



Classe

Italiano

Occasioni di confronto

Il messaggio degli spot è breve, immediato e riascoltabile, ma non sempre facilmente comprensibile. È necessario perciò affinare l'ascolto e lasciarci guidare da strumenti e da attività per cogliere bene il senso del messaggio. Partiamo da alcuni spot di campagne sociali e culturali per avviare un primo confronto fra i bambini. Per iniziare una conversazione si può partire da un videoclip, ma se si vuole discutere occorre anche trovare altre fonti che ci aiutino a precisare i nostri interventi.

Lo spot è un messaggio affidato a parole, musica, immagini

Il parlato trasmesso

Scegliamo con cura alcuni spot (vedi **Gli spot**), evitando quelli con marcati fini commerciali e preferiamo quelli di comunicazione sociale o culturale. Introduciamo l'attività tenendo conto di alcuni passaggi preliminari:

STEP 1 Presentiamo alcuni spot. Anticipiamo che si tratta di tre spot legati da un tema comune.

STEP 2 Guardiamo uno spot alla volta e poniamo i bambini nelle condizioni di scambiarsi le prime impressioni su di esso.

STEP 3 Sollecitiamo la scelta di una modalità per prendere la parola (uso di un oggetto come passaparola, alzata di mano...).

STEP 4 Incarichiamo una coppia di bambini di regolare il passaggio di parola: quando un bambino si segnala per parlare si segna il nome e si dà la parola in base all'ordine di richiesta.

STEP 5 Avviamo la conversazione.

Nel corso della conversazione:

- evitiamo di indirizzare i ragionamenti personali dei bambini;
- invitiamo a esplicitare in maniera più chiara il senso dell'intervento;
- riepiloghiamo via via le varie posizioni;
- in presenza di posizioni divergenti evitiamo di normalizzare le risposte;
- stimoliamo sempre l'uso di formule per esprimere l'accordo e per dire il contrario di ciò che si è sentito.

Prime informazioni

Organizziamo la classe in piccoli gruppi (tre o quattro bambini), ai quali affideremo l'analisi di uno spot. Sollecitiamo la scelta di un portavoce che rappresenti il gruppo nel confronto finale. Avviamo quindi una prima analisi guidata degli spot con la **SCHEDA 1**.

Dopo l'analisi, suggeriamo ai gruppi di annotare su un foglio le osservazioni emerse, in modo da disporre di un punto di vista comune.

TRACCIA PER SINTETIZZARE

- Lo spot pubblicizza un...
- Si rivolge a...
- Nello spot i personaggi...
- L'ambiente rappresentato è...
- Il messaggio è affidato...

SCHEDA 1: Analisi di uno spot/1

• Segnate le risposte che vi aiutano a descrivere meglio lo spot a voi assegnato.

1. Nello spot è pubblicizzato:

- un prodotto? Si ☐ No ☐
un servizio? Si ☐ No ☐
un'iniziativa? Si ☐ No ☐

Quale?.....

2. A quale pubblico si rivolge? Chi sono i destinatari del messaggio?

- ☐ Adulti
☐ Bambini
☐ Adulti e bambini

3. Quali ambienti sono presenti nello spot?

- ☐ Ambienti vicini alla vita di ogni giorno
☐ Ambienti distanti dalla vita di ogni giorno

C'è un'ambientazione particolare? Si ☐ No ☐
È un'ambientazione che affascina? Si ☐ No ☐

4. Ci sono personaggi?

Quali?.....

È possibile capire che ruolo svolgono?

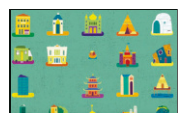
5. il messaggio è affidato:

- ☐ a una persona che parla da sola (monologo)?
☐ a più persone che parlano (dialogo)?
☐ a una voce fuori campo?
☐ a una musica di sottofondo?
☐ alle immagini?
☐ alle scritte?

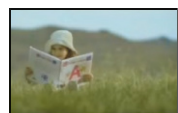
INDIVIDUARE ELEMENTI, CONTESTO E MESSAGGIO GLOBALE DI UNO SPOT.



www.salonelibro.it/it/scuola-e-ragazzi/12016-spot-nati-per-leggere.html



www.youtube.com > Libri per bambini | Come casa mia. Viaggio nel mondo dell'architettura | Editoriale Scienza



www.youtube.com > spot invito lettura

Gli spot

Gli spot di questa prima parte del percorso sono in continuità tematica. A vario titolo si occupano di libri e di lettura.

Il primo spot è realizzato dal Centro sperimentale di cinematografia Sede Lombardia, in collaborazione con la Regione Lombardia e le Province di Brescia, Lodi, Monza e Brianza, il Sistema Bibliotecario Sud Ovest Bresciano, il Sistema Bibliotecario Valle Trompia nell'ambito del progetto Nati per Leggere.

Il secondo spot è la presentazione di un libro per bambini a cura di Editoriale scienza.

Il terzo spot è un invito alla lettura di una vecchia campagna promossa dal Consiglio dei Ministri.

Favoriamo la socializzazione e, infine, chiediamo a ogni portavoce dei gruppi di riferire osservazioni sul lavoro svolto.

Una comprensione più profonda

Consegniamo la **SCHEDA 2** e affidiamo agli alunni in gruppi il compito di condurre l'analisi. Anche in questo caso, alla fine, organizziamo un momento per lo scambio di informazioni e di idee personali sugli spot.

SCHEDA 2: Analisi di uno spot/2

Scopo

Quale spot è finalizzato:

- alla presentazione di un prodotto?
- suggerisce di adottare un comportamento?

Organizzazione interna dello spot

Quale spot è organizzato come:

- una storia?
- un passaparola?

Presenza e uso delle parole

Come vengono usate le parole?

Ce ne sono tante? Poche?

Sono veicolate dalla voce? O dalla scrittura?

Quali scritte sono presenti? Quali ti sembrano importanti per capire lo spot? Quali si possono trascurare?

.....

Uso delle immagini

Da dove si ricava la quantità maggiore delle informazioni?

.....

Quale immagine della lettura ci consegna lo spot?

.....

Quali valori vengono presi in considerazione?

.....

Presenza della musica

La musica è continua? È una musica che accompagna lo svolgimento dello spot? È presente per tutta la durata dello spot?

.....

.....

.....

.....

INDIVIDUARE LA STRUTTURA DI UNO SPOT E DEI LINGUAGGI USATI.

Valutazioni

Proponiamo due nuovi spot sulla lettura. Il primo è audio e il secondo è un videoclip. Forniamo alcune domande in copia per accompagnare l'ascolto/la visione:

Spot n. 1

Che cosa suggerisce lo speaker? Il messaggio è chiaro? Che cosa notate di strano? Avete individuato dei passaggi poco corretti? Quali? Perché lo speaker compie tanti errori? Quale messaggio si vuole trasmettere? Leggere è importante o possiamo farne a meno? Qual è lo scopo dell'annuncio? Come definireste lo spot? Facile o difficile? Lungo o breve?

Spot n. 2

Che cosa suggeriscono gli speaker dello spot? Il messaggio è chiaro? Le scritte aiutano a capire meglio il punto di vista degli speaker? Qual è lo scopo dell'annuncio? Quale messaggio vuole trasmettere? Leggere è importante o possiamo farne a meno? Qual è lo scopo dell'annuncio? Come definireste lo spot? Facile o difficile? Lungo o breve?

A conclusione, poniamo una domanda: "Quale fra i due spot fa riflettere di più sul fatto che leggere è importante?".

Annotazioni

Leggiamo due **definizioni di spot**. Chiediamo ai bambini, organizzati in coppie o in piccoli gruppi, di leggerle e di confrontarsi: "Quale definizione o parte di essa è più indicata per descrivere lo spot n. 1? Quale per lo spot n. 2?". A conclusione chiediamo di completare le descrizioni dei due spot con questa traccia:

Spot n. ...

- È uno spot...
- È costituito da...
- Può essere trasmesso...

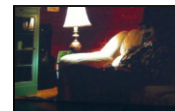
Definizioni di spot

Brevissimo comunicato pubblicitario, inserito specialmente in trasmissioni radiofoniche o televisive.

Dizionario De Mauro

Breve messaggio pubblicitario che viene solitamente inserito in trasmissioni radiofoniche o televisive, interrompendone la continuità; è talora costituito da poche brevi battute, altre volte assume la forma di una scenetta comica o di un rapido racconto.

Vocabolario Treccani



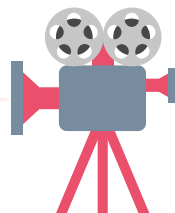
Spot n. 1

www.youtube.com >
MIBAC spot Radio -
invito alla lettura



Spot n. 2

libreriamo.it/de-
ejay-for-books/
dj-book-team-scen-
de-campo-promuove-
re-la-lettura-sui-social/





Per approfondire:
www.youtube.com >
La scuola dei bambini

Proponiamo un confronto a partire da un'affermazione: di solito gli adulti dicono che i bambini leggono poco. Chiediamo:

- Vi capita di sentire gli adulti dire questo?
- È vero, secondo voi, che i bambini leggono poco? Che cosa ne pensate?

Confrontatevi e annotate su un foglio ciò che pensate.

Ultimato il confronto, chiediamo di completare l'attività.

1. Leggete il **TESTO** (da Repubblica.it), lo stralcio dell'articolo di un quotidiano.

2. Aiutandovi con le parole in grassetto rintracciate le informazioni più importanti e annotatele su un foglio.

3. Individuate fra le informazioni annotate quelle utili per completare la seguente tabella.

DATI SULLA LETTURA	
Fascia d'età	Percentuale
4-6 anni	91%

Il parlato controllato

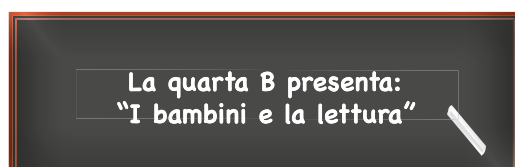
Proponiamo la realizzazione di un videoclip sulla lettura per sperimentare come il parlato controllato debba essere pianificato e organizzato in modo puntuale. Partiamo da alcune domande:

- È importante leggere secondo voi? Perché?
- È vero che i bambini leggono poco?
- Che cosa consigliereste agli adulti che non leggono?

Diamo del tempo ai bambini, organizzati in gruppi, per preparare le risposte. Stimoliamo il confronto fra i gruppi per la scelta dei compagni ai quali assegneremo un ruolo attivo nel video che intendiamo registrare.

Come procediamo? Scegliamo un angolo della biblioteca come ambiente per la ripresa.

Scriviamo alla lavagna il titolo di testa:



TESTO: I bambini italiani leggono più dei genitori

Quasi otto piccoli su dieci svolgono questa attività abitualmente e sette su dieci dicono di apprezzare i libri, "tanto o "abbastanza" secondo l'Osservatorio dell'Associazione Italiana Editori. Non solo carta, ma anche tanto digitale

I bambini italiani leggono più dei loro genitori, e lo fanno con piacere. Sono le indicazioni emerse dall'indagine dell'Osservatorio dell'Associazione Italiana Editori (Aie) sui consumi culturali.

Se tra gli adulti (14-65 anni) la percentuale di chi legge è del 65 per cento, per gli under 14 la quota sale all'82 per cento. La percentuale raggiunge il 92 per cento nella fascia di età tra 4 e 6 anni, 91 per cento in quella tra i 7 e 9 anni e 88 per cento se si passa ad analizzare coloro che hanno tra i 10 e i 14 anni.

A seguire, completiamo con i nomi di chi ha partecipato alla realizzazione dell'intervista.

Assegniamo ad alcuni alunni il compito di porre le domande (scegliamo la modalità: voce fuori campo? Intervistatore?) e a un altro gruppo quello di fornire le risposte più convincenti e meglio formulate.

Utilizziamo poi l'applicazione di uno smartphone o di una LIM per realizzare il video.

Il video ultimato potrà essere presentato ai compagni delle altre classi per creare una nuova occasione di confronto.

Per concludere

Forniamo alcune domande per autovalutare il proprio comportamento nel corso del lavoro:

- Sono stato/a capace di portare a termine le attività, attenendomi alla consegna?
- Ho sviluppato bene le fasi di lavoro previste?
- Ho interagito con i miei compagni e le mie compagne?
- Ho dato un contributo alla riuscita della conversazione?
- Ho rispettato il tema assegnato?

