

TEMA

Educazione all'informazione, una bussola per i prosumer

Annamaria Bove¹, Barbara Ruggiero²

¹ Docente di Lettere – 1° Istituto comprensivo Nocera Inferiore (Sa) - Giornalista Pubblicista
profgiornalista@annamariabove.com

² Laureata in Scienze della Comunicazione, con specializzazione in Giornalismo e Media Education
Giornalista Pubblicista
barruggi@gmail.com

keywords: *media education - giornalismo a scuola - fake news - social media*

Siamo tutti connessi

Ormai è questo lo slogan che campeggia ovunque, specie quando parliamo di giovani. In una società in cui il termine "connessione" è usato e abusato, di certo dobbiamo ormai parlare di *iperconnessione* ma anche di *interconnessione*, di una rete a maglie così fitte che non lascia quasi spazi alla vita reale, sovrapponendosi e talvolta anche sostituendosi ad essa. Il cambiamento della società, la rivoluzione digitale a cui assistiamo ci porta a diverse riflessioni: non si può avere la diffusione del digitale senza una cultura digitale (Fig.1); non si può pensare a un'innovazione se questa non è accessibile a tutti e dunque inclusiva; non si può pensare a una scuola che si apra al digitale senza parlare di regole, di *istruzioni per l'uso*, di norme, che permettano di integrare lo smartphone e il tablet in classe con funzioni educative. Insomma, non parliamo soltanto di connessione vera e propria alla rete (in molti casi oramai presente, vedi, per esempio, i finanziamenti per la banda larga) ma di educazione ai media e di educazione all'informazione.

Oggi i giovani sono presenti sui social in modi diversi: Facebook è la fonte delle loro news, Instagram serve per *postare* foto (e qui ci sarebbe da aprire un'altra infinita discussione ma è preferibile lasciarla ai genitori, nella speranza che sappiano vegliare sui loro *pargoli*), Twitter è già un passo più evoluto, perché è necessario il dono della sintesi (140 caratteri) e avere scopi ben precisi, con i giovanissimi non troppo appassionati al mondo del cinguettio.

A questi social si aggiunge tutta la messaggistica istantanea che avviene attraverso fiumi di parole, o segni grafici, su Whatsapp, Telegram e Messenger.



Figura 1 – La redazione a scuola per educare all'informazione.

Notizie on line, serve una bussola

News o fake news? Un dilemma della società odierna che ha forgiato *prosumer* (*producer* e *consumer* al tempo stesso). Le notizie in Rete spesso mietono vittime inconsapevoli; ma a fare da contraltare ci sono anche quelli che sono consapevoli delle *fake news* e le fanno girare per mettersi in mostra o per la logica del *click* facile e della maggiore visibilità per un semplice ritorno economico. Se la notizia è su Facebook è notizia: così la pensano tanti giovani, senza minimamente preoccuparsi delle fonti, termine quanto mai sconosciuto e di rilevanza irrisoria. Ed è qui che entrano in gioco la scuola, le agenzie educative con la necessaria e prioritaria esigenza di guidare i giovani a trasformare la confidenza tecnologica in consapevolezza passando per l'educazione all'informazione e, più in generale, ai media.

I giovani oggi sono sempre più *prosumer*. Non si è più solo destinatari di informazioni ma, nel mondo iperconnesso, si è partecipi in maniera attiva nelle varie fasi del processo produttivo. Cambia la dieta e il consumo mediale con il passaggio dai media di massa a quelli digitali. Cambiano anche le modalità di fruizione: l'era della comunicazione di massa era caratterizzata dalla uni-direzionalità del messaggio (pensiamo alla TV e all'assenza di modalità di risposte se non mediate da altri strumenti, come le telefonate); l'era digitale, invece, ha come caratteristica principale l'interattività. Emittente e ricevente oggi hanno la possibilità di dialogare: il ricevente abbandona il ruolo di spettatore passivo che gli assegnava la comunicazione di massa e può diventare egli stesso emittente. Spesso con i nuovi media la comunicazione non è più uno-a-molti, come nell'analogico, ma può essere uno-a-uno. Ogni utilizzatore di internet può essere produttore di messaggi da inviare ai singoli o a gruppi di persone. La "rivoluzione" del consumo mediale è possibile anche grazie alla miniaturizzazione

delle applicazioni informatiche. Pensiamo alla "portabilità" di uno smartphone su cui si può navigare, ascoltare la radio, guardare la TV, scattare foto, aggiornare i social ...

In pratica, si concretizza una nuova concezione dello spazio: *lo spazio del sapere* nel quale vige la regola della comunicazione istantanea e globale delle conoscenze e delle informazioni tra individui che sono collegati tra di loro da reti informatiche.

Internet cannibalizza letteralmente la dieta mediatica delle nuove generazioni che si allontanano progressivamente dalla televisione, come già accaduto per la carta stampata, avvicinandosi a internet quale media primario per la ricerca, l'approfondimento e la condivisione di informazioni. Per i giovani mondo *online* e *offline* sono oramai intrecciati: è praticamente annullato il confine tra reale e virtuale e tra identità personale e rappresentazione della propria identità online.

Non basta più solo educare uno spettatore a essere attento e critico; diventa necessario educare un soggetto responsabile quando è in rete e quando produce direttamente contenuti. Facile intuire, dunque, quanto il discorso della *Media Education* sia di fondamentale importanza: i giovani sono nativi digitali, gli adulti immigrati che spesso devono improvvisare senza avere le competenze necessarie ad affrontare i discorsi sui media digitali e sui contenuti da esso veicolati. I nuovi media creano anche una vera e propria frattura generazionale tra giovani e anziani che – dati Censis 2016 alla mano, 13° rapporto Censis-Ucsi sulla comunicazione – sono sempre più distanti per quello che riguarda il consumo mediale.

Le fake news, l'importanza delle fonti e la deriva del click baiting

Internet cambia il consumo mediatico (non solo dei giovani) e, allo stesso tempo, amplia notevolmente l'offerta informativa. Alla facilità e velocità di accesso a molte informazioni si abbina una costante e immediata disponibilità delle stesse, con la possibilità di avere più informazioni e punti di vista sullo stesso tema. È un discorso importante anche per la divulgazione delle notizie stesse che sono diffuse in maniera sempre più ampia grazie all'uso dei social network che danno un aiuto importantissimo al momento della condivisione della notizia. Tante opportunità in più, dunque, a cui fa spesso da contraltare un dubbio: e se le notizie che circolano on line non fossero serie o verificate? La velocità è una delle caratteristiche del web ma è spesso anche un problema che si trovano ad affrontare coloro che operano nel mondo dell'informazione. Basti pensare a quanto frequentemente vere e proprie bufale passino da una bacheca all'altra senza alcuna verifica della fonte. Il meccanismo della condivisione è un megafono potentissimo per le notizie e proprio per questo va gestito con responsabilità per evitare di dare spazio a notizie false e/o bufale.

Internet sembra amplificare il fenomeno delle *fake news* e della perversa logica del *click baiting* (guadagni per click): aumentano le notizie montate ad arte, quelle clamorose con lo scopo di acchiappare click per guadagnare in termini pubblicitari. La deriva riguarda soprattutto i blog, qualche volta purtroppo anche alcune testate giornalistiche, ma anche i singoli: proprio per via dell'ampliamento informativo, in rete tutti possono pubblicare contenuti (siamo tutti *prosumer*).

Con il web e le reti sociali, grazie anche a una società iperconnessa, la ricerca di ogni tipo di informazione è semplificata. Ma diventa sempre più frequente la difficoltà di discernere il vero dal falso. Da dove viene la notizia? È scritta da un professionista

dell'informazione? È pubblicata su un giornale o su un blog? Sono solo alcune delle domande che è necessario porsi per essere lettori e consumatori di media responsabili. A tal fine diventa importante focalizzare l'attenzione sul lavoro del giornalista, sul suo ruolo di professionista dell'informazione, sull'ideale bollino di qualità che con il suo lavoro, attento e scrupoloso, attribuisce al giornalismo stesso.

Il discorso non riguarda solo l'informazione; è un ragionamento che va esteso ad ampio raggio. Pensiamo, per esempio, al ruolo di Wikipedia che oggi per i giovani è paragonabile all'enciclopedia Treccani. La riflessione seria deve essere centrata proprio su questo: chi, come e perché produce contenuti nell'era iperconnessa. Domande fondamentali per formare la persona prima e il cittadino di conseguenza che sia responsabile e consapevole.

Diventa, dunque, sempre più importante educare ad un *nuovo umanesimo* che ponga al centro la persona, gli alunni, gli studenti, perché la loro formazione si deve basare sull'importante e imprescindibile acquisizione di un pensiero critico strettamente collegato alle competenze chiave (Raccomandazioni del Parlamento Europeo e del Consiglio 2006).



Figura 2 – Il laboratorio in classe per una didattica per competenza (uso del BYOD).

Il ruolo della scuola

La scuola, dunque, ha il compito di educare, formare i giovani ad una cittadinanza matura. Ma chi li deve formare? Il docente attraverso una didattica per competenze, sottolineata anche dal Piano di Formazione Docenti (PFD, MIUR 2016/2019). La competenza [...] rappresenta inoltre la risposta a un nuovo bisogno di formazione di giovani che nel futuro saranno chiamati sempre più a reperire, selezionare e organizzare le conoscenze necessarie a risolvere problemi di vita personale e

lavorativa. Questa evoluzione concettuale rende evidente il legame che si intende oggi realizzare tra le aule scolastiche e la vita che si svolge al di fuori di esse, [...].

La scuola, quale palestra per la vita, dove gli alunni, superata o rivisitata la lezione frontale (Fig. 2), riescano a prendere parte al dialogo a partire dalla condivisione dei percorsi disciplinari e pluridisciplinari che la scuola, attraverso i curricoli, e i dipartimenti e i Consigli di Classe, attraverso le Unità di Apprendimento, intendono svolgere in ciascuna classe. Percorsi che partendo dalle 8 competenze chiave riescano a delineare il profilo di un cittadino capace di vivere, interagire e affermarsi in una società in continua evoluzione. Percorsi che abbiano l'obiettivo di utilizzare il digitale, quale strumento per il raggiungimento di una competenza digitale, che superi la confidenza a favore di una consapevolezza tecnologica basata su una corretta, condivisa, partecipata educazione all'informazione. Un'educazione "ben fatta" che vada anche oltre la disciplinarietà e l'interdisciplinarietà per una *"inter-poli-trans-disciplinarietà che aiuti la formazione di una testa ben fatta capace di quel pensiero complesso adeguato alla comprensione delle dinamiche esigenze dell'interdipendenza planetaria"*.

Andare oltre una "testa ben piena" e fare in modo che le diverse discipline siano capaci di dialogare, collegarsi, interagire per dar vita ad una visione unica del sapere.

Inoltre, ai docenti si chiede di impostare la didattica e l'insegnamento in modo che gli alunni possano avvicinarsi al sapere attraverso l'esperienza e acquisire la teoria attraverso un percorso induttivo, che passi dall'esperienza alla sua rappresentazione.

Approfondimenti

Pierre Lévy, 1994 - L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio.

Piero Dominici, 2014 - Dentro la società interconnessa. Prospettive etiche per un nuovo ecosistema della comunicazione.

Edgar Morin, 2000 - La testa ben fatta. Riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero.

F. Da Re 2013 - La didattica per competenze.