

Socializzazione "di corsa"

Leggere i giovani dai segni che lasciano nell'età della "transizionalità"

Cogliere la svolta comunicativa in educazione (E. Besozzi)

L'autrice affronta i processi di cambiamento nell'ambito dell'educazione a partire da un'analisi della svolta comunicativa nelle scienze sociali, che enfatizza la centralità del soggetto e della intersoggettività, come pure l'interdipendenza sistemica. La socializzazione muta quindi i suoi obiettivi e le sue modalità di realizzazione: l'enfasi viene posta sull'identità personale e sociale, quindi sull'acquisizione di competenze comunicative e riflessive. Un ruolo fondamentale è dato anche dalla pervasività delle nuove tecnologie della comunicazione. Numerosi sono pertanto gli ambiti o processi che necessitano di essere indagati per una migliore comprensione di quella che appare come una vera e propria "mutazione antropologica" del modo di esperire e di costruire il mondo.

Parole-chiave: Svolta comunicativa, Socializzazione, Intersoggettività, Stili cognitivi, Legame sociale.

The communicative turn in education

The author discusses processes of change in education moving from an analysis of the communicative turn within the social sciences, which emphasizes the centrality of the subject and of intersubjectivity, on one hand, and of systemic interdependence on the other. Processes of socialization are changing and become oriented towards different objectives: centrality is given to personal and social identity, so that the acquisition of communicative and reflexive competence becomes a priority. A crucial role is played by the diffusion of new communication technologies, changing both cognitive styles and social relationships. Many aspects and processes of this cultural climate still need to be further investigated in order to better understand what appears as a true "anthropological mutation" of the ways in which the world is experienced and constructed.

Key-words: Communicative turn, Socialization, Intersubjectivity, Cognitive Styles, Social relationship.

Quale modello e quali percorsi di socializzazione nella società del XXI secolo? (B.M. Mazzara)

Le profonde e rapide trasformazioni dalle quali la società odierna è interessata stanno comportando un cambiamento nelle modalità e per certi aspetti nella stessa natura del processo di socializzazione. Secondo i modelli classici, di derivazione funzionalista, la socializzazione consiste nell'acquisizione da parte dei nuovi membri della società (concepiti come essenzialmente passivi) del complesso di norme, valori e modelli di comportamento che definiscono un individuo in quanto membro di una specifica società. Se si concepisce la cultura non in termini reificati e statici, bensì in termini di fluida e continua riorganizzazione degli strumenti di relazione con il mondo fisico e sociale, la socializzazione può essere vista piuttosto come un territorio di continua ricostruzione, socialmente negoziata, nella quale il soggetto, anche più giovane, svolge un ruolo di attiva proposizione. Questo cambiamento è evidentemente favorito dalla situazione attuale di rapidi cambiamenti culturali e soprattutto dalla diffusione dei nuovi mezzi di comunicazione, che permettono livelli prima impensabili di interconnessione tra le persone.

Parole chiave: Transazionalità culturale, Ultrasocializzazione, Risocializzazione.

Which model and which forms of socialization in the society of the twenty-first century?

The deep and fast transformations by which today's society is interested are causing a change in the forms and in the very nature of socialization. According to the classical functionalist models, socialization is the process by which the new members of the society (conceived as essentially passive) acquire the whole of norms, values and models of behavior that define an individual as a member of a specific society. Conceiving culture not in reified and static terms, but in terms of fluid and continuous reorganization of the relationship with the physical and social world, socialization can be seen rather as a territory of continuous, socially negotiated, reconstruction in which the subject, also more young, carries out a role of active proposal. This change is enhanced in the present situation of fast cultural changes and above all by the diffusion of the new media of communication, that allow levels of interconnection among the people unthinkable before.

Key-words: Cultural transition, Ultra socialization.

Per un'idea di ragazzi (M. D'Amato)

La gioventù come categoria sociale permanente, con la sua ritualità, la sua cultura appare dimenticata dai media, che ne evidenziano invece i temi legati alla socializzazione. L'idea più frequente dei ragazzi mediatici è quella legata all'adultizzazione precoce: il bambino-adulto e l'adulto-bambino sembrano essere le figure più emblematiche della nostra postmodernità. Le classi d'età non tracciano più limiti di spazi sociali nettamente distinti, e la gioventù come la vecchiaia regrediscono allo stadio di una categoria fluttuante. Diventa necessario dunque domandarsi se, nella cancellazione della distanza, nell'identità scambiata, sia l'infanzia ad affermarsi come unico esistente o sia la sua negazione a fondarsi.

Parole chiave: Giovane-postmoderno, Rappresentazioni collettive, Infanzia mancata, Infanzia innocente, Infanzia-scienza, Infanzia-soggetto.

For an idea of kids

The youth like social permanent class, with her custom, her culture seems forgotten by media, that instead put in evidence the themes of socialization. The frequent idea about mediatic kids is that of a premature adultization: the kid-adult and the adult-kid seem the categories most emblematic of our postmodernity. The age's classes haven't defined limits and the youth like the old age regress towards a fluctuating category. It is need to wonder if, in the cancellation of the distance, in the mutual identity, will be the infancy to exist like unique social category, or else if it will disappear.

Key words: Kid-postmodernity, Collective Rappresentations, Infancy-attempted, Infancy-harmless, Infancy-science, Infancy-subiect.

Mappa di stili e abitudini culturali (I. Cortoni)

Osservare i giovani dai comportamenti e dalle abitudini culturali del loro tempo libero può essere una chiave di lettura per avvicinarsi al loro universo valoriale e conoscitivo. I codici linguistici, gli stili relazionali e l'estetica del corpo possono essere segnali tangibili di modi di fare, di proiezioni sulla realtà, da cui rintracciare possibili progetti di vita. Così, l'autore parte dall'analisi del dato statistico sui giovani di fronte ai diversi stimoli culturali per descrivere il mondo giovanile alle soglie del moderno.

Parole chiave: Comportamenti culturali, Driver del cambiamento, Crisi del generalismo, Attivismo soggettivo.

A map of cultural styles and habits

Observing the cultural habits of young people in their spare time, is a way of studying their values and their culture. Searching the linguistic codes, the relational styles and the esthetics of the body can be a key pass to understand young people life's plan. According to the author, analyzing the statistical datum can describe the youthful world in this historical period.

Key-words: Cultural behaviours, Driver of change, Crisis of mass media, Subjective activism.

Dibattito aperto

4

Avanguardie del loisir. Una lettura dei comportamenti culturali giovanili (P. Panarese)

A partire da trend come la trasversalità del tempo libero nella vita quotidiana, la multidimensionalità dei suoi contenuti, l'affermazione del loisir come origine di un movimento verso la soggettività e la pluralizzazione, l'autrice propone una rilettura dei dati esistenti per dissipare generalizzazioni e "luoghi comuni" che riguardano il rapporto tra giovani, comunicazione e comportamenti culturali. L'analisi rileva l'attivismo e la pluralità delle scelte culturali dei ragazzi, ma evidenzia anche la necessità di un approfondimento della ricerca consapevole che le distorsioni a proposito dei giovani non sono tanto nella realtà osservata, quanto negli occhi di chi osserva.

Parole chiave: Giovani, Comunicazione, Cultura, Loisir, Stili di vita.

Vangards of loisir

From social trends like free time in daily life, loisir as a way to affirm oneself, the author proposes an analysis of statistical data to dissipate the generalizations and « places » that regard the cultural relationship between young people, communication and behaviors. The analysis finds the young people activism and pluralism on cultural choices, but it evidences also in the social research the distortions on young people and their universe.

Key-words: Young people, Communication, Culture, Loisir, Life styles.

"Comunicare a scuola". Fotografia di una ricerca (E. Tumolo)

Il rapporto media-minori e la necessità di operare nella scuola, luogo deputato alla formazione e alla socializzazione hanno determinato nel corso degli anni il lavoro del team di ricerca dell'Osservatorio Mediamonitor Minori. Abbandonare un punto di vista luttuoso sul consumo dei media da parte dei ragazzi ed intervenire nella scuola le parole chiave che hanno animato le ricerche-intervento. Da queste premesse ed esperienze nasce "Comunicare a scuola. Laboratori di ricerca e formazione cooperativa" che l'autrice presenta in queste pagine.

Parole chiave: Ricerca-intervento, Cultura della comunicazione, Territorio, Insegnanti, Autoricerca.

"Communicating in the school". Picture of a research

The relationship between media and children and the current need for intervening in the school system, a place of both education and socialization, have motivated, over the past few years, the work of the research team Osservatorio Mediamonitor Minori. Dispelling the negative view of media consumption by children and intervening in the schools are the main goals of our research. From our experiences in this area comes "Communicating in the school. Research laboratory and cooperative education" which we present in the following pages.

Key-words: Research, Communication culture, Territory, Teachers, Autoresearch.

Socializzare insieme: il social networking (S. Tirocchi)

Il social networking in rete costituisce un fenomeno recente che caratterizza i nuovi percorsi della socializzazione giovanile. Attraverso i siti di social network, basati sull'ampliamento continuo delle relazioni sociali, i giovani sperimentano uno stile di socializzazione orizzontale che restituisce centralità al concetto di relazione, presente nella sociologia formale di Simmel e in quella relazionale di Donati. Come si inquadrano questi percorsi nella società del rischio e dell'incertezza? Recenti ricerche sulla socializzazione all'interno del peer group ne sottolineano la grandissima rilevanza nella costruzione delle identità giovanili. Per far sì, però, che la socializzazione non sia soltanto "una corsa affannosa verso l'incerto" è importante ripristinare il ruolo delle agenzie tradizionali, la famiglia e la scuola.

Parole chiave: Socializzazione, Social network, Relazione sociale, Gruppo dei pari, Tecnologie comunicative.

Socializing together: the social networking

The current phenomenon of web social networking distinguishes the new path of socialization. Through the social networking sites, based on the enlargement of social relationships, young people experiment an horizontal style of socialization. It emphasizes the concept of relation, as in Simmel formal sociology and in Donati relational one. How can we evaluate these paths in our risk society? Recent researches on socialization and peer group point out the importance of social networking in the construction of younger identity. However, recovering the role of family and school is important for containing this "running to perplexity".

Key-words: Socialization, Social network, Social relationship, Peer group, Communicative technologies.

Inter@gire in Rete. Indagine empirica sull'universo giovanile e la chat (V. Celant)

Internet ripropone in modo nuovo e diverso il *legame sociale*, svincolato dai parametri tradizionali dell'interazione *in praesentia*. In questo universo di *nuove forme di socialità* un particolare rilievo assumono i giovani, che sono i primi a crescere con tali opportunità tecnologiche e che per loro natura sono i maggiori interpreti del cambiamento: i *prosumer* di nuovi stili comunicativi ed espressivi. Attraverso uno studio empirico dell'universo giovanile nella community di Libero, in particolare dell'ambiente chat, si cerca di individuare gli indicatori sociali di una comunità on line: il perimetro dei nuovi orizzonti per esperire se stessi, *l'alter* e il mondo.

Parole chiave: Interazione on line, Interazione *in praesentia*, Giovani, Community/chat, Ricerca empirica.

Interaction on line. Empirical study about youthful universe and chat-land

Internet proposes again in a new and different way the social tie, cleared from traditional forms of interaction *in praesentia*. In this universe of new forms of sociality, youths have a particular importance; in fact they are the first to grow up with these technological opportunities like spokesmen of change, *prosumer* of new talkative and expressive styles. It takes identify, through an empirical study of youthful universe in Libero's community, in particular in chat-land, social gauges of community on line: the perimeter of new frontiers in order to express ourselves, *l'alter* and the whole world.

Key-words: Interaction on line; Interaction *in praesentia*; Youthes; Community/chat; Empirical Study.

Tra consumo culturale e impegno scolastico (P. Minelli)

Riferendosi in particolare a quella che è stata definita "crisi da dis-affezione" verso la scuola e, parallelamente, all'ambiente comunicativo e relazionale in cui i più giovani concretizzano le loro pratiche culturali di consumo, l'articolo intende proporre alcune riflessioni in merito alla capacità della scuola di essere un agente di promozione ed emancipazione sociale nella società complessa. In questo panorama inedito la diffusione delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (ICT) può tradursi in un elemento di valorizzazione della scuola, solo se accompagnata da una consapevole cultura della comunicazione. In tal senso si evidenzia il compito squisitamente educativo della *media education* nel promuovere una reale competenza comunicativa dei più giovani. Considerando in modo attento e consapevole gli ambiti di vita e di esperienza in cui si concentra la stessa possibilità di emancipazione dei ragazzi: l'informazione e la formazione.

Parole chiave: Comunicazione, Socializzazione, Partecipazione sociale, Media education, Scuola.

Between Cultural Consumption and Educational Commitment

Referring in particular to what has been defined as a "dis-affection crisis" toward school and, in parallel, to the relational and communicational environment in which young people put into action their cultural and consumption practices. This article intends to propose a consideration on the educational system ability to act as an agent of promotion and of social emancipation in complex societies. In this inedited landscape, the diffusion of the Information and Communication Technology (Ict), can become a valuable element for the educational system itself, but only if coupled with an aware culture of communication. In this sense we evidenciate the educational task of the Media Education in the promotion of a real communicative competence for young people, considering in an aware way both spheres of life and experience in which is concentrated the very possibility of emancipation for the youngest: formation and information.

Key-words: Communication, Socialisation, Social participation, Media education, School

Scuola e new-media (*L. Parigi*)

La diffusione della cultura digitale tra le giovani generazioni ha prodotto una frattura tra società e contesti di formazione. Nella distanza che separa chi apprende e chi insegna la scuola sembra accumulare un progressivo ritardo. A convegno a Firenze, il 3 e 4 marzo 2006, esperti e studiosi dell'innovazione in ambito educativo si interrogano.

Parole chiave: Innovazione, Educazione, Cultura digitale, ICT, Digital natives.

School and new media

The spread of digital culture among young generations has produced a deep break between society and education. School doesn't seem to stay up to date and suffer a progressive delay. On March 2006, in Florence, the conference "Re-mediating School" has summoned international experts to design the state of the art of ICT in education.

Key-words: Innovation, Education, Digital culture, ICT, Digital natives.

Ambienti virtuali della scuola (*A. Anichini*)

SOS Studenti è un progetto Indire, pensato e sviluppato per consentire agli studenti del primo biennio di scuola secondaria superiore di recuperare on line gli eventuali debiti formativi. Prendendo spunto dalla presentazione del progetto, l'autore affronta il tema delle nuove tecnologie dell'informazione e del loro difficile rapporto con il mondo della scuola.

Parole chiave: Ambiente apprendimento; Virtualità; Multimedialità; Comunicazione; Digital disconnect.

Virtual environments of the school

SOS Studenti (Students' SOS) is a project addressed to Upper Secondary Schools students to improve competences and to give busting. Starting from the project presentation, the author talks about the difficult relationship between school and ICT.

Key-words: Learning environment, Virtualità, Multimedia, Communication, Digital disconnect.

Produrre video a scuola: quale formazione per gli insegnanti? (*L. di Mele*)

La scuola ha bisogno di formare gli insegnanti per promuovere l'educazione ai media, in particolare la produzione con i media. Accanto ai corsi universitari per media educator, esiste una formazione spontanea dei docenti nel settore della comunicazione che ha permesso di dar vita a diversi progetti scolastici di educazione ai media. L'articolo riporta gli esiti di una recente ricerca che ha rilevato i percorsi formativi di insegnanti che hanno promosso attività di produzione video a scuola. Quali pratiche, quali culture di riferimento, quali episodi di contesto hanno spinto questi docenti ad intraprendere una pratica educativa così complessa come la produzione scolastica di video?

Parole chiave: Educazione ai media, Formazione insegnanti, Produzione video, Media e scuola, Media educator.

Video making at school: wich education for teachers?

It is important for schools to prepare educators to teach media, more specifically media production.

Today university courses are only a part of teachers' education, because they study communication on their own to prepare media production projects at school. This article reports the outcome of a recent survey dedicated to the different ways teachers expend their knowledge prepare for the task of video production in schools. What practices or personal experiences, what pedagogical culture, what social context motivates these teachers to further their knowledge in order to work in a such a complex activity as video production in schools?

Key-words: Media literacy, Video making, Media and school, Media educator.

Modelli di genere: dall'amore romantico alla relazione pura (*S. Capecchi*)

Nel saggio si considera il ruolo giocato dai media nel processo di costruzione dell'identità di genere. I modelli femminili e maschili proposti sono ambivalenti: da un lato si rappresenta la relazione di coppia tradizionale, dall'altro una maggiore parità tra i sessi. L'attenzione è focalizzata sull'immaginario romantico televisivo. L'ipotesi avanzata è che si tratta di un romanticismo che solo in parte fa riferimento al concetto dell'unione "per tutta la vita"; tende invece alla "relazione pura" (Giddens, 1992) paritetica, instabile, fluida.

Parole chiave: Immaginario romantico; Modelli di genere; Parità tra i sessi; Relazione di coppia; Televisione.

Gender models: between romantic love and pure relationship

Media play a key role during the gender identity construction's process. Female and male models depicted by media are very ambivalent: on one side media contents represent a traditional couple relation, on the other side a more equality between sexes. The attention is directed to romantic television imaginary. We suppose that television romanticism is not much referred to *never ending love's* idea, but it approach the *pure relation's* idea (Giddens, 1992), which concern a more equal, unstable, fluent couple relation.

Key-words: Romantic imaginary, Gender models, Equality between sexes, Couple relations, Television.

Bambini e pubblicità: ostaggi del consumo o esteti appassionati? (M.G. Onorati)

L'influenza della pubblicità televisiva sui comportamenti di consumo dei minori è uno dei temi cruciali intorno a cui verte il dibattito sulle presunte manipolazioni e istigazioni dei media a forme di consumo dissipatorio. Una ricerca condotta in Valle d'Aosta ci dimostra invece che gli effetti di socializzazione al consumo della pubblicità televisiva sui bambini assumono configurazioni tutt'altro che inquietanti, che variano a seconda dei contesti sociali, culturali e comunicativi in cui i soggetti sono inseriti, confermando la funzione di filtro svolta da una mediazione familiare e culturale forte e da una *media literacy* sviluppata sul campo.

Parole chiave: Infanzia, Tv, Pubblicità, Educazione ai media, Mediazione sociale.

Children and advertising: consumption's hostage or passionate aesthetes?

The influence of television advertising on children's modes of consumption constitutes one of the basic themes around which the controversy about the supposed mass media effects of manipulation and incitement to consumerism revolves. A research lead in Aosta Valley show on the contrary that the effects of socialization to the consumption exerted on children by television advertising take not at all worrying shapes, in fact they vary according to the social, cultural and communicative contexts in which subjects are put in, thus stating the important role of a filter played by the cultural and familiar mediation and by a *media literacy* developed on the field.

Key-words: Childhood, Television, Advertising, Media literacy, Social mediation.

La falsa banalità dei media (N. Strizzolo)

In riferimento al percorso di studi sociologici italiani sul consumo di televisione nei giovani (Morcellini, 1992a, 1992b, 1999, 2003; Martelli, 1996) e sul divenire la televisione il primo agente di socializzazione, l'autore dell'articolo mette in luce recenti incoerenze nei messaggi di questo mezzo, sulle quali ritiene opportuno riflettere. Questi elementi di disturbo sono stati indicati come: la contraddizione e l'incoerenza dei messaggi televisivi e messaggio del perdente o paradosso del mentitore. L'autore ritiene perciò auspicabile una formazione e divulgazione allargata sulle dinamiche della comunicazione e dei mass media.

Parole chiave: Televisione, Socializzazione, Contraddizione, Messaggi, Educazione.

The false banality of medium

With reference to the works of Italian sociologists on television consumption by the youth (Morcellini, 1992a, 1992b, 1999, 2003; Martelli, 1996) and the becoming of television the first agent of socialization, the authors identify the recent emergence of incoherencies in the messages of this medium. The following elements of disturbance are identified: the contradiction and the incoherence of TV messages; looser message, or liar paradox. The authors highlight the need of a broader education and divulgation concerning the dynamics of communication and mass media productions.

Key-words: Television, Socialization, Contradiction, Messages, Education.