

Movie

IMMAGINI IN MOVIMENTO

L'ACEC Toscana per la Scuola

Corsi di Educazione all'immagine e con l'immagine

Panoramica sulla comunicazione

Nucleo A1

- 1.1) Il processo della comunicazione.
- 1.1.1) I protagonisti della comunicazione
- 1.1.2) Il segno veicolo di comunicazione
- 1.1.3) Sistema di segni: linguaggi.
- 1.1.4) Convenzione e codice: lingue.
- 1.1.5) Linguaggio verbale e linguaggio delle immagini.

Nucleo A2

- 1.2) Vecchi media: mass media, mediatori con la massa.
- 1.2.1) Esempi: televisione, cinema e pubblicità.

2) Leggere un film/1

Nucleo B1

- 2.1) L'immagine tecnica.
- 2.1.1) La grammatica del cinema (inquadratura, movimenti di macchina, montaggio...)
- 2.1.2) Analisi strutturale e semiologica.

- 2.2) La vicenda.
- 2.2.1) L'aspetto narrativo del film, la storia raccontata.
- 2.2.2) I nuclei narrativi.
- 2.2.3) Il protagonista.
- 2.2.4) I dialoghi e il sonoro in generale.
- 2.2.5) L'ambiente sociale, politico, culturale.

Nucleo B2

2) Leggere un film/2

- 2.3) I racconti.
- 2.3.1) I modi narrativi.
- 2.3.2) Il tipo di struttura (lineare, a flashback, ecc.).



- 2,3,3) I pesi strutturali.
- 2.3.4) I modi semiologici.

- 2.4) Le significazioni.
 - 2.4.1) Significazione immediata.
 - 2.4.2) L'idea centrale.
 - 2.4.3) Universalizzazione.

- 2.5) Valutazione tematica e artistica.

Approfondimenti

Nucleo C1

Storia del cinema

- 8.1) I precursori
- 8.2) Tecnica e fisiologia della visione
- 8.3) I fratelli Lumiere
- 8.4) Meliès ed il cinema muto
- 8.5) Le evoluzioni tecniche (sonoro, colore, surround, cinema digitale)

Nucleo C2

I nuovi media

- 1.3) Nuovi media: social network, rete sociale.
 - 1.3.1) Totale trasformazione del mondo della comunicazione.
 - 1,3,2) Abolizione delle distanze e abolizione del tempo.
 - 1.3.3) Tutti in grado di comunicare senza più nessuna mediazione.
 - 1.3.4) Accenni su: mutazione antropologica e sociale, confusione tra reale e virtuale, divario digitale

Nucleo C3

I nuovi modi di fruizione del cinema

- 7.1) Il cinema in televisione e le piattaforme on line.
- 7.2) Come cambia l'industria cinematografica.
- 7.3) Le serie tv.
 - 7.3.1) Il racconto cinematografico si amplia.
 - 7.3.2) Visione di alcune sequenze di serie tv.
- 7.4) Il valore socializzante del cinema in sala.

Nucleo C4

Cinema e filosofia

- 5.1) Il rapporto tra cinema e filosofia.
 - 5.1.1) Il pensiero espresso attraverso le immagini.
 - 5.1.2) «Concettidea» e «concettimmagine».
- 5.2) Analisi di un tema filosofico attraverso un film: Il libero arbitrio.
 - 5.2.1) Proiezione di un film (o di sequenze di un film) riguardante il libero arbitrio.

Nucleo C5

Cinema e storia

- 6.1) Il rapporto fra cinema e storia.
 - 6.2.1) I film storici come *strumento* per raccontare la storia dell'epoca descritta dalle loro immagini.
 - 6.2.2) I film storici come *fonte* per conoscere la storia del periodo in cui tali pellicole sono state prodotte.
 - 6.2.3) I film storici come – in alcuni casi – *agenti di storia* cioè come protagonisti essi stessi di eventi storici.
- 6.3) Proiezione di un film (o di sequenze di un film) che esemplifichi le tre funzioni del cinema storico.

PROGRAMMA base

Il Corso proposto può essere svolto in 4 incontri, meglio ancora poterlo distribuire su 6 incontri + 2 per le proiezioni, così come può essere suddiviso in più interventi.

1) Nozioni base della comunicazione

Con questo modulo, che come dice il titolo offre una panoramica, si intende fornire un quadro generale sulla comunicazione. Pertanto, alcuni aspetti specifici, soprattutto collegati alle nuove forme di comunicazione (sociale network, ecc.), possono essere approfonditi a parte.

Nucleo A1,

Nucleo A2

Nucleo C2 (opzionale)

2) Lettura del film

Questo è un modulo molto più specifico e intende fornire elementi metodologici per la lettura di un film

Nucleo B1,

Nucleo B2

3) Esercizi di lettura/1

Presentazione e visione di un film (o di spezzoni di film con lettura immediata)

4) Esercizi di lettura/2

Lettura del film (nel caso sia stato visto per intero nell'incontro precedente)

I nuclei della serie “C” (Approfondimenti) possono essere gestiti sia in aggiunta al programma base che autonomamente.

Appunti esplicativi di alcuni possibili temi da trattare nella prima parte del corso

La comunicazione

I protagonisti della comunicazione.

La comunicazione di massa. Comunicazione e informazione.

L'informazione in giornali, radio e tv: le differenze.

L'avvento e la rivoluzione di internet e dei social network

Comunicare, una delle prime esigenze dell'uomo.

La necessità di un segno, di un veicolo di comunicazione: i gesti (anche le minacce: la clava; o le carezze) i graffiti, la scrittura...

Persino Dio ha avuto bisogno della parola per creare il mondo (Genesi: E Dio disse...

Giovanni: In principio era il Verbo...)

Il segno: qualcosa che sta al posto di un'altra e la rappresenta a fini conoscitivi.

Da qui i segni naturali (nuvole, ma anche la prossemica - distanze interpersonali -, cinesica - gestualità naturale: espressioni di paura o altro), connaturali (immagini, foto, i contorni della realtà,...) convenzionali (codice comune: esempi: tavolo, sedia...).

Sistema di segni: linguaggi

Per capire i linguaggi convenzionali bisogna condividere la convenzione, il codice. Da qui le lingue.

Altra distinzione a livello di linguaggi:

linguaggio verbale (concetti), linguaggio delle immagini (contorni - connaturalità).

Incapacità di ragionare per concetti.

Qui entra in gioco anche internet, ma anche i cellulari, gli sms, ecc. Il linguaggio sincopato, le abbreviazioni...

Nel corso dei secoli la comunicazione ha avuto delle accelerazioni improvvise, rivoluzionare: p.e. l'invenzione della stampa e l'invenzione di internet.

Dalla prima (con la successiva aggiunto dell'uso dell'etere e prima ancora del cinema/immagini in movimento) sono derivati i mass media, dalla seconda i nuovi media.

Mass media = mezzi di comunicazione di massa = mediatori con la massa (senza interazione diretta)

Social network = rete sociale = gruppi di individui connessi tra loro (comunicano tra loro, interagiscono direttamente)



Comunicazione non informazione

Comunicare = fare comune

E comuni possono essere solo le idee, i contenuti mentali...

Il processo della comunicazione:

R C S R

Realtà Comunicante Segno Recettore

La notizia di un evento non è quell'evento.

Dietro ogni notizia (ogni segno) c'è sempre un'idea.

Ci sarebbe anche da dire, lo accenniamo e basta, del ruolo sociale dei mezzi di comunicazione di massa, nel bene e nel male, ad esempio nell'evoluzione dell'Italia: Tv: l'unità linguistica, la spinta ai consumi....

Giornali: la partecipazione sociale e politica, il senso di appartenenza (stampa cattolica).

La rivoluzione comunicativa del XX secolo

Vecchi media: mass media, mezzi di comunicazione di massa, mediatori con la massa (radio, tv, giornali, cinema...).

Nuovi media, new media: sono quei mezzi che si sono sviluppati con la nascita dell'informatica; di fatto tutto quello che ruota intorno ad internet: i siti, i portali, i social network o social media (facebook, twitter, instagram, whatsapp...).

Non riguardano più la massa, ma gruppi più o meno ristretti e soprattutto sono interattivi.

Social network = rete sociale = gruppi di individui connessi tra loro (comunicano tra loro, interagiscono direttamente).

Una vera e propria rivoluzione, ma non per i «nativi digitali».

Totale trasformazione del mondo della comunicazione.

Abolizione delle distanze.

Il villaggio globale.

Ma anche abolizione del tempo: in tempo reale.

Tutti in grado di comunicare senza più nessuna mediazione.

Senza verifica, senza mediazione giornalistica.

Eppure: Internet viene ritenuto attendibile e la tv poco attendibile (anche giornali).

Radio molto attendibile

Mutazione antropologica e sociale

Individui in una «società incessante», sempre attiva, sempre intenta a digitare, a twittare, a condividere, a mandare mail, senza differenza tra giorno e notte, tra feriale e festivo, tra casa e ufficio (scuola).

Una società forse arrivata verso una colossale dipendenza dalla «connessione»... (il terrore di non essere connessi...).

Cambia quindi la psicologia ai tempi di internet.

Inversione clamorosa del sapere, p.e.: i figli insegnano ai genitori... Ma anche agli insegnanti.

La sessualità inscenata e trasgressiva, la pornografia...
la pedopornografia (fenomeno sviluppatosi con internet, con la stampa solo pornografia «tradizionale»...).

Odio in rete.

I giovani si muovono a proprio agio in un mondo in cui non si distingue più il reale dal virtuale, è un tutt'uno.

I sentimenti, la manifestazione dei sentimenti.
Non esiste più il timido, la faccia rossa... ma non solo...

Divario digitale

Rischia di aumentare ancora di più il divario tra le generazioni.

Internet è diventato il luogo dell'esperienza quotidiana.
Modificando tutto, ovviamente ha modificato anche il mondo della comunicazione.
È entrato in questo mondo il protagonismo dell'utente.
Per i media internet è stato una sorta di tsunami.
Fino a 4 anni fa 7 milioni di copie i quotidiani.
Oggi circa la metà. Si sono perse oltre 3 milioni di copie.

Cinque concetti fondamentali:

il mondo dei media cambia profondamente, la tecnologia è a disposizione di tutti, le nuove generazioni sono digitali, i concetti di spazio e tempo sono rivoluzionati, il contenuto è liquido (foto, testo, video audio).

Il protagonismo dell'utente significa che non c'è più bisogno dei media tradizionali. Le aziende byepassano i media e si rivolgono direttamente all'utente.

Gli apparecchi mobili sono quelli che hanno dato l'ultimo colpo alla carta stampata e alla centralità dei media cartacei: la portabilità dell'informazione.

È cambiato quindi il modo di fare informazione. Sono cambiate le fonti dell'informazione.

Da dove passa oggi la comunicazione o l'informazione come la vogliamo chiamare?
Passa soprattutto dalla rete (internet), dai satellitari...

Il ruolo della rete, dei social network.

I quotidiani hanno ormai tutti i giorni un pezzo sulla rete.

I politici parlano su Facebook o su Twitter.

La rete non è gestibile

Più informazione, più comunicazione, tutti sono in grado di comunicare, meno controllo e quindi meno qualità.

Il giornalista (il mediatore) oggi sarebbe utile più che mai, ma se ne fa tranquillamente a meno.

In questo sistema, se vogliamo più convulso, si dura sempre più fatica a distinguere. A distinguere ad esempio tra le istituzioni, a tentare di trovare il modo di capirle, a tentare di trovare un linguaggio appropriato per parlarne.

Si parla di politica come di sport, anche nel linguaggio.

Ma non è solo una questione di linguaggio perché la politica è realmente diventata competizione (alla fine anche con meno regole dello sport) in un circolo vizioso tra politici e media.

I videogiochi

Ma la vera rivoluzione digitale è il videogioco.

È generalmente il primo impatto con il digitale, l'uso inizia da piccolissimi.

Confusione tra reale e virtuale.

Il virtuale scambiato per reale e viceversa.

I temi dei videogiochi: la violenza, il razzismo...



II TEAM ACEC Toscana EDUCAZIONE ALL'IMMAGINE"

Andrea Faglioli

Giornalista, direttore di EDAV, esperto di corsi di educazione all'immagine.

Giuliano Fontani

Presidente SAS Toscana, esperto di audiovisivi e corsi di Educazione all'Immagine.

Andrea Bigalli

Giornalista pubblicitista, insegnante di cinema, iscritto SNCCI .

Marco Vanelli

Giornalista pubblicitista, insegnante di cinema, direttore rivista CABIRIA

Andrea Sani

Professore esperto di cinema e storia, cinema e filosofia.

Michele Crocchiola

Direttore centro culturale STENSEN, Esperto di processi cinematografici.

Vito Rosso

Presidente ACEC Toscana, esperto in comunicazione digitale e Educazione all'immagine