

Progress to work

Contesti, processi educativi e mediazioni tecnologiche

EXTENDED ABSTRACTS DELLA MULTICONFERENZA EMEM ITALIA 2017

Bolzano, 30-31 agosto, 1 settembre 2017

a cura di
MARINA RUI





è il marchio editoriale dell'Università degli Studi di Genova



Impaginazione: Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

Realizzazione Editoriale

GENOVA UNIVERSITY PRESS

Piazza della Nunziata, 6 - 16124 Genova

Tel. 010 20951558

Fax 010 20951552

e-mail: ce-press@liste.unige.it

e-mail: labgup@arch.unige.it

<http://gup.unige.it/>

Gli autori rimangono a disposizione per gli eventuali diritti sulle immagini pubblicate.
I diritti d'autore verranno tutelati a norma di legge.

Riproduzione vietata, tutti i diritti riservati dalla legge sul diritto d'autore



(versione eBook)

ISBN: 978-88-94943-06-1 (versione eBook)

Finito di stampare aprile 2018

Guerrilla Storytelling: Digital Storytelling come Service Learning empowerment

Corrado PETRUCCO

Università di Padova, Padova(PD)

Abstract

L'articolo presenta una esperienza di un laboratorio sperimentale all'interno dell'insegnamento di Tecnologie di un Corso di Laurea Triennale di Scienze dell'Educazione. Durante il laboratorio gli studenti hanno appreso come utilizzare gli strumenti ed i metodi del Digital Storytelling.

Al tempo stesso hanno appreso anche modelli progettuali operativi per realizzare attività di Service Learning attraverso la realizzazione di brevi video narrativi di forte impatto emotivo per denunciare e stimolare la soluzione di problematiche sociali nel territorio di appartenenza battezzandoli perciò come "guerrilla storytelling".

I risultati sia per quanto riguarda l'acquisizione di competenze digitali e disciplinari, che per l'efficacia nel sociale, sono stati più che positivi e incoraggiano ad una sperimentazione più ampia.

Keywords

Service Learning, Digital Storytelling, participation literacy

Introduzione

Gli strumenti che oggi le tecnologie della comunicazione del Web 2.0 mettono a disposizione ci permettono di creare facilmente contenuti mediali e nel contempo di usufruire per la loro diffusione di canali e di *audience* molto potenti. Basti pensare ai Social Networks per la creazione di reti oppure di Youtube per la condivisione di video. Questi generalmente sono utilizzati molto poco nella didattica formale proprio perché considerati come appartenenti agli ambiti informali della vita quotidiana e percepiti spesso come veri e propri “distrattori”. Le istituzioni educative e formative possono però sfruttare queste opportunità che le tecnologie della comunicazione ci offrono utilizzando modelli pedagogici che aprano ai contesti informali e non formali, tipici del Web 2.0. Assieme al recente modello della *flipped classroom*, uno dei più interessanti in questo senso è l’approccio del “Service Learning”: esso permette di integrare gli apprendimenti teorici con una pratica concreta al di fuori del contesto scolastico finalizzata ad una attività di servizio rivolta ad una comunità o ad un territorio.

Qui presentiamo una sperimentazione di Service Learning effettuata all’interno dell’insegnamento di Tecnologie di un Corso di Laurea Triennale di Scienze dell’Educazione. Durante il laboratorio gli studenti hanno appreso e sperimentato sul campo modelli progettuali operativi per realizzare attività di Service Learning e, al tempo stesso, anche come utilizzare gli strumenti ed i metodi per realizzare e diffondere nei Social Network, e anche nei luoghi fisici tramite QRCode, i brevi video narrativi (Digital Storytelling).

Service Learning e Digital Storytelling

Il Service Learning può essere definito come un metodo pedagogico-didattico in cui gli studenti sono considerati soggetti attivi e che unisce due elementi: il “Service” inteso come attività di volontariato per la comunità ed il “Learning” ovvero l’acquisizione di competenze professionali, metodologiche e sociali appartenenti ad uno specifico curriculum in funzione dell’apprendimento degli studenti (Speck & Hoppe, 2004). Sono concetti certamente non nuovi e sostanzialmente già presenti ad esempio in Dewey con il *learning by doing*, in cui realizza la possibilità di promuovere una positiva azione nel sociale anche attraverso la scuola, ed in Freire che lo vede egualmente come processo educativo e soprattutto come strumento di trasformazione, presa di coscienza e crescita sociale.

Molte scuole ed Università in tutto il mondo che adottano questo interessante modello, permettono quindi agli studenti di sperimentare e sviluppare le proprie conoscenze e competenze grazie a pratiche di servizio nei confronti della comunità (Eyler & Giles, 1999) (Butin, 2010). Lo sforzo di cercare di rico-

noscere i problemi e i bisogni di una comunità, può favorire lo sviluppo di comportamenti di cittadinanza attiva, mentre i progetti attivati, in collaborazione con operatori delle organizzazioni locali, creano contesti reali dove gli studenti possono sviluppare le loro competenze professionali, metodologiche e partecipative.

I Digital Storytelling sono brevi storie che assumono la forma mediale di un video della durata di pochi minuti. Una delle caratteristiche peculiari del Digital Storytelling è la forte connotazione emotiva e personale spesso fornita dalla propria voce e da suoni o musica coinvolgenti e adeguati ai contenuti narrati (Ohler, 2006, Lambert, 2013, Petrucco, 2009). Si presta bene a supportare le attività di Service Learning in quanto la letteratura sul tema da tempo sottolineato l'importanza e l'efficacia delle strategie di tipo narrativo nei processi di insegnamento/apprendimento (Caine & Caine, 1994) (Schank, 2007) considerando di esse non solo la capacità di catturare l'attenzione e concentrarla nei contenuti trattati ma anche quella di esplicitare facilmente l'intenzionalità e la volontà di raggiungere obiettivi motivanti (Jonassen et al., 2007).

Il processo di realizzazione del Digital Storytelling è in grado di coinvolgere attivamente gli studenti soprattutto se essi realizzano storie coerenti con la realtà e descrivono problemi e possibili soluzioni in situazioni autentiche. Lo storytelling quindi qui viene inteso anche come un supporto importante all'apprendimento cognitivo (Collins, Brown e Newman, 1995). I Digital inoltre nella prospettiva dello *user-generated content* stimolano la cultura partecipativa (Jenkins, 2010) che sfrutta le tecnologie della Rete come un amplificatore relazionale: nel nostro caso i feedback ai video realizzati sono stati una parte importante delle attività di Service Learning intesi come valutazione della loro efficacia. Per il forte impegno sotteso all'azione concreta nel territorio l'attività è stata battezzata "guerrilla storytelling", sulla scorta dell'analogo "guerrilla marketing" che è una strategia pubblicitaria attuata nel territorio attraverso tecniche di comunicazione non convenzionali per colpire l'immaginario e stimolare la curiosità degli utenti.

Metodologia

L'esperienza ha coinvolto N=76 studenti (M=18, F=58) che hanno lavorato in gruppi di tre o quattro persone, raggruppandosi su base territoriale omogenea. Dopo aver seguito un laboratorio sugli strumenti e le tecniche per realizzare i Digital Storytelling, agli studenti è stato presentato l'approccio del Service Learning e poi è stato loro chiesto di individuare una specifica problematica sociale rilevata nel territorio di appartenenza da affrontare come tema del Digital. Complessivamente si sono formati 26 gruppi con altrettante tematiche. La fase della scelta dei temi è stata un elemento importante del processo perché

ha sostanzialmente permesso di “sincronizzare” la percezione dell’importanza che la comunità e/o gli enti e associazioni del territorio scelto attribuiva ad essi, con quella degli studenti stessi. Le problematiche affrontate appartengono per la maggior parte alle aree tipiche dell’impegno sociale:

- disabilità (inclusione, barriere architettoniche, famiglie con disabili, pet therapy, fattorie sociali),
- volontariato (educativa di strada, associazioni, case famiglia, famiglie affittatarie, abbandono animali.)
- animazione (gioco, animazione giovanile, promozione alla lettura),
- dipendenze (giovani e dipendenze, droga, vandalismo)

Nella prima fase gli studenti hanno dovuto scegliere i temi da trattare, individuare l’area territoriale di riferimento e contattare enti, associazioni, istituzioni locali a cui proporre il tema e con cui collaborare, come ad esempio Comuni, parrocchie, centri giovani e centri anziani, associazioni, musei, parchi, beni culturali e ambientali in genere. Come aiuto per la stesura del progetto è stata predisposta una breve scheda (vedi tab. 1) che ogni gruppo doveva compilare e sottoporre ad approvazione del docente.

Tabella 1 – Scheda progetto Service Learning/Digital Storytelling

Luogo	Il contesto territoriale di riferimento
Target	Chi sono i principali destinatari del Digital?
Contenuti	Breve descrizione dei contenuti del video. Risponde a dei bisogni del territorio? Supporta azioni già esistenti?
Formato	Formato del Digital (Audio/Video/Slideshow)
Stakeholders	Enti, Associazioni, Organizzazioni coinvolte
Obiettivi	Cosa si vuole ottenere dopo che le persone avranno visto il video? Un mutamento delle percezioni e/o atteggiamenti, azioni concrete?
Monitoraggio e Valutazione	Modalità di monitoraggio e di valutazione per verificare l’efficacia del Digital Storytelling in funzione del raggiungimento degli obiettivi /Questionario, Intervista, altro).
Evento di presentazione	Data luogo e contesto di presentazione nel territorio del video realizzato.

Nella seconda fase hanno raccolto informazioni sul tema e contattato le persone a vario titolo coinvolte, ascoltando e trascrivendo le loro storie per poter mettere a punto uno *storyboard* il più aderente possibile ai problemi affrontati e con un adeguato livello emozionale. Successivamente hanno realizzato il Digital Storytelling coinvolgendo la cittadinanza e spesso servendosi di “attori”

presi con il loro esplicito consenso, proprio dai contesti reali (ad. es. disabili, persone appartenenti ad associazioni, semplici cittadini) vedi fig. 1.

Nella terza fase i Digital Storytelling sono stati pubblicizzati nei Social Network e presentati alla cittadinanza nell'ambito di un evento ad hoc. Nel caso di tematiche fortemente geo-localizzate (come ad es. problemi di accessibilità di luoghi, centri di riferimento sociale nel territorio, beni culturali, etc.) è stato anche apposto un cartello con un *tag* QRCode che rimandava al video online.

Nell'ultima fase gli studenti hanno sottoposto un questionario di gradimento ad almeno a tre persone significativamente rappresentative del target specifico a cui era indirizzato il Digital Storytelling, valutando e discutendo poi i risultati.

Tutti i video realizzati sono stati anche condivisi nella piattaforma del corso. Al termine delle attività, agli studenti è stato sottoposto un questionario conclusivo per verificare le loro percezioni sull'esperienza svolta, in particolare relativo all'efficacia del Digital Storytelling nei contesti di Service Learning e sulle eventuali modifiche avvenute riguardo i loro atteggiamenti e convinzioni sul tema dell'impegno sociale.



Fig. 1 Due esempi di digital realizzati dagli studenti rispettivamente sull'inclusione nel mondo del lavoro e sui problemi di mobilità cittadina dei disabili.

Risultati e discussione

Il questionario rivela da parte degli studenti un gradimento molto alto per l'utilizzo del Digital Storytelling: il 41% afferma che lo utilizzerà sicuramente o molto probabilmente ancora in futuro con finalità simili; mentre il 36% non sa e solo il 23% non crede di usarlo più. La maggior parte giustifica il parere fa-

cendo notare l'immediatezza comunicativa e soprattutto *persuasiva* dello strumento nei confronti dell'audience individuata (vedi fig. 2). Alcuni studenti così commentano a questo proposito:

“Penso di realizzarne ancora in futuro perché sono ottimi strumenti per mostrare un problema, per sottolineare eventi o fatti reali;

È uno strumento utile e semplice per informare le persone su un determinato problema della società e far arrivare il messaggio in modo diretto;

Il Digital Storytelling è uno strumento valido ed attraente, utile per iniziare un percorso di riflessione e per mirare ad azioni per un cambiamento significativo e sentito”.



Fig. 2 – La percezione del Digital Storytelling da parte degli studenti inteso come strumento capace di modificare l’atteggiamento delle persone sul tema trattato.

Ben il 97% pensa inoltre che la visione del Digital abbia in qualche modo cambiato l’atteggiamento delle persone, dato sostanzialmente confermato dai questionari rivolti ad un campione qualitativamente significativo delle persone individuate come target ideale di ciascun video. Per quanto riguarda le eventuali difficoltà di relazione con le persone/enti/associazioni oggetto del progetto con i Digital Storytelling la maggior parte afferma di non aver avuto nessun problema (53,3%) o poca difficoltà (26,7%); solo il 17% riporta problemi di una qualche entità. La percezione di aver ottenuto dei buoni risultati rispetto agli obiettivi prefissi è molto elevata (vedi fig. 3) con ben il 76,7% che giudica l’esperienza di Service Learning come utile o molto utile.

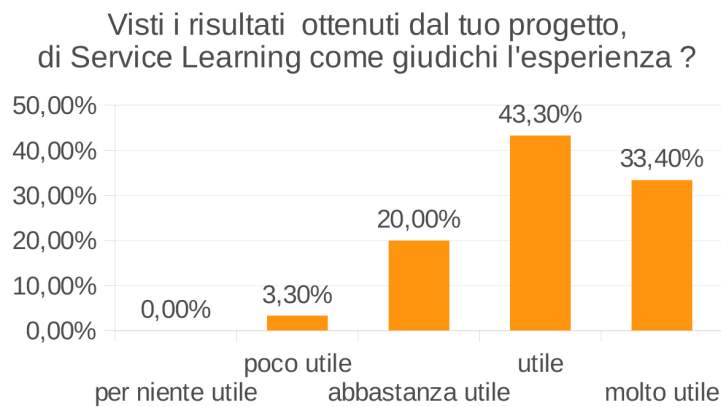


Figura 3 – La percezione di efficacia degli studenti riferita ai risultati ottenuti con l’esperienza di Service Learning con il Digital Storytelling.

Inoltre l’esperienza svolta sembra abbia cambiato l’atteggiamento degli studenti stessi a svolgere azioni a favore del territorio, di persone, o associazioni: ben il 63% degli studenti evidenzia la necessità di avere una cittadinanza attiva nel territorio e che in futuro, grazie anche al progetto svolto, parteciperà ad attività sociali nel territorio/comunità di riferimento.

Conclusioni

Come hanno dimostrato i risultati, l’esperienza è stata molto apprezzata sia agli studenti che dagli altri attori coinvolti, ed è riuscita in molti casi a portare in evidenza all’opinione pubblica locale le tematiche affrontate e in qualche caso anche a spingere i responsabili politici e sociali ad agire per la loro soluzione. Gli studenti d’altro canto, hanno apprezzato la creazione di Digital Storytelling come fulcro su cui basare le attività di Service Learning, mostrando una crescita di *empowerment* inteso come loro capacità di agire costruttivamente nel mondo reale ed apprendere competenze disciplinari, digitali e trasversali. In particolare, gli studenti hanno potuto sviluppare competenze di Participation Literacy, sia nelle relazioni dialogiche online con la cittadinanza e gli attori del territorio coinvolti, che in presenza, in occasione della presentazione pubblica e nel corso della realizzazione del loro progetto.

Riferimenti bibliografici

- BUTIN, D. W. (2010) SERVICE-LEARNING IN THEORY AND PRACTICE: THE FUTURE OF COMMUNITY ENGAGEMENT IN HIGHER EDUCATION. PALGRAVE MACMILLAN. 175 FIFTH AVENUE, NEW YORK, 2010.
- CAINE G., CAINE R. N. (1994), MAKING CONNECTIONS: TEACHING AND THE HUMAN BRAIN, ADDISON-WESLEY, MENLO PARK (CA).
- COLLINS A., BROWN J. S., NEWMAN S. E. (1995), L'APPRENDISTATO COGNITIVO, PER INSEGNARE A LEGGERE, SCRIVERE E A FAR DI CONTO, IN C. PONTECORVO, A. AJELLO, C. ZUCCHERMAGLIO (A CURA DI), I CONTESTI SOCIALI DELL'APPRENDIMENTO, LED , MILANO, PP. 181-231.
- EYLER, J. S. (2000). WHAT DO WE MOST NEED TO KNOW ABOUT THE IMPACT OF SERVICE-LEARNING ON STUDENT LEARNING?. MICHIGAN JOURNAL OF COMMUNITY SERVICE LEARNING.
- EYLER, J., & GILES JR, D. E. (1999). WHERE'S THE LEARNING IN SERVICE-LEARNING? JOSSEY-BASS HIGHER AND ADULT EDUCATION SERIES. JOSSEY-BASS, INC., 350 SANSOME ST., SAN FRANCISCO, CA.
- JONASSEN D., HOWLAND J. L., MARRA R. M. (2007), MEANINGFUL LEARNING WITH TECHNOLOGY, ALLYN & BACON, BOSTON, III ED.
- SPECK, B. W., & HOPPE, S. L. (Eds.). (2004). SERVICE-LEARNING: HISTORY, THEORY, AND ISSUES. GREENWOOD PUBLISHING GROUP.
- OHLER, J. (2006). THE WORLD OF DIGITAL STORYTELLING. EDUCATIONAL LEADERSHIP, 63(4), 44-47.
- JENKINS, H. (2010). TRANSMEDIA STORYTELLING AND ENTERTAINMENT: AN ANNOTATED SYLLABUS. CONTINUUM: JOURNAL OF MEDIA & CULTURAL STUDIES, 24(6), 943-958.
- PETRUCCO, C., & DE ROSSI, M. (2009). NARRARE CON IL DIGITAL STORYTELLING A SCUOLA E NELLE ORGANIZZAZIONI. CAROCCI.