

Barbara Spinelli
“Comunicare” grammatica attraverso le immagini in
movimento *

È noto che uno dei punti cruciali dell'insegnamento di una lingua s'identifichi con quando e come introdurre l'argomento grammaticale per renderlo più accessibile e motivante da parte dell'apprendente. Adottando approcci comunicativi, le classi di lingua straniera sembrano progressivamente orientarsi verso un'esperienza didattica significativamente più ricca, focalizzando l'attenzione *sul ruolo dell'input*. L'approccio alternativo rispetto a quelli tradizionali, che richiedevano la produzione di un output immediato, traccia un tragitto opposto, ovvero un passaggio progressivo da un *input comprensibile* ad un *output* attivo, in cui la struttura si carica di molteplici significazioni e viene utilizzata nella sua dinamica d'uso (Van Patten e Lee, 1995: 90). Sebbene quest'ottica sottolinei come la comunicazione cognitiva avvenga primariamente per trasmissione di significati, la grammatica esplicita sembra assumere ancora un ruolo dominante nella classe di lingua. Ovviamente, ciò dipende dalle scelte pedagogiche e metodologiche del contesto didattico. Nel nostro caso il paradigma di riferimento è quello costruttivista (Rüshoff 2001a) che include un apprendimento attivo, creativo e socialmente interattivo basato sui progetti ed orientato sui processi cognitivi. Ancora una volta il ricco supporto visivo offerto dal video può dimostrarsi stimolante. Nella sua applicazione di *advance organizer*, ovvero motore di avviamento per concatenamenti cognitivi

Publicato in *Attraverso il video: imparare ad imparare con gli audiovisivi*, Venezia: Cafoscarina, 2006.

(Omaggio, 1986: 105, Herron, York, Cole e Linden 1998), può fornire una cornice espressiva al contesto d'uso di una struttura.

I video selezionati per tale scopo appartengono a due tipologie diverse: una pubblicità Mc Donald's e il cartone animato di Walt Disney *La Bella e la Bestia*, utilizzati per introdurre l'argomento grammaticale del "si impersonale". Il pubblico è lo stesso a cui è stata proposta l'unità didattica nel precedente paragrafo.

Unità didattica 2	<i>Pubblicità Mc Donald's "La Bella e la Bestia"</i>
Sequenza tipo 1	<i>Pubblicità</i>
Sequenza tipo 2	<i>Cartone animato</i>
Livello	<i>A2</i>
Descrizione sequenza 1	La pubblicità Mc Donald's. Le immagini sono collegate al testo che appare scritto ed orale recitato dalla voce di un bambino. Il testo scritto è evidenziato da due colori. Ogni volta che appare una frase, nell'immagine ci sono delle persone nel ristoro Mc Donald's che eseguono le azioni relative a quelle menzionate oralmente e graficamente dalla voce. Testo orale e scritto: "Ricordati le buone maniere (immagine con il marchio Mc Donald's). Non si appoggiano i gomiti sul tavolo (un signore mangia un hamburger con i gomiti sul tavolo), non si legge quando si mangia (un uomo legge mentre mangia il giornale), non si gioca a tavola (un uomo gioca con un contenitore Mc Donald's e ruba le patatine ad un bambino), non si mangia con le mani (un commesso di Mc Donald's mangia le patatine, mentre lavora), non si scherza a tavola (tre ragazzine giocano con i cosmetici sedute al tavolo), si sta composti a tavola (due giovani si baciano). Succede solo da Mc Donald's (voci di ragazzi accompagnati da base musicale. Immagine iniziale con marchio Mc Donald's).
Descrizione sequenza 2	La sequenza relativa al cartone animato si concentra nel momento in cui la Bella e la Bestia sono seduti a tavola nel castello. Quest'ultimo, cibandosi voracemente, non segue decisamente le stesse norme di buone maniere della fanciulla, ovvero mangia con le "mani", porta la scodella alla bocca, si pulisce quest'ultima senza usare il tovagliolo, non usa le posate, fa diversi rumori mangiando.
Durata	1 ora e 10 minuti

L'età e la provenienza culturale nonché gli interessi del pubblico-studente hanno influenzato tale selezione in termini di motivazione. Di fatto, Swaffar e Vlatten (1997: 182) sottolineano quanto quest'ultima sia

alimentata dal piacere di riconoscere ciò che è familiare e Jespen (1998: 29) aggiunge come siffatti contesti, psicologicamente positivi, determino influenze produttive nei meccanismi cognitivi, rendendo maggiormente attivo l'emisfero sinistro del nostro cervello che è quello che riceve più velocemente emozioni piacevoli. Queste ultime, portatrici di significato, invece di essere evitate per determinare un apprendimento "seriosamente cognitivo", dovrebbero identificarsi come condizioni base intorno alle quali, citando Jespen (1998: 93), gli insegnanti devono "orchestrare" tutta la loro azione didattica. Tali ragioni possono giustificare l'utilizzo di materiale il cui contenuto referenziale non risulta integralmente connesso alla realtà della lingua straniera, ma è, comunque, partecipe dell'immaginario collettivo del corpo apprendente. Per la pubblicità Mc Donald's, è venuta ad aggiungersi un'altra ragione di scelta relativa ai sottotitoli in italiano che accompagnano, anche se non ridondantemente, ma esplicitamente il messaggio visivo e sonoro dello spot. Gli effetti benefici dei videotesti sono stati sperimentati da varie ricerche (Garza 1991), tra questi l'agevolazione nella comprensione orale, poiché si determinano connessioni più facili tra il familiare testo stampato e quello orale, talvolta meno intelligibile, e l'accesso all'uso integrato di processi linguistici strategici che vengono attivati dalle plurime modalità di input (visivo, grafico, sonoro).

La prima della visione della pubblicità Mc Donald's è stata anticipata da una pre-attività di *brainstorming* che conduceva lo studente a fare associazioni tra comportamenti sociali ed i relativi contesti di azione in base alla propria conoscenza e cultura di appartenenza. La pre-attività è la seguente:

A. Associate al luogo opportuno il comportamento adeguato:

LE BUONE MANIERE
(Quello che si fa e non si fa)

Ristorante elegante
Bar

Pizzeria
Teatro

non
si sta

scomposti si spegne il cellulare non si legge

non si parla ad alta voce si beve il caffè in piedi non si gioca

si usano la forchetta e il coltello si saluta quando si esce

non si tengono i gomiti sul tavolo si può mangiare con le mani

Dopo questa pre-attività, è stato mostrato il video della la pubblicità due volte con il sonoro. In questo apparivano solo alcuni dei comportamenti sociali citati nella pre-attività e gli studenti dovevano individuarli:

B. Guardate la pubblicità della Mc Donald's e segnate con una le buone maniere che trovate tra quelle sopra. Che vuol dire "succede solo da Mc Donald's"? Cosa è permesso fare e perché?

Dopo un riscontro in classe l'insegnante ha mostrato il secondo video che, data la brevità della sequenza (di pochi secondi entrambe), è stato mostrato solo una volta. Il compito degli studenti era il seguente:

C. Guardate la sequenza di un famoso cartone animato. Cancellate tra le seguenti almeno tre cose che il personaggio fa e non si devono fare in quella occasione.

si mangia con le mani *si usa il cucchiaino* *si tiene la bocca sporca*
~~*si porta la scodella alla bocca*~~ ~~*si mangia con la bocca chiusa*~~ ~~*si parla*~~

si sta seduti composti

si tiene il tovagliolo alla destra del piatto

si pulisce la bocca con le mani

Nelle attività di *matching* e *selecting alternatives* A, B e C gli studenti vengono esposti e chiamati ad interagire con un input che trasmette informazioni semantiche e lessicali. In tal caso, l'incidenza del valore informativo e comunicativo dei messaggi viene dapprima percepita e la struttura che l'accompagna può inizialmente essere ignorata senza impedire la comprensione del contesto. Le scelte richieste dall'attività A, inoltre, coinvolgono collegamenti a specifici quadri di riferimento comportamentali che possono fornire contesti di riflessione interculturale antropologicamente significativi. È apparsa chiara nell'immediato una discrepanza di criteri di selezione relativa ai diversi *script* (cap. 3, p.16) di richiamo poiché lo studente assume la posizione psicologica a cui Glissant (1981), opportunamente, presta voce affermando: "Io ti parlo nella tua lingua, ma è nella mia lingua che ti capisco". Gli studenti americani, di fatto, hanno rivelato una certa difficoltà di collocazione del "bere il caffè in piedi", poiché, in genere, nel loro paese, tale azione avviene mentre si è seduti, oltre che "salutare quando si esce", regola sociale non necessariamente richiesta né nei locali pubblici né in classe. Inoltre, considerando l'eterogeneità culturale degli studenti come nel nostro caso in cui vi erano presenze di origine asiatica e africana, è utile far loro osservare che la valenza connotativa di comportamenti quale "mangiare con le mani" può riflettere semantiche sociali contrastanti: mentre di norma generale, in alcuni paesi e in contesti formali, viene ritenuta una cattiva abitudine, in altri è prerogativa di comunicazione interpersonale amichevole e rispettosa. Ancora una volta, come è già stato precedentemente accennato, l'esperienza didattica non rappresenta esclusivamente un apprendimento linguistico, bensì una più ampia conoscenza, ove la percezione dell'altro

produce, come fa notare Piaget, una maggiore flessibilità nell'essere cognitivo e offre nuovi parametri d'interpretazione. Le osservazioni possono anche trasferirsi alle strategie discorsive sui cui fa leva il linguaggio pubblicitario, ma considerando il livello elementare di competenza dei discenti ciò è avvenuto in maniera fugace, tuttavia, ritorneremo sull'argomento in seguito (va da sé che le attività menzionate possono avere un diverso grado di difficoltà in rapporto alle abilità richieste, al contesto d'insegnamento, alla tipologia degli studenti di riferimento). Dopo aver stabilito nessi semantici con il contenuto dell'input è stata proposta l'attività D che permette allo studente di intuire connessioni forma- significato e di costruirsi soggettivamente una sua rappresentazione della lingua basata sui dati forniti dall'input:

D .In coppia sottolineate le azioni e cerchiate, dove è possibile, l'oggetto, nei due esercizi precedenti, come nell'esempio. Che cosa notate?

ES.: si usa il cucchiaio

Considerando il livello di competenza dell'apprendente, le regole di funzionamento riferite alla struttura saranno semplificate per permetterne un più facile monitoraggio (Krashen e Terrel, 2000: 31), poiché, come suggeriscono Van Patten e Lee, “quando c'è meno da porre attenzione si fa più attenzione” (1995: 104). In tal caso, i discenti non sono chiamati a produrre contenuti grammaticali, bensì a processarli nell'esposizione all'input “consegnato” dal messaggio portatore di significato. Ne consegue che attività relative all'output non anticipano più l'input, come richiesto dagli approcci tradizionali, ma lo seguono (Van Patten e Lee, 1995: 124). Le attività E e F proposte in seguito inducono ad accedere alle “forme” per esprimere significati delineando coloro che Krashen e Terrel (2000: 143) definiscono *optimal users* vale a dire utenti

linguistici indipendenti che usano ciò che è stato acquisito per facilitare la comunicazione:

E . In coppia ricevete il nome di un ristorante che voi conoscete. Fate una lista di quello che si fa o non si fa in quel ristorante. Il resto della classe deve indovinare il tipo di ristorante che avete scelto. Usate espressioni come:

Si	deve
	ha l'abitudine di
	può
	mangia / mangiano
	beve / bevono
	usa / usano

F.Immaginate che un vostro amico voglia iscriversi al vostro college. In gruppi di tre scegliete un soggetto ed elencate cosa si fa o non si fa.

Geografia e Clima

Vita Accademica

Cibo e Ristoranti

Compere e divertimenti

Queste attività definite *affettive* coinvolgono la sfera emotiva ed esistenziale del soggetto nell'intento di alimentare le motivazioni alla comunicazione. L'attività E, inoltre, offre un'ulteriore opportunità di scambio di informazioni interculturali in quanto i luoghi di riferimento presentati in classe facevano riferimento a realtà culinarie multietniche (ad es. ristorante cinese, giapponese, indiano, italiano, ecc.) e ai relativi differenti *script* sociali. Per concludere, l'attività G richiede la costruzione di un paradigma personale come ripetizione e sintesi di quanto osservato ed acquisito:

G. Provate ora a costruire un vostro semplice schema che riassume le regole del "Si impersonale" (potete usare disegni, riquadri ecc.).

Di fatto, tali paradigmi rappresentano solo generalizzazioni astratte che non possiedono una loro realtà psicolinguistica nel cervello, ma vengono imposti, generalmente, dal libro o dall'insegnante (Van Patten e Lee, 1995: 125). Nel caso specifico, tali schemi possono essere sostituiti ed organizzati dagli stessi studenti coincidendo non più con il punto di partenza del loro processo di conoscenza, bensì con il traguardo di arrivo. La competenza linguistica rientra, dunque, in quel processo amplificato di produzione di nuove idee e significati cui si è più volte accennato.

Ciò è stato confermato dai risultati delle schede di valutazione proposte come sempre alla fine del tragitto didattico:

Scheda di valutazione:

Che genere di video abbiamo usato in classe?

- cartone animato
- pubblicit 
- intervista
- informazioni meteo
- documentario
- video musicale
- film
- Telegiornale

Per quali obiettivi pensi che li abbiamo usati?

- produzione orale
- introduzione grammatica
- produzione scritta
- presentazione grammatica in un contesto significativo
- vocabolario
- comprensione scritta
- introduzione di un argomento

Hai capito lo spot della Mc Donald's ? Sì, no, perché?

Ti è piaciuta la sequenza de "La Bella e la Bestia"? Sì, no, perché?

Sono stati utili, secondo te? Hanno raggiunto gli scopi che tu hai scelto tra quelli sopra?

Ti hanno aiutato a capire l'uso del "si impersonale"? Sì, no, perché?

E l'argomento culturale (buone e cattive maniere) ? Sì, no, perché?

I risultati di questo questionario hanno sottolineato il successo di tali attività nella comprensione delle nuove informazioni per le seguenti ragioni:

- comprensione del significato perché introdotto da un contesto (le buone maniere, pratiche sociali comuni, anche se con valenze diverse, a tutte le culture)
- argomento familiare (*La Bella e la Bestia*) che ha agevolato la comprensione in quanto già conosciuto nella lingua madre, per cui astratti "sottotitoli" erano pregressivamente stampati nella mente

- necessità primaria di conoscere comportamenti sociali e non solo linguistici
- attività istruttive, creative, interessanti e divertenti nello stesso tempo
- azioni visibili correlate da supporto grafico (pubblicità Mc Donald's)
- input semplice
- contesto appartenente alla reale vita quotidiana che ha agevolato la comprensione della struttura
- approccio maggiormente interattivo rispetto all'uso esclusivo del libro.

Da questi commenti ne consegue quanto sia essenziale, in primo luogo, introdurre input di riferimento a ciò che Terrel e Krashen definiscono *acquired system* ovvero il sistema di conoscenza preacquisito dello studente come fonte prima di motivazione. Ciò permette lo sviluppo di capacità cognitive ed organizzative che possano aiutare a gestire la propria conoscenza del mondo in nuovi contesti seguendo l'iter naturale *i+1* (Krashen e Terrel 2000: 32) ove *i* indica il livello di competenza pregresso ed 1 lo stadio immediatamente successivo. Inoltre, risulta basilare l'utilizzo di mezzi multisensoriali come video sottotitolati, i quali facilitano considerevolmente la comprensione. Ciò appare più facile negli Stati Uniti, ove tramite un semplice decodificatore, si possono avere programmi televisivi in siffatta versione, agevolando la ricezione del materiale autentico da questi presentato (Garza, 1991: 239, Garza, 1996: 8). Tuttavia, filmati didattizzati esistono in versione sottotitolata anche in italiano (Naddeo e De Giuli 1998) e, proprio a causa del potere comunicativo, il videotesto è presente anche in una vasta gamma di spot pubblicitari. Va evidenziato, comunque, che l'efficacia dell'effetto ridondante di questi audiovisi, dipende direttamente dal tipo di rapporto esistente tra il codice visivo e la relativa rappresentazione grafica (Reese 1984).

Concludendo, alla luce dei risultati di quanto è stato fin qui menzionato, si può asserire che, nella scelta tra contesto esplicito ed implicito, quest'ultimo pare aver avuto miglior esito, richiamando non tanto *ciò che*

si conosce, ma concentrandosi su *come* lo si conosce poiché molto spesso noi sappiamo, ma ignoriamo il percorso per cui sappiamo. Tale tragitto, che si avvale della *memoria implicita* (Jespen, 1998: 107), è risultato produttivo ed è attuabile poiché gli studenti possiedono “finestre virtuali della mente” che rendono esplicito l’apprendimento implicito. Inoltre, se sviluppare competenza in una lingua straniera significa perseguire un progetto a lungo termine nella memoria, e se si considera che quest’ultimo dipende dal successo delle attività, ne consegue che sperimentazioni di questo tipo possono essere utili a delineare il giusto percorso didattico per raggiungere tali scopi.