

LA MEDIA LITERACY NEI DOCUMENTI DELL'UNIONE EUROPEA

Maria Ranieri

INTRODUZIONE

Negli ultimi cinque anni, l'attenzione dell'Unione europea (UE) verso l'educazione ai media è andata progressivamente crescendo. Comunicazioni degli organi comunitari europei, raccomandazioni, gruppi di lavoro sulla media literacy (ML) si sono susseguiti pressoché ininterrottamente, segnando una svolta nelle politiche europee nei riguardi dell'educazione ai media. Se infatti fino a un decennio fa la ML occupava un posto tutto sommato secondario nell'agenda politico-culturale degli organismi europei, negli ultimi anni abbiamo assistito a un'inversione di tendenza.

Scopo di questa breve comunicazione è allora quello di presentare i principali orientamenti emergenti nel panorama legislativo europeo relativamente all'educazione ai media. Prima di addentrarsi nel quadro normativo, è opportuno qualche chiarimento di ordine lessicale. Nei documenti che prenderemo in esame, si utilizza l'espressione *media literacy*, formula che viene tradotta in italiano con i termini «alfabetizzazione mediatica». Al di là della scarsa piacevolezza fonetica della traduzione, esiste effettivamente un problema di natura semantica: il concetto di alfabetizzazione mediatica rende conto solo in misura parziale del significato cui ci si riferisce parlando di ML. Nel linguaggio internazionale, al quale ci atterremo nella presente comunicazione — salvo le citazioni dai testi originali dell'UE in italiano —, si indica con educazione ai media il processo attraverso il quale si diviene *media literate*: la media literacy rappresenta quindi il risultato dell'educazione ai media (Celot e Tornero, 2008).

QUADRO NORMATIVO DELL'UNIONE EUROPEA SULLA MEDIA LITERACY

In generale, il quadro legislativo comunitario sulla ML riflette alcune delle istanze delineate nel contesto più ampio costituito dalla Strategia di Lisbona del 2000 e dall'iniziativa europea i2010 sull'e-inclusione, «Partecipare alla Società dell'Informazione». Il conseguimento di un più elevato livello di alfabetizzazione mediatica contribuirebbe infatti al raggiungimento degli obiettivi fissati dalle sopra citate iniziative, in particolare per quanto riguarda la creazione di un'economia della conoscenza più competitiva e di una società dell'informazione più inclusiva.

In questa cornice generale, quattro sono i documenti più significativi per ricostruire il quadro legislativo rilevante per la ML in Europa:

- la Direttiva «Servizi di media audiovisivi senza frontiere» (2007);
- la Comunicazione della Commissione «Un approccio europeo all'educazione ai media nell'ambiente digitale» (2007);
- il Progetto di risoluzione del Parlamento europeo sull'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale (2008);
- la Raccomandazione della Commissione sull'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale per un'industria audiovisiva e dei contenuti più competitiva e per una società della conoscenza inclusiva (2009).

A questi testi fondamentali si aggiungono altre comunicazioni o risoluzioni che hanno implicazioni dirette o indirette per la ML, tra cui segnaliamo la Raccomandazione del Parlamento europeo e del Consiglio sulla protezione dei minori in relazione alla competitività dell'industria europea dei servizi audiovisivi e dell'informazione on line (2006) e la Raccomandazione del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 Dicembre 2006 sulle competenze chiave per il lifelong learning (2006).

Dovendo operare necessariamente una selezione, ci soffermeremo in questa sede sui documenti più rilevanti a partire dalla Direttiva «Servizi di media audiovisivi senza frontiere» (2007). Questo documento, che costituisce un aggiornamento della precedente Direttiva «Televisione Senza Frontiere» (1989), rappresenta il principale strumento di regolamentazione della politica audiovisiva dell'UE. In esso si fa esplicito riferimento alla ML, che viene così definita: «L'alfabetizzazione mediatica si riferisce alle competenze, alle conoscenze e alla comprensione

che consentono ai consumatori di utilizzare i media in modo efficace e sicuro. Le persone in possesso di un'alfabetizzazione mediatica sono in grado di operare le loro scelte con cognizione di causa, comprendere la natura dei contenuti e dei servizi e avvalersi dell'intera gamma di possibilità offerte dalle nuove tecnologie delle comunicazioni e sono maggiormente in grado di proteggere se stessi e le loro famiglie contro i contenuti nocivi o offensivi. Si dovrebbe pertanto promuovere lo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica in tutti i settori della società e seguirne attentamente i progressi» (L. 332/31).

In questa definizione l'enfasi cade sulle competenze e conoscenze che consentono di avvalersi dei media in modo efficace, consapevole e sicuro. Una persona *media literate* dovrebbe, in altri termini, essere in grado di trarre vantaggi dai servizi offerti dai media (efficacia) e di autotutelarsi da contenuti offensivi (sicurezza) in modo autonomo (consapevolezza). Colpisce in questa definizione l'uso del termine «consumatore» per indicare l'utente piuttosto che l'uso del termine «cittadino», come auspicabile nell'ottica dell'educazione ai media. Sempre in questo documento, si sottolinea la rilevanza della ML e l'urgenza di promuovere questa competenza in tutti i contesti sociali, monitorando costantemente gli avanzamenti in corso in questo settore e promuovendo interventi sull'educazione mediale. In particolare, si richiama la necessità di pervenire entro il 2011 a una valutazione su scala europea dei livelli di ML in modo da poter mettere a punto specifiche politiche e iniziative funzionali al soddisfacimento delle istanze emergenti a livello locale sulla base delle rilevazioni effettuate.

Il secondo documento, dal titolo «Un approccio europeo all'educazione ai media nell'ambiente digitale» (2007), è il primo testo ufficiale che affronta la questione delle politiche comunitarie in materia di educazione ai media, sollevando al tempo stesso la necessità di adottare un comune approccio europeo alla ML. Anche nelle pagine di questa comunicazione troviamo una definizione di ML, laddove si legge: «L'alfabetizzazione mediatica è generalmente definita come la capacità di accedere ai media, di comprendere e valutare criticamente diversi aspetti dei media e dei loro contenuti e creare comunicazioni in una varietà di contesti» (pp. 3-4). In questa pur sintetica definizione ritroviamo le componenti basilari della ML, ossia l'accesso, l'analisi critica e la comprensione, che vengono successivamente dettagliate con riferimenti a livelli più specifici di alfabetizzazione quali:

- capacità di utilizzare attivamente tutti i media da quelli più tradizionali ai nuovi media e agli ambienti virtuali, e di sfruttarne il potenziale per quanto attiene alle possibilità di accesso a esperienze culturali;
- saper avvalersi in modo critico dei media e dei loro contenuti: ad esempio, essere in grado di valutare l'affidabilità delle informazioni, di confrontarsi con la pubblicità e così via;
- capacità di utilizzare i media in modo creativo, tenendo conto delle potenzialità offerte dai media digitali;
- capacità di comprendere l'economia dei media e la differenza tra pluralismo e proprietà dei media;
- consapevolezza circa le problematiche relative al copyright, specie nei riguardi delle nuove generazioni implicate sia come consumatori che produttori.

Di fatto, però, questa comunicazione non si concentra su tutte le capacità o le problematiche appena elencate, ma ne privilegia alcune soffermandosi su tre specifici ambiti che riguardano: 1) la comunicazione commerciale, ossia la pubblicità e il suo ruolo nell'attuale industria audiovisiva; 2) le opere audiovisive e le nuove modalità di produzione, distribuzione e accesso, rese possibili dalle tecnologie digitali; 3) i contenuti on line e la capacità di fruizione critica che essi richiedono. Rispetto a ciascuno di questi ambiti, la ML viene a configurarsi come consapevolezza o capacità critica o ancora come attitudine creativa nei riguardi dei media.

Ciò detto, alcuni commentatori (Celot e Tornero, 2008) fanno rilevare come questa comunicazione presenti degli elementi controversi. Ne citiamo un paio. Da un lato, essa è decisamente orientata al consumo dei nuovi media digitali e particolarmente attenta all'aumento delle capacità competitive dell'industria dei media, risentendo del fatto che la sua formulazione sia dovuta alla Direzione generale «Società dell'Informazione» piuttosto che alla Direzione generale «Educazione e Cultura». Dall'altro, si assume implicitamente che la pubblicità sia un dato indispensabile dell'attuale industria dei media, laddove la capacità di comprendere il ruolo della comunicazione commerciale per la fruizione delle opere audiovisive viene ricondotta nell'alveo degli ingredienti essenziali della ML. Si tratta di due note critiche che troviamo condivisibili e che rivelano come nei contesti istituzionali la strada per l'educazione ai media, nella sua accezione più autentica, sia ancora piuttosto lunga.

Venendo ai documenti successivi, anch'essi riprendono e ribadiscono la necessità di promuovere politiche europee sulla ML. Nel Progetto di risoluzione del Parlamento europeo sull'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale (2008), vengono indicati tre obiettivi quali principali priorità da perseguire:

- garanzia di accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione: la diffusione delle tecnologie digitali in Europa è estremamente disomogenea; le politiche europee a riguardo devono impegnarsi nel favorire la riduzione del divario digitale che colpisce le fasce più deboli della popolazione, minando il loro diritto a una reale partecipazione alla vita politica e sociale;
- analisi e gestione critica dei contenuti dei media e della cultura mediatica, unite a una riflessione autonoma: l'offerta informativa e di contenuti medialiali è tanto ampia quanto spesso concentrata nelle mani di pochi; si rende allora necessario il possesso di capacità critiche avanzate in grado di consentire al soggetto di leggere e interpretare consapevolmente e criticamente i contenuti e i materiali offerti dai media;
- produzione autonoma di testi medialiali e gestione sicura delle nuove tecnologie: i media digitali rendono sempre più agevole il processo di produzione di contenuti; questa caratteristica si combina felicemente con la necessità di affiancare all'attività di riflessione critica sui media, l'attività di creazione dei media, necessaria e funzionale ad una migliore comprensione del funzionamento stesso dei media.

A queste priorità si deve accompagnare, secondo le indicazioni desumibili dal documento, una serie di interventi volti a favorire la formazione degli insegnanti sulla ML, integrare l'educazione ai media nei curricula scolastici, nelle università e nell'extrascuola, sviluppare programmi per gli anziani.

Infine, nel più recente documento del 2009, vengono formulati due blocchi di raccomandazioni, rivolti rispettivamente agli Stati membri e al settore dei media. I primi sono sollecitati a promuovere iniziative di co-regolamentazione e auto-regolamentazione nel settore dei media circa i codici di condotta dei professionisti dei media; sviluppare ricerche sistematiche sulla ML e la sua valutazione; includere la ML nel curriculum della scuola dell'obbligo insieme ad altre competenze chiave; favorire le iniziative di formazione nel campo dell'educazione ai media. Sull'altro versante, secondo questa raccomandazione, il settore dei media

può contribuire al miglioramento del livello di ML in Europa, divulgando informazioni sulle modalità di produzione e diffusione dei contenuti digitali, sulle tecniche della comunicazione commerciale, su come vengono trattati i dati personali nella pubblicità, specie nella pubblicità interattiva on line, e su come funziona l'economia della creatività.

Ancora una volta, il tema della indispensabilità della pubblicità come condizione per la fruizione dei programmi medial e audiovisivi compare nei documenti europei, suscitando non poche perplessità. Rimangono invece di indubbia importanza i richiami alla rilevanza della ML e alla necessità di monitorare costantemente gli avanzamenti in questo campo a livello europeo.

CONCLUSIONI

La ML ha fatto molta strada in Europa negli ultimi anni. L'iniziativa legislativa si è decisamente intensificata, riconoscendo finalmente all'educazione ai media il peso che merita e che da anni i media educator reclamano. Questa crescita di attenzione presenta qualche lato da indagare ulteriormente, qualche aspetto controverso che la ricerca non trascura di evidenziare nelle sue analisi e ricognizioni critiche (si veda, ad esempio, Buckingham, 2009), ma ha avuto anche meriti indubbiamente rilevanti, primo fra tutti quello di aver tematizzato la ML quale priorità dell'agenda politico-culturale dell'Unione europea. Ci auspichiamo che alle raccomandazioni seguano i fatti, specie a livello nazionale per recuperare i molteplici gap che allontanano il nostro Paese da altre realtà, in particolare del Nord Europa, dove i livelli di accesso ai media sono decisamente superiori, il grado di integrazione della ML nei curricula scolastici è sicuramente maggiore e l'educazione ai media gode di un riconoscimento culturale e istituzionale migliore.

BIBLIOGRAFIA

- Buckingham D. (2009), *L'avenir de l'éducation aux médias à l'ère numérique: défis politiques et pratiques*, in P. Verniers (Ed.), *L'éducation aux médias en Europe. Controverses, défis et perspectives*, Bruxelles, EuroMeduc, pp. 13-26.
- Celot P. e Tornero J.M.P. (2008), *Media Literacy in Europa. Leggere, scrivere e partecipare nell'era mediatica*, Roma, Eurilink, Eurispes.