UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE

FLORE
Repository istituzionale dell'Università degli Studi di Firenze

Editoriale - Numero monografico sulla digital e media literacy

Questa è la Versione finale referata (Post print/Accepted manuscript) della seguente pubblicazione:

Original Citation:

Editoriale - Numero monografico sulla digital e media literacy / G. Cappello, M. Ranieri. - In: FORM@RE. - ISSN 1825-7321. - ELETTRONICO. - 70:(2010), pp. ..-...

Availability:

The webpage https://hdl.handle.net/2158/773964 of the repository was last updated on

Terms of use:

Open Access

La pubblicazione è resa disponibile sotto le norme e i termini della licenza di deposito, secondo quanto stabilito dalla Policy per l'accesso aperto dell'Università degli Studi di Firenze (https://www.sba.unifi.it/upload/policy-oa-2016-1.pdf)

Publisher copyright claim:

La data sopra indicata si riferisce all'ultimo aggiornamento della scheda del Repository FloRe - The above-mentioned date refers to the last update of the record in the Institutional Repository FloRe

(Article begins on next page)

08 November 2026

Editoriale

30 settembre 2010 | di Gianna Cappello e Maria Ranieri

Uno dei temi dominanti nell'attuale dibattito sui fini e gli ambiti di intervento della media education contemporanea riguarda, senza dubbio, il concetto di media literacy e il suo rapporto con nozioni affini, come quello di digital literacy o anche di information literacy. Queste espressioni non sono nuove, ma recentemente hanno ricevuto grande attenzione da parte degli organismi internazionali (ad esempio, UNESCO e Unione Europea) e del mondo accademico.

Da un lato, la rapida evoluzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione insieme all'emergere di nuove forme di espressione e produzione culturale, di «new literacies» (Gee, 2003; Jenkins et al., 2006), hanno sollecitato un interesse crescente verso la ridefinizione delle forme di alfabetizzazione oggi necessarie per partecipare attivamente alla società della conoscenza (Calvani et al., 2010). Parallelamente, una ricca produzione legislativa volta a favorire lo sviluppo di nuove forme di alfabetizzazione legate ai media ha caratterizzato l'attività degli organismi internazionali. Solo per citare alcune iniziative promosse a livello europeo, negli ultimi cinque anni l'Unione si è più volte pronunciata sulla necessità di interventi orientati ad accrescere il grado di alfabetizzazione mediale e digitale dei cittadini europei (Celot e Tornero, 2008; Ranieri, 2010) e allo stesso tempo ha promosso il rinnovamento e ampliamento del quadro delle competenze di base, introducendo la competenza digitale tra quelle fondamentali per la vita (Unione Europea, Raccomandazione del Consiglio e del Parlamento 2006/962/CE).

Da queste iniziative la media literacy sembra emergere come la capacità di sviluppare competenze culturali, critiche e creative mentre la digital literacy si riferisce alla capacità di utilizzare i media digitali per trovare, valutare, produrre e scambiare l'informazione, e comunicare in network collaborativi allo scopo di partecipare alla cosiddetta «società della conoscenza» o «società dell'informazione». In particolare, per quanto riguarda la digital literacy, vari autori sottolineano sempre più la natura complessa di questo concetto che risulta dall'integrazione di dimensioni che coinvolgono processi cognitivi di alto profilo e consapevolezza etica (si veda ad esempio Calvani, Fini e Ranieri, 2010, e anche in questa rivista Calvani, Fini e Ranieri, 2009: http://formare.erickson.it/wordpress/?p=67).

Un'altra questione ancora dibattuta concerne la relazione tra media e digital literacy (comunque si arrivi a definirle) e media education. In questo caso sembra esserci una crescente condivisione dell'idea che la media education può essere definita come il processo di insegnamento e apprendimento sui/con i media, mentre la media literacy ne è il risultato, ovvero quella competenza di «lettura» e «scrittura» dei media che si viene ad acquisire nel corso di questo processo (Buckingham, 2006; Cappello, 2009)

Questi elementi insieme hanno riacceso con vivacità il dibattito intorno ai seguenti quesiti: che cosa intendere con il concetto di media literacy? Esso si differenzia o si sovrappone con altre literacies come la digital o l'information literacy? Qual è il suo rapporto con il concetto di media education? Perché promuovere lo sviluppo di media literacy? Come insegnare questa competenza e con quali strumenti valutarla?

Molti di questi interrogativi sono stati al centro delle innumerevoli sessioni e tavole rotonde che si sono susseguite a Karlstad (Svezia) nel giugno 2010 in occasione del World Summit on Media for Children and Youth (http://www.wskarlstad2010.se). Nell'intento di valorizzare almeno parte di quanto emerso nel corso del summit su questi temi, abbiamo invitato alcuni relatori a raccogliere le loro riflessioni intorno alla media literacy e alla sua collocazione nei curricula formali e nelle politiche educative, prestando particolare attenzione ai loro contesti nazionali.

Questo numero è stato quindi realizzato grazie alla collaborazione degli studiosi che hanno risposto al nostro appello. Si apre con un contributo di Renee Hobbs dal titolo *Empowerment e protezione:*
strategie complementari per la digital e media literacy negli Stati Uniti, dove la studiosa americana, fondatrice del Media Education Lab presso la School of Communications and Theater della Temple University (Philadelphia, U. S. A.), introduce un'articolata definizione del concetto di digital e media literacy e mostra come un'educazione volta a favorire queste competenze costituisca una strada principe non solo per l'empowerment delle persone, ma anche per la loro protezione. Lontano da visioni stigmatizzanti dei media e da posizioni protezionistiche, Hobbs indica chiaramente come la media literacy education debba svolgere un ruolo chiave nel favorire lo sviluppo di atteggiamenti attivi e responsabili nei riguardi dei media e fa il punto su quanto viene fatto attualmente nel Nord America.

Josè Manuel Pérez Tornero, Oralia Paredes e Núria Simelio propongono due interessanti contributi. Il primo offre una panoramica ben sintetizzata sulle politiche dell'Unione Europea circa la media e digital literacy, offrendo nuovi spunti e idee al dibattito sulle differenze e somiglianze concettuali e metodologiche tra le due. Il secondo descrive brevemente la storia e la situazione attuale della media literacy in Spagna. Prevedibilmente si tratta di una situazione molto simile a quella italiana: tutti i soggetti interessati (educatori, organismi regolatori, industria dei media, società civile) sono in qualche modo consapevoli dell'importanza della media literacy e, tuttavia, le azioni mancano generalmente di coordinamento e pianificazione. Diversamente dall'Italia, però, la media literacy sembra essere entrata nell'agenda politica e pubblica in modo più evidente. Infatti, una recentissima legge (*Ley General de la Comunicación Audiovisual*, 2010) ha ufficialmente riconosciuto la necessità che le «autorità pubbliche e i fornitori di servizi audiovisivi e della comunicazione contribuiscano alla media literacy dei Cittadini» (art. 6). Vi si richiede inoltre il Consiglio nazionale dell'audiovisivo (istituito con la stessa legge) produca «un rapporto annuale sui livelli di media literacy usando gli indicatori predisposti dalla Commissione Europea e/o altri indicatori che il Consiglio riterrà più appropriati» (art. 6f).

Sol-Britt Arnolds-Granlund, ricercatrice della Faculty of Education presso la Åbo Akademi University (Vasa, Finlandia), presenta un articolo intitolato *La Media Literacy nella prospettiva finlandese, nordica ed europea*, nel quale si sofferma sui significati attribuiti alla competenza mediale nel contesto finnico e sulla sua integrazione nei programmi scolastici, restituendo un quando complessivo — seppur sintetico — dell'approccio nordico alla media education.

Il numero si conclude con due contributi delle curatrici. Gianna Cappello si concentra sulla necessità che le attività di media education condotte in classe integrino l'analisi critica dei media con la produzione creativa così da ridurre il divario tra educazione formale e vissuti extrascolastici degli studenti. Attraverso questa integrazione la media education (e l'educazione i genere) può risultare più efficace dal punto di vista pedagogico in quanto gli studenti vengono messi in grado di esplorare e «giocare» con i «piaceri» delle loro esperienze mediali quotidiane e al tempo stesso capire le condizioni che fanno di tali piaceri una costruzione sociale.
Maria Ranieri, infine, in «*Internauti non si nasce, ma si diventa!» Un percorso media-educativo per la scuola secondaria di prima grado*, si sofferma sul concetto di credibilità e sulle nuove sfide poste da Internet e dai media digitali a questo riguardo, e presenta un'esperienza di educazione alla comprensione critica dell'informazione digitale realizzata in una scuola secondaria di primo grado. L'esperienza, seppur limitata nel tempo e nel numero di soggetti coinvolti, è indicativa del grande lavoro che resta ancora da fare. In linea con altre indagini di più ampia portata, gli studenti mostrano di possedere molte ingenue credenze sul funzionamento di Internet e sul problema della credibilità delle fonti.

Bibliografia

Buckingham D. (2010) *Il futuro della media literacy nell'era digitale. Sfide per la politica e per la pratica*, «Media Education. Studi, ricerche, buone pratiche», n. 1, pp. 27-38
Buckingham D. (2003), *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge, Polity Press, trad. it. *Media Education. Alfabetizzazione, apprendimento e cultura contemporanea*, Trento, Erickson, 2006).
Calvani A., Fini A. e Ranieri M. (2009), *Gli ambiti e le dimensioni della competenza digitale: la proposta del progetto Digital Competence Assessment*, «Form@re», n. 62, Maggio-Giugno 2009.
Calvani A., Fini A. e Ranieri M. (2010), *La competenza digitale nella scuola. Modelli e strumenti per promuoverla e svilupparla*, Trento, Erickson.
Cappello G. (2009), *Nascosti nella luce. Media, minori e media education*, Milano, FrancoAngeli.
Celot P. e Tornero J.M.P. (2008), *Media Literacy in Europa. Leggere, scrivere e partecipare nell'era mediatica*, Roma, Eurilink, Eurispes.
Gee J. P. (2003), *What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy*, New York, Palgrave Macmillan.
Jenkins H., Clinton K., Purushotma R., Robison A. J. e Weigel M. (2006), *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the Twenty-first Century*, MacArthur Foundation.
Ranieri M. (2010), *La media literacy nei documenti dell'Unione europea*, «Media Education. Studi, ricerche, buone pratiche», n. 1, pp. 111-116.

<< Indietro Avanti >>

Cambia lingua

- English

NUMERI PRECEDENTI

- 2012
- 2011
- 2010
- 2009
- 2008
- 2007
- 2006
- 2005
- 2004
- 2003
- 2002
- 2001

REDAZIONE

LINK

SEGNALAZIONI

PUBBLICAZIONI

EVENTI

GLOSSARIO

AUTORI

© Edizioni Centro Studi Erickson S.p.A. - Via del Pioppeto 24, Fraz. Gardolo - 38121 Trento C.F. P.IVA e N.Reg. Imprese di Trento 01063120222 - Cap. soc. € 200.000 i.v.
ISSN: 1825-7321 Registrazione presso il Tribunale di Trento n 1086 del 16/05/2001