

#Kids: scienza e nuovi target

Masterclass

Relatori:

Andrea Paolo Ciani – Università di Bologna

Riccardo Guidetti – Associazione Leo Scienza

Andrea Maggi – Università di Ferrara

AGENDA:

- LA TERZA MISSIONE DELL'UNIVERSITA'
- PUBLIC ENGAGEMENT COME VALORE

- ISPIRAZIONE UNIJUNIOR
- TAPPE DI AVVIO

- FORMAT
- DATI/EVOLUZIONE/INTERESSI
- ASPETTI ORGANIZZATIVI

- IMPATTO SUI DOCENTI
- IMPATTO SUI MEDIA
- IMPATTO SULLA SOCIETA'

- DOMANDE

LA TERZA MISSIONE DELL'UNIVERSITA'

Gli Atenei devono assumere un nuovo fondamentale obiettivo accanto a quelli tradizionali dell'alta formazione e della ricerca scientifica: il dialogo con la società

- Attività di trasferimento tecnologico finalizzate alla valutazione, alla protezione, al marketing nell'ambito dei progetti di ricerca
- Produzione di beni pubblici che aumentano il generale benessere della società, aventi contenuto culturale, sociale, educativo e di sviluppo di consapevolezza civile
- Aumento del sentimento di «cittadinanza scientifica» che permette a tutti di contribuire al dibattito pubblico su temi di carattere scientifico e tecnologico

IL PUBLIC ENGAGEMENT

Per “Public Engagement” si intende l'insieme di attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società. L'attività e i benefici dell'istruzione superiore e della ricerca possono essere comunicati e condivisi con il pubblico in numerosi modi.

Le attività di Public Engagement sviluppate dagli Atenei sono sistematicamente monitorate secondo le modalità previste dall'Agenzia Nazionale di Valutazione del sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR), contribuendo alla valorizzazione dei risultati accademici in ambito sociale e rafforzando il collegamento tra le attività universitarie e gli interessi dei vari attori che operano nel contesto esterno.

Le Università sono valutate e finanziate sulle attività di P.E. che svolgono.

Tutto questo sta modificando il modo di percepire il P.E. da parte degli Atenei e vi è una corsa alla creazione di attività rivolte a diversi pubblici, sia interni che esterni.

COME DECLINARE QUESTI OBIETTIVI IN AMBITO PRATICO?

- pubblicazioni divulgative firmate dallo staff docente a livello nazionale o internazionale;
- partecipazioni dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello nazionale o internazionale;
- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.);
- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day);
- pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università);
- giornate organizzate di formazione alla comunicazione (rivolta a PTA o docenti);
- siti web interattivi e/o divulgativi, blog;
- fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari;
- organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità;
- partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making);
- partecipazione a comitati per la definizione di standard e norme tecniche;
- iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione);
- iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio;
- iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori;
- iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani;
- iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel).

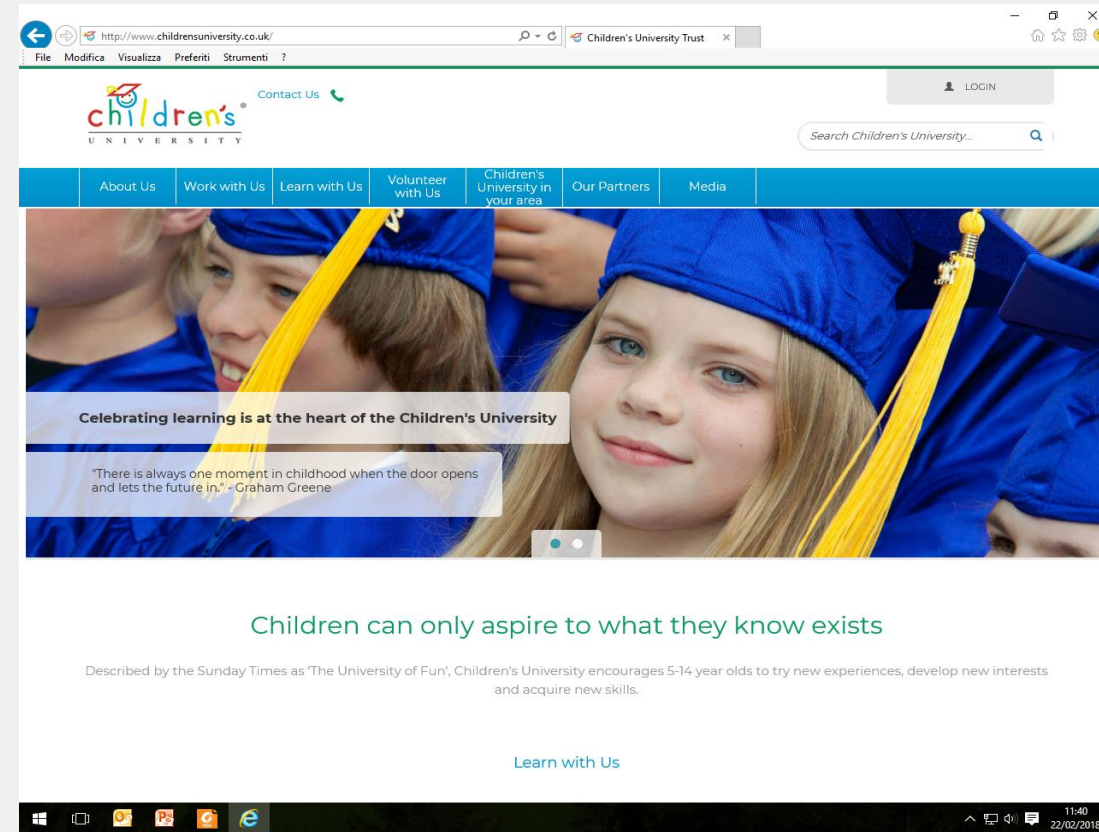
Kids: scienza e nuovi target

UNIJUNIOR – Da dove viene l'idea?
Unijunior – *Conoscere per crescere*, il primo e ancora unico esempio italiano di «Children's University», nasce nel 2009 per opera dell'Associazione Leo Scienza membro di Eucu.net, network che coordina le numerose università per bambini e ragazzi presenti in Europa.

Progetto educativo e innovativo Unijunior ha come obiettivi principali la comunicazione della conoscenza e la divulgazione scientifica rivolte giovanissimi. Il progetto rappresenta un'apertura radicale delle università e del mondo accademico alla società.

COS'E' UNA CHILDREN'S UNIVERSITY?

https://eucu.net/cu_movie



UNIJUNIOR IN ITALIA

- 9** sedi universitarie già coinvolte: Bologna, Modena, Reggio Emilia, Ferrara, Forlì, Cesena, Ravenna, Rimini, Parma
- 9** edizioni in attivo a Bologna e Ferrara, 8 a Modena-Reggio Emilia, 6 a Rimini, 3 a Forlì-Cesena, 2 a Ravenna, 1 a Parma
- 120** lezioni, laboratori e visite museali in programma
- 140** docenti, professori e ricercatori da tutti i Dipartimenti e le Scuole universitarie
- 2800** giovanissimi studenti, fra gli 8 e i 14 anni, che affollano entusiasti, aule e spazi universitari

FASI DI ATTUAZIONE

- Riunione preliminare fra i vertici delle sedi universitarie e lo Staff Unijunior / Leo Scienza
- Presentazione dell'iniziativa ai responsabili didattici
- Individuazione referenti per ogni disciplina presente
- Incontro con i docenti che hanno dato la loro disponibilità
- Definizione del programma di lezioni, preparazione e stampa del materiale divulgativo, aggiornamento del sito internet e del programma gestionale
- Presentazione dell'attività alla stampa e alla città
- Apertura delle iscrizioni e avvio dell'anno accademico Unijunior
- Coinvolgimento dei Sindaci e autorità accademiche per le feste conclusive dell'evento

PUNTI DI FORZA

Grande entusiasmo dei docenti

Numero iscritti in continuo aumento

Forte impatto mediatico

Conoscenza dei luoghi universitari

Apertura alle famiglie del territorio

CRITICITA'

Titubanza iniziale di fronte al progetto con scarso interesse

Critica per i costi da affrontare per le famiglie (25 euro a bambino)

Difficoltà nel rendere equilibrata l'offerta didattica per non scontentare nessuno