

**LA SOCIETÀ MEDIALE**  
**E LA**  
***MEDUCAZIONE***



**2° Seminario Internazionale sulla Formazione Paolina per la Missione**

**Ariccia, 5 novembre 2019**

**Massimiliano Padula**  
***padula@pul.it***



Comunicazione e oltre

Filippo Ceretti, Massimiliano Padula

# Umanità mediale

*Teoria sociale e prospettive educative*

Edizioni ETS



# IL TEMPO DEL *(LIVE)WEB*

- Iperconnessione (always on)
- Ipertinentinenzza (self-assured)
- Orizzontalità (destrutturazione delle elites)
- Fandomizzazione (ricerca del proprio pubblico)
- Wireless (destrutturazione dello spazio)
- Presentificazione (destrutturazione del tempo)
- Fandomizzazione (ricerca del proprio pubblico)
- SpettatAttorialità e spettAutorialità (prosumer)
- Snackability (consumabilità)
- Normalità (*umanità mediale*)

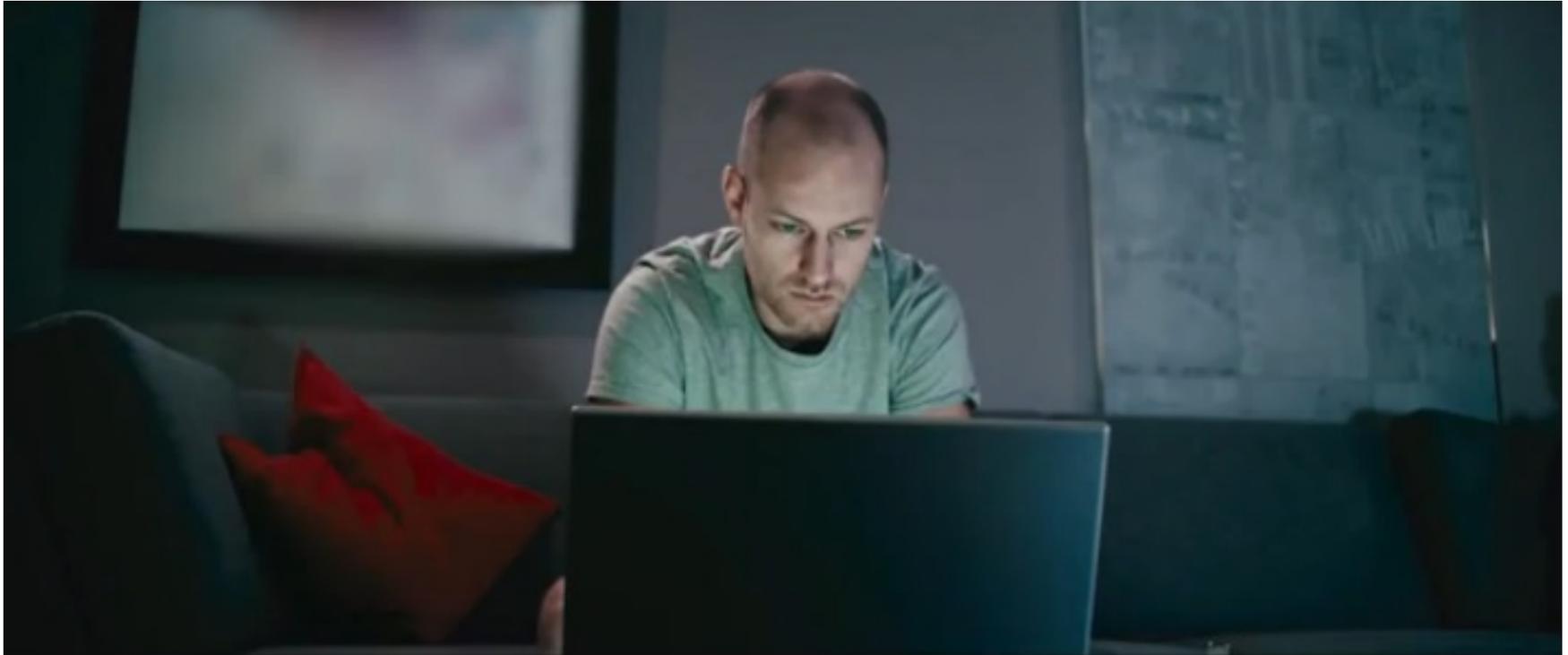


# SIAMO *NET USER*

- Esibiamo il nostro «sé» per condividere la nostra vita ordinaria e straordinaria attraverso meccanismi di:
  - Auto-narrazione
  - Auto-rappresentazione
- Creiamo aspettative verso la partecipazione degli altri alla nostra produzione di contenuto.
- Traduciamo i nostri sentimenti in contenuti web.
- In questo modo condividiamo la nostra identità.



# WHAT'S ON YOUR MIND... QUANDO SIETE SUL WEB?



# LA WEB GENERATION

- Una generazione che:
  - Partecipa
  - Mesciappa (mash-up)
  - Tagga
  - Racconta storie (storytelling)



# LA PARTECIPAZIONE

- Caratteristica conseguenza della sussidiarietà è la **partecipazione**, che si esprime, essenzialmente, in una serie di attività mediante le quali il cittadino, come singolo o in associazione con altri, direttamente o a mezzo di propri rappresentanti, contribuisce alla vita culturale, economica, sociale e politica della comunità civile cui appartiene. La partecipazione è un dovere da esercitare consapevolmente da parte di tutti, in modo responsabile e in vista del bene comune.
- *Essa non può essere delimitata o ristretta a qualche contenuto particolare della vita sociale, data la sua importanza per la crescita, innanzi tutto umana, in ambiti quali il mondo del lavoro e le attività economiche nelle loro dinamiche interne, l'informazione e la cultura e, in massimo grado, la vita sociale e politica fino ai livelli più alti, quali sono quelli da cui dipende la collaborazione di tutti i popoli per l'edificazione di una comunità internazionale solidale. In tale prospettiva, diventa imprescindibile l'esigenza di favorire la partecipazione soprattutto dei più svantaggiati.*
  - **Compendio Dottrina Sociale della Chiesa**



# LA CULTURA PARTECIPATIVA

- C'è una mutazione in atto, e ha a che fare con una componente “partecipativa” che passa attraverso i media. Quelli nuovi (digitali), caratterizzati dai linguaggi dell'interattività, da dinamiche immersive e grammatiche connettive.
- Viene letto come un rinascimento digitale, come una realtà che ha a che fare con i new media e le pratiche ad essi connesse e da questi sollecitate. Ma è solo la superficie, ciò che è reso visibile – in particolare dal dibattito sui media stessi. La mutazione ha una sua profondità. Perché i linguaggi del digitale pervadono l'orizzonte della co-evoluzione fra sistema dei media (nella sua compattezza e discontinuità fra old e new media) e società; innescano un cambiamento socio-antropologico in direzione postumana che riguarda la “forma persona”, elaborano il senso che presiede alle dinamiche relazionali e neo-tribali.

*(G. Boccia Artieri, Share This!  
Le culture partecipative nei media.  
Una introduzione a Henry Jenkins)*



# LA PARTECIPAZIONE

- Ciò permette di selezionare o eliminare le relazioni secondo il nostro arbitrio, e così si genera spesso un nuovo tipo di emozioni artificiali, che hanno a che vedere più con dispositivi e schermi che con le persone e la natura. I mezzi attuali permettono che comunichiamo tra noi e che condividiamo conoscenze e affetti. Tuttavia, a volte anche ci impediscono di prendere contatto diretto con l'angoscia, con il tremore, con la gioia dell'altro e con la complessità della sua esperienza personale. Per questo non dovrebbe stupire il fatto che, insieme all'opprimente offerta di questi prodotti, vada crescendo una profonda e malinconica insoddisfazione nelle relazioni interpersonali, o un dannoso isolamento.

▪ (Laudato sì, n. 47)



# IL DANNOSO ISOLAMENTO



# WE'RE ADULTS, RIGHT?

- “**Il nativo digitale** è il volto che abbiamo dato a una paura: Andiamo così veloci che non riusciamo più a fare esperienza delle cose, figuriamoci trasmetterla alla generazione successiva. Non ci capiamo e ci capiamo sempre meno perché andiamo velocissimo. Il dialogo fra generazioni, già di per sé arduo, si inceppa sempre di più”.

Alessandro D'Avenia

- Invece....“**Sia gli adulti che i ragazzi hanno molto da imparare.**
- La familiarità con l'ultimo gadget tecnologico o servizio è spesso meno importante del possedere la conoscenza critica necessaria per vivere in un ambiente di rete, come la capacità di capire **come si muovono le informazioni personali e come cercare e interpretare le informazioni**”.

Danah Boyd, autrice di *It's complicated.*  
*La vita sociale degli adolescenti sul web (2014)*



# MASH-UP

- Nel web possiamo agire secondo logiche di riuso e integrazione, mescolando in una sola soluzione integrata in un sito o in un'applicazione, contenuti eterogenei, provenienti da diverse fonti e di diversa natura. Gli strumenti tecnologici passano quindi qui in secondo piano, fungendo da mezzi che privilegiano le informazioni.
- *«É ormai evidente che la nostra è la cultura del remix. Oggi, molte delle arene culturali e di tendenza – la musica, la moda, il design, l'arte, le applicazioni web, i media generati dagli utenti, il cibo – sono remix, fusioni, collage e mashup. Se il postmoderno è la cifra degli anni Ottanta, il remix è quella degli anni Novanta, dei Duemila, e probabilmente anche del prossimo decennio».*

Lev Manovich, *Software culture*,  
Milano, Ed. Olivares, 2010, p. 195



# TAGGING

- Consiste nell'associazione di una o più parole chiave (tag, etichette) a un oggetto con il fine di descriverlo e consentirne la catalogazione e la ricerca.
- Si tratta di un **metadato**, in quanto informazione che descrive altri dati. Vengono tipicamente inseriti dagli utenti, che apportano così la loro visione personale dei contenuti che creano o con cui interagiscono, seguendo il loro “modello mentale”.
- Tutte le applicazioni Web 2.0 supportano in modo nativo i tag proprio perchè consentono di costruire una classificazione dinamica dei contenuti e percorsi di navigazione trasversali, guidati dagli interessi degli utenti. Possiamo quindi ora filtrare le informazioni, e recuperare oggetti o utenti a seconda di come vi sono stati associati i tag.
- **Evidenti problemi di privacy**



# L'HASHTAG



The image shows a screenshot of the Twitter profile for Pope Francis (@Pontifex\_it). The profile picture is a close-up of the Pope smiling. The header shows 471 tweets, 8 accounts followed, and 2.3 million followers. Below the profile information, there are three tabs: 'Tweet', 'Tweet e risposte', and 'Foto e video'. A tweet is visible, posted by Papa Francesco @Pontifex\_it 1 hour ago, with the text '#PrayersForParis'. The tweet has 900 retweets and 954 likes. In the background of the profile picture, there is a blurred image of a crowd of people, some holding cameras, and a person in a white cassock with a cross on the chest.

TWEET	FOLLOWING	FOLLOWER
471	8	2,3 Mln

**Papa Francesco**   
Pontifex\_it

Benvenuti alla pagina Twitter ufficiale di Sua Santità Papa Francesco  
Città del Vaticano

**Papa Francesco** @Pontifex\_it · 1 h  
[#PrayersForParis](#)

← 900 ★ 954 ...



# STORYTELLING

- È un' arte raffinata che affonda le sue radici nelle tradizioni più antiche.
- Lo storytelling si lega alle origini dell'uomo:
  - **amiamo ascoltare storie, e le raccontiamo dalla notte dei tempi.**
- Lo storytelling può essere considerato un metodo pastorale (?).
- **Attraverso le storie**, i pastori possono trasmettere delle conoscenze ai propri fedeli (vicini e lontani) in un modo coinvolgente, utilizzando narrazioni, metafore, specifiche parole adatte agli scopi, per **coinvolgere i fedeli stimolare le loro emozioni e l'immaginazione.**
- **L'elemento autobiografico** nello storytelling **è fondamentale** perché la realtà diventa una presupposizione, un indizio, una narrazione appunto che corrisponde ad un'interpretazione soggettiva.



# LO STORYTELLING NELLA PASTORALE

Uno dei valori aggiunti dello storytelling nell'ambito pastorale è l'elemento di **fascinazione**.

Questo può avvenire attraverso una comunicazione orale sia in forma di storie digitali (esistono applicazioni web attraverso cui si possono raccontare storie).

Ciò deriva da **diversi fattori**:

- il **carattere di gratificazione** proprio di un approccio narrativo;
- il fatto che esso **offra un accesso più semplice a concetti astratti** e complessi;
- **la facilità di memorizzazione del racconto** sul piano cognitivo;
- **il grado di coinvolgimento** e il conseguente rafforzamento delle variabili motivazionali e dell'impegno che la narrazione offre;
- **l'opportunità che una storia possa generare altre storie**, secondo il meccanismo della intertestualità, favorendo lo scambio collaborativo delle conoscenze, il confronto dialogico, lo spirito critico e la ricerca di nuove interpretazioni e punti di vista su un problema e/o tema;



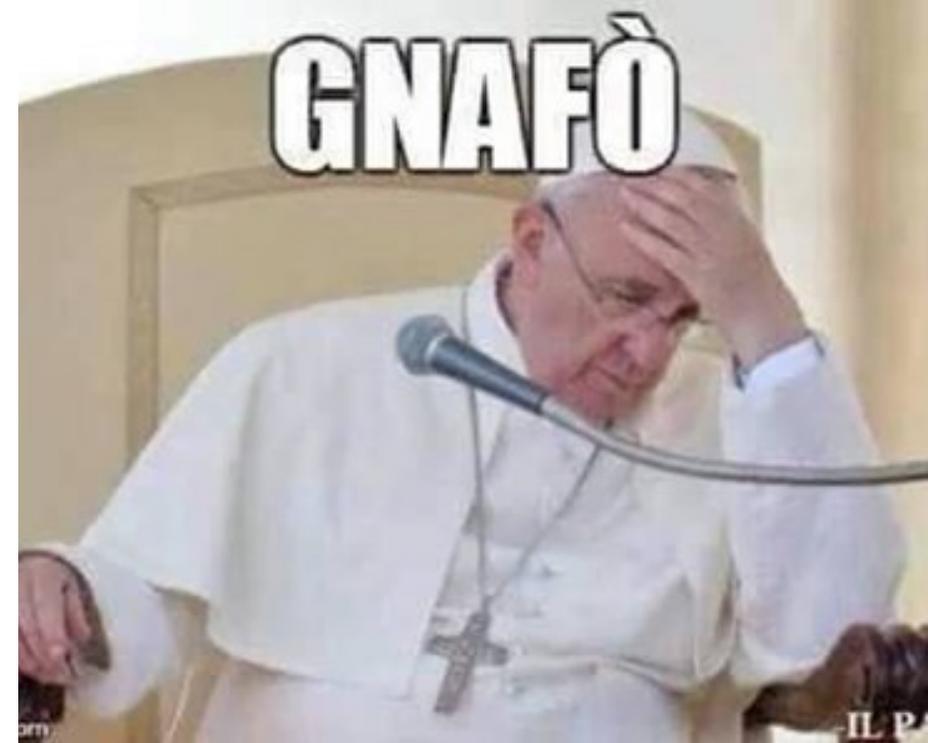
# LA VITA SI FA STORIA

- Una delle parole della cultura digitale è proprio “storytelling”, pratica per nulla nuova, ma legata alle origini dell’uomo e al suo desiderio di ascoltare e raccontare storie anche complesse attraverso meccanismi narrativi semplici.
- Proprio come Gesù che, nei suoi dialoghi, faceva largo uso di storie (le parabole), creando memoria (*depositum fidei*), coinvolgendo l’interlocutore (*evangelizzazione*) e riuscendo a far sì che quelle storie (*annuncio*) ne generassero altre.
- il tema della prossima 54<sup>a</sup> Giornata mondiale delle Comunicazioni sociali ci riporta all’essenza di una comunicazione liberata da frizioni e autoreferenzialità e capace di (ri)mettere al centro la persona con le sue relazioni e la sua innata capacità di comunicare vite che si fanno storie.



# I MEME

- Si tratta di testi appartenenti a diverse modalità espressive (come video, audio o immagini), derivanti dalla risemantizzazione e manipolazione di testi precedenti, soggetti a modalità di diffusione partecipative e replicative, e dotati di un qualcosa che li renda socialmente riconosciuti e riconoscibili.
- Sono frutto dell'uomo, del suo essere *imitatore culturale, bricoleur*, capace di proiettare se stesso nei contenuti che produce.



# SOCIAL NETWORK: TIPOLOGIE

Una rete sociale è una descrizione della struttura sociale tra diversi attori, per lo più individui o organizzazioni. Essa indica le modalità in cui questi attori sono collegati attraverso varie familiarità sociali che vanno dalla conoscenza casuale ai vincoli familiari prossimi

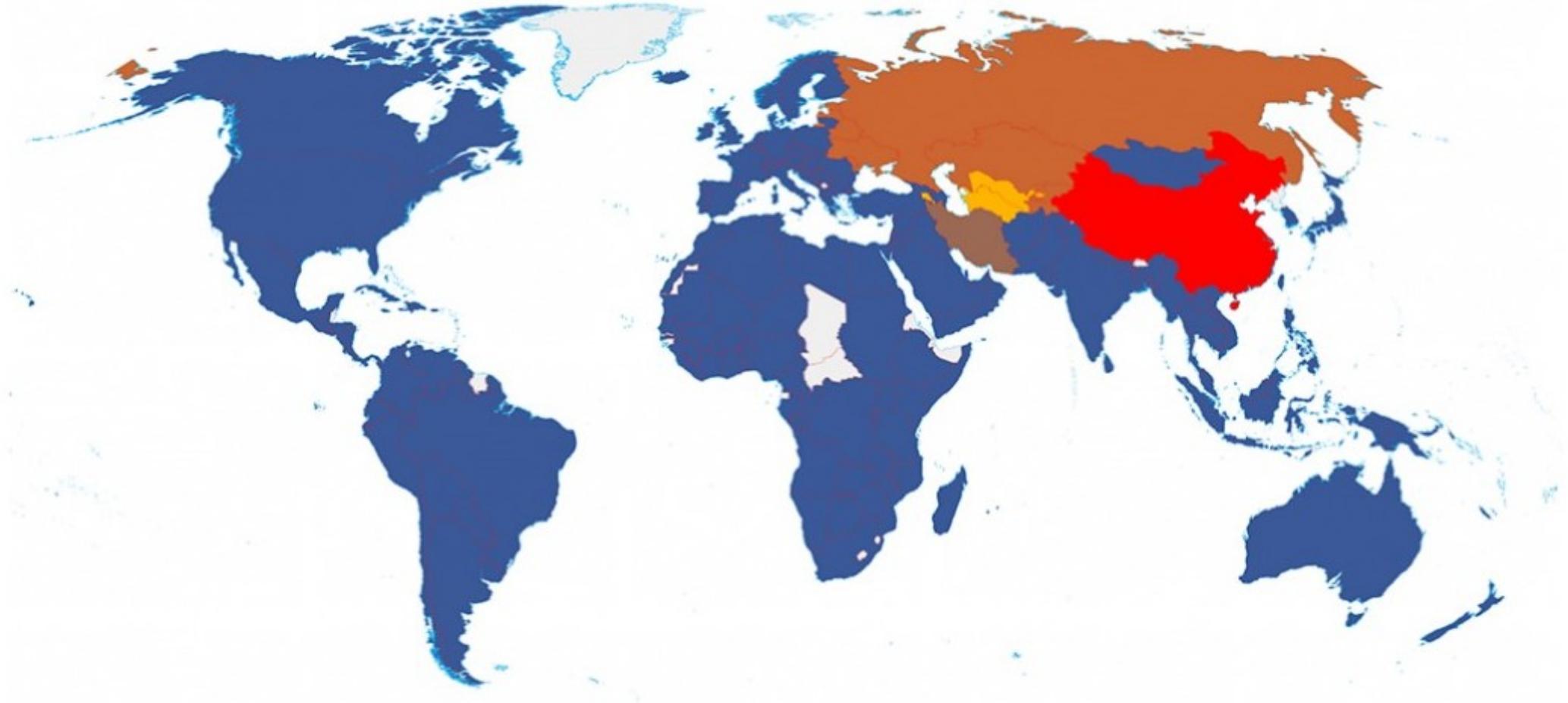
L'universo **social networking** si divide essenzialmente in cinque grandi categorie:

1. **Siti profili**, il più conosciuto è *Facebook*;
2. **siti di filesharing**, tipo *Flickr* o Youtube (User Generated Content)
3. **mondi virtuali**, tra cui *Second Life*;
4. **istant messanging**, come *WhatsApp*;
5. **microblogging**, come *Twitter*.
6. **ibridi**, come *Tik Tok*.



# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2019



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

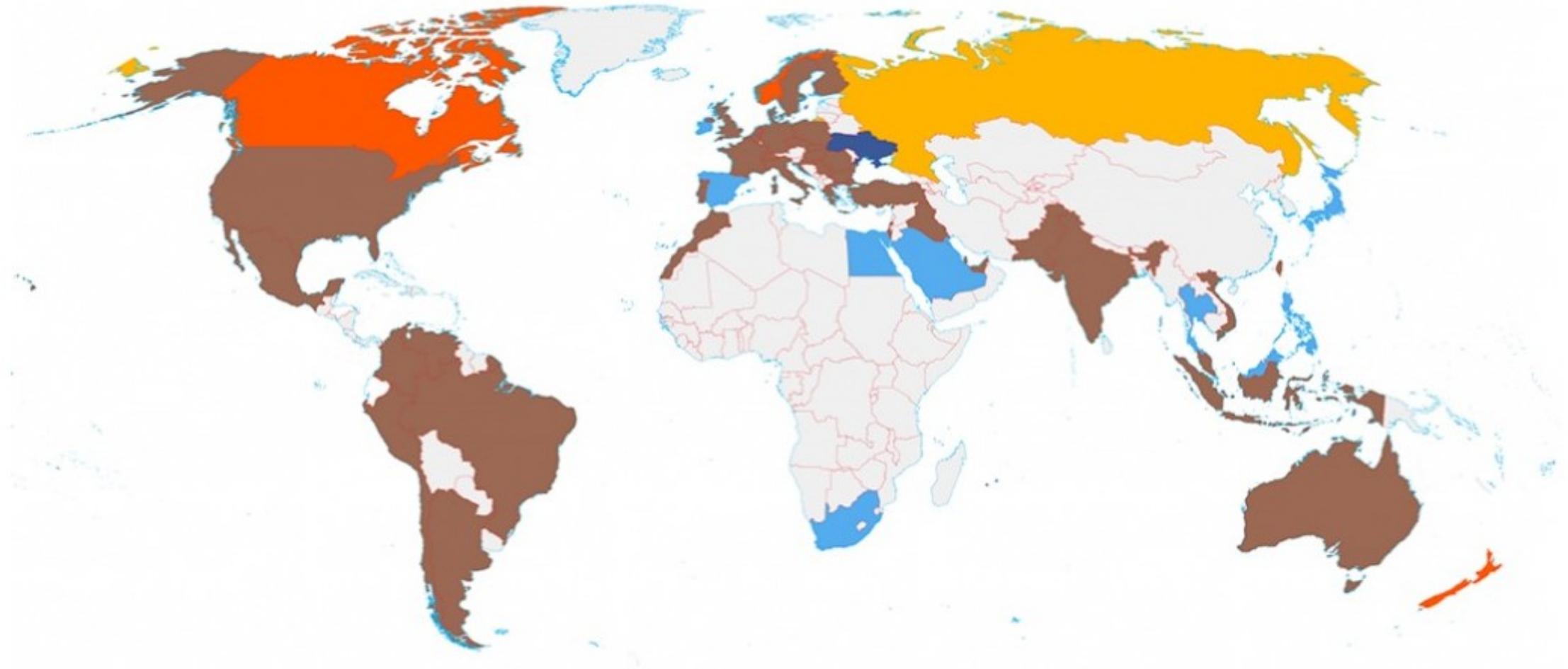
license: CC-BY-NC

source: Alexa/SimilarWeb



# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

Ranked 2nd - January 2019



Instagram

Twitter

Reddit

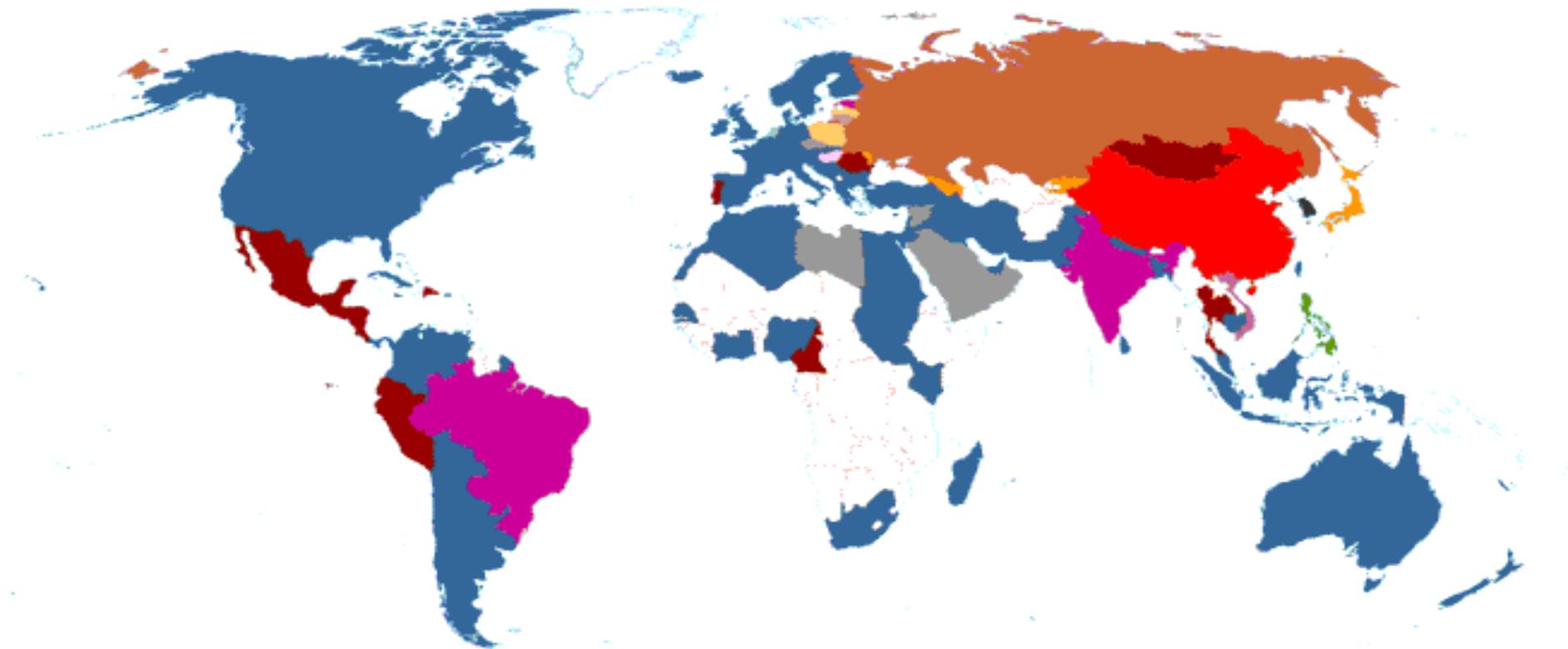
Odnoklassniki

Facebook



# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

June 2009



Facebook	V Kontakte	Odnoklassniki	Lidè	Hyves	Zing	Hi5
Orkut	Nasza-Klasa	QQ Zone	Iwiw	Maktoob	One	Mixi
Friendster	Wretch	Cyworld				

# QUALI SONO I SOCIAL MEDIA PIÙ USATI DAGLI ITALIANI?

Social Media	Utenti mensili in Italia	Fonte
Facebook	31.000.000	<u>Vincos</u>
YouTube	35.000.000	<u>Audiweb</u>
Instagram	24.400.000	<u>Audiweb</u>
LinkedIn	16.500.000	<u>Audiweb</u>
Twitter	9.000.000	<u>Audiweb</u>
Pinterest	12.300.000	<u>Audiweb</u>
TikTok	2.400.000	<u>TikTok</u>
Tumblr	2.600.000	<u>Audiweb</u>
Snapchat	2.400.000	<u>Audiweb</u>

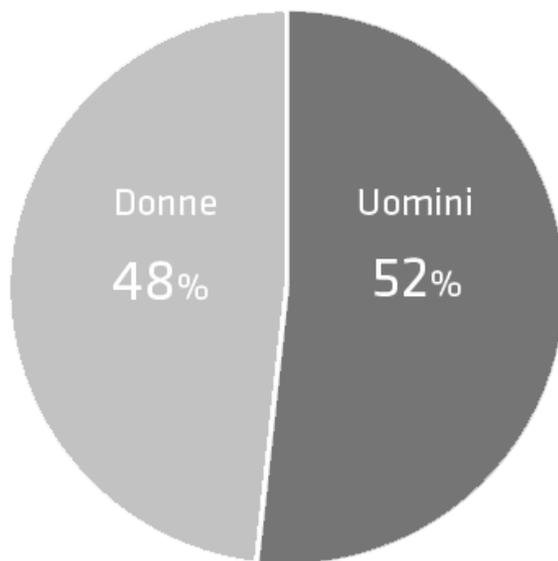
Approfondimento sull'utilizzo dei social media nel 2018



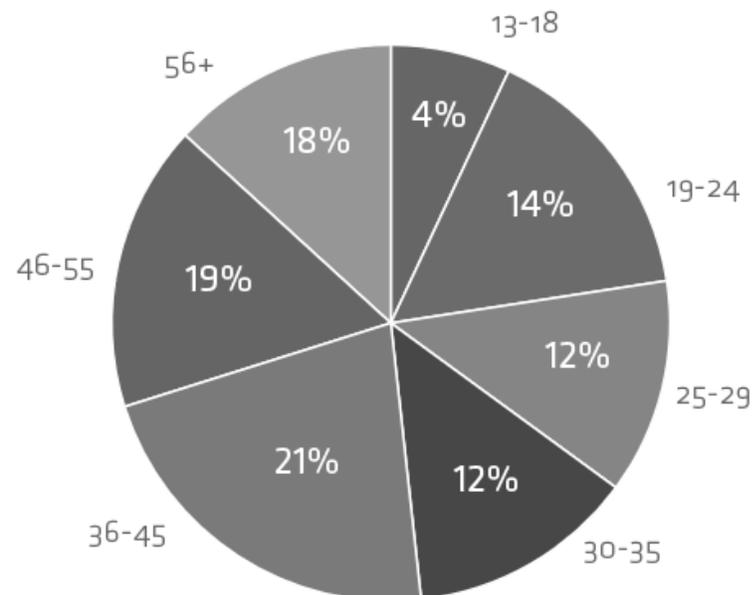
# facebook in Italia

**31** milioni attivi mese  
**29** milioni mobile mese  
**25** milioni attivi giorno  
**24** milioni mobile giorno

## Sesso



## Età



# Instagram in Italia

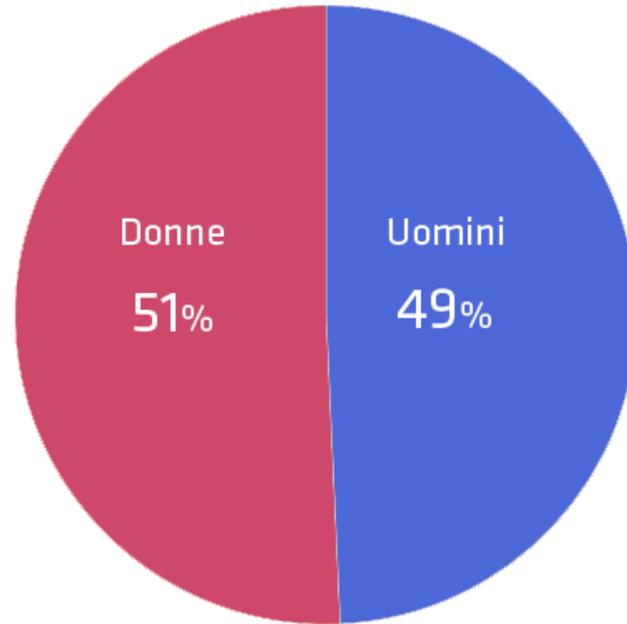
**19**

milioni  
attivi mese

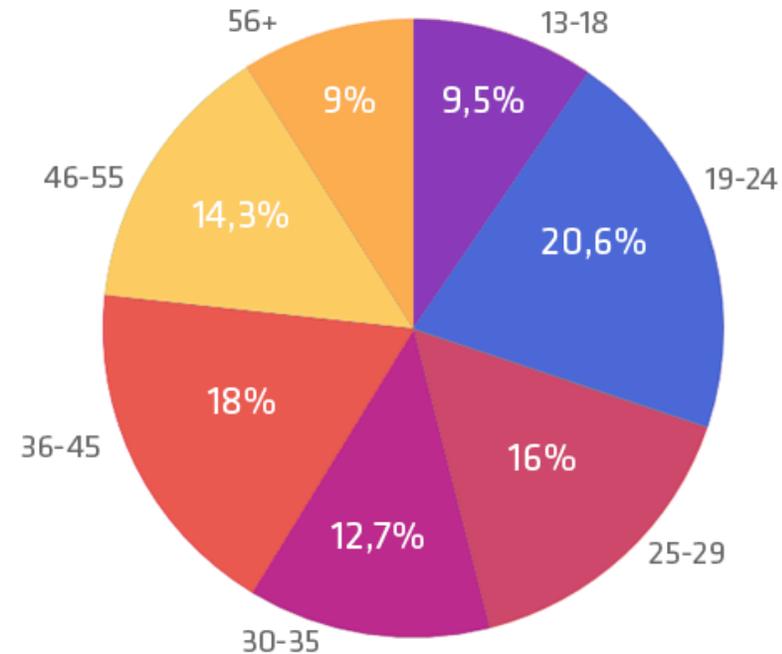
**11**

milioni  
attivi giorno

## Sesso



## Età



# UMANITÀ MEDIALE

Ceretti, Padula

19



Comunicazione e oltre

Filippo Ceretti, Massimiliano Padula

## Umanità mediale

*Teoria sociale e prospettive educative*

Umanità mediale

ETS

Edizioni ETS

## Presupposti:

- Rimodulazione contemporaneità alla luce dei media
- Passaggi di paradigmi: dal tecnocentrismo all'ecologia
- Lettura media *sub specie humanitatis*
- I media siamo noi (*proiezioni*)

## Definizione:

- L'umanità mediale altro non è che l'insieme degli uomini che, da un certo punto della storia, si trovano a convivere e coesistere con dispositivi tecnologici che con il tempo divengono sempre più prossimi e capaci di soddisfare bisogni.

## Derive:

- Plusumanizzazione

## Soluzione

- (M)Educazione



# LA PLUS (*E LA MINUS*) UMANIZZAZIONE DELL'ESISTENZA

Nello spazio online l'individuo tende a *plusumanizzarsi*, ossia a radicalizzare la propria umanità trascurando i filtri tipici di una socialità tradizionale, evitando confronti e angolazioni di senso "altre", consolidando a forza di contenuti a supporto (like, link, retweet) le proprie posizioni, limitando così feconde opportunità del legame umano come la conciliazione, l'accordo, il compromesso. Questa radicalizzazione dell'esistenza fa sì che l'individuo spinga sempre più verso il «proprio mondo di riferimento, modellando la propria "socialsfera" alla propria visione culturale. L'ambiente in cui ci si troverà gradualmente a navigare, come un guanto, aderirà in modo sempre più armonico con la propria verità, sempre più confermata». (Contu-Marcacci, 2015).

L'online può essere interpretato (e vissuto) in modo eccedente (quando l'uomo si radicalizza, eccede, estremizza se stesso). Ma anche in modo limitato e limitante, quando restringe, contrae e smussa le proprie potenzialità. Si viene così a creare il paradosso di una *realtà diminuita (minus-umanizzazione)* nella quale l'individuo tende all'auto-sottrazione, annulla le sfumature di senso, cede alle logiche della semplicità e della contrapposizione.



# CHE COSA SONO DIVENTATI I MEDIA OGGI

strumento

sistema

ambiente

umanità



# strumenti mediali



# sistema mediale



# ambiente



# umanità mediale



# CHE COSA SUCCEDDE NEI SOCIAL NETWORK?

umanità mediale

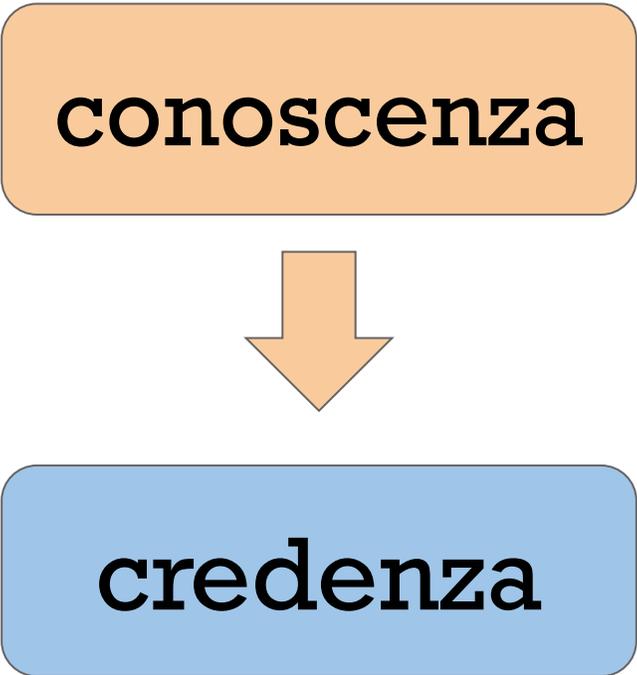
proiezioni

vissuti

pratiche/azioni

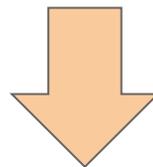








verbale

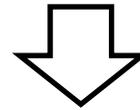


visuale



# EDUCAZIONE-MEDIA: QUALE RELAZIONE?

education / media



educare  
CON  
i media

educare  
AI  
media

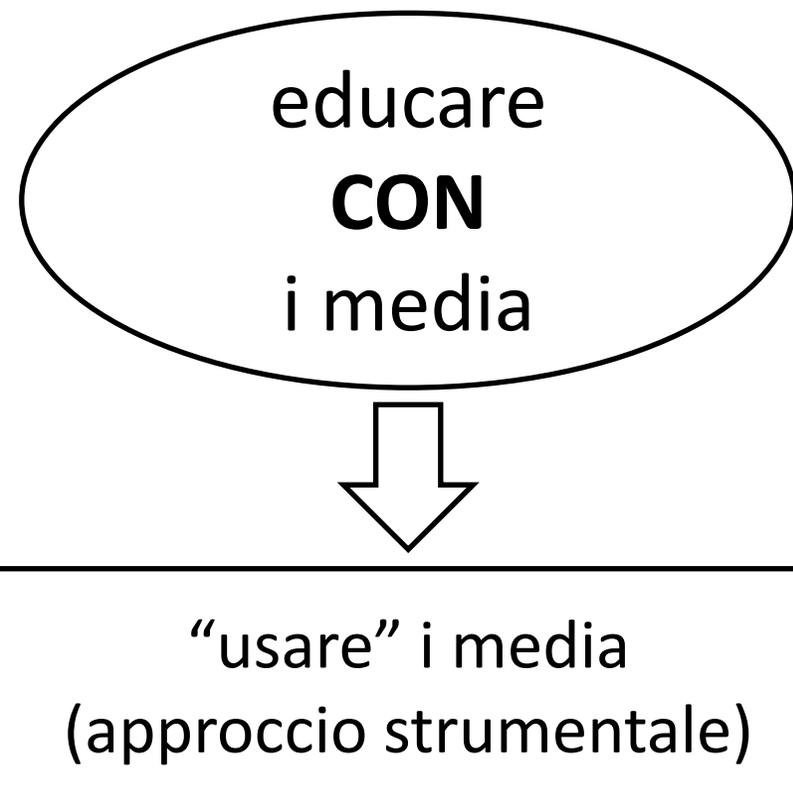
educare  
NEI  
media

educare  
ATTRAVERSO  
i media

educare  
I  
media

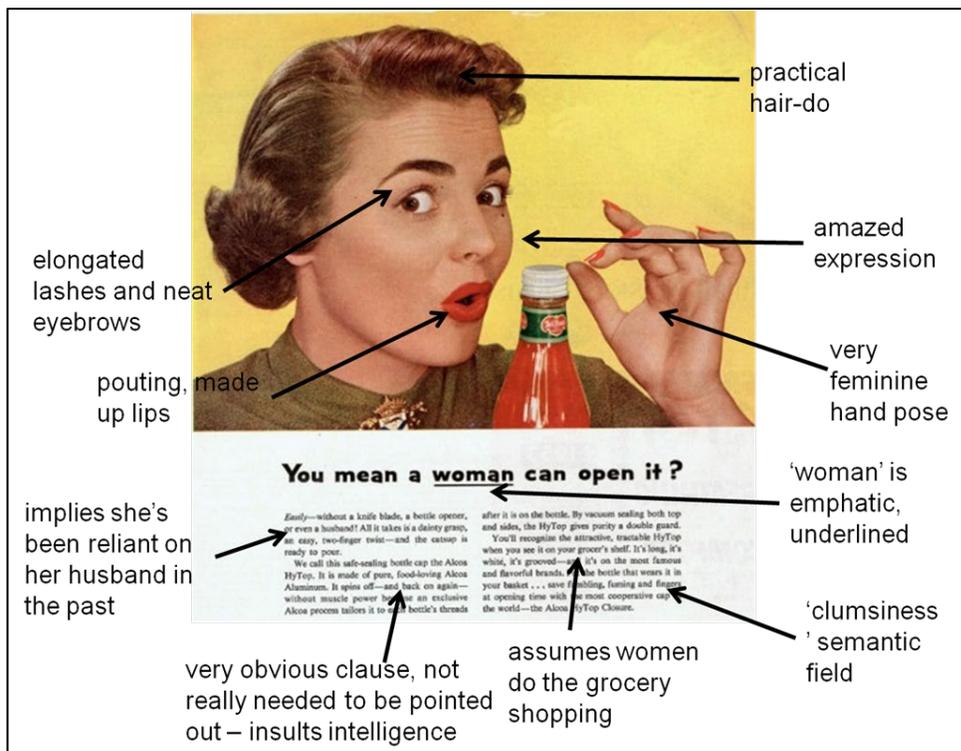


media = oggetti, tools  
education = istruire

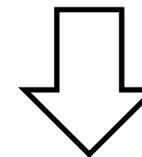


didattica digitale, technical  
skills, mediazione





educare  
AI  
media



“comprendere” i media  
(approccio critico)

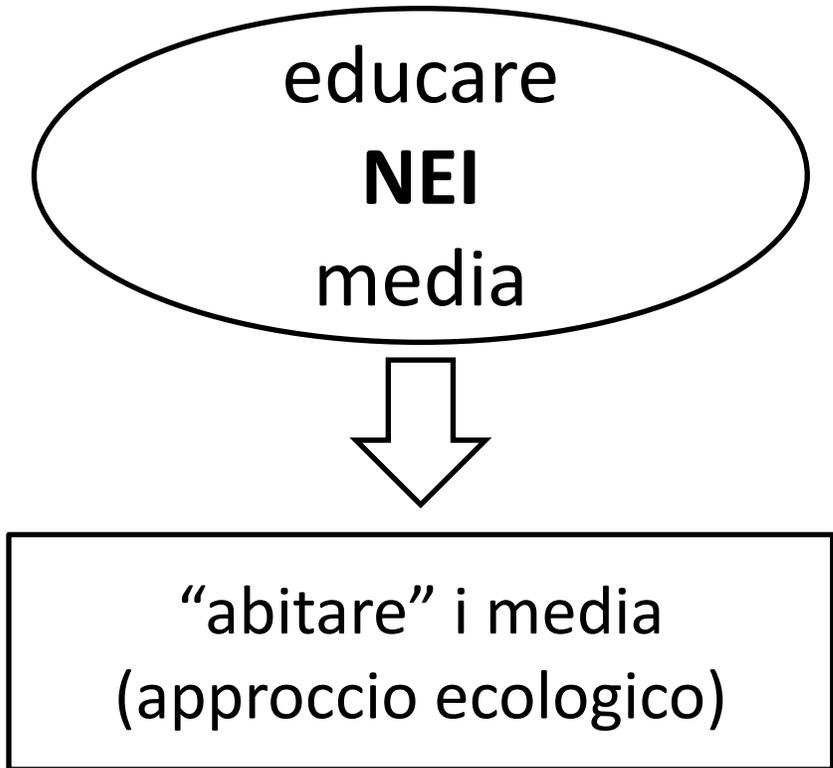
media = testi, contenuti  
education = analizzare

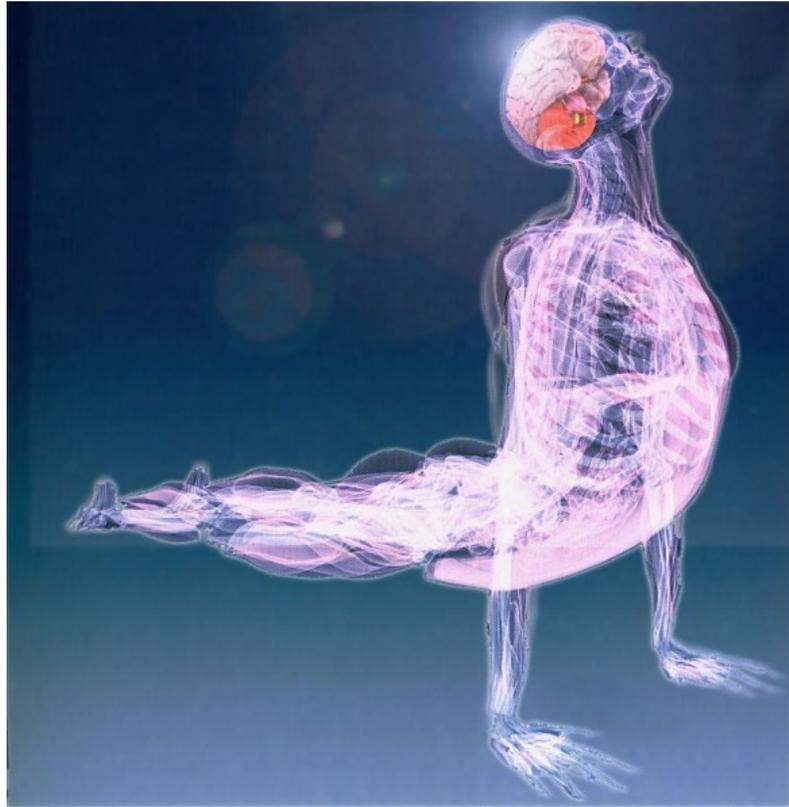
analisi semiotica, pensiero  
critico, interpretazione



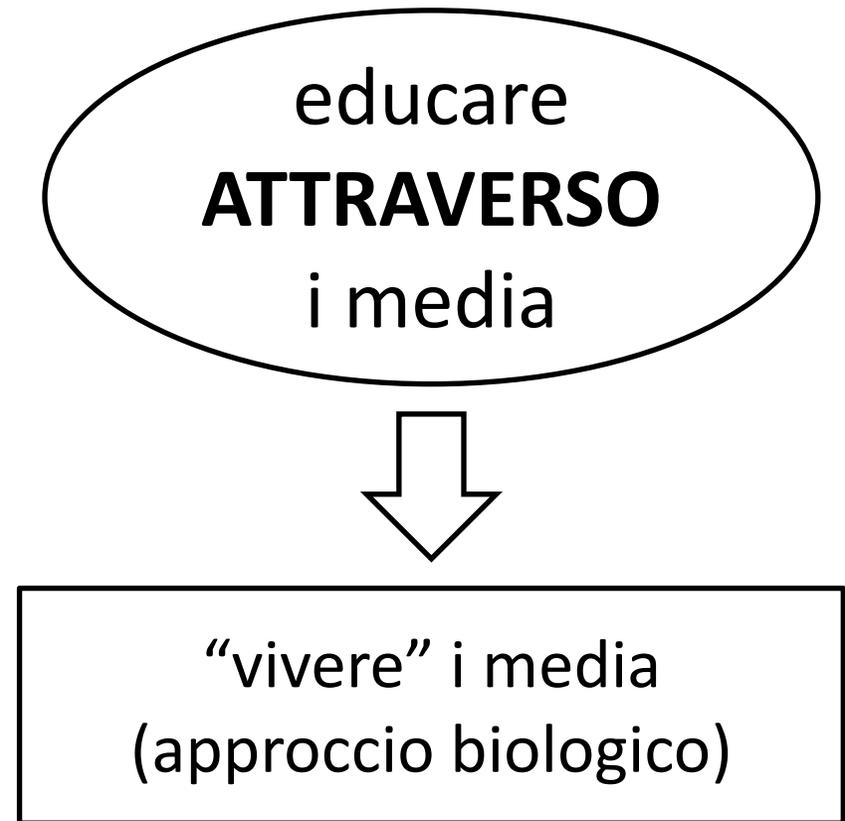


media = ambiente  
education = cittadinanza





media = tessuto connettivo  
education = cooperare



connessione, condivisione,  
interazione bio-organica





educazione / media

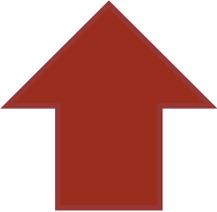


educare CON i media	educare AI media	educare NEI media	educare ATTRAVERSO i media
---------------------------	------------------------	-------------------------	----------------------------------

educare  
I  
media

**PARADIGMA TECNOCENTRICO**

educati  
DAI  
media



**PARADIGMA  
ANTROPOCENTRICO**



due  
paradigmi



i media sono la causa  
della nostra cultura



educati  
DAI  
media

PARADIGMA DETERMINISTICO



due  
prospettive  
pedagogiche



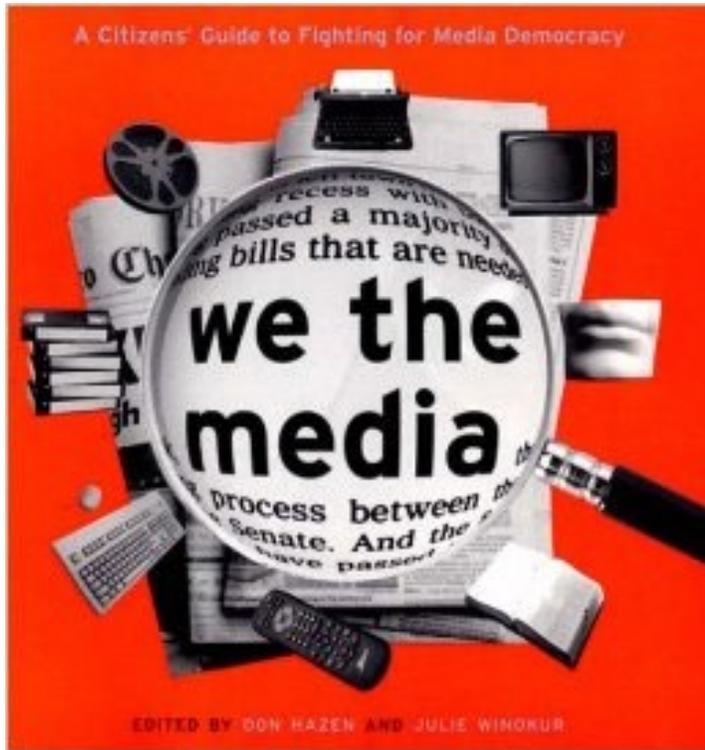
i media sono pratiche  
socio-culturali e  
proiezioni  
dell'umano



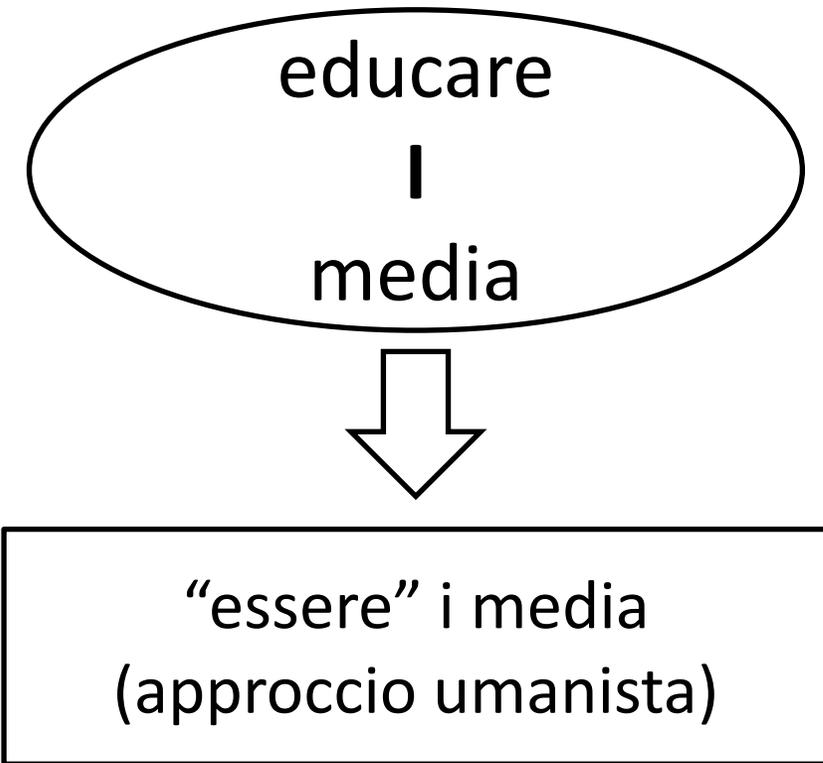
educare  
I  
media

PARADIGMA UMANISTICO



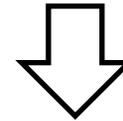


media = proiezione  
education = formar-si



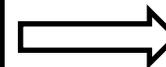
azione, pro-getto, responsabilità,  
testimonianza

# i media siamo noi: UMANITÀ MEDIALE

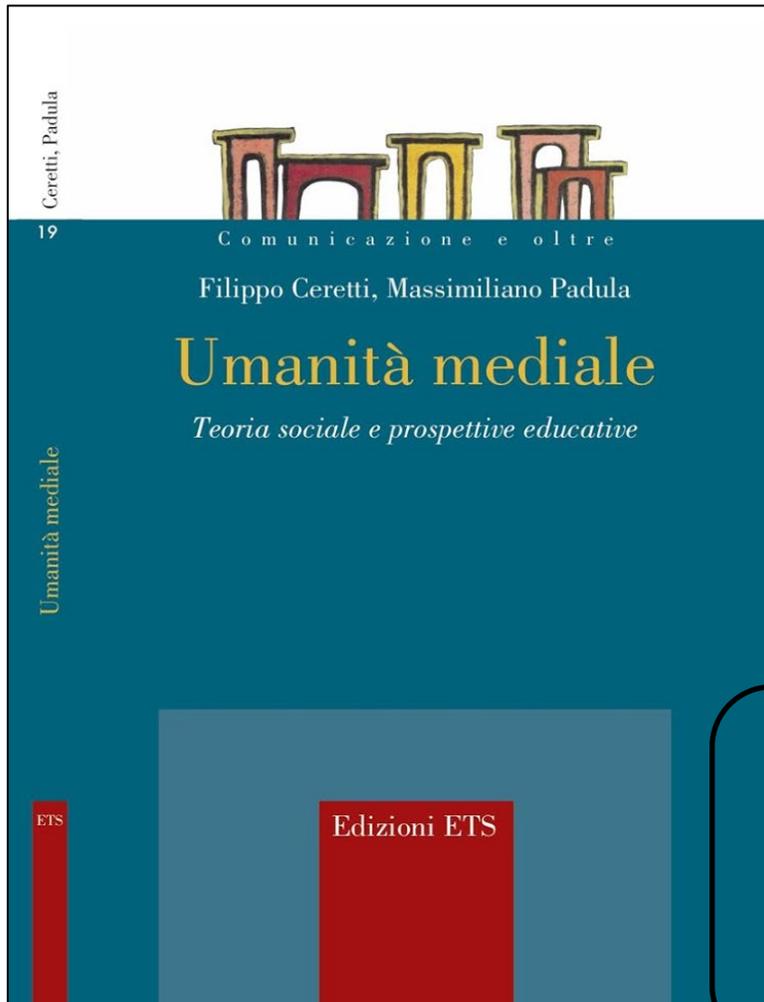


**MEDUCAZIONE**  
(pedagogia dell'umanità mediale)

riflessione sui MEDIA  
in quanto *strumento,*  
*oggetto, ambiente, tessuto*  
*educativo*



riflessione sull'UOMO  
nel suo sviluppo come  
*essere mediale*



umanità mediale



la m-educazione: competenza mediale come **stile di vita**



# RISPONDIAMO CON L'AUTOCITAZIONE

I tempi e gli spazi di fruizione dei contenuti proposti dai media tradizionali erano controllabili e misurabili. La cultura digitale scardina queste certezze e ci attribuisce ruoli che possono destabilizzarci. I media siamo (diventati) noi. Le tecnologie digitali, al di là degli algoritmi, sono semplicemente il traslato della nostra coscienza. Sta a noi colorarle di bellezza oppure ingrigirle e macchiarle di oscenità.



# LA BUONA NOTIZIA (GESÙ STESSO)

- *Per noi cristiani, l'occhiale adeguato per decifrare la realtà non può che essere quello della buona notizia, a partire da la Buona Notizia per eccellenza: il «Vangelo di Gesù, Cristo, Figlio di Dio» (Mc 1,1). Con queste parole l'evangelista Marco inizia il suo racconto, con l'annuncio della "buona notizia" che ha a che fare con Gesù, ma più che essere un'informazione su Gesù, è piuttosto la buona notizia che è Gesù stesso. Leggendo le pagine del Vangelo si scopre, infatti, che il titolo dell'opera corrisponde al suo contenuto e, soprattutto, che questo contenuto è la persona stessa di Gesù.*

- **Francesco, Messaggio per 51<sup>a</sup> GMCS**



# LA DIACONIA DELLA CULTURA: DALL'AUTOREFERENZIALITÀ ALLA CARITÀ

*La pastorale non deve limitarsi a usare i media per diffondere il Vangelo: la sfida consiste nel riuscire ad «integrare» la buona notizia «nella nuova cultura» comunicativa, la quale predilige la narrazione e la comunicazione per immagini e suoni. [...] La Chiesa nel digitale è chiamata a esercitare una «diaconia della cultura», ovvero dovrà superare la tentazione dell'autoreferenzialità per proiettarsi in una dimensione di carità.*

**A. Palermo, *La Chiesa mediale*, 2017**



# QUATTRO REGOLETTE

a) *Superare la tentazione di una **Chiesa esteta e plastificata***

- Il rischio è quello di mostrare l'esperienza ecclesiale come una sorta di «consenso» o «prodotto». Una rappresentazione patinata della Chiesa può risultare «sexy» per i lontani ma immediatamente inautentica per chi crede e vive in Cristo.

b) *La **connessione** non produce automaticamente una **comunione***

- Lavoriamo per «la cultura dell'incontro», in modo semplice «come ha fatto Gesù»: non solo vedendo ma guardando, non solo sentendo ma ascoltando, non solo incrociando le persone ma fermandosi con loro, non solo dicendo «peccato, povera gente!» ma lasciandosi prendere dalla compassione; «e poi avvicinarsi, toccare e dire: "Non piangere" e dare almeno una goccia di vita».

c) ***Online e offline** non sono due dimensioni pastorali distinte*

- *Proviamo a integrare sensibilità culturale e comunicativa con una dimensione teologica e spirituale.*

d) *La **comunicazione** non si improvvisa*

- Sergio Lanza scriveva che «progettare l'azione ecclesiale è un fatto di mentalità, un approccio motivato e appropriato alle prospettive che guidano l'agire ecclesiale e l'orientano». Non esiste, infatti, progettualità laddove c'è una «pressione ideologica che non ascolta la realtà» e una incapacità nel comprendere cosa – come – perché bisogna progettare l'azione pastorale.



# CONTRO UNA PASTORALE DELLA CONSERVAZIONE

- Comunicare e testimoniare la fede nella cultura digitale «necessita di un continuo confronto culturale, di dialogo aperto, ma non irenico, di una proposta paziente e accogliente, ma forte e integrale della fede», per sfuggire a quella che Sergio Lanza definiva la «tentazione di una pastorale della conservazione».



# L'EFFETTO DOGVILLE

- Nella contemporaneità modulata sulle pratiche e i formati della cultura digitale viene a crearsi quello che possiamo definire “effetto Dogville” prendendo spunto da un film di Lars Von Trier uscito nel 2003. La pellicola racconta la storia di Grace che, inseguita da alcuni gangster, trova rifugio nella cittadina di Dogville. Il regista decide di rappresentare la città come un grande spazio vuoto dove non ci sono pareti né altri segni identitari. Un luogo monodimensionale in cui tutto è riconoscibile tranne il cuore dei suoi abitanti, il loro dolore e la verità della loro esistenza. Dogville diventa così una delle metafore del tempo presente, di una società sempre più trasparente ma nello stesso tempo grossolana.
- Una società in cui le sfumature lasciano il posto al bianco o al nero, a un’idea o al suo esatto contrario. E nella quale un migrante diventa o una minaccia da eliminare oppure il vessillo autoreferenziale in nome di una accoglienza senza criteri.



# (COME) ESSERE «PAOLINI» NEL TEMPO DEL WEB

- Non significa:

- Demonizzare il web
- Essere tecnici del web
- Usare il web come strumento di evangelizzazione
- Vivere esperienze online come se fossero altro dalla nostra esistenza (offline)

- Significa:

- Capire che il web è uno spazio di esistenza che non è né cattivo né buono
- Comprendere che i buoni (o i cattivi) siamo noi (e che di conseguenza *il web siamo noi*)
- Vivere il web come spazio e tempo di evangelizzazione
- Proiettare il proprio essere pastori (uomini, padri, figli, educatori) nel web
- Essere «buoni samaritani» facendosi carico e praticando le virtù (del digitale): **meducazione**

*Da imago dei a prōiectus (imagine) dei*



**Massimiliano  
Padula**

**massipadula@gmail.com**

***Grazie!!!***



***The End***

**Scheda analisi video** (EduMedia1617 – Ceretti)

<b>FASE</b>	<b>DOMANDA</b>	<b>OPERAZIONE</b>	<b>TEORIA</b>	<b>LOGICHE</b>	<b>AZIONI</b>
<b>1</b>	what about? - di che cosa parla?	visione attenta	meaning theory	temi, topic, idee, significati (che appaiono immediatamente)	segnalo i temi, i significati che mi sembra siano più importanti (che vanno poi verificati nel corso dell'analisi)
<b>2</b>	what? - che cosa vedo?	riconosco gli elementi del set e della storia	storytelling	dalla fiction (set), alla storia (vissuto situazionale), al sapere (conoscenza)	elenco gli oggetti di cui è fatto il video (personaggi, cose, ambienti, suoni, ecc.) – segnalo i più importanti, quelli che “danno senso” alla storia (e perché)
<b>3</b>	why? - perché lo vedo?	scompongo il video in sequenze e inquadrature (framing)	text analysis	la struttura del testo	conto le inquadrature, mi fermo su quelle più importanti (perché mi sembrano importanti?), rifletto sulla qualità delle immagini, sullo stile, sulle connessioni tra le diverse inquadrature, ecc. in modo che il video sia attraversato dalla mia comprensione
<b>4</b>	how? - come lo vedo?	riconosco il punto di vista	representation analysis	la scrittura del testo (la presenza di uno sguardo-guida, di un autore)	rifletto sulla prospettiva con cui vedo le cose, sul fatto che qualcuno (chi?) mi sta facendo vedere qualcosa (che cosa?) in un certo modo (come?)
<b>5</b>	what action? - che cosa mi fa fare?	rifletto sulle mie interazioni con il testo	pragmatic analysis	il testo come “macchina che comunica”: la presenza del lettore nel testo	rifletto sui modi in cui il testo mi coinvolge (come? perché?), mi induce a “posizionarmi”, a scegliere, richiede la mia collaborazione per generare i significati, gioca con me e con il mio sguardo (vedere-sapere-credere)
<b>6</b>	quali sono i significati profondi?	interpretazione	ermeneutica	comprensione del testo	verifico i temi evidenziati all'inizio dell'analisi: “funzionano” ancora? ne sono emersi altri? propongo un giudizio complessivo sul senso del video, sui significati che contiene
<b>7</b>	quale uso educativo	valutazione pedagogica	media education	design didattico	ragiono sull'eventuale inserimento del video nell'azione educativa: in che modo può essere “utilizzato” in un contesto formativo? in quale modo proporre la visione e l'analisi?