication.

Within this thoughtful path, with regard to the first question (*Are media mainly a mean or an end?*), the **medium as a mean** seems still clearly to prevail. According to the educators, the young see the media as means to communicate, as tools to convey information in the shape of words, images, ideas and other forms. They are hardly able to imagine the **medium as a message**, to consider that the use of a means instead of another one is not unimportant in the building process of social self and, thus, of one's own capacity to manage the inclusion-exclusion dynamic in communication terms.

With regard to this, the answers to the second question (*Do the media convey mainly information or emotions?*) concerning the symbolic aspect of communication, which tend to see the media as an information vehicle attracting emotions and affections, become fairly predictable.

From this point of view, the answer coming from a Portuguese laboratory is very interesting. It affirms that **“young use the means like a “mean” to reach the final objective”**<sup>34</sup>. The use of the word *means* instead of mass media<sup>35</sup> becomes an oppor-

<sup>34</sup> Cf. Related answer: “All vehicle of information takes associate of inescapable way, an affective, subjective and/or emotional content latent and is in the detection of this content of the audio-visual message, resides the development of the own criterion in the interpretation of a certain message”.

<sup>35</sup> The final play on words is allowed for the explanatory purposes it implies, even though we know that the correct translation of the Italian “*mezzi di comunicazione di massa*” is not “mass-means” but “mass media”, being “media” a Latin word.

tunity for a play on words that leads the *medium (means)* to become *meaning (mean)*: the **means as meaning** implies the idea of a new relevance of media transcending the conveyed content and it itself becomes content; it itself becomes communication identity.

This to say that: if, on the one hand, media represent an important tool to favour the inclusion processes (*media for inclusion*), it is unquestionable that the inclusion of the means of communication in personal identities may favour a better and more reliable use of them (*inclusion of media*).

### 3. | Methodological observations from the project *Media for Inclusion*<sup>36</sup>

*Laura Parenti e Tiziana Venturi – Media Educators Centro F. L. Ferrari*

The European project *Media for inclusion* has a very ambitious objective which got started after observing the situation for many young people, especially those without access to quality media: to realize actions of education to information and communication able to modify positively this reality.

To carry out this project in Italy we turned to two structures that exist in our country that take in young after school and a family association which takes in a large number of children and teenagers, their actual children or fostered children. The experience was a first for the region of Modena, not because they had no media laboratories experience (class newspapers, videos, cinema courses) but because the specific aims of media education are not widespread. The result of this is that often, both in and out of school, the activities carried out are exciting and enriching but there is little awareness of their importance and little intent to educate. At times they are put forward simply as alternative ways of dealing with curricular topics or as enjoyable activities aimed mainly at socialisation.

The situation described by the Spanish and Portuguese teachers is very similar and this type of activity represented something totally new in the towns where it was proposed. For example, although they frequently used the Internet, young Spaniards were able, for the first time, to create a blog, thus taking on a leading role on the web.

<sup>36</sup> English translation of the original Italian text by Tanya Clarke.

The first stage of the project involved a week of training for the tutors of the groups from the three countries, which was needed to find common ground both regarding the aims of media education and regarding the method for dealing with an activity of this kind which must always include a stage of understanding and reading of the media before going on with production. This initial stage of deliberation is important because in the concrete creation of the project, there could be numerous different types of problems which could easily take it off track: there is always the risk of educating with media, that is using media as a simple tool, instead of educating in media.

### 3.1. | Experiences in extra-school contexts, a user guide

The combined experience of three situations in three different countries l'Association "International Youth Initiative" of Malaga (Spain), l'Associação Juvenil de Peniche di Peniche (Portugal) and il Centro Culturale F. L. Ferrari of Modena, have shown some differences and interesting results: the Spanish and Portuguese centres have a consolidated presence in the area and are open to all the young people of the town, with ages ranging from 11 to 18 years old for the Portuguese, and from 15 to 25 years old for the Spanish, who wanted to attend courses from art to theatrical dance. The users are young people who choose voluntarily to participate in these activities also to meet new people and have the opportunity to travel abroad. In Modena, however, there was a collaboration between youth centres which were different from those in Spain and Portugal: the "Patronato pei figli del Popolo and Fondazione S. Paolo e S. Geminiano" in Modena is a day-centre which welcomes youngsters between the ages of 11 and 13 who come from difficult backgrounds. Therefore they have not joined voluntarily but are obliged to stay at the centre for a few hours every day. The situation is very similar for the "Hip-Hop" centre, which operates in Carpi, in the province of Modena, and offers the same type of service welcoming youngsters between 11 and 14 years old. The consumers in both cases represent people at risk or subject to social exclusion. The association "Venite alla festa" (Come to the party) however, is similar to those in Portugal and Spain, both regarding age, from 15 to 17 years old, and the characteristics of the teenagers.

It is clear how the three European countries have worked with youngsters of different ages and backgrounds, elements which, dealing with an educative activity, cannot be ignored during planning stages. Moreover, outside school, apart from the type of youngster, it is necessary to keep in mind the need to present the laboratories clearly and in an inviting way, as attendance by the young people is still voluntary even if the tutors have the job of directing and advising eventual participation: it is important to understand their interests and their usual media use to make a suggestion that is useful and can fully integrate with their reality. For this reason, in Italy, out of the five laboratories three were photography and two video: ignoring other types of media it was decided to concentrate on what most interested the youngsters and what could best improve their ability to express themselves and communication skills to bring something out from within. They were 5 unique experiences, in fact even in dealing the same mean these laboratories were filled primarily of ideas, proposals, visions of the young participants who always bring an original contribution.

Filming a video really made them feel like protagonists and something that has played a part in recent news is the unwitting use of these tools which lead people to film anyone or anything with their mobile phones without thinking about the consequences not only of the filming but also, but more importantly, of the publication of images with controversial content, when not offensive, on people. A media education laboratory on video production therefore fits in completely with the educative emergency plan of this time, becoming for the youngsters a discovery of possibilities of expression offered by tools such as camcorders or mobile phones, and for adults a window on the world of the young and another opportunity to listen to them. This is how it was for the parents of the "Venite alla festa" association, whose children chose to show their idea of beauty through video. Thanks to their skill, gained through the media laboratory in being able to communicate this idea well with the footage taken, a sort of bridge was created between the youngsters and their parents who were invited to step out of the trap of demonising the media tool to explore and rediscover alliances and what they have in common with their children.

Photography also represents a current language, not only because advertising fills every visible space around us, but also because, thanks again to the use of the mobile, it has come to be a part of young people's habits. Also in these cases the laboratories gave the opportunity to improve technical competence in the use of the camera. An image provokes emotions and brings meaning which goes beyond what

is portrayed; sharing impressions can be a game which eventually leads to a picture, fruit of a project and a common thought. Photographic work, even on a small scale, demonstrates that any language can bring out that trace of poetry and truth in things which cannot be understood at first glance, but which lie beneath the surface..

The activities of media education, however, demand some continuity and faith in the choice made, and so it is important that in the more problematic contexts, such as the day centres, the tutors suggest the laboratory to those ready to embark on a new adventure as well as the others. Even the duration of the laboratories is influenced by these features: the longer it lasts, the more difficult the youngsters find it to stick with the task they chose and maintain high levels of interest. As a first experience in these associations it was therefore decided to keep the length short, between four and six meetings over a period of time no longer than two months, aware, however, that compared to the ambitious objectives that were set, the time available was not long. The solution was different according to the situation: for "Patronato dei figli del Popolo e Fondazione San Paolo e San Geminiano" of Modena we were over-careful and less optimistic regarding the involvement of the youngsters. They would, in fact, no doubt have voluntarily attended more meetings which would have been useful in improving their ability to use the video editing programme which, despite having dedicated an entire day to, the youngsters had still not completely grasped. The experience in the "Hip-Hop" centre in Carpi was different where it was more difficult to maintain attendance at all the meetings and the group changed greatly during the course, so much so that one boy turned up for the first time at the final meeting, probably spending a fun afternoon taking photos, but we cannot say that he had taken part in a media education activity.

Also in the Spanish and Portuguese association, despite different backgrounds and different young people, the biggest difficulty was to ensure that the initial enthusiasm of the young didn't stifle during the laboratories that, in some case, have been very long.

For young Portuguese, who have structured the laboratories as part of the paths of the final video-reportage, the prospective to contribute to the achievement of the final product was an incentive to participate.

The kids from the "Venite alla festa" association did the laboratory in an interesting context during a week's holiday which they annually spent all together with their families. The context in this case undoubtedly favoured a greater concentration and

attendance. Also the fact that these youngsters knew each other well made creating work groups easier and allowed them in a short space of time to create some good quality videos.

From comparison between media educators who planned and realized the laboratories, especially those Italians, born some thoughts:

- The main thing is that it is better not to give up the idea of suggesting a **course**, even if the youngsters that we have before us are uneasy and find it hard to be consistent. In these situations the temptation to use media to "keep them well-behaved" can be strong, but often it is the youngsters themselves who surprise us with their intuition or depth of thought. There is also the temptation to go straight to the "practical" while with any media education activity the critical analysis of the message stage must not be neglected: not to bring back the spectre of manipulation, to which we are all by now recognised active subjects and more or less able to react, but to understand the mechanisms of a language which permeates our whole life with that spirit of curiosity which leads us to desire a better understanding of our own situation in order to take on a leading role. If the situation of the group is very problematic then it is better to limit the proposal to those young people who are ready to experience it in the best way and can act as a driving force for all the others in the next activity. But will there be a next activity?
- This question brings to mind another reflection regarding the need for **continuity** in these laboratories so that it is not just remembered as a pleasant experience, an one-off event. The idea of a course then does not just relate to the way to plan one single laboratory but the conviction of having to make a proposal that has a certain constancy and that in time will study various forms of media in depth. One could, for example, start with a photography laboratory to then introduce video, television, mobile phones and so on. Many suggestions with one goal: to become competent in reading and writing with media to fully participate in our society and to have an extra tool so as not feel excluded.
- The young people we have met cannot afford the same opportunities in the use of technologies and even those who have a computer with Internet connection make only limited use of it compared with its potential. As is revealed from the research carried out on media use, the very young use the web mainly for social

networking and “Internet, with MSN, became an alternative to the phone calls”<sup>37</sup> or as in the Spanish situation they use it to do homework in a school context. Taking part in media education activities has meant exploring also **new ways of using** these tools: with the computer it is possible not only to chat but also to tell stories using photographic images and video. Creating a story of this kind means making choices which, besides creativity, requires organisational skills and various decisions, from choosing the subject of the photograph to the expression of a more complex communicative intention. We try to substitute the frenetic and instinctive use of media with a more knowledgeable and competent one. This aspect is evident, for example, in the use of photography: how many photos do youngsters take with their digital cameras or mobile phones and how many of these are thought out, planned, wanted?

### 3.2. | Video reportage: testing the laboratory experiences in the field

One of the main objectives of the project was to follow up laboratory activities with the production of video reportage on the theme of unease linked to the world of the young and various forms of participation in public life. The productions created in the three countries which were partners in the project, were very different but linked by one fundamental assumption: reflection and discussion within the group of youngsters on what “juvenile uneasiness” meant for them, with the aim of identifying, and not simply stereotyping, what the real difficulties are that an adolescent goes through with himself, his family, in school and in his own social life. The discussion then continued around the concept of reportage both from the point of view of content and from a technical standpoint by watching some video reportages with a journalist: in fact, it is important that although they were guided by a professional, it is the adolescents themselves who identify the main features of this way of explaining a situation. The follow up discussion among the teenagers brought out their points of view, their questions, their ideas and a completely different from an adult approach,

<sup>37</sup> Pier Cesare Rivoltella, *Screen Generation. Gli adolescenti e le prospettive dell'educazione nell'età dei media digitali*, Vita e Pensiero, Milano.

and it was the method by which the topics and styles of their stories were chosen

In Modena we chose to create a reportage on the “gangs” of young people who live in the town regarding the fact that belonging or not, to one of these gangs can mean having or not having a social life and it means always wearing a label. The group of Spaniards directed attention on the relationship between the generations to find out how big the gap is between the way in which adults see young people and the way that they see themselves. The Portuguese, in a film that brought together video and animation, on the other hand, showed several situations of uneasiness and exclusion which are resolved thanks to being accepted and friendships. Both the Spanish and the Italians chose to tell their stories through interviews, the same for each person being questioned, in order to highlight differences and similarities between “gangs of youths” – from rockers to “cool guys”, from “hip hop” to punks – who live in the town for the group from Modena and between young people and the more elderly for the children in Malaga. The group from Peniche on the other hand, reinterpreted real situations, such as the problems of a disabled person, a boy who couldn't read and a young woman who is pregnant and alone.

Discussion with the youngsters at every stage was vital: a method which taught group work, to motivate and compare their opinions and convictions, at the same time respecting those of others, to making final choices together. For everyone, organising the work was quite complex: adolescents tend to underestimate the importance of stages like setting a timetable for each phase of production and the assigning of a role for each person, so that everyone is responsible for something. This stage needed constant guidance from the tutors to prevent the youngsters from “getting lost” and it was especially important to tie them down to fixed times.

The activity turned out mainly positive and exceeded all expectations for being able to create a demanding production which had a pleasant and interesting result: the youngsters observed the reality in which they live with different eyes, they analysed their behaviours and found a way to explain them in a language which requires specific skills that are hard to acquire. They had some difficulties but also some pleasant surprises from the work group which led many of them to “discover themselves” in a way that they would not have imagined, shining a light on unexpected talents and making protagonists out of each and every one of them.

## List of References

### Chapter 1

M. Aglieri – D. Felini (Eds.), *Media education per educare alla cittadinanza*, special issue of "Dirigenti Scuola", in press.

D. Buckingham, *After the Death of Childhood. Growing up in the Age of Electronic Media*, Cambridge (UK), Polity Press, 2000.

L. Caronia, *La socializzazione ai media. Contesti, interazioni e pratiche educative*, Milano, Guerini, 2002.

F. Ceretti et al. (Eds.), *Primi passi nella media education. Curricolo di educazione ai media per la scuola primaria*, Trento, Erickson, 2006.

L. Di Mele – A. Rosa – G. Cappello, *Video education. Guida teorico-pratica per la produzione di video in ambito educativo*, Trento, Erickson, 2008.

K. Drotner – S. Livingstone (Eds.), *The International Handbook of Children, Media and Culture*, London, Sage Publ., 2008.

F. Fabbro, *Media education e cittadinanza*, "Dirigenti Scuola", in press.

D. Felini, *Pedagogia dei media. Questioni, percorsi e sviluppi*, Brescia, La Scuola, 2004.

D. Felini – B. Weyland, *Media education tra organizzazione e fantasia. Esperienze creative in Italia, Austria e Germania*, Trento, Erickson, 2007.

J. Flood – S. Brice Heath – D. Lapp (Eds.), *Handbook of Research on Teaching Literacy Through the Communicative and Visual Arts*, New York – London, Erlbaum, 2008, 2 vols.

J. Gonnert, *Éducation et médias*, Paris, PUF, 1997.

S. Goodman, *Teaching Youth Media. A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change*, New York, Teachers College Press, 2003.

R. Hobbs, *Reading the Media: Media Literacy in High School English*, New York, Teachers College Press, 2007.

R. Morduchowitz, *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*, Barcelona, Octaedro, 2003.

C. Ottaviano (Ed.), *Mediare i media*, Milano, FrancoAngeli, 2001.

A. Parola (Ed.), *Territori mediaeducativi. Scenari, sperimentazioni e progetti nella scuola e nell'extrascuola*, Trento, Erickson, 2008.

P.C. Rivoltella, *Media education. Fondamenti didattici e prospettive di ricerca*,

Brescia, La Scuola, 2005.

A. Rosa, *Il laboratorio di media education. Un metodo attivo di apprendimento*, "Famiglia oggi", 2009, 3, pp. 51-53.

S. Tirocchi, *Ragazzi fuori. Bullismo e altri percorsi devianti tra scuola e spettacolarizzazione mediale*, Milano, FrancoAngeli, 2008.

### Chapter 2

Aa.Vv., *Luhmann in glossario. I concetti fondamentali della teoria dei sistemi sociali*, Franco Angeli, Milano, 1995.

Benvenuti L., *Lezioni di socioterapia. La persona media/mente e media/afferma*, Baskerville, Bologna, 2008.

Benvenuti L., *Malattie mediali. Elementi di socioterapia*, Baskerville, Bologna, 2002.

Beck U., *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carrocci, Bologna, 2003.

Bursi G., Cavazza G., Melli S., *Memorie, simmetrie, emozioni per il futuro del sindacato*, Edizioni Lavoro, Roma, 2009.

Bursi G., Cavazza G., *Politiche familiari e potenziale sociale. La legislazione regionale, le buone prassi locali e le rappresentazioni delle famiglie in Italia*, Edizioni Lavoro, Roma, 2005.

Donati P.P., *Teoria relazionale della società*, Franco Angeli, Milano, 1991.

Lasch C., *The minimal self*, Norton, New York, 1984, (Italian translation, L'io minimo, Feltrinelli, Milano, 1996).

Zamagni S., *L'economia del bene comune*, Città Nuova Editrice, Roma, 2007.

**Part II**  
**Guidelines for the management**  
**of laboratories of Media Education**  
**in extra-school contexts**



The project *Media for Inclusion* has conducted 15 laboratories: 5 in each country. Here we describe these experiences by using concise but not exhaustive forms that can help the educators that want to plan Media Education laboratories in extra-school contexts.

Each form has a standard structure and provides a description of the laboratory, the target to which it is addressed, the main objectives, phases and methods, duration, materials needed for the implementation of activities and finally some notes on the general rating and evaluation.

For a correct consultation of these forms is opportune to keep in mind that some of the information refers to the laboratories made and should not be interpreted rigidly, for example in the target section is reported the age of the young that have participated to these laboratories but most of the experiences remains valid even if the proposal is addressed to other age groups.

The laboratories here described are classified by media: video, photography, video + photography, journalism and web. The category "video + photography" includes cases in which it was created a final product that could be called mixed because it includes both video shooting and photographs.

#### 4. | Video Laboratory Forms

##### ORGANISATION

Centro Culturale F. L. Ferrari and Associazione "Venite alla festa" (IT)

##### LABORATORY TITLE

**Dall'idea al video**

##### TARGET

Youngsters aged between 14 and 17 years old.

##### DESCRIPTION

The laboratory aims to lay the foundations for understanding the language of video through the creation of an audiovisual product that can be made by putting together photographic images with moving images, maximising the power of expression by narration, music, sounds and text.

This course aims to develop a critical awareness of media messages, get across the fact that what we see on screen is the result of the choices and selections of the creator and will always show a point of view that does not represent reality.

The aim is also to promote responsible use of the video camera, in the light of recent events that have seen young people film and publish clips with violent or offensive content, we want to direct this technical skill towards positive expression of their own creativity.

##### OBJECTIVES

- To learn the phases in the production of a video;
- To create a storyboard;
- To learn different types of shots;
- To learn different types of filming;
- To use of the video camera;
- To use of different types of shots;
- To use of different types of filming;
- To use of editing software;
- To create a short video on a chosen theme.

#### STAGES AND METHODOLOGY

The first stages of the project are carried out with the whole workgroup whereas for the creation of the video, subgroups were created with each person in the group having a different role.

##### 1. Critical appraisal of a short film

*Think first then film:* to go from spontaneous use of the video camera to a planned use similar to a professional approach and thus understand the methods and devices used to get across an idea, a concept. In this phase they learn about using a storyboard.

*The video camera:* having learnt about different types of shots and points of view, they learn to play about with the camera which helps them get to grips with the machine and learn more about the concepts. They go on to create examples of the different filming techniques.

*Editing:* learning to use editing software.

*Choice of theme:* technical ability alone is not enough to produce a video. It is important to have something to communicate, in this phase they choose a theme together and divide into three work groups which will each produce a video. The chosen theme was beauty. They started by criticising of the media's idea of beauty and finish by making fun of those who take themselves too seriously when tackling this topic.

##### 2. Carrying out the filming for the video

##### 3. Editing the video

##### DURATION

4 meetings of 3 hours each.

##### MATERIAL AND TOOLS

Three computers, video projector, speakers, three video cameras, posters and marker pens, "studio" editing software, Internet connection, mp3 player.

##### EVALUATION

The laboratory took place during a week's holiday in the mountains which the families in the association take every year. This meant the youngsters were always present although it limited the choice of places to film to the hotel and the surrounding area. The youngsters appreciated the suggestion and collaborated.

## ORGANISATION

Associação Juvenil de Peniche (PT)

## LABORATORY TITLE

**Editing video Lab**

## TARGET

Young people aged between 17 and 18.

## DESCRIPTION

The objective of this Laboratory consists in demonstrating how the capabilities of the video to convey the message can be enhanced, also by way of editing and post-production techniques. This laboratory represents one of the phases of the realization of the final video reportage.

## OBJECTIVES

- Using Movie Maker, a programme for mounting videos;
- editing the final video reportage;
- making the post-production of the video reportage;
- using the materials realized during the other laboratories (Digital Photo, Video, Animation).

## PHASES AND METHODS

- Storyboard, translation from text into image;
- reading of the storyboard;
- four exercises: editing of short films (3 with video films + 1 video with digital photos);
- editing and post-production of the video reportage.

## DURATION

6 sessions of 2 hours each.

## MATERIALS AND TOOLS

1 computer with Movie Maker and Internet connection, sheet-board.

## EVALUATION

The participants have learnt the bases of Movie Maker and the various steps that are necessary to pass from the images of the storyboard to the video images.

## ORGANISATION

Associação Juvenil de Peniche (PT)

## LABORATORY TITLE

**Video Lab**

## TARGET

Young people aged between 11 and 18.

## DESCRIPTION

This laboratory proposes a path for the realization of a video throughout its essential phases: from the storyboard to the editing. This experience is useful to enhance the critical sense towards the media messages. This laboratory represents one of the phases of the realization of the final video reportage.

## OBJECTIVES

- Creating a storyboard; how to pass from the plot to the images;
- targeting shots and sequences at the objectives of the video;
- obtaining sounds and videos;
- transforming sounds, videos, lighting and colours into a message;
- realization of video filming;
- video editing.

## PHASES AND METHODS

- Viewing examples of videos;
- working with the video camera and microphones;
- explaining what a storyboard is;
- debating and exchanging views on the proposed subjects by watching different sequences of a film;

- making the video.

#### DURATION

6 sessions of 2 hours each.

#### MATERIALS AND TOOLS

Video camera with tripod, DVD film, computer, materials for the scenes/backgrounds, stationery.

#### EVALUATION

The participants have done 4 different exercises and made a final video of 8 minutes.

#### ORGANISATION

Casa de la Juventud de Alhaurín de la Torre (ES)

#### LABORATORY TITLE

**Introduction to documentary**

#### TARGET

Young people aged between 15 and 25.

#### DESCRIPTION

The laboratory suggests a path to investigate the subtle boundary existing between objectivity and subjectivity or between truth and fiction, through the analysis of audiovisual aids and the necessary skills to follow a path going from the subject to the video. This laboratory is preliminary to participating at the “Realizing a documentary” Lab.

#### OBJECTIVES

- Analysing the media messages addressed to the young with the purpose of identifying possible manipulation factors;
- promoting a critical approach to the messages used by the mass media among the young;

- learning the rules to devise a plot;
- learning the rules to make a video;
- encouraging young people to participate in cultural activities that may integrate their school education.

#### PHASES AND METHODS

- Analysis of the differences between fictions and documentaries in TV productions, between cinematography and products created for/on the Internet by way of watching TV serials, TV news, reportages, documentaries and fake documentaries;
- group exercises to search for elements that create the impression of reality and/or fiction;
- providing the theoretical elements for writing a script and making a video;
- providing the fundamental elements to understand the language of video and of narration.

#### DURATION

6 sessions of 2 hours each.

#### MATERIALS AND TOOLS

Video camera with tripod, DVD films, computer, materials for the scenes/backgrounds, stationery.

#### EVALUATION

The participants have done 4 different exercises and made a final video of 8 minutes; they have acquired the necessary skills for the realization of the video reportage together with the participants at the “Animated Film Lab”.

## ORGANISATION

Casa de la Juventud de Alhaurín de la Torre (ES)

## LABORATORY TITLE

**Realizing a documentary**

## TARGET

Young people aged between 15 and 25.

## DESCRIPTION

This laboratory aims at investigating the world of the language of video and, in particular, of the “documentary” genre. After a path that has introduced the young to the capability to read this kind of media messages, we attempt to experience a video production throughout all its phases to find out how it is possible to express personal views through framing or the editing of scenes.

## OBJECTIVES

- Using the competences acquired during the “*Introduction to documentary*” Lab;
- designing a video in all its phases, from the idea to the final production;
- enhancing cooperation capabilities;
- being able to manage project time;
- realizing a short documentary.

## PHASES AND METHODS

- Selection of the topic, the idea and the matters to be developed together with the whole group;
- organization of the pre-production: making a list of resources, needs and sources; selection of the locations and characters; obtainment of the permissions and documents necessary for filming the scenes;
- writing of the plot and of the questions for the interviews;
- development of the technical script and guidelines on how to shoot a film;
- distribution of rotation tasks for all the members of the group;
- making of the film;
- analysis of the recorded material at the end of each day;

- selection of the clips by applying the learnt criteria;
- final editing of the documentary: editing, insertion of music, sounds, images and titles.

## DURATION

10 sessions of 4 hours each.

## MATERIALS AND TOOLS

Mini DV video camera with audio output, mini DV filmstrips, microphones, 2 projectors, cables, TV screens, computers with necessary software for the semi-professional digital edition (Premiere Pro 1.5).

## EVALUATION

The participants have done 4 different exercises and made a final video of 8 minutes; they have acquired the necessary skills for the realization of the video reportage together with the participants at the “Animated Film Lab”.

The young have actively participated at the whole creative process.

## ORGANISATION

Asociación Iniciativa Internacional Joven (ES)

## LABORATORY TITLE

**Film and editing**

## TARGET

Young people aged between 15 and 25.

## DESCRIPTION

The main purpose of this project consists in developing a critical capacity to read the media, highlighting the manipulations they do both of the contents and of the form of the messages addressed to the young. It has to define the contents of the video, starting from the issues concerning the presence of manipulations of messages, of erroneous generalizations and of stereotypes in the mass media communication.

### OBJECTIVES

- Expressing a critical view on the media messages;
- carrying out researches on the advertising messages on newspapers;
- carrying out researches on the advertising messages on the web;
- defining the contents of the video;
- making the video.

### PHASES AND METHODS

- The first phase consists in brainstorming so to define the ideas and points on which to film the video;
- selection of the contents of the video;
- phase of documentation and of research of advertising messages;
- sharing of roles and tasks;
- making of the video.

### DURATION

5 sessions of 2 hours each.

### MATERIALS AND TOOLS

Video camera, tripod, camera, computer, Internet connection, magazines, newspapers, stationery.

### EVALUATION

The participants have acquired greater critical skills, have enhanced the technical capacities to use the video camera and the camera, have learnt that with a few words it is possible to say many things.

## 5. | Photography Laboratory Forms

### ORGANISATION

Centro Culturale F. L. Ferrari and Centro Hip Hop di Carpi (IT)

### LABORATORY TITLE

**Narrare con le immagini**

### TARGET

Youngsters between the ages of 11 and 14.

### DESCRIPTION

The laboratory tried to make the adolescents think about the role that images play in our lives to try to develop a sense of critical analysis towards them. Youngsters, like adults, are targets for messages made up primarily of images which are mostly trying to persuade us to buy something. Having this awareness helps to not just accept them passively. The images, however, are not just a negative presence, actually they provide the real possibility for expression. This laboratory aims to develop the necessary skills to face the various stages that lead to the creation of an iconic message which requires technical skill, ability to reflect, ability to synthesise and creativity. At the end of the course they should be able to express their own perception and view of their reality of the educational centre which they attend, either with a series of photographs or just one photograph.

### OBJECTIVES

- To express their opinion on a given image;
- To understand the different types of shots;
- To use different types of shots;
- To use a camera;
- To tell a story through images;
- To summarise the idea of the Education Centre in one photograph;
- To understand the potential for using sound effects and music with the images;
- To compete in a positive way.

## PHASES AND METHODOLOGY

The laboratory took place in meetings during which play and competitions between the teams put forward a course which included the following phases:

- Reading and understanding moving images and first with the soundtrack, then fixed images chosen from a provided archive.
- Shooting: to the discovery of one of the fundamental elements of photographic and film language.
- Music, sounds and noises: elements which have the task of reinforcing the message that is to be given out.
- The storyboard: how to plan a simple story to be told using photographs.

The youngsters tell of the place which welcomes them every afternoon in photos and music.

## DURATION

6 sessions off 1 hour each.

## MATERIALS AND TOOLS

Computer, video-projector, camera, speakers, mp3 player.

## EVALUATION

Attendance was so irregular that it was difficult to continue with the course, it was not possible to do everything that had been planned and at the last meeting, when the photo should have been taken, there were some youngsters present who had not been present for the course.

During the laboratory, however, the feedback from the participants was always positive and even those who started the course without much enthusiasm were always excited about the suggestions. The photos taken are more a result of personal intuition rather than the laboratory they attended.

## ORGANISATION

Centro Culturale Francesco Luigi Ferrari (IT)

## LABORATORY TITLE

**Mani in foto**

## TARGET

Youngsters between the ages of 11 and 14.

## DESCRIPTION

To clear their minds of the pollution of images churned out by the media, to bring back the power of the image, to think of it as a potent language to be reclaimed, was the main aim of this laboratory which proposed a course to learn the skills needed to complete the various stages which lead to the creation of an iconic message, which requires technical skills, the ability to reflect, the ability to synthesise and creativity. It represents, from the images of the hands photographed doing every day activities, all the words that hands express without a voice and that only photography can extract from the flow of movement and “bring back to the light”.

## OBJECTIVES

- To express their opinion on a given image;
- To learn different shooting techniques;
- To use different shooting techniques;
- To use a camera;
- To plan a photograph which represents one way in which hands are used;
- To understand the potential for using sound effects and music with the images.

## PHASES AND METHODOLOGY

The laboratory held meetings during which through play and observation a course was proposed with the following stages:

- Reading and understanding of fixed images chosen from a well-stocked archive;
- Shooting techniques: to discover one of the fundamental elements in the language of photography and film;
- Music, sounds and noises: elements which should reinforce the message one

wishes to communicate;

- Creation of photographs of which the subject was “hands”;
- Selection of the photos to be used for the presentation;
- Collectively deciding on the message to assign to each photograph.

#### DURATION

3 sessions of 2 hours each, alternating between the youngsters taking pictures individually and in small groups.

#### MATERIALS AND TOOLS

Digital cameras, one computer with power point, archive of printed images taken from the Internet, a “frame” of black card.

#### EVALUATION

The most interesting conclusion was the discovery that the images managed to bring out, with great spontaneity, the personal viewpoint of the youngsters, who put themselves on the line showing a skill for introspection and self awareness that, although aware of their beings, showed how much depth and freedom of expression can preserve. Adults are much less free in representing themselves. Attendance was excellent and everyone collaborated on the final presentation.

---

#### ORGANISATION

Associação Juvenil de Peniche (PT)

#### LABORATORY TITLE

**Digital Photo Lab**

#### TARGET

Young people aged between 14 and 18.

#### DESCRIPTION

The objective of this Laboratory consists in teaching how to take pictures using a digital camera. The young learn the bases of the visual composition and of the light-

ing techniques. The participants challenge each other to a photography contest; the pictures of the winners appear in the video reportage realized using the stop motion technique. This laboratory represents one of the phases of the realization of the final video reportage.

#### OBJECTIVES

- Analysing the single image and the images in a sequence;
- analysing framing and shots;
- analysing the lighting techniques and the balance;
- communicating an idea through the images;
- expressing an opinion before a proposed image.

#### PHASES AND METHODS

The following exercises have been done:

- “Luz”: this exercise allows the participants to take a picture of the same subject in the various moments of the day;
- “Sensações”: this exercise is useful to know how to communicate one’s sensations, feelings and states of mind through the photos;
- “Equilíbrio estático e dinâmico”: an exercise to understand how to take pictures showing up movement or stillness;
- “O argumento e o cenário”: in this exercise, starting from a conceived plot, the young participants have to get to the realization of the story translated into photos;
- “Tirar as fotografias para o filme”: the participants take pictures for the scenes of the video reportage.

#### DURATION

6 sessions of 2 hours each.

#### MATERIALS AND TOOLS

Digital cameras; light boxes, memory cards, reading cards, 1 computer, 1 scanner.

#### EVALUATION

The participants have taken around 1,000 pictures, 180 of which have been chosen for the background of the video reportage.



All the participants have learnt the bases of the use of a digital camera and of the photographic techniques. The young have appreciated the laboratory and have acquired the necessary skills to express themselves through photography, a first step towards an active involvement in the world of the media.

## 6. | Video + Photography Laboratory Forms

### ORGANISATION

Centro Culturale Francesco Luigi Ferrari and Azienda Servizi alla Persona – ASP “Patronato dei Figli del Popolo e - Fondazione S. Paolo e S. Geminano” – Modena (IT)

### LABORATORY TITLE

**Mi video-racconto\***

### TARGET

Youngsters between the ages of 11 and 14, users of the Asp Centres in Modena.

### DESCRIPTION

The laboratory offers the possibility to reflect on the role of the image in the formation of our way of thinking and acting, and aims to teach the basics in order to understand video language by the creation of an audiovisual product.

In this laboratory the youngsters follow a course that will lead them to create a presentation of themselves, this will be a time to reflect on their passions, on the places they go, on the area where they live, a time also to get to know better the other youngsters who attend the centre. By learning about the iconic language and video, about its places, about its grammar, they learn to use the tools which will enable them to tell their stories. A way of using audiovisual communication in a different way to mass media and at the same time create a process of socialisation between the participants to encourage the culture of integration into the group and the place.

\*This laboratory has been realized with 2 different young groups.

### OBJECTIVES

- To express their opinion on a given image;
- To understand the different types of shots;
- To use a video camera;
- To use different types of shots;
- To use a camera;
- To reveal an experience they have had through images;
- To understand the potential for using sound effects and music with the images;
- To use software to edit the photographs, texts and music;
- To encourage a positive approach to group work;
- To compete in a positive way.

### PHASES AND METHODOLOGY

The work groups were formed of six youngsters aged between 11 and 14, participation was voluntary and the meetings took place at the Centro Culturale F. L. Ferrari which, being a different place from usual, was able to encourage their concentration and respectful behaviour.

Initially it was suggested that they should work in teams competing against each other in order to stimulate their involvement.

The following stages make up the course:

- Shooting: to discover one of the fundamental elements of photographic and film language. Nothing is random in the creation of a photograph, we must start with the simple but important fact that behind the lens there is always a watchful eye.
- The camera: today this audiovisual machine is a tool widely-used by many to document, to spy and to make them feel like protagonists. It is about trying to use it to express oneself and enter into a relationship with others; playing around with the camera is a way to gain confidence with the machine starting from the testing out of some basic concepts.
- Audiovisual autobiography: with audiovisual autobiographical techniques, the image becomes the element which provides a link between one's own personal story, the visual provides the stimulus to explain oneself but also to compare with others.
- My neighbourhood: the concepts learnt on shooting techniques find concrete

expression in this stage in which the youngsters create a picture story on their neighbourhood. They make choices regarding locations and on the people to photograph and along with the tutors, go back over the places that feature in their daily lives, looking at them through the lens of a camera.

- Videobox: for the duration of the laboratory, on site there is an area of controlled access which functions as a video box, and is another way in which the adolescents can express themselves.
- Editing: after a short period of learning about the video-editing programme, the next stage is the creation of a presentation by individual participants by editing previously produced material, everyone's videos and photos.

#### DURATION

5 sessions of 2 hours each.

#### MATERIALS AND TOOLS

A camera or mobile phone which can take photos, five computers, computer speakers, video camera, tripod, television, projector, posters and marker pens.

#### EVALUATION

The youngsters regularly attended the laboratory and from their involvement we can say that they enjoyed the activities. For everyone it was their first experience in participating in a media education laboratory and the results obtained are obviously of amateur quality, but the course they followed was significant, the youngsters learnt a new way to use the computer, they learnt more about themselves and their friends. Initially a limited number of meetings was chosen because the typology of the adolescents made getting regular attendance difficult, in the light of this experience we can say that this type of laboratory needed, however, a higher number of meetings than were organised, to study in more depth the reciprocal understanding and facilitate sharing and comparing, to give time to take on board what they had learnt and reach the point where they could create a better quality video, more independently.

#### ORGANISATION

Associação Juvenil de Peniche (PT)

#### LABORATORY TITLE

**Animated Film Lab**

#### TARGET

Young people aged between 11 and 18.

#### DESCRIPTION

The objective of this laboratory consists in illustrating and teaching how to produce a video using the animation techniques. This laboratory represents one of the phases of the realization of the final video reportage.

#### OBJECTIVES

- Learning "What video animation is";
- learning "How video animation works";
- learning "The rules of the movement of the image";
- learning how to use the background and the close-up;
- analysing the various types of video animation;
- learning various techniques of video animation (drawing, sand animation, cut-out technique, stop motion animation);
- drawing the characters;
- selecting the actors for the scenes and the technical staff;
- realizing pictures for the reportage;
- animating drawings and pictures.

#### PHASES AND METHODS

The first phase consists in explaining what video animation is and how it works using PowerPoint slides. Some exercises are done showing how it is possible to create the illusion of movement using only paper and pencil.

In the next phase, other animation techniques are presented: sand animation, cut-out technique, stop motion animation and the traditional drawing technique.

All these tools are applied in the final film and the bases of the plot are written by the

participants as well. The participants themselves choose the background, the scenes and the time division for all the scenes. All the images and pictures are arranged by a group in charge of the production.

#### DURATION

6 sessions of 2 hours each.

#### MATERIALS AND TOOLS

Digital cameras with tripod, light boxes, memory cards, reading cards, 1 computer, 1 scanner, stationery, sand, magazines and newspapers.

#### EVALUATION

The participants have done 4 different exercises and a final video of 8 minutes. The main reason for participating at this group of young people has been the creation of the animated cartoon.

## 7. | Journalism Laboratory Forms

#### ORGANISATION

Associação Juvenil de Peniche (PT)

#### LABORATORY TITLE

**Report Lab**

#### TARGET

Young people aged between 11 and 18.

#### DESCRIPTION

This laboratory aims at documenting all the phases of the project and illustrating them by way of two information supports: a blog and a newspaper.

Its purpose consists in teaching the participants how to observe, select and convey the essential information, developing their critical opinion on specific themes and also to know when to be objective on the information to be conveyed.

#### OBJECTIVES

- Receiving and conveying information;
- realizing the documentation of all the laboratories carried out throughout the project;
- planning and conducting interviews;
- using the Publisher programme;
- writing articles for the newspaper;
- writing articles for the blog;
- experiencing playful and socialization moments.

#### PHASES AND METHODS

- Viewing the other laboratories;
- conducting interviews with the other participants and the educators;
- inputting data into the computer and creating the pages of the newspaper (layout, texts and pictures) and of the blog;
- printing the newspaper.

#### DURATION

6 sessions of 2 hours each.

#### MATERIALS AND TOOLS

Digital video cameras, sound recorder, 1 computer, printer, stationery.

#### EVALUATION

The participants have been very delighted with this laboratory; they have learnt how to realize a newspaper and how to communicate by way of a blog. They have learnt to distinguish the moments in which to express their views and the moments in which objective data must be reported. The final products have been a 17-page newspaper and a blog.

## 8. | Web Laboratory Forms

### ORGANISATION

Asociación Iniciativa Internacional Joven (ES)

### LABORATORY TITLE

**Analysis of the reality**

### TARGET

Young people aged between 15 and 25.

### DESCRIPTION

The main purpose of this project consists in developing a critical capacity to read the media, highlighting the manipulations they do both of the contents and of the form of the messages addressed to the young.

### OBJECTIVES

- Making a timescale of the media in the last decades;
- analysing how the young are represented in the current media messages;
- analysing our habits in the field of media use;
- analysing the content of TV and advertising.

### PHASES AND METHODS

- Researches on the Internet to find out the new trends of the media use;
- view and analysis of TV serials and their contents;
- creation of a forum to exchange views on various themes: gender difference, drug abuse, intercultural movements;
- research of the most aggressive advertising messages concerning the addressed topics;
- posting of the data resulting from the survey and of some articles dealing with the world of youth on the blog.

### DURATION

6 sessions of 2 hours each.

## MATERIALS AND TOOLS

Internet, magazines, newspapers, radio and TV.

## EVALUATION

A change in the perception of the media messages has occurred, passing from an initial inability to express a critical vision to a new critical point of view, especially with regard to the way in which they themselves are represented by the media often through generalizations of negative aspects.

---

### ORGANISATION

Asociación Iniciativa Internacional Joven (ES)

### TITLE OF THE LABORATORY

**Creating a blog**

### TARGET

Young people aged between 15 and 25.

### DESCRIPTION

The main purpose of this project consists in developing a critical capacity to read the media, highlighting the manipulations they do both of the contents and of the form of the messages addressed to the young.

### OBJECTIVES

Creating the blog of the *Media for Inclusion* project that has to include: articles on the meetings held for the laboratory, interesting articles on the subject, aggressive advertising (within the journalism ambit) and historical outlines on the development of communication in the various media and on their differences.

### PHASES AND METHODS

- Designing of the blog and of its various sections;
- creation of the blog;
- sharing of roles and ranges of interest for the research and creation of the articles

- to be posted on it;
- regular update of the articles and news to be posted on the blog.

#### DURATION

5 sessions of 2 hours each.

#### MATERIALS AND TOOLS

Computer, access to the Internet.

#### EVALUATION

The result has been positive because the young participants have worked using tools that they do not employ frequently. They have used a medium such as the Internet, which is today very widespread, for a completely different purpose from the usual one: not as a tool for their entertainment, but as a resource allowing them to learn new and useful things for the community.

## Appendix

This project *Media for Inclusion* is co-financed by the European Commission – General Direction of Education and Culture within the Program Youth in Action – Action 4.5 “*Projects for supporting information activities for young people and youth workers*”.

**PROMOTING ORGANISATION**

**Centro culturale Francesco Luigi Ferrari**

Via Emilia Ovest, 101

41124 Modena – Italia

Tel. +39 059 334537

Fax +39 059 827941

e-mail: [info@centroferrari.it](mailto:info@centroferrari.it)

[www.centroferrari.it](http://www.centroferrari.it)

Project referent: Valeria Ferrarini

**EUROPEAN PARTNERS****Asociación Iniciativa Internacional Joven**

C/. Aristofanes, 4-1º

29010 Málaga – Spain

Tel. e fax: +34 952391926

e-mail: [ajinterjoven@hotmail.com](mailto:ajinterjoven@hotmail.com)

[www.ongs-elconsul.org/internacionaljoven](http://www.ongs-elconsul.org/internacionaljoven)

Project referent: Ana Belén Domínguez

**Associação Juvenil De Peniche**

Rua Dr. João Matos Bilhau n°28-Ap.45

2524-909 Peniche – Portugal

Tel. +351 262785262

Fax +351 262785267

e-mail: [ajpx@mail.pt](mailto:ajpx@mail.pt)

Project referent: Monica Bellocchia





via Emilia Ovest, 101  
41124 Modena  
Tel. +39 059 334537  
Fax +39 059 827941  
info@centroferrari.it

[www.centroferrari.it](http://www.centroferrari.it)

