

I MEDIA OGGI: QUADRO TEORICO E RICADUTE DIDATTICO- EDUCATIVE

ALESSANDRA CARENZIO



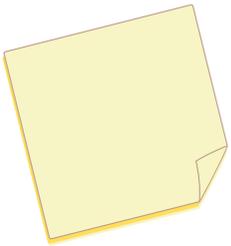
LEGENDA



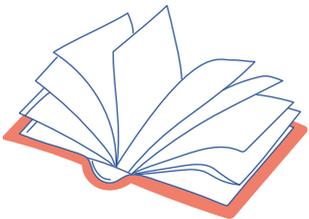
Obiettivo



Attivazione individuale/di gruppo



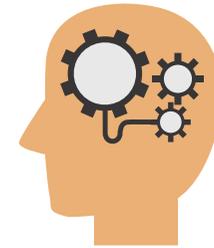
Approfondimento



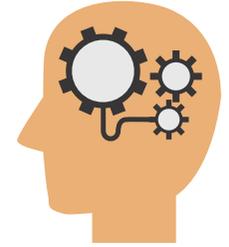
Suggerimento di lettura

I MEDIA NELL'INTERVENTO EDUCATIVO

- I media come oggetto da analizzare e su cui ragionare (contesto critico)
- I media come strumento o dispositivo con cui fare qualcosa, meglio o più facilmente, in maniera più divertente (contesto tecnologico)
- I media come linguaggio espressivo (contesto produttivo).



I MEDIA COME OGGETTO

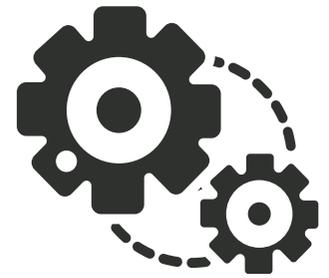


Il lavoro didattico ed educativo qui può significare due cose:
analizzare i media come oggetti specifici - con regole e modi di
funzionare - ma soprattutto come elementi della vita di
ciascuno.

ESEMPLI: analisi dei consumi, dieta mediale, media come
testi.

.

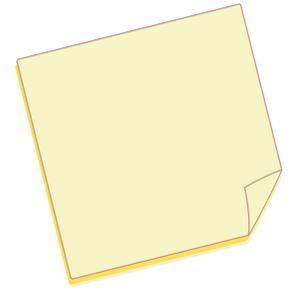
I MEDIA COME MEDIATORI



Più che ai media come oggetti da analizzare criticamente, si pensa al loro valore di mediazione nei processi di insegnamento e apprendimento, valutando quali strumenti usare e per quali finalità, con quali dinamiche didattiche, ma anche per quali temi e argomenti.

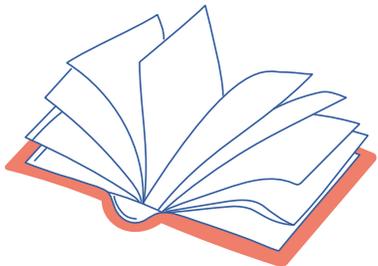
ESEMPLI: una immagine per attivare l'attenzione, uno schema visuale per raccogliere dati complessi, un video per spiegare un processo.

LA MEDIAZIONE DIDATTICA



”ciò che agisce da tramite tra soggetto e oggetto nella produzione di conoscenza, sostituisce la realtà perché possa avvenire la conoscenza, ma non si sostituisce alla realtà esautorandola, pur richiedendo di essere trattato come se fosse la realtà (...)”.

Mediatori attivi, analogici, iconici, simbolici



Damiano, E. (2016). La mediazione didattica. Milano: Franco Angeli

I MEDIA COME LINGUAGGIO ESPRESSIVO



Produrre contenuti mediali consente di sperimentarsi, usare competenze e abilità sviluppate nel contesto informale, condividere significati, ma anche di lavorare sulla responsabilità (la comunicazione come atto e come partecipazione soprattutto pensando alla condivisione via social media).

ESEMPLI: produrre podcast, infografiche, video, immagini

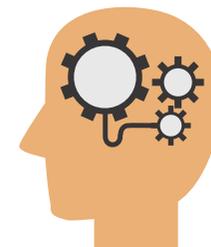
Attivazione (3)



Come usiamo i media in ambito didattico? Che posto occupano nella nostra quotidianità didattica?

Entrate in www.menti.com e utilizzate il codice 7361 8023 per esprimere il vostro punto di vista.

I MEDIA COME OGGETTO



1

Analisi dei consumi e delle abitudini medialiali

Costruzione della dieta mediale

2

3

Media come testi: analisi di uno spot, di una sequenza,
di un sito o di un blog

Quale rapporto con le competenze e il curricolo?

ANALISI DEI CONSUMI



L'analisi dei consumi e delle abitudini dei ragazzi serve per capire come intervenire su questo tema, quali ambiti del digitale esplorare maggiormente, quanto approfondire la riflessione attorno ad un ambiente/social network o un altro. Questa analisi permette anche di riflettere sul senso che i media hanno nella quotidianità dei ragazzi.

Possiamo farlo in modo ludico, chiedendo ai ragazzi di autovalutare il proprio “essere tecnologico”: su una scala da 1 a 6, quanto ti ritieni “tecnologico”? (lancio di una attività)

ANALISI DELLE ABITUDINI MEDIALI (ES. in rete)

Domanda guida	Risposte/riflessioni
- Hai un computer e/o un tablet? - Li condividi con i tuoi familiari o sono tuoi personali?	
- Hai uno smartphone? - La connessione sempre attiva?	
- Quante app hai sul tuo smartphone/tablet? - Quali sono quelle che utilizzi maggiormente?	
- In quanti social network hai attivato un profilo? - Quanti di questi usi regolarmente? - A cosa li associ? Es. amici, compagni, studio, passioni...	
- Usi whatsapp?	
- Guardi video su youtube? <input type="checkbox"/> - Hai un tuo canale personale in cui raccogli i tuoi video preferiti?	
- Quando qualcosa che trovi online ti colpisce positivamente, la condividi con i tuoi amici/contatti?	
- Cosa condividi principalmente con i tuoi contatti (su fb e gli altri sn, ma anche sui tuoi gruppi di whatsapp)?	
- Gli amici che hai sui social appartengono alla tua rete di amicizie/conoscenze fuori dai social?	
- Considerando tutti gli ambienti online e i social network citati, whatsapp compreso, quanto tempo passi connesso a internet?	

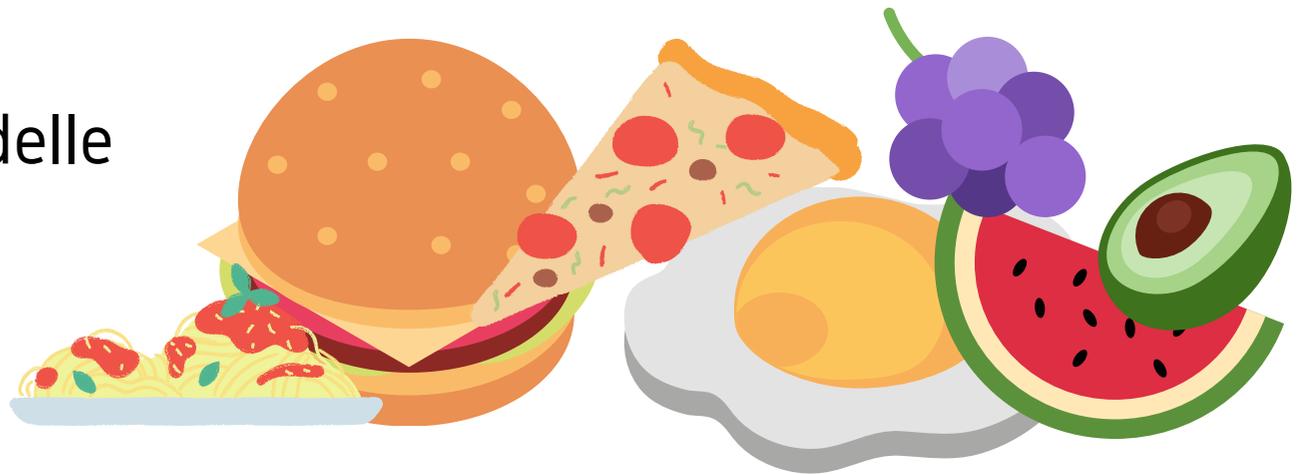
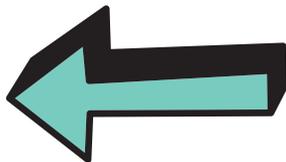
COSTRUIRE UNA DIETA MEDIALE

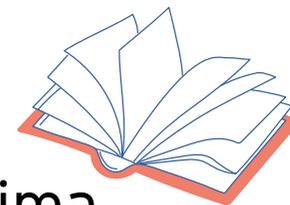
2

Nel 1995 Enrico Menduni coordina per l'Università di Siena una ricerca sul senso della Tv in famiglia: l'intero paese di Abbadia San Salvatore tiene il primo diario mediale collettivo attribuendo punteggi ai singoli programmi.

Metafora alimentare: troppo e nulla non sono "salutari", anche pensando ai media.

Pro: coinvolgimento delle famiglie



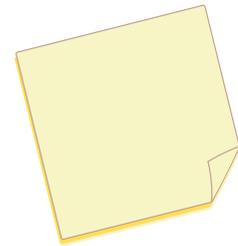


- definire il punteggio massimo giornaliero (la dose massima che possiamo ingerire);
- fare un elenco spontaneo di tutti i consumi medialti quotidiani e distribuirli per media/tecnologie;
- negoziare un punteggio per ogni consumo, pensando ad alcune voci: originalità del programma, influenza rispetto al tempo, impatto rispetto alle attività quotidiane (compiti, lavoro, spesa, lettura ecc.), divertimento, leggerezza, banalità del consumo;
- riportare sotto forma di elenco consumi e punteggi, rendendoli ben visibili per dividerli ogni giorno in famiglia.

Il valore aggiunto risiede nella negoziazione dei punteggi, frutto dell'analisi personale e condivisa delle scelte, del significato dato al programma o all'abitudine mediale (ad esempio, ascoltare a radio mentre si va a scuola, leggere un quotidiano in pausa pranzo, videogiocare prima di fare i compiti, guardare Instagram prima di dormire, guardare un cartone animato ecc.).

Il senso, infatti, non è nel vietare ma nella riflessione su significato, tempo, modi di gestire il consumo, condividendo con gli altri le proprie posizioni.





A. Carenzio, S. Lo Jacono, Contratto, in P. C. Rivoltella (a cura di), La scala e il tempio. Metodi e strumenti per costruire comunità con le Tecnologie, Franco Angeli, Milano 2020.

De Cani, L., Lo Jacono, S. (2018). DISCUSS: una ricerca sulla Dieta mediale degli studenti da 0 a 19 anni. Essere A Scuola (9), Morcelliana. ISSN 2611-3635

De Cani, L., Lo Jacono, S. (2019). DISCUSS: analisi complessiva. I dati a distanza di un anno dalla diffusione dello strumento. Essere A Scuola (9), Morcelliana. ISSN 2611-3635

Lo Jacono, S. (2020). Il contratto per le policy d'uso delle tecnologie in aula. Un artefatto per la comunicazione tra formale e informale. In Panciroli, C. (ed.), Animazione digitale per la didattica. Milano: FrancoAngeli. ISBN: 9788835107286

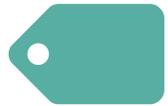
ANALISI DEI MEDIA COME TESTI

3

Livelli di analisi:



contenutistico (contenuto)



linguistico (codici)



ideologico (visione espressa, punto di vista)

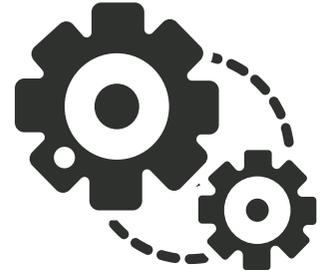


performativo (come si interpella o coinvolge il pubblico)

The present:

<https://www.youtube.com/watch?v=Wjqiu5FgsYc&t=1s>

I MEDIA COME MEDIATORI



Un'immagine/video per attivare l'attenzione o attivare una discussione

Uno schema visuale per raccogliere dati complessi

Un video per spiegare un processo (tutorial)

ESEMPI



 ISpeakHuman (scuola secondaria)

 <https://www.youtube.com/watch?v=WfVbf0yK8tE>

 Brain pop (scuola infanzia e primaria)

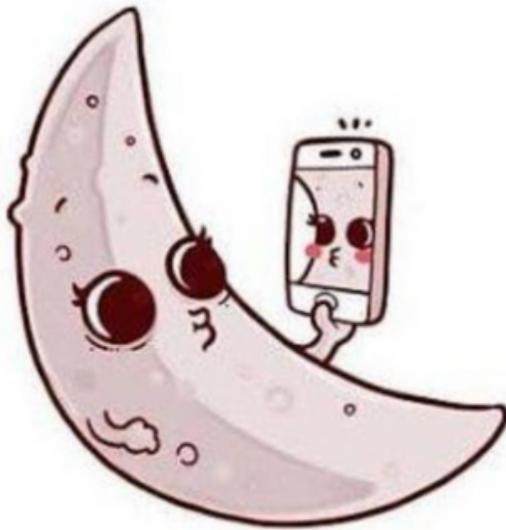
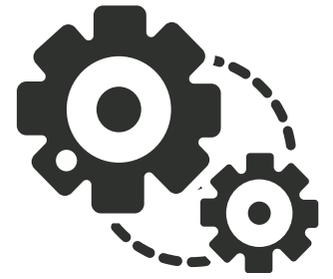
 <https://www.youtube.com/watch?v=960XYPCAezU>

 Linea del tempo (scuola primaria)

 https://www.youtube.com/watch?v=N_edmbapEPM

 Motore di ricerca video

 <https://pixabay.com/videos/search/>



BEFORE SELFIE



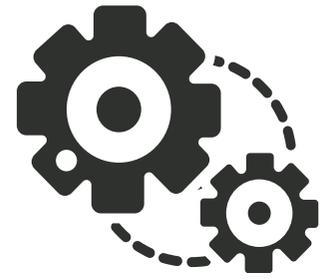
AFTER SELFIE

Costosissime
apparecchiature
che fanno
perdere
ogni contatto
con l'ambiente
circostante.
I riflessi
sociologici



Molti ragazzi contagiati dalla nuova moda

**Isolati dal mondo
con le cuffie - rock**



I MEDIA COME LINGUAGGIO ESPRESSIVO



Produrre podcast, infografiche, costruire video, creare immagini. Guadagni:

- il coinvolgimento diretto dei ragazzi su temi importanti;
- la possibilità di “riflettere con le mani” (“learning by doing” e “learning by reflecting, pensando a Dewey);
- l'impossibilità di educare ai media e al digitale attraverso le parole;
- la valorizzazione delle competenze informali, il lavoro di gruppo.

PARTIRE DALLO STORYBOARD

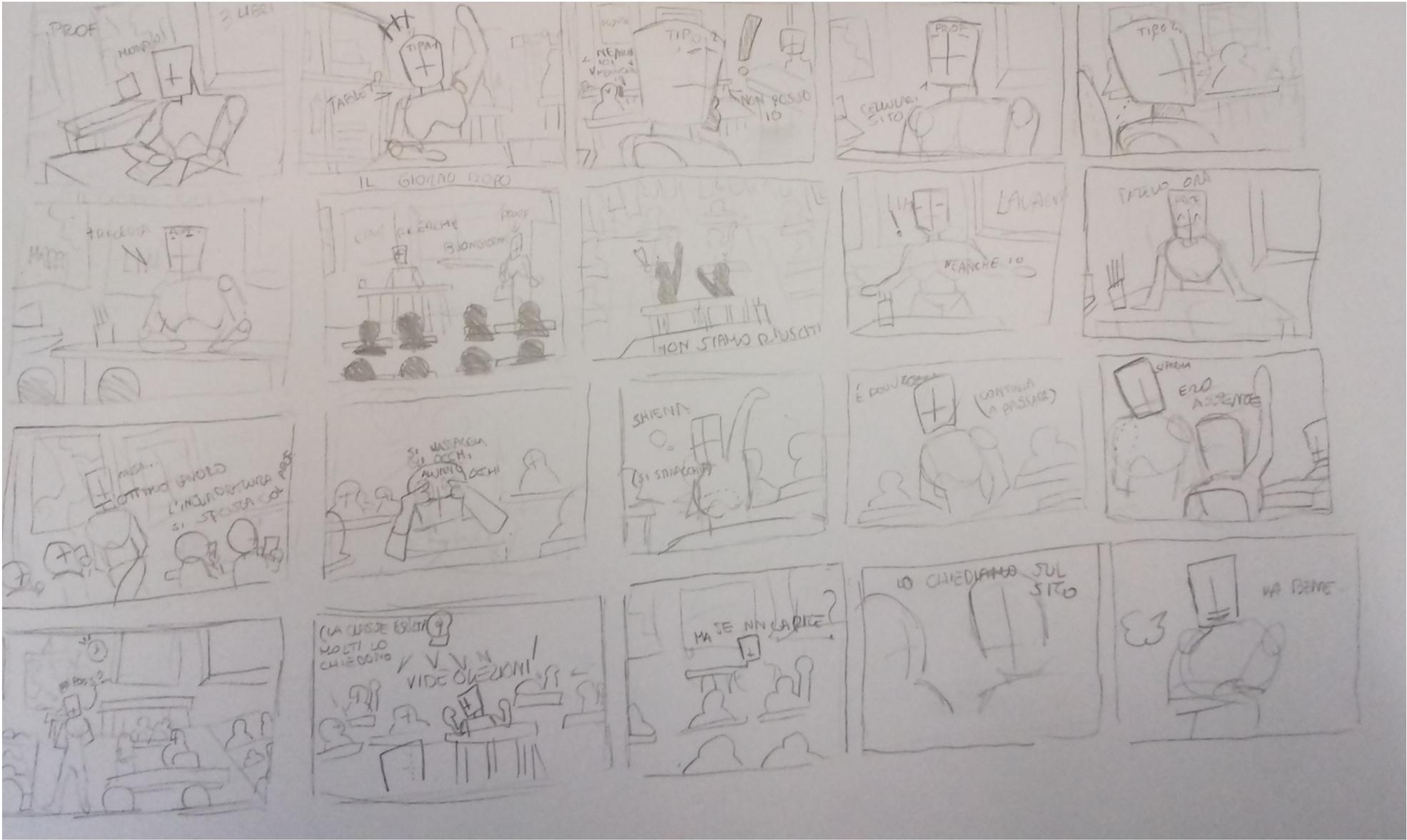
«una serie di schizzi che vengono utilizzati come strumento di pianificazione per mostrare visivamente come si svolge l'azione di una storia» (Tumminello, 2005, p. 11);

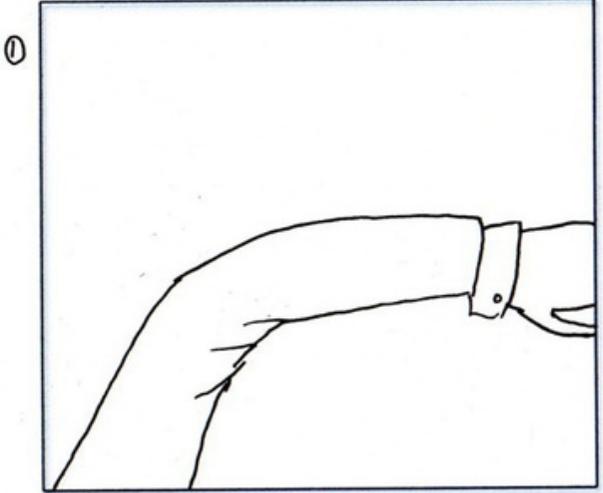
«una bozza di progettazione composta da immagini consequenziali» (Cristiano, 2005);

«la sceneggiatura che include una serie di disegni, schizzi, immagini e parole che raccontano una storia» (Yusoff & Salim, 2016).

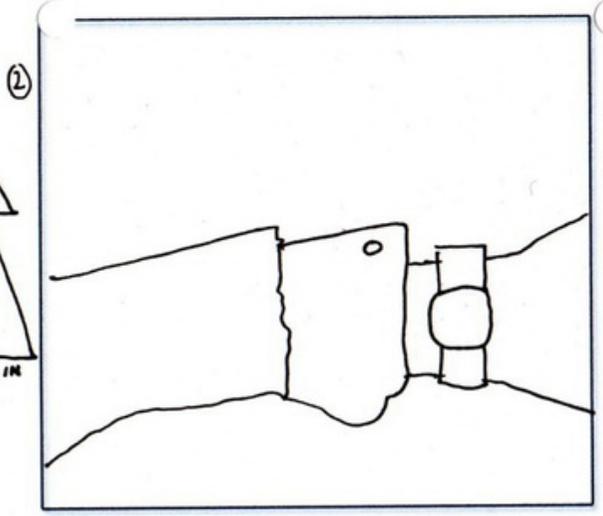
Lo storyboard facilita il processo di progettazione, prevedendo ciò che servirà grazie canovaccio.



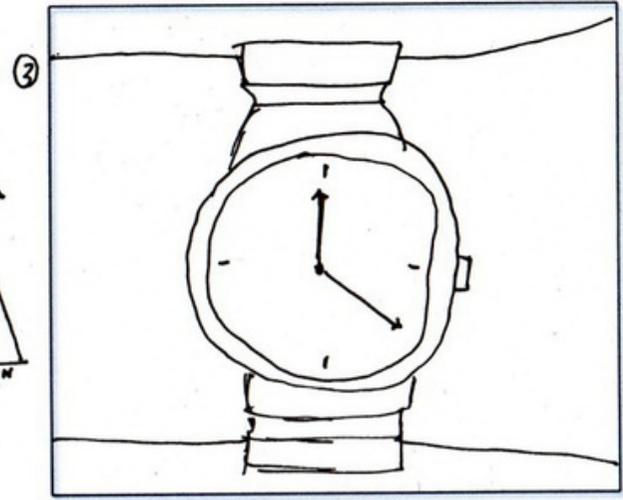




START: VIEW OF MY ARM



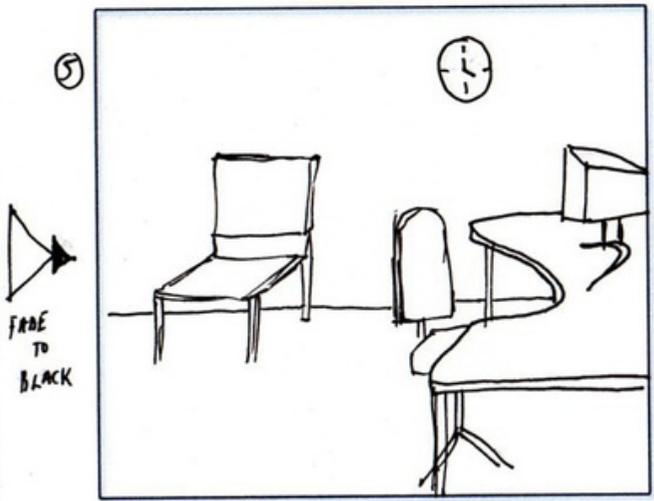
ZOOM IN: SHOW WATCH FACE



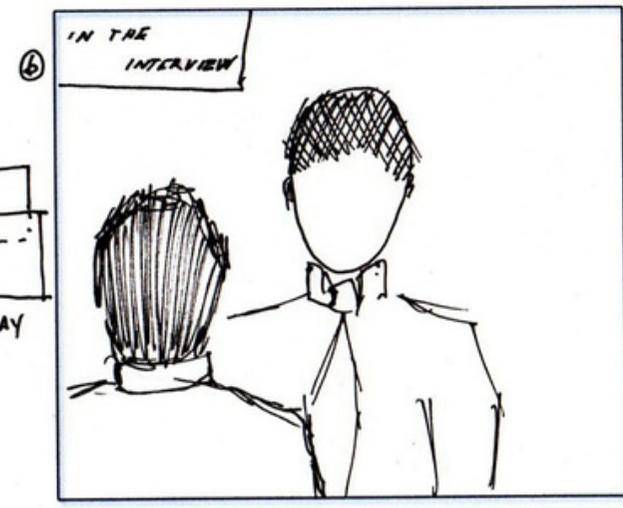
ZOOM IN: WATCH FACE TAKE UP WHOLE FRAME



CUT TO: ME GETTING READY

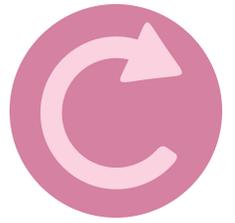


FADE IN: OFFICE WHERE INTERVIEW TOOK PLACE



OVERLAY: INTERVIEW IN PROGRESS

”Fare media” non significa aprire uno smartphone e chiedere ai bambini di usarlo, serve organizzare e pianificare il lavoro:



-  L’dea (cosa vogliamo comunicare?)
-  La scelta dello spazio (come e dove?)
-  La pianificazione (Quando? Quali hashtag? Quale genere?)
-  La bozza (scelte grafiche e di contenuto)
-  La realizzazione
-  Il test (funziona?)
-  La diffusione (come continuo a supportare la vita dei post?)
-  L’analisi dell’impatto (quali strumenti uso?)

CHECK LIST PER ORGANIZZARE LA CONSEGNA

La check list che segue aiuta gli insegnanti a valutare la formulazione della consegna, pensando anche all'organizzazione del lavoro di gruppo.

Indicare se la caratteristica è presente		Eventuali note
Sono stati definiti i tempi di lavoro?	<input type="checkbox"/>	
Viene esposta con chiarezza la consegna di produzione?	<input type="checkbox"/>	
La consegna è efficace e accompagna lo studente ad affrontare gli step in autonomia	<input type="checkbox"/>	
Viene indicato come viene suddivisa la classe?	<input type="checkbox"/>	
Sono stati adottati criteri per la suddivisione dei gruppi?	<input type="checkbox"/>	



”IL RACCORDO CON LE FAMIGLIE

Il concetto di patto educativo è noto, occorre inserire una sezione dedicata ai media. Come costruirla?

Il concetto di contratto pedagogico:

Meirieu lo propone come ponte, mediatore, occasione per riflettere e negoziare. Non è unilaterale, è il frutto di un confronto e viene sottoscritto come esito di un processo educativo e di riflessione (sui media).





Attivazione (1)

Come vorremmo usare/introdurre i media nella nostra quotidianità didattica?

Entrate in padlet per contribuire alla bacheca condivisa (mercato delle idee)

<https://padlet.com/alecarenzio/mercato delle idee>



alessandra.carenzio@unicatt.it

**SEGUICI SUI NOSTRI
CANALI SOCIAL!**

Cremit CremitTW _cremit_ cremit_



<http://www.cremit.it/newsletter/>


CREMIT
Centro di Ricerca sull'Educazione ai Media
all'Innovazione e alla Tecnologia