



OBSERVATORY ON CHILDREN, TEENS AND SCIENCE (OCTS)

Innovations in the Communication of Science

Indagare il ruolo della comunicazione della scienza, significa, tra l'altro, studiare la percezione pubblica della scienza, vale a dire, delineare i processi di formazione delle convinzioni (e delle false convinzioni) che ogni persona ha, a proposito della scienza.

Per far questo, abbiamo deciso di focalizzare l'attenzione sulla fascia d'età compresa tra gli otto e i sedici anni e d'indagare come evolvono le convinzioni sulla scienza tra questi due estremi.



Lo strumento di cui ci siamo dotati è l'Osservatorio su Bambini, Adolescenti e Scienza.

La ricerca dell'Osservatorio muove lungo tre direttrici principali che concorrono a determinare il rapporto tra bambini, adolescenti e scienza:

- Scienza a scuola - perché la scuola è la sede che veicola maggiormente le conoscenze formalizzate. Non è nostro obiettivo capire e/o misurare quali esse siano; ma non possiamo neppure ignorare i modi in cui vengono trasmesse e il ruolo che hanno nella formazione e nell'evoluzione dell'immaginario.
- Scienza in famiglia - perché in famiglia si formano molte convinzioni sulla scienza e gran parte delle decisioni sul peso che questa deve avere nella vita dei ragazzi. Inoltre, la famiglia è uno dei primi contesti nei quali i bambini sperimentano la comunicazione tra pari (fratelli, amici ecc.) il cui ruolo nella percezione della scienza è centrale
- Scienza sui media - perché i media (ad esempio libri e musei) ai quali i bambini e i ragazzi accedono in modo informale, di propria volontà, concorrono a diffondere e consolidare il sentire comune anche sulla scienza.

Infine, l'Osservatorio lavora a tre livelli:

- Direttamente su bambini e ragazzi
- Sugli operatori in senso lato (insegnanti, animatori museali, editori, ma anche genitori, fratelli, amici ecc.)
- Sui media che veicolano scienza (libri, radio, televisione, web ecc.)

Materials (available on demand): [General research data](#), [Workshop 2004](#), [Some references](#)

