

# RECENSIONI

A. Carenzio  
MEDIA, EDUCAZIONE E RICERCA IN EUROPA  
Milano, Vita e Pensiero, 2008

Scorrendo la pubblicistica recente di argomento mediaeducativo segnaliamo questo libro di Alessandra Carenzio che, con uno stile lineare che sempre caratterizza gli scritti di questa giovane docente universitaria, si presta a diventare uno strumento di lavoro prezioso da conservare sullo scaffale del media educator e del ricercatore.

Il volume — partendo dalla constatazione che «lo spazio della Media Education è sempre stato quello delle pratiche, del movimento (o meglio, del movimentismo), dell'educazione agita, più che non quello della ricerca» (P.C. Rivoltella, nella *Presentazione*) — si inserisce nel solco già tracciato (in riferimento all'Italia) da un lavoro di alcuni anni fa (L. Galliani, *Media, educazione, formazione: la ricerca nelle università italiane*, in M. Morcellini e P.C. Rivoltella [a cura di], *La sapienza di comunicare*, Trento, Erickson, 2007) e propone uno studio sistematico di mappatura dei centri universitari di ricerca sui media in Europa (sono 88 i centri considerati) analizzati secondo tre «direttrici operative — quali temi prevalgono, quali metodologie vengono assunte, quali progetti vengono condotti».

La ricognizione, condotta in maniera attenta e rigorosa, gode inoltre di una visibilità e di un aggiornamento costante nel Progetto Omero (se ne parla nel capitolo quarto): Online Media Education Resources for Organizations (consultabile all'indirizzo: <http://omero.unicatt.it>), è lo spazio di condivisione in internet la cui costruzione ha accompagnato il lavoro di ricerca e la scrittura del libro e che muove da tre obiettivi — «strategico, scientifico-disciplinare-educativo» — e da una matura logica di rete. Il prodotto complessivo offre dunque una base importante per compiti di ricerca, di viaggio formativo, di comparazione e di collaborazione.



Il percorso di lavoro della Carenzio arriva — proprio grazie alle ricognizioni effettuate e nell'intento di «operare un'inversione rispetto alle attenzioni diffuse nella letteratura recente, mettendo sullo sfondo le questioni epistemologiche per dare spazio alle assenze rilevate proprio nell'ambito della ricerca» (*Introduzione*) — a proporre tre «prospettive di sviluppo» (training e formazione, ricerca e valutazione, rafforzamento delle reti organizzative). Si sintetizzano dunque le «sfide per il futuro della Media Education» sui piani 1) del «rafforzamento scientifico delle premesse fondative a fronte dello scetticismo istituzionale»; 2) della «promozione della Media Education nell'agenda europea»; 3) del «consolidamento del versante operativo, mettendo dati e modelli aggiornati a disposizione degli insegnanti»; 4) della «rilevazione e documentazione delle buone pratiche, l'analisi dei metodi impiegati dalla Media Education e la definizione sistematica della questione della valutazione, che ancora oggi si appoggia a metodi di tipo comparativo che inquadrano solo parzialmente la questione dell'efficacia» (pp. 148-149).



Un libro, dunque, per fare il punto sull'indagine scientifica in materia di ME, con la convinzione che «insistere sull'urgenza della ricerca non significa decretare la conclusione del momento riflessivo», ma «affermare l'esigenza di condurre la riflessione in uno spazio nuovo che diventi connettore tra la speculazione teorica e la pratica in contesto, arricchendo entrambi i versanti» (p. 83).

Il volume, infine, si presta — insieme ad altri lavori più noti — anche a essere uno strumento di primo approccio alla Media Education (in particolare segnaliamo il primo capitolo: *La Media Education in Europa dagli anni Novanta ad oggi*) per chi — pedagogo, educatore, esperto di comunicazione o studente universitario — voglia avvicinarsi a un campo di ricerca e di pratiche i cui sviluppi si mostrano ancora aperti e avvincenti.

Michele Aglieri

R. Silverstone

MEDIAPOLIS. LA RESPONSABILITÀ DEI MEDIA NELLA CIVILTÀ GLOBALE

Milano, Vita e Pensiero, 2009

L'oggetto di questo nuovo libro di Silverstone (il cui titolo originale è *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*), uscito postumo, è la nuova crisi che le società globalizzate dovranno affrontare: l'incomunicabilità e la disumanità causate dall'inquinamento mediatico, con ripercussioni a livello morale, etico e politico, se non si presterà attenzione alla realtà della comunicazione. Nello stesso tempo, però, sono proprio i media, ovvero l'uso responsabile degli stessi, l'unico reale strumento cui la società può fare affidamento per la