

Media literacy e promozione della salute



Che cos'è

““ La media literacy è la capacità di accedere, analizzare, costruire e valutare i messaggi dei media in tutte le loro forme [The Center for Media Literacy] ””

““ “La media literacy è un *repertorio di competenze* che consentono allo spettatore/utente di analizzare valutare e creare messaggi all'interno dell'ormai vasto universo mediatico. Un cittadino media literate è quindi un individuo che sa come cercare una determinata informazione, sa comprenderne il messaggio e la sua provenienza.” [European Association for Viewers Interests] ””

La media literacy è stata per molti anni considerata unicamente come un approccio di tipo educativo per proteggere le persone dalle influenze negative dei mezzi di comunicazione, in particolare della televisione.

Studiosi canadesi hanno arricchito il concetto negli anni. In pratica è avvenuto un passaggio dall'educazione ai media (*media education*) all'alfabetizzazione ai media (*media literacy*), che ha portato ad esplorare non solo le funzioni e l'efficacia educativa della disciplina ma anche e soprattutto, le sue potenzialità di **sviluppo di capacità critiche e di empowerment degli individui.**

Adolescenti e mass media



La media literacy assume un'importanza strategica soprattutto per le fasce giovanili della popolazione.

Bambini e adolescenti trascorrono la maggior parte del loro tempo a contatto con diversi media: dalla televisione, a internet, alla telefonia mobile. Usano i nuovi media senza ridurre il tempo che trascorrono sui vecchi media - quasi il **50%** del tempo che trascorrono svegli - [HBSC, 2008].

Modello integrato di media literacy

*Lynda Bergsma 2011**: prima ipotesi di modello integrato di media literacy dal punto di vista della promozione della salute

Secondo le informazioni che derivano dalle neuroscienze, il cervello degli adolescenti non è adeguatamente “*equipaggiato*” per analizzare in modo critico e interpretare la gran quantità di messaggi eterogenei sulla salute che ricevono dai media. (Steinberg 2007)

* Journal of Media Literacy Education 3:1 (2011) 25 - 28

Nel nostro cervello esistono due reti (network):

Rete socio-emozionale:
particolarmente sensibile
agli stimoli sociali e alle
emozioni come quelle
suscitate dalle immagini
rapide ed emozionanti
veicolate dai media.



Rete controllo-cognitivo:
regola le funzioni del pensiero
progettuale, della pianificazione,
dell'auto-regolazione... funzioni
necessarie a valutare i rischi e a
prendere decisioni sulla propria
salute.



Sono collocate in parti del cervello diverse e la prima si sviluppa all'inizio dell'adolescenza, la seconda gradualmente più avanti.

Il rischio è il prodotto della competizione tra queste due reti. La mancanza di “dialogo” e scambio tra di esse spiega i comportamenti impulsivi e rischiosi degli adolescenti. (Steinberg 2007)

E' necessaria una strategia che favorisca lo sviluppo del pensiero critico per incoraggiare lo scambio tra le due reti.



Media literacy nella promozione della salute

Il **modello integrato di media literacy** proposto da *Lynda Bergsma* deriva dalla combinazione di:

Teoria del comportamento pianificato (Ajzen, 1991)
Catena causale credenze, atteggiamenti e intenzione al comportamento indirizzano un comportamento a livello individuale.

Teoria Sociale Cognitiva (Bandura, 1997)
I comportamenti non sono solo influenzati dalle proprie esperienze ma anche dall'osservazione delle azioni degli altri e delle relative conseguenze e quindi dalle interazioni degli individui con il contesto.

Entrambe parlano di *auto-efficacia* e *luogo di controllo percepito* (locus of control) => **empowerment individuale**

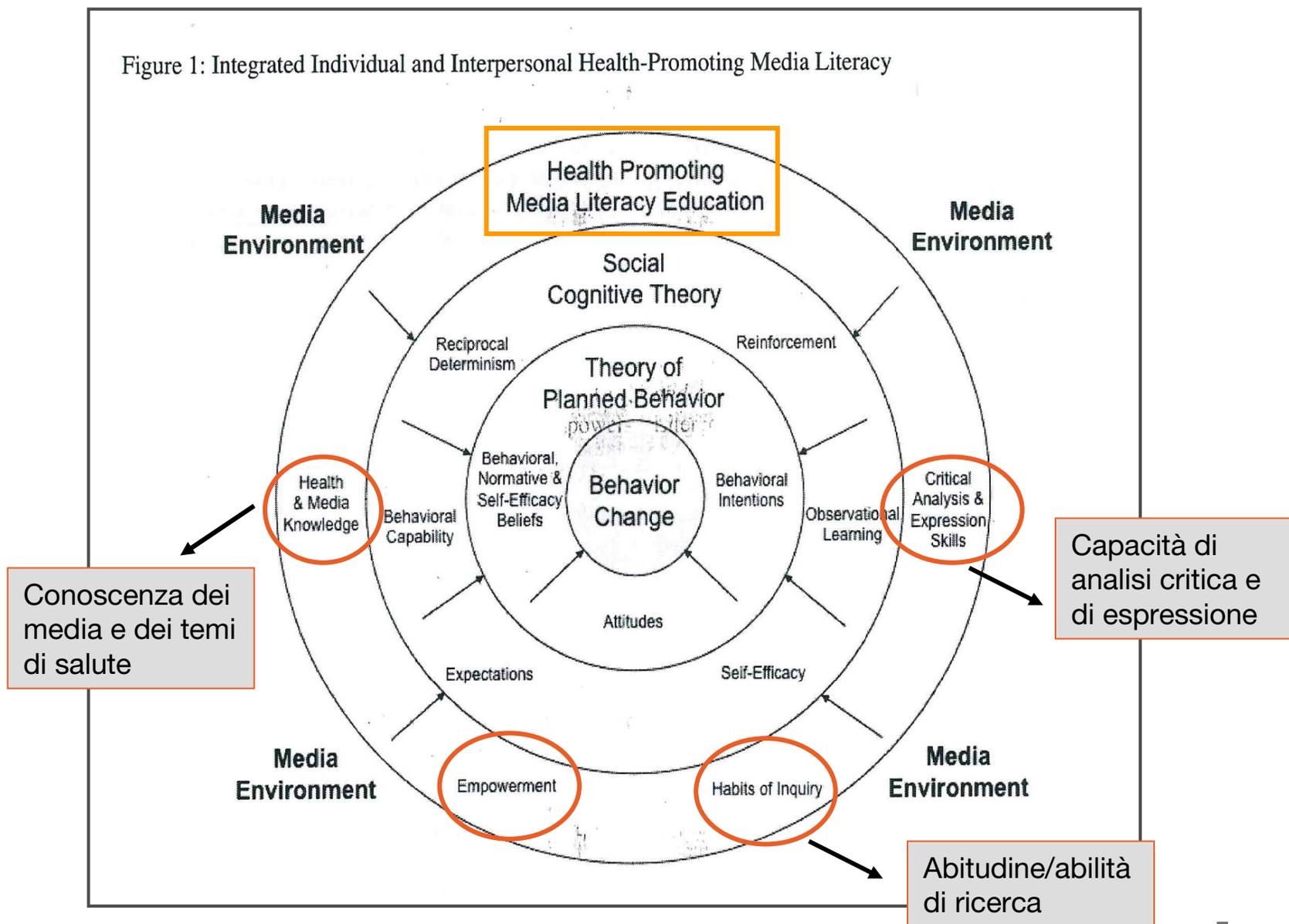
* Journal of Media Literacy Education 3:1 (2011) 25 - 28

Oltre all'empowerment altri **tre elementi** devono essere inclusi negli interventi di media literacy nella promozione della salute al fine di modificare credenze, atteggiamenti, intenzioni e comportamenti:

- ✓ Conoscenze relative ai media e ai temi di salute
- ✓ Abitudine e abilità alla ricerca/domanda
- ✓ Abilità di analisi critica di espressione (putting into words)

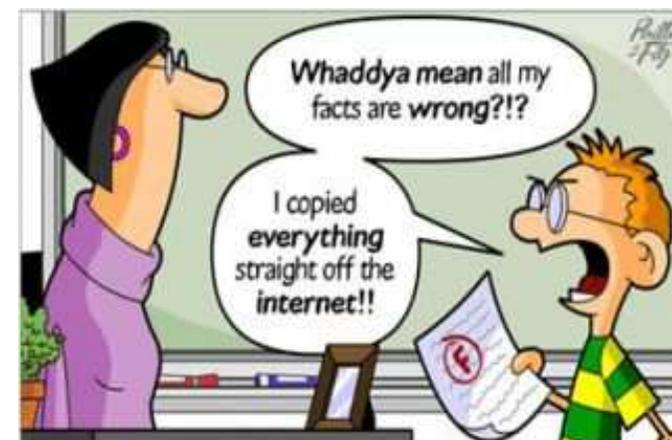
Lavorare sull'empowerment e su questi 3 elementi consente di favorire lo sviluppo di competenze critiche negli individui e di abilità per proteggersi dalle influenze negative spesso rappresentate dai modelli di comportamento proposti dai media, specialmente sui giovani.

Figure 1: Integrated Individual and Interpersonal Health-Promoting Media Literacy



Dai media, i ragazzi “vengono continuamente influenzati, sia nella vita intellettuale che in quella affettiva e sociale. Da essi attingono elementi importanti *per costruire la propria identità, i propri modelli di salute e benessere, e di comportamento sociale ...*”. [A. Pellai, A. De Santi, 2008]

Dal punto di vista educativo e formativo, è necessario non tanto “proteggere i più giovani da messaggi indesiderati, ma *renderli abili nell'utilizzare i media e le informazioni veicolate da essi in maniera critica* e creativa per favorire il loro sviluppo individuale e sociale” [WHO, 2007]



Media literacy e Promozione della salute

Da diversi anni il mondo della salute pubblica ha riconosciuto l'influenza che i media esercitano sulle scelte e i comportamenti di salute delle persone in termini di informazioni veicolate e modelli di riferimento.

Con l'avvento dei social media, degli smartphone e delle nuove tecnologie in generale, i media sono sempre più radicati e pervasivi nella nostra vita quotidiana, e pertanto essi devono essere considerati a tutti gli effetti come **determinanti sociali e culturali di salute**.

I media hanno il potere di **influenzare i nostri valori, attitudini e comportamenti**. Le immagini e le parole che ci arrivano giornalmente riproducono *codici comportamentali e significati culturali* e diffondono stereotipi sulla vita, sulla salute e sulla malattia.



In letteratura, le influenze negative dei media sui comportamenti di salute si studiano da una decina d'anni, in modo particolare rispetto ai seguenti ambiti:

- *comportamenti sessuali a rischio* [Strasburger, 2014]
- *obesità* [Livingstone et al., 2006]
- *percezione dell'immagine corporea e disordini alimentari* [Van Den Berg et al. 2007]
- *fumo di tabacco* [Wellman et al., 2006; Sargent JD, 2005]
- *consumo di alcol* [Snyder et al., 2006]



Cresce la necessità di stimolare negli individui, in particolare nei più giovani, un **pensiero critico** rispetto ai messaggi, alle immagini e ai valori veicolati dai media al fine di comprendere come e in che misura essi possano influenzare le scelte di salute.

Per questo la media literacy è sempre più integrata nei programmi scolastici, nella formazione delle famiglie, degli educatori e degli operatori di sanità pubblica.

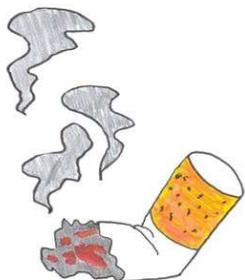
Sebbene la ricerca sul suo ruolo nella prevenzione dei comportamenti a rischio e nella promozione di stili di vita sani sia ancora da considerarsi agli esordi, le prime evidenze di efficacia, soprattutto per gli interventi realizzati nel *setting scolastico*, suggeriscono di considerare la **media literacy un elemento strategico nei programmi e negli interventi di salute pubblica.**

EVIDENCE

Media literacy e salute: evidenze di letteratura

1. Alcol e fumo

Interventi di media literacy nella scuola primaria aumentano nei bambini la consapevolezza dell'intento persuasivo delle pubblicità di *alcolici* e possono influenzare le loro decisioni circa il consumo degli stessi. Dopo gli interventi i destinatari sono generalmente meno propensi ad associare all'alcol immagini e situazioni positive e dichiarano di non voler assomigliare alle persone ritratte durante l'atto del bere. [E. Austin and K. Jonson, 1997]



Interventi di media literacy riguardanti il *fumo di tabacco* dimostrano una discreta efficacia nel diminuire l'appeal dei messaggi volti a normalizzare l'atto del fumare (denormalizzazione), riducendo la volontà di incominciare a fumare degli adolescenti [Primack and Hobbs, 2009; 2012]

2. Comportamenti antisociali

Diversi studi hanno dimostrato come gli interventi di media literacy nel setting scolastico possono ridurre i *comportamenti aggressivi* tra pari sia livello verbale che fisico. [Webb et al., 2009]



Altri studi hanno rilevato che interventi di media literacy su gruppi di *giovani ritenuti a rischio*, possono contribuire allo sviluppo negli stessi di abilità e competenze per scegliere in modo più consapevole ciò che è meglio per le loro vite e la loro salute. [J. Behson, 2002]



3. Affettività e Sessualità

Interventi di media literacy aumentano negli adolescenti la consapevolezza dell'importanza dei *metodi contraccettivi* per la prevenzione delle gravidanze indesiderate e delle malattie e la predisposizione al confronto con i pari, la famiglia e gli operatori sanitari circa la gestione della propria vita sessuale.

[ScullT.M. et al., 2014]

4. Immagine corporea, alimentazione e attività fisica

Una valutazione effettuata su un programma realizzato da un'associazione americana per i *disordini alimentari*, rileva come il possedere competenze di media literacy aiuti le adolescenti ad avere un rapporto equilibrato con la propria immagine corporea.

La media literacy favorisce inoltre un approccio critico e consapevole all'analisi delle immagini stereotipate dei corpi maschili e femminili veicolate dai media. [Begoray et al., 2015]

Altri studi hanno riscontrato l'efficacia di incontri, anche brevi, sulla media literacy, gestiti da **gruppi di pari**, nel contrastare le immagini corporee non realistiche veicolate dai media e i comportamenti alimentari non salutari. [Irving and Berel, 1998]



Un individuo media literate ...

- usa i mezzi di comunicazione in modo accorto ed efficace
- utilizza il pensiero critico quando valuta i messaggi dei mezzi di comunicazione
- valuta la credibilità delle diverse fonti
- comprende l'enorme potere delle immagini ed è in grado di decifrarle
- è in grado di esprimersi in modo chiaro e creativo utilizzando differenti mezzi di comunicazione
- riconosce l'influenza dei mezzi di comunicazione sulle credenze, sui valori e sui comportamenti delle persone

[The Center for Media Literacy]

**Being media
savvy does not
mean you're
media literate.**

- Frank W. Baker