

QUADRO COMUNE DI RIFERIMENTO PER L'ALFABETIZZAZIONE DIGITALE INTERCULTURALE

The Common Framework of Reference for Intercultural Digital Literacies

Linee guida per le competenze e per la consapevolezza interculturale nell'alfabetizzazione digitale multimodale



Ricerca finanziata dalla
Commissione Europea
Linea di finanziamento:
Erasmus+

Azione Chiave:
Cooperazione per
l'Innovazione e per lo
Scambio di Buone Pratiche

Tipo di Azione: Partenariato
Strategico per l'Istruzione
Superiore

Riferimento del
Progetto:
2016-1-IT02-
KA203-024087

Inizio: 01-09-
2016
Fine: 31-08-2019

Maria Grazia Sindoni
(Coordinatrice)
Elisabetta Adami
Styliani Karatzas
Ivana Marenzi
Ilaria Moschini
Sandra Petroni
Marc Rocca

Traduzione in italiano di:
Maria Grazia Sindoni
Sara Calarese
Giorgia Garito
Giulia Restuccia
Viviana Runcio

Data di pubblicazione versione inglese: 31 agosto 2019

Data di pubblicaizone traduzione in italiano: 1 ottobre 2021

Sebbene tutti i partner abbiano contribuito allo sviluppo dei prodotti della ricerca del progetto, ovvero 1) una piattaforma e-learning per la raccolta dei dati degli studenti e 2) un syllabus transnazionale e inter-accademico completo di attività didattiche per l'insegnamento e l'apprendimento, compresa la produzione, l'analisi e la valutazione fra pari dei testi digitali, l'Università di Leeds, UK (Elisabetta Adami, con Styliani Karatza in qualità di collaboratrice alla ricerca) ha condotto l'analisi dei dati e lo sviluppo del Quadro, con l'apporto della coordinatrice del progetto (Maria Grazia Sindoni, Università di Messina) e la partecipazione attiva di tutti i partner.

Indice

Prefazione.....	1	QCoRADI: SEZIONE 1 - Il Quadro “in breve”.....	47
Introduzione	3	Dimensioni, Macro-categorie e Descrittori Generali (indipendentemente dai livelli).....	49
Perchè un altro quadro?.....	4	QCoRADI: SEZIONE 2: Descrittori generali per ogni dimensione+ esempi (indipendentemente dai livelli).....	55
QCoRADI in breve	6	QCoRADI: SEZIONE 3 - I tre diversi livelli	80
L’obiettivo del QCoRADI	7	Glossario	98
Le novità del QCoRADI: tre dimensioni integrate più una..	8	APPENDICE B: Indagine Iniziale.....	107
Alcuni usi del QCoRADI	9	APPENDICE C: Scheda di Valutazione	111
Presentazione dei dati.....	11	APPENDICE D: Scheda di Valutazione del seminario professionalizzante Aarhus	115
Contestualizzazione del programma EU-MADE4LL	12	APPENDICE E: Scheda di Valutazione fra pari	118
Etica	15	APPENDICE F: Scheda di Valutazione del docente.....	134
I dati e i metodi.....	16	APPENDICE G: Analisi e dati quantitativi	145
Dati quantitativi del programma EU-MADE4LL.....	17	APPENDICE H: Linee guida per la valutazione	212
Dati qualitativi del programma EU-MADE4LL.....	33	APPENDICE I: Esempio di dati qualitativi	233
Il metodo empirico basato sui dati	35		
La progettazione e la struttura del QCoRADI	39		
Avvertenze, limiti e sviluppo futuro	44		
Quadro Comune di Riferimento per l’Alfabetizzazione Digitale Interculturale.....	46		



Prefazione

Il Quadro Comune di Riferimento per l'Alfabetizzazione Digitale Interculturale (QCoRADI) rappresenta il terzo e ultimo prodotto di un progetto Erasmus+, finanziato nel 2016 e comprendente sette partner europei: Università di Messina (università capofila, Italia), Aarhus Universitet (Danimarca), Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover (Germania), Università di Firenze (Italia), University of Leeds (Regno Unito), Università di Roma Tor Vergata (Italia) e la Rocca Creative Thinking Limited (Sheffield, Regno Unito).

Il progetto EU-MADE4LL, *European Multimodal and Digital Education for Language Learning*, è stato concepito con l'intento di favorire l'integrazione fra l'alfabetizzazione digitale e la conoscenza della lingua inglese per la comunicazione internazionale, requisiti fondamentali per l'accesso dei laureati all'attuale mercato del lavoro europeo. Queste competenze spesso vengono tenute separate nei programmi di istruzione superiore. Il progetto punta dunque ad elaborare e implementare un programma che integri le abilità atte alla creazione e

all'interpretazione critica dei testi digitali multimodali in inglese per la comunicazione internazionale, come blog, siti web, curriculum, video promozionali e generati dagli utenti, e interazioni mediate a video.

Il QCoRADI è stato sviluppato sulla base dei dati prodotti nell'ambito del progetto triennale, con l'obiettivo di fornire una serie di linee guida finalizzate alla descrizione dei livelli di competenza nella comunicazione digitale, in contesti interculturali e internazionali.

Essendo un solido strumento basato su dati, il QCoRADI si propone come una guida e un punto di riferimento nel contesto dell'alfabetizzazione digitale interculturale per insegnanti, studenti, ricercatori nel campo dell'educazione, media, linguistica applicata, apprendimento linguistico, comunicazione internazionale e studi umanistici in generale. È uno strumento di autovalutazione per l'apprendimento autonomo a lungo termine, nonché per la valutazione delle esigenze formative in contesti professionali.

A photograph of two young women sitting at a desk, smiling and looking at a tablet. The woman on the left wears glasses and a plaid shirt over a green top. The woman on the right wears a yellow sweater. On the desk are a tablet, a notebook with sticky notes, and a pen. The background is slightly blurred, showing other people in a classroom or office setting.

Introduzione

Perché un altro quadro?

Il Quadro Comune di Riferimento per l'Alfabetizzazione Digitale Interculturale (QCoRADI) è un'integrazione ed espansione del Quadro Comune Europeo di Riferimento per la conoscenza delle lingue: apprendimento, insegnamento, valutazione (QCER), del Quadro di Competenza Digitale per i cittadini (DigComp 2.0) e dell'Autobiografia degli incontri interculturali: contesto, concetti e teorie (AIE).

Il QCER è stato diffusamente adottato e usato sin dal processo di Bologna (1999) ed ha avuto un forte impatto sull'apprendimento, l'insegnamento e la valutazione delle lingue straniere in Europa. Il DigComp 2.0 è molto più recente (ultima versione: maggio 2018) ed è stato sviluppato dal Centro Comune di Ricerca (JRC) della Commissione Europea, per conto della Direzione Generale Istruzione e Cultura (DG EAC) e, successivamente, a nome della Direzione Generale per l'Occupazione, Affari sociali e Inclusione (DG EMPL). Infine, l'*Autobiografia degli Incontri Interculturali: contesto, concetti e teorie* descrive le linee guida e le fondamenta su cui l'AIE è stata sviluppata e elaborata sul modello delle competenze interculturali.

I descrittori QCER illustrano le competenze linguistiche, i descrittori DigComp 2.0 spiegano le competenze digitali, e l'AIE documenta le competenze interculturali, mentre i descrittori QCoRADI includono anche le risorse visive e uditive presenti negli ambienti digitali in relazione alla loro capacità di creare significati per comunicare efficacemente in contesti internazionali e interculturali. Pertanto, i descrittori includono in maniera onnicomprensiva competenze multimodali, socio-semiotiche e critiche, tenendo sempre in considerazione le aspettative del pubblico di riferimento in diversi contesti socio-culturali.

Il QCoRADI nasce dalla considerazione che la comunicazione e l'interazione online in ambienti digitali comprendono una serie complessa e intrecciata di abilità, dato che gli artefatti, i testi e le interazioni (1) coinvolgono più di una lingua, in quanto combinano una vasta gamma di risorse uditive e visive per la creazione di significati (come, ad esempio, immagini statiche e in movimento, musica e suoni, font, layout e colore, gestualità ecc.) e (2) si svolgono in molteplici ambienti e piattaforme interconnesse con potenzialità di diffusione transnazionale, quindi richiedono sensibilità interculturale e consapevolezza per poter comunicare e interpretare i messaggi altrui.

Sebbene i tre quadri esistenti (QCER, DigComp 2.0, e AIE) siano strumenti essenziali per valutare i livelli di competenza in ambiti specifici (lingue, strumenti digitali e consapevolezza interculturale, rispettivamente), una loro integrazione è utile per definire le abilità necessarie per saper partecipare agli ambienti digitali attuali, tenendo conto delle competenze fondamentali per produrre significati usando varie modalità comunicative.

Il QCoRADI è strutturato in tre dimensioni integrate, ovvero, *l'Orchestrazione Multimodale* (ossia la produzione di significato attraverso tutte le risorse audio-visive), le *Tecnologie Digitali* (ovvero l'uso degli strumenti digitali), e la *Comunicazione Interculturale* (ovvero la creazione di significato con gli altri). Inoltre, considerando che la padronanza di tutte queste dimensioni richiede l'attivazione di abilità personali e relazionali che vanno oltre gli obiettivi degli attuali programmi di istruzione, il QCoRADI integra un'ulteriore dimensione, ovvero le *Competenze Trasversali*, cruciali sia nella vita quotidiana, sia nella sfera professionale. Queste competenze includono la gestione delle emozioni proprie e altrui, l'affrontare cambiamenti

imprevisti, il controllo di situazioni dall'esito incerto e la capacità di prendere decisioni in linea con il contesto. L'assunto qui adottato è che tutte le abilità descritte nelle dimensioni del QCoRADI, comprese le *Competenze Trasversali*, possano e debbano costituire obiettivi di apprendimento nei programmi di studio odierni.

Il QCoRADI è un quadro basato su dati, in quanto è stato in larga parte tratto dall'analisi dei dati delle produzioni degli studenti universitari durante un programma annuale congiunto internazionale e inter-accademico (a.a. 2017-2018) e durante un breve "Corso intensivo per studenti universitari" al Dipartimento di Management ad Aarhus, Danimarca, nel settembre 2018.

Nelle sezioni seguenti e prima di presentare il quadro QCoRADI, si spiegheranno nel dettaglio le fondamenta teoriche, le dimensioni e i suoi usi potenziali, oltre a illustrare il programma di studio EU-MADE4LL e le attività di insegnamento e di apprendimento che hanno fornito i dati e i metodi per il suo sviluppo.

Alla fine del documento, si può trovare un glossario di termini, così come una sezione in appendice con esempi dei dati usati e molti altri dettagli sulle attività di insegnamento e di apprendimento che hanno portato alla redazione del QCoRADI.

Il QCoRADI in breve

Il QCoRADI è una serie completa di linee guida per la **descrizione dei livelli di competenza** che rappresentano le abilità da padroneggiare per **comunicare efficacemente** in ambienti digitali transnazionali.

Il QCoRADI è diviso in **tre livelli di competenza**, ovvero: 1) elementare, 2) intermedio e 3) avanzato.

Ogni livello include alcune **dimensioni**, ciascuna suddivisa in **macrocategorie e descrittori**, che spiegano ciò che si dovrebbe essere in grado di fare in situazioni di vita reale attraverso le competenze digitali in contesti internazionali e interculturali. Questi descrittori sistematici riguardano la **progettazione**, la **produzione**, l'**interpretazione** e la **valutazione** delle **testualità e delle pratiche digitali contemporanee per la comunicazione interculturale internazionale**. In linea con il QCER, il QCoRADI soddisfa i criteri

di un Quadro comune di riferimento (QCER 2001:7-8). Pertanto, costituisce uno strumento utile per l'apprendimento, l'insegnamento, la valutazione e l'auto-valutazione dell'alfabetizzazione digitale interculturale.

Le principali caratteristiche includono, fra le altre, quanto segue:

- **Usabilità per molteplici scopi:** il QCoRADI è un quadro basato su esempi di cinque tipi di testi digitali multimodali, ma può essere adattato a qualsiasi altra tipologia di testo.
- **Flessibilità:** i descrittori generali non sono legati a un contesto specifico, perciò possono essere modificati e adattati a contesti diversi.
- **Apertura:** può essere ampliato e raffinato per altri usi.
- **Dinamicità:** è sfaccettato perché riflette la costante evoluzione della comunicazione.

Quindi fornisce una lista dinamica di descrittori piuttosto che una serie di descrittori e numeri statici e predefiniti. Attraverso l'uso e la verifica, il QCoRADI può e deve evolversi per adattarsi ai bisogni di una società in continua evoluzione.

- **Semplicità d'uso:** i descrittori sono formulati in modo facilmente comprensibile. Sebbene siano fondati da un punto di vista teorico, le idee sono espresse in modo semplice e accessibile, senza l'impiego di un metalinguaggio particolare o di un lessico specialistico. Il glossario definisce e spiega i termini o le nozioni poco conosciute.
- **Ampia applicabilità:** può essere applicato ad ogni contesto educativo a prescindere dagli approcci e dalle teorie adottate.

L'obiettivo del QCoRADI

Il Quadro comune di riferimento per l'alfabetizzazione digitale interculturale propone una serie di linee guida che indicano cosa si deve essere in grado di fare ad ogni livello per comunicare con un pubblico internazionale e interculturale (per esempio la progettazione di un blog, l'organizzazione di contenuti in una pagina web, l'interazione in un'intervista online, ecc.). Sebbene la lingua utilizzata nell'insegnamento e apprendimento del progetto sia l'inglese, il quadro può essere facilmente adottato in qualsiasi lingua. Anzi, il suo intento interculturale spinge a maggior ragione l'applicazione e la sperimentazione in contesti e tramite lingue diverse dall'inglese. I descrittori prendono in considerazione tutte le risorse audio-visive per la produzione di significato negli ambienti digitali.

Il QCoRADI rappresenta un passo deciso verso la standardizzazione delle competenze digitali attraverso la promozione della trasparenza e del

riconoscimento del bagaglio di competenze per comunicare nel mondo digitale odierno, con l'obiettivo finale di facilitare l'apprendimento, l'occupabilità e la mobilità.

Il QCoRADI può essere usato per scopi accademici e professionali nell'auspicio che possa diventare uno strumento prezioso per insegnanti, genitori, sviluppatori, praticanti e recruiter, così come per l'autovalutazione.

I suoi usi e le sue applicazioni sono potenzialmente molto vasti e non sono limitati al mondo dell'istruzione superiore. È uno strumento di sperimentazione di ampia portata nel campo dell'insegnamento, dell'apprendimento e della valutazione dell'alfabetizzazione digitale in chiave critica per la comunicazione internazionale e interculturale

in contesti educativi, professionali e informali. È pensato anche in termini di standardizzazione delle prassi e delle buone pratiche nel settore dell'alfabetizzazione digitale, che è molto complessa seppur sempre più integrata nella vita quotidiana.

Ha il potenziale per produrre un avanzamento tangibile nello stato dell'arte sull'alfabetizzazione digitale multimodale. Potrà essere uno strumento utile e flessibile basato su un solido quadro teorico, validato empiricamente attraverso molteplici sperimentazioni pratiche, dal momento che ha coinvolto studenti provenienti da diversi contesti accademici, docenti e ricercatori con esperienza nell'alfabetizzazione digitale multimodale e nella comunicazione internazionale.

Le novità del QCoRADI: tre dimensioni integrate più una

Nel proporre linee guida complete, il QCoRADI si presenta come il primo modello basato su dati e sviluppato per riflettere criticamente, riconoscere e valutare le competenze digitali interculturali.

Esso attinge selettivamente ai quadri precedenti, integrandoli e ampliandoli ulteriormente con una classificazione dei livelli di competenza attraverso descrittori nella forma “sono in grado di (fare)”, che esprimono le abilità e le competenze attraverso tre dimensioni intrecciate:

-Orchestrazione Multimodale: la combinazione di risorse per la produzione di significato nei testi digitali e nelle interazioni online (come dialogo, testo scritto, immagini statiche e in movimento, musica, suoni, layout ecc.). Risponde alla domanda: “come produco significati in ambienti digitali?”

-Tecnologie digitali: l’uso di strumenti digitali e la comprensione delle loro *affordance* (ovvero potenzialità e limiti, si veda il Glossario).

Risponde alla domanda: “come uso gli strumenti degli ambienti digitali?”

- Comunicazione Interculturale: la consapevolezza dei diversi contesti socio-culturali e delle diverse esigenze, nonché delle pratiche comunitarie specifiche. Risponde alla domanda: “come produco significati con gli altri negli ambienti digitali?”

Inoltre, attraverso le tre dimensioni sopra elencate, il quadro comprende una serie di **Competenze Trasversali** (ossia l’uso, la gestione e la consapevolezza delle competenze relazionali, o *soft skills*, che comprendono le competenze personali e relazionali, quali l’intelligenza emotiva, la gestione dello stress e il *team building*), che vengono raramente insegnate e ancor meno valutate nei contesti educativi formali. Risponde alla domanda: “quali competenze personali e relazionali possono aiutarmi a facilitare la comunicazione?”. Anche se la lista di queste abilità personali e relazionali è lontana dall’essere esaustiva, lo sviluppo di queste competenze è di vitale importanza per il miglioramento di altri tipi di alfabetizzazione.

Il QCoRADI apre dunque la strada all’innovazione con una proposta descrittiva di alcune *Competenze Trasversali* da considerare in modo integrato nei tre tipi di alfabetizzazione, fondamentali per una progettazione, produzione, interpretazione e valutazione efficace di testi digitali multimodali e di interazioni online.

Ogni dimensione è organizzata in macrocategorie che tengono conto delle capacità nella produzione, nell’interpretazione e nell’interazione. Ogni macrocategoria contiene un elenco di descrittori generali (che possono essere applicati a diversi contesti, media e testualità), con esempi specifici per ogni descrittore, come guida illustrativa e con contesto di applicazione.

Per ogni dimensione, i descrittori sono organizzati in tre diversi livelli di competenza, cioè elementare, intermedio e avanzato.

Alcuni usi del QCoRADI

Il Quadro QCoRADI è stato sviluppato in un contesto di apprendimento all'interno di un programma transnazionale congiunto, impartito in cinque diverse classi universitarie. Il programma mirava allo sviluppo dell'alfabetizzazione digitale interculturale degli studenti tramite la progettazione, la produzione, l'interpretazione, la valutazione e l'interazione attraverso testi multimodali in inglese. Nella nostra interpretazione, *l'Orchestrazione Multimodale*, le *Tecnologie digitali* e la *Comunicazione Interculturale* sono abilità che possono essere insegnate, praticate e sviluppate. Anche le *Competenze Trasversali* sono abilità che si devono praticare e sviluppare, anche se queste sono più problematiche da insegnare in contesti di istruzione formale.

Immaginiamo lo **sviluppo di queste capacità attraverso tre dimensioni (più una) in un percorso di apprendimento permanente**. Queste dimensioni non hanno dei confini precisi, dal momento che si evolvono attraverso l'uso e l'evoluzione nella vita quotidiana e cambiano continuamente all'evolversi dello

sviluppo delle pratiche comunicative e dei progressi tecnologici. Poiché il concetto stesso di alfabetizzazione digitale si evolve, gli autori di testi multimodali in ambienti digitali sono tenuti ad aggiornarsi e a tenere conto dei cambiamenti e delle esigenze di utenti di diverse età e contesti. Questo percorso di apprendimento inizia da una fase elementare e iniziale, in cui si può apprendere senza istruzione formale, poiché gli ambienti digitali sono sempre più una parte essenziale della comunicazione quotidiana. Il livello **elementare** indica un livello di consapevolezza di base rispetto alle varie scelte di progettazione, produzione, interpretazione e valutazione in contesti digitali. Il livello **intermedio** è un livello medio, in cui si può adeguatamente progettare, produrre, interpretare e valutare la comunicazione nei testi digitali e online. Nel livello **avanzato**, il design, la produzione, l'interpretazione e la valutazione sono molto più raffinati, al punto che la padronanza dell'alfabetizzazione digitale può raggiungere un livello da esperto o da professionista. Il QCoRADI descrive e classifica diverse abilità e competenze

per questi tre livelli centrali, cioè elementare, intermedio e avanzato.

Un Quadro con livelli è utile a descrivere il processo di evoluzione dell'apprendimento nel tempo. I diversi livelli consentono di definire e descrivere le proprie competenze in un momento specifico del percorso di sviluppo di alfabetizzazione digitale e interculturale. I descrittori dei diversi livelli segnalano i punti di riferimento con cui progettare materiali didattici e programmi di studio. Ad esempio, è plausibile pensare che un apprendente possa avere un certo livello in un momento della vita per poi progredire verso uno superiore, mentre un altro apprendente può avere un livello per una abilità specifica e un livello diverso per le altre.

La serie di descrittori del Quadro comune suddiviso in livelli serve, dunque, a facilitare le comparazioni tra i materiali, i test e gli obiettivi formativi. I descrittori del QCoRADI possono anche essere impiegati per definire i criteri di valutazione per la misurazione dell'alfabetizzazione digitale interculturale.

I descrittori servono anche a identificare i vantaggi dell'apprendimento attraverso l'istruzione classica con un insegnante, oppure attraverso l'autoapprendimento, indipendentemente dal fatto che il percorso di studio si svolga in contesti educativi formali o meno.

Nell'ambito della valutazione in particolare, i vari professionisti possono trarre beneficio dall'uso dei descrittori dei diversi livelli per valutare le proprie prestazioni in un momento o contesto specifico. Identificare le proprie competenze grazie ai descrittori può indicare i punti di forza e di debolezza di un apprendente, oltre che a suggerire le attività e gli ambiti in cui si è più portati o qualificati.

Il Quadro QCoRADI è stato progettato come uno strumento di riferimento comune e come una base per test di auto-valutazione, in modo da consentire agli individui, ai gruppi o alle comunità di: 1) misurare le competenze digitali interculturali, 2) identificare possibili lacune nella conoscenza, nelle abilità e nelle attitudini nelle quattro dimensioni e 3) sviluppare le competenze nel campo dell'alfabetizzazione digitale multimodale.

I descrittori generali e gli esempi specifici per tipologia testuale sono utili a guidare gli autori di materiali didattici e gli educatori a incorporare diversi aspetti legati alla *Orchestrazione multimodale*, alle *Tecnologie digitali*, alla *Comunicazione interculturale* e alle *Competenze Trasversali* nei programmi di studio, tramite la progettazione di attività didattiche con obiettivi formativi tratti dai descrittori generali. In questo modo, i professionisti dell'insegnamento a vario titolo saranno in grado di usare materiali

didattici appropriati per lo sviluppo di ciascuna dimensione dell'alfabetizzazione digitale interculturale in modo olistico.

I descrittori generali del QCoRADI presentano esempi specifici per alcune tipologie testuali digitali, per chiarire le finalità e il punto centrale di attenzione di ogni descrittore. Pertanto, sono utili allo sviluppo di materiali adatti a vari tipi di contesto di insegnamento e di apprendimento. In tal senso, i descrittori del QCoRADI possono essere concepiti come obiettivi di apprendimento.

Il QCoRADI può rappresentare, infine, un insieme di linee guida per i responsabili delle politiche linguistiche, gli autori di materiali didattici e gli insegnanti, con l'obiettivo comune di migliorare le capacità di comunicazione degli studenti in senso più ampio.

Presentazione dei dati

Il Quadro è stato sviluppato attingendo principalmente ai dati prodotti durante le attività di insegnamento e apprendimento realizzate nell'ambito del Progetto EU-MADE4LL, attraverso la realizzazione di un programma di studio in cinque classi universitarie (Messina, Aarhus, Firenze, Leeds e Roma Tor Vergata), che hanno coinvolto 214 studenti e studentesse. Ogni partecipante ha lavorato a tre consegne: (1) la produzione di un testo digitale o di un'interazione online, a scelta fra blog, siti web, fanvid, video promozionali e interazioni mediate a video) con materiale supplementare (come la trascrizione dell'interazione, la contestualizzazione del fanvid o il mock-up del sito web); (2) la redazione di un'analisi scritta a commento delle scelte comunicative messe in atto nel testo digitale prodotto, e (3) la valutazione anonima tra pari della produzione di un altro studente. Inoltre, ogni studente ha compilato l'Indagine iniziale (inizio del percorso) e le Schede di Valutazione (fine percorso).

In aggiunta alle produzioni degli studenti e alle valutazioni fra pari dell'esperienza di apprendimento, i dati comprendono le valutazioni degli insegnanti sulle attività, le valutazioni dei docenti sulle consegne prodotte dagli studenti, tutte esaminate

e valutate con l'attribuzione di voto da parte (1) del docente responsabile di ogni classe e (2) del docente ospite responsabile del seminario sulla tipologia di testo scelto dallo studente (si vedano i dettagli nel programma EU-MADE4LL nella sezione seguente).

Il totale complessivo dei dati ammonta a **2568 materiali multimodali**, comprese tutte le consegne e le attività di insegnamento e di apprendimento, le indagini e i sondaggi compilati dagli studenti, le valutazioni fra pari e le valutazioni dei docenti. I dati sono stati raccolti attraverso una piattaforma online (<https://learnweb.l3s.uni-hannover.de/lw/>), personalizzata in base alle esigenze del progetto dall'Università di Hannover (LUH). La piattaforma comprende due tipi di utenti: 1) i partner del consorzio, che hanno anche in futuro accesso alla piattaforma per scopi di ricerca e 2) qualsiasi altro soggetto interessato, che può chiedere l'accesso ai partner per la consultazione della documentazione interna. Tutti i materiali di disseminazione, quali i moduli scaricabili, sono ad accesso aperto e disponibili sul sito web del progetto (www.eumade4ll.eu).

Il QCoRADI è stato sviluppato con una metodologia induttiva e deduttiva (si veda la sezione "Il metodo di sviluppo del QCoRADI basato sui dati"). I descrittori generali in ogni dimensione sono ricavati da un'analisi deduttiva dei dati e dalle osservazioni sul comportamento e sulle produzioni degli studenti durante le attività del progetto. Successivamente, i descrittori ricavati sono stati confrontati induttivamente con la letteratura di riferimento e con i Quadri esistenti sulla multimodalità, sull'alfabetizzazione digitale e sulla comunicazione interculturale. Questa procedura induttiva ha permesso di colmare aspetti non coperti dall'analisi dei dati a disposizione. I descrittori così formulati sono stati validati anche da professionisti del video-making e della comunicazione per il web.

Dal momento che i dati sono stati prodotti durante le attività di apprendimento durante il programma di studio transnazionale del progetto, nella prossima Sezione si forniranno alcuni elementi di contestualizzazione, prima di presentare la metodologia usata per analizzare i dati.

Contestualizzazione del programma EU-MADE4LL

Il programma di studio transnazionale è stato progettato per sperimentare nuove forme di curricula e per innovare i processi di insegnamento e di apprendimento in contesti interculturali in cui l'inglese è utilizzato come lingua di comunicazione internazionale.

Il programma si basa sull'esperienza acquisita durante il secondo anno del progetto (anno accademico 2017-2018), da cinque diversi gruppi di studenti presso le Università di Aarhus, Firenze, Leeds, Messina e Roma Tor Vergata.

L'obiettivo del corso era di accrescere l'occupabilità degli studenti, nonché di rafforzarne le competenze critiche per la comprensione di testi digitali, per la produzione di significato attraverso la combinazione di diverse risorse (quali immagini, layout, musica, gestualità, discorso orale, testo scritto, ecc.), creando così dei testi "multimodali".

Il fondamento teorico del programma di studio ha pertanto incluso l'integrazione di tre ambiti della conoscenza, che raramente vengono insegnati in sinergia nei contesti universitari, ma che sono imprescindibili nella comunicazione online odierna:

- Multimodalità: utile a imparare a combinare molteplici risorse per la produzione di significato.

- Competenze digitali: utile a imparare a utilizzare le *affordance* (si veda il Glossario) dei media e degli ambienti digitali.

- Comunicazione interculturale: utile a imparare a interagire e a capire gli altri.

Il programma di studio ha rappresentato un modello completo di attività didattiche che può essere replicato in qualsiasi contesto, sia in termini di contenuti (attraverso le letture, il materiale didattico e le attività didattiche sulla multimodalità, le competenze digitali e la comunicazione interculturale) sia di modalità (ad esempio, replicando i metodi di insegnamento, di apprendimento e sperimentando su metodi e criteri di valutazione tra pari).

Il programma di attività didattiche comprende **un modulo di lezioni istituzionali** e cinque **seminari sulle tipologie testuali specifiche**. I moduli di lezioni istituzionali sono stati tenuti dalle ricercatrici e docenti nelle università rispettive di affiliazione (Elisabetta Adami, Università di Leeds; Carmen Daniela Maier,

Università di Aarhus; Ilaria Moschini, Università degli Studi di Firenze; Sandra Petroni, Università degli Studi di Roma Tor Vergata; Maria Grazia Sindoni, Università di Messina). I moduli di lezioni istituzionali comprendono una serie comune di **nozioni principali, di letture e di attività** sui tre ambiti di riferimento del progetto, ovvero la multimodalità, le competenze digitali e la comunicazione interculturale. In seguito ai moduli istituzionali, sono stati organizzati ed erogati i seminari sulle tipologie testuali specifiche mediante il finanziamento per "Docenti universitari invitati per programmi di studio intensivo". Ogni seminario è stato tenuto dalla ricercatrice o docente esperta nella tipologia di testo digitale durante la mobilità di una settimana nelle istituzioni ospitanti. **Ogni seminario è stato replicato in ogni università, affinché tutti gli studenti potessero usufruire della stessa didattica erogata all'interno della propria sede universitaria. Questa didattica in presenza include il modulo comune di lezioni istituzionali e i cinque seminari.** Gli studenti sono stati dunque tutti esposti agli stessi contenuti e hanno seguito la medesima organizzazione del programma e, allo stesso tempo, tutti i seminari sono stati tenuti in ogni sede dalle stesse docenti.

Ogni seminario ha trattato una tipologia di testo digitale specifico:

1) **Pagine web “Chi siamo”:** pagine web che presentano il titolare del sito (un’azienda, un’istituzione, un’organizzazione o una persona) in termini di organizzazione, missione, storia, valori e personalità (a cura di Sandra Petroni).

2) **Video musicali prodotti dai fan (o fanvid):** video saggi realizzati dai fan su prodotti multimediali, in cui i filmati tratti da una o più fonti visive sono montati su una musica per esplorare il testo originale tramite l’adozione di pratiche ermeneutiche letterarie (a cura di Ilaria Moschini).

3) **Video promozionali:** video con finalità promozionali creati per e/o da un singolo o un’organizzazione, compresi video curricula (a cura di Carmen D. Maier);

4) **Interazioni mediate a video:** scambi mediati a video informali e professionali, interazioni mediate da applicazioni e software come Skype, Facetime o MSN e colloqui di lavoro a video (a cura di Maria Grazia Sindoni).

5) **Blog:** siti web (o sezioni di un sito web) strutturati e aggiornati attraverso dei post multipli ordinati cronologicamente che consentono l’interazione con i visitatori (a cura di Elisabetta Adami).

Gli obiettivi di insegnamento del programma transnazionale hanno riguardato quindi lo sviluppo delle competenze degli studenti nella (1) **progettazione e produzione**, (2) **interpretazione e analisi**, (3) **verifica e valutazione dei testi digitali e delle interazioni online**. Gli studenti in questo programma hanno prodotto tre diverse consegne, ciascuna utilizzata per valutare il raggiungimento di uno dei tre obiettivi formativi:

- (1) La produzione di un testo digitale a scelta fra i cinque insegnati (obiettivo formativo: progettazione e produzione);
- (2) Un elaborato scritto incentrato sull’analisi della produzione del significato come risultante dall’interazione fra le risorse utilizzate nei testi digitali in relazione alle finalità comunicative (obiettivo formativo: interpretazione e analisi);

(3) La valutazione fra pari della produzione di un altro studente (obiettivo formativo: valutazione).

Nel programma di studio, gli studenti hanno **progettato, analizzato e valutato fra pari** utilizzando la piattaforma EU-MADE4LL, tramite abbinamenti casuali e anonimi. Lo scopo di questo tipo di processo di valutazione, basato su criteri prestabiliti, è volto a stimolare lo sviluppo delle capacità critiche degli studenti, mettendoli in grado di affrontare la teoria e la pratica della valutazione.

Alla fine del corso, i dieci migliori studenti di ogni università sono stati selezionati per partecipare a un **seminario professionalizzante** di una settimana presso l’Università di Aarhus (Danimarca), gestita dall’agenzia di comunicazione digitale Rocca Creative Thinking Ltd, partner del progetto.

Nel corso della settimana, gli studenti sono stati coinvolti in giochi di ruolo e simulazioni immersive sulla gestione delle crisi aziendali e hanno lavorato in gruppi (interistituzionali e internazionali) al fine di completare una serie di attività didattiche, da svolgere con scadenze sempre più stringenti o modificate in itinere e senza preavviso. Le osservazioni ricavate durante questo seminario sono state utilizzate per elaborare la dimensione delle *Competenze Trasversali* del QCoRADI (si veda la Sezione [Le novità del QCoRADI](#)), dal momento che agli studenti è stato richiesto di lavorare con degli estranei in una squadra, di mostrare intelligenza emotiva, di affrontare la pressione e situazioni inaspettate e sconosciute, di gestire contesti e personalità differenti e di adottare strategie compensative alla mancanza di terreno comune di dialogo, quali ad esempio la diversa padronanza della lingua inglese usata per la comunicazione.



I dati e gli esempi sono tratti dalle produzioni, riflessioni, valutazioni e discussioni degli studenti. È stata prestata particolare attenzione al trattamento dei dati sensibili, seguendo scrupolosamente il Regolamento Generale dell'UE sulla protezione dei dati (GDPR) per la raccolta dei dati e per far sì che gli studenti fossero a conoscenza degli obiettivi, della ricerca e delle attività di disseminazione del progetto.

In particolare, all'inizio del programma di studio, è stato consegnato a tutti gli studenti un fascicolo informativo sul progetto e materiale supplementare utile alla comprensione del trattamento dei dati, dell'uso dei sondaggi e delle valutazioni, dell'impiego delle produzioni digitali e delle attività, sia durante lo svolgimento del progetto sia dopo la sua conclusione. Infine, tutti i partecipanti hanno compilato e firmato su base volontaria un modulo di consenso informato, che prevedeva la possibilità di revoca del consenso in qualsiasi momento.

Nei moduli di consenso si è inoltre chiesto esplicitamente il permesso di usare dati identificativi, quali immagini personali usate nei blog e nelle interazioni mediate a video. È stato chiarito, sia nella scheda informativa sia dai docenti in colloqui dedicati, che la partecipazione era facoltativa e del tutto volontaria e non avrebbe influenzato la valutazione in alcun modo. I docenti e i ricercatori hanno informato gli studenti che il rifiuto a partecipare alle attività del progetto e/o il ritiro non avrebbero avuto alcuna conseguenza nella valutazione finale.

L'obiettivo finale, come già discusso, è consistito nella produzione di un Quadro sulla base dei dati tratti dalle attività del progetto EU-MADE4LL. A tal fine, sono stati usati i dati prodotti dagli studenti durante il programma congiunto, ovvero le produzioni digitali (interazioni mediate a video, siti web, blog, fanvid, e video promozionali), le valutazioni fra pari, le indagini iniziali e le Schede di Valutazione, compilate rispettivamente all'inizio e alla fine delle lezioni. Per l'analisi dei dati sono state usate anche le valutazioni dei docenti.

Il QCoRADI è stato sviluppato attraverso l'analisi di dati sia qualitativi che quantitativi. Dopo che i dati sono stati raccolti ed elaborati sulla base di tutte le produzioni, con il consenso espresso dagli studenti/autori, i dati quantitativi sono stati analizzati in una prima fase, e, successivamente, si è passati a studiare le osservazioni qualitative.

La prossima sezione illustra in dettaglio i risultati dei dati del progetto in relazione alle attività di insegnamento e di apprendimento. La sezione seguente introduce il metodo usato per progettare il quadro del QCoRADI e per ricavarne le dimensioni e i descrittori.

Dati quantitativi del programma EU-MADE4LL

Di seguito si elencano le discipline e i corsi di laurea degli studenti iscritti nelle cinque università:

1. Università di Aarhus. Disciplina: Analisi del discorso aziendale; laurea triennale in Marketing e Management Communication.
2. Università di Firenze. Disciplina: Analisi del discorso multimodale; laurea magistrale in Strategie della comunicazione pubblica e politica.
3. Università di Leeds. Disciplina: Comunicazione digitale interculturale; laurea triennale in Comunicazione, media, cinema e lingue.
4. Università di Messina. Disciplina: Linguistica inglese; laurea magistrale in Lingue e letterature straniere.
5. Università di Roma - Tor Vergata. Disciplina: Lingua inglese III; laurea triennale in Lingua nella società dell'informazione.

Come mostrato nella Figura 1, il numero degli studenti nelle cinque classi era diverso. Per esempio, nella classe dell'Università di Messina c'erano 21 studenti, mentre l'Università di Aarhus ne contava 87 (si veda Tabella 1, Appendice G, Sezione 1).

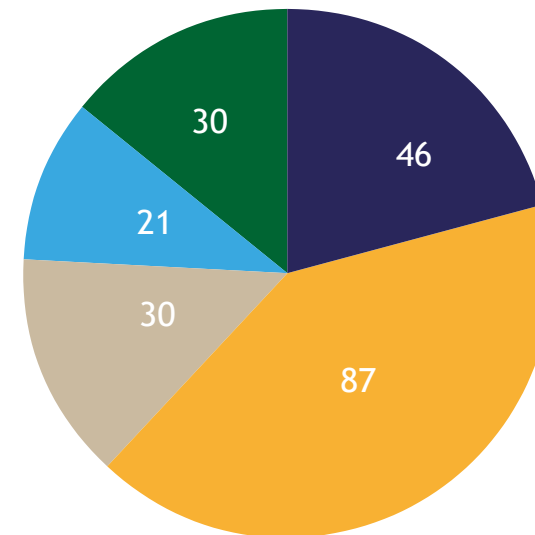
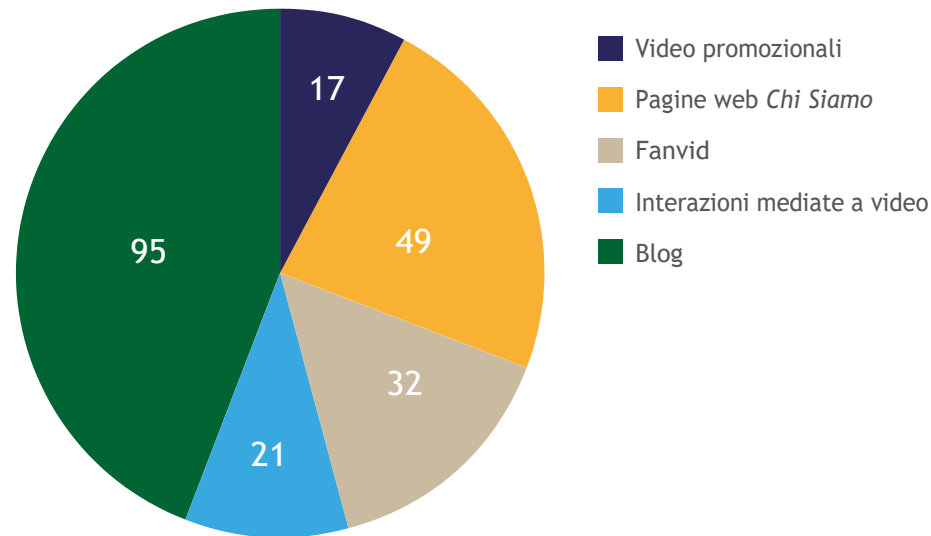


Figura 1. Numero degli studenti suddivisi per corso.

■ EU_Rome ■ EU_Aarhus ■ EU_Firenze ■ EU_Messina ■ EU_Leeds

Figura 2. Numero di testi digitali prodotti dagli studenti per tipologia testuale.



Anche le scelte degli studenti riguardo alle tipologie di testo sono varie (si veda la Figura 2). La tipologia più scelta è stata il blog, la meno scelta, i video promozionali (si veda la Tabella 2, Appendice G, Sezione 1). Pertanto, i dati quantitativi non sono stati analizzati solo per l'intera coorte, ma anche per ogni classe e per ogni tipologia di testo, per poter controllare l'incidenza relativa sui risultati complessivi.

Tutti i partecipanti hanno compilato un'**Indagine iniziale** all'inizio del corso e una **Scheda di Valutazione** a fine corso a seguito della produzione e consegna delle attività, ma prima della valutazione del docente.

L'Indagine iniziale è un modulo online nella piattaforma EU-MADE4LL, suddiviso in quattro sezioni (si veda il modulo di Indagine iniziale nell'Appendice B):

1. La Sezione A sulla composizione **sociodemografica** raccoglie le informazioni sul retroterra degli studenti;
2. La Sezione B sulla **multimodalità** comprende una domanda Sì/No su esperienze precedenti di studio o professionali relative alla nozione di multimodalità;
3. La Sezione C sui **testi digitali** esamina l'esperienza degli studenti sui testi digitali, in particolare i blog, i video promozionali, i fanvid, i video mashup, le interazioni mediate a video (ad es. le call su Skype) e i siti web. La sezione C approfondisce questioni quali l'interesse, le capacità produttive e interpretative e il livello di competenze auto-valutate;
4. La Sezione D esplora gli **stili e i metodi dell'insegnamento e dell'apprendimento**, ovvero le attività ed esperienze di apprendimento precedenti riguardo alla valutazione fra pari e all'uso consapevole delle

risorse multimodali.

L'Indagine iniziale ha fornito informazioni utili per poter valutare alla fine del processo il miglioramento degli studenti nelle competenze socio-semiotiche e i dati per mettere a confronto il processo di apprendimento dall'inizio alla fine del corso, tramite la Scheda di Valutazione finale.

I risultati quantitativi dettagliati delle indagini sono riportati *in toto* nell'Appendice G, Sezione 2.

All'Indagine socio-demografica iniziale hanno risposto il 72.8 % di donne e il 27.2 % di uomini. La data di nascita dei partecipanti era compresa tra il 1969 e il 1999, con la maggior parte nata tra il 1993 e il 1998. Il 41.1 % ha dichiarato di essere madrelingua italiano, il 31.7% danese e il 13.3% inglese, mentre il resto dei partecipanti ha menzionato altre tredici lingue madri. Per quanto riguarda la conoscenza dell'inglese, il 38.9 % si è autovalutato come semi o madrelingua, il 36.7 % con un livello avanzato, il 23% un livello intermedio e solo due studenti (1.1%) si sono definiti "principianti".

Considerando che l'inglese è stato usato come lingua d'insegnamento, apprendimento e valutazione nel progetto, questo elemento ha certamente influenzato i diversi livelli di performance nelle varie attività svolte dagli studenti. Quasi il 60 % non aveva una esperienza precedente sul concetto di "multimodalità" nel percorso di apprendimento (si veda la Tabella 7, Appendice G, Sezione 2, B). In merito alla domanda sull'interesse verso le cinque tipologie testuali previste, il 38% ha espresso un interesse *molto alto* per i siti web e i blog ed *alto* per i video promozionali. Circa il 34-36% degli studenti ha giudicato il grado di interesse *alto* per i blog e *medio* per le interazioni mediate a video. Circa il 28% degli studenti ha classificato come *alto* l'interesse per i blog e *scarso* per i fanvid. Lo stesso ordine di preferenza emerge anche dal grado di interesse rispetto alla comprensione di queste tipologie testuali, con una lieve preferenza per la comprensione rispetto alla produzione (si vedano i dati completi nell'Appendice G, Sezione 2, C, Figure 2-3).

La netta maggioranza (86.7%) ha dichiarato di non aver mai prodotto un blog o un sito web e nemmeno prodotto né caricato un video online prima del progetto, mentre la quasi totalità (95.6 %) ha ammesso di non aver mai realizzato un fanvid o un video mash up. Metà degli studenti ha affermato di aver usato Facetime, Skype o altri tipi di video-comunicazione solo occasionalmente, optando preferenzialmente per la risposta *una volta al mese e due volte al mese*. Il 23%, invece, ha indicato un uso frequente, selezionando la risposta *ogni settimana e due volte a settimana*, l'11% ha affermato di usarli *ogni giorno*, mentre il 16% non ha mai usato alcun tipo di videocomunicazione (si veda la Tabella 8 e Figura 4, Appendice G, Sezione 2, C). Il 71% degli studenti ha autovalutato la propria abilità d'uso degli strumenti digitali, delle piattaforme online e/o dei motori di ricerca come *buona o molto buona*. Inoltre, la maggior parte (94%) ha espresso un parere positivo in merito all'utilizzo di piattaforme e-learning per lo studio.

Il 41 % ha considerato queste piattaforme *molto utili* e uno studente su quattro le ha considerate *estremamente utili* (si vedano le Figure 5-6, Appendice G, Sezione 2, C). Infine, il 46% ha avuto esperienze pregresse nelle valutazioni dei colleghi, mentre il 54% non ha dichiarato un'esperienza precedente di valutazione tra pari (si veda la Figura 8, Appendice G, Sezione 2, D).

La Scheda di Valutazione è stata sottoposta ai partecipanti dopo la consegna delle attività previste per l'esame (si veda la versione integrale nell'Appendice C). Questa Scheda indaga la qualità e l'utilità del programma nel suo insieme e nelle sue diverse componenti, comprese le letture, il materiale didattico, il modulo con le lezioni istituzionali, i seminari e le consegne finali per l'esame. In questa Scheda, alcune domande riguardavano la qualità della piattaforma online e una era di autovalutazione del proprio apprendimento in ognuna delle aree di apprendimento e delle tipologie testuali. Come si evince dall'Appendice G, Sezione 3, che mostra i grafici per le risposte degli studenti ad ogni voce della

Scheda di Valutazione, circa l'80% ha indicato un grado di soddisfazione generale sull'intero programma e l'86% soddisfazione per i materiali usati. Una percentuale di studenti simile ha trovato la parte istituzionale del modulo *utile* e di *buona qualità*. Rispettivamente il 65% e il 69% hanno selezionato *media* e *alta* qualità e utilità, mentre il 16% ha indicato una soddisfazione *molto elevata* sia in termini di utilità sia di qualità nella parte istituzionale del modulo (si vedano Figure 10-13, Appendice G, Sezione 3). In generale, sulla base delle risposte degli studenti riguardo alla soddisfazione dei seminari sulle tipologie testuali specifiche, questi sono stati valutati su tutte le tipologie di testo *utili* e di qualità *elevata* (si vedano le Tabelle 9-10, Appendice G, Sezione 3). Gli studenti hanno percepito un miglioramento nelle capacità nell'interpretazione, analisi, progettazione e produzione dei testi digitali dopo la partecipazione nel progetto EU-MADE4LL (si vedano le Figure 14-15, Appendice G, Sezione 3). Il feedback sull'esperienza di valutazione tra pari indica che il 66% segnala un miglioramento da *buono* a *molto buono* e il 18% un miglioramento *eccellente* delle capacità di valutazione tra pari.

Il 78% ha percepito l'esperienza nella valutazione tra pari come *buona, molto buona o eccellente* (si vedano le Figure 16-17, Appendice G, Sezione 3). Gli studenti hanno espresso pareri positivi rispetto all'utilità dell'attività di insegnamento. Hanno per lo più valutato i quattro tipi di attività di insegnamento (ossia: lezioni frontali, seminari, attività pratiche e tutorial) come *utili* (dal 27% per i tutorial al 34% per le lezioni frontali) e *abbastanza utili* (dal 26% per i tutorial al 29% per le lezioni frontali).

La minoranza degli studenti ha però espresso una certa delusione, selezionando *non utile* (il 5% per seminari e il 9% per i tutorial) (si veda la Figura 20, Appendice G, Sezione 3).

Inoltre, gli studenti hanno indicato la consegna preferita. La maggior parte ha preferito scrivere l'analisi/saggio (46%) e la parte restante ha preferito comporre una trascrizione o un *mock-up* (12%). Hanno anche espresso una chiara preferenza verso la progettazione di un testo digitale (67%) piuttosto che la stesura di una analisi/saggio, la valutazione tra pari o la trascrizione o i *mock-up* (si vedano le Figure 21-22, Appendice G, Sezione 3).

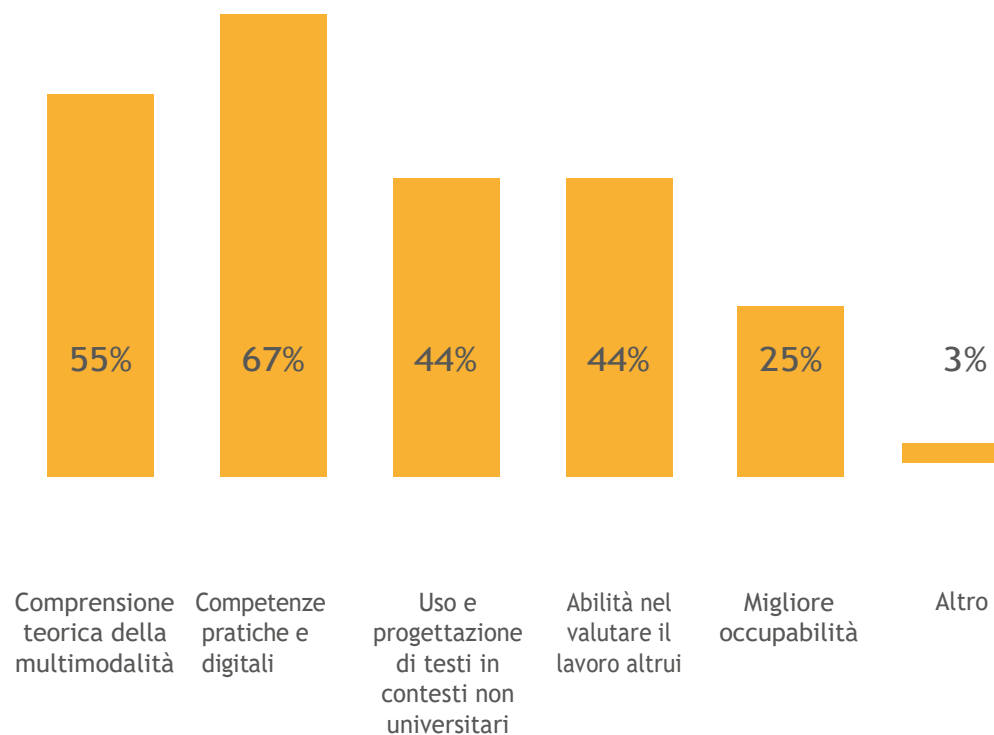
Come evidenziato nella Figura 3, nella valutazione sull'utilità del progetto, il 67% degli studenti ha percepito un miglioramento nelle competenze pratiche digitali.

Il 55% ha tratto beneficio dalla comprensione teorica della multimodalità.

Il 44% degli studenti ha dichiarato che avrebbe applicato le conoscenze ottenute per progettare testi al di fuori dell'università e ha percepito un miglioramento nella capacità di valutare il lavoro degli altri. Infine, il 25% ha ritenuto l'intero modulo come una risorsa utile per trovare lavoro.

Figura 3. Il Feedback degli studenti sull'utilità dell'apprendimento.

Per quali tra i seguenti scopi reputi, eventualmente, utile questo progetto?



Oltre a condurre l'analisi delle domande sulla Scheda di Valutazione per l'intera coorte, è stata effettuata un'analisi per classe e per tipologia di testo. Inoltre, si sono studiate più approfonditamente le risposte estremamente negative o positive. A tal fine, le risposte sono state esaminate qualitativamente, prendendo in considerazione il contesto sociodemografico, il livello di istruzione, la tipologia di corso e gli interessi personali, per poter contestualizzare maggiormente le risposte degli studenti. Per esempio, è emerso che una studentessa dell'Università di Leeds, Regno Unito (ID 200863788), con esperienza precedente nella produzione di testi digitali, con una laurea triennale in lingue straniere,

ha ottenuto quasi tutte A nella produzione di una pagina web “Chi siamo” (con l’eccezione di una B in comunicazione interculturale e abilità analitiche). Nonostante la sua esperienza precedente, ha autovalutato con il massimo (5) i suoi progressi in interpretazione, analisi, programmazione e progettazione dei testi digitali (*miglioramento eccellente*) e l’utilità della parte istituzionale del corso (*estremamente utile*). Invece, due studenti dell’Università di Aarhus valutati con un punteggio inferiore (C), hanno valutato come *non utile* (1) la parte istituzionale del corso. Uno di loro (ID 588044), che non aveva compilato l’indagine iniziale, ha espresso delusione in merito al corso e alle prove di esame, sostenendo che la produzione e l’analisi di un testo digitale fossero *inutili*. Lo studente ha pertanto suggerito un cambiamento radicale nella struttura e nei contenuti del corso e ha selezionato 1 come risposta per tutte le domande della Scheda di Valutazione finale. L’altra studentessa (ID 591589) ha segnalato un interesse elevato verso

i siti web, avendo esperienza pregressa e scegliendo di produrre una pagina web “Chi siamo” ai fini del corso. Ha auto-valutato nelle capacità di interpretazione e analisi con 4 e le capacità di programmazione e di produzione dei testi digitali con 3. Tuttavia, in contrasto con l’autovalutazione, il suo voto finale ha indicato che le sue capacità non erano progredite adeguatamente dopo la partecipazione al progetto. Contestualizzare le risposte degli studenti è stato certamente un passaggio utile per corroborare le interpretazioni con più informazioni di contesto, sebbene non siano possibili delle grandi generalizzazioni a causa del campione estremamente vario. Un’altra attività utile per l’analisi è consistita nella ricerca di tendenze e correlazioni fra le domande dell’Indagine Iniziale e della Scheda di Valutazione, dal momento che alcune domande dividevano uno scopo comune, che poteva successivamente essere confrontato con i voti finali degli studenti. È stata dedicata particolare attenzione al tentativo di

comprensione di come gli studenti abbiano valutato lo sviluppo di alfabetizzazione digitale interculturale attraverso le varie attività di produzione di un testo digitale e la partecipazione al seminario della tipologia specifica di testo (blog, pagina web “Chi siamo”, interazioni mediate a video, video promozionale, fanvid). Le risposte degli studenti a domande specifiche su tipologie di testo della Scheda di Valutazione (domande 5-14) sono state analizzate chiedendo agli studenti di valutare l’utilità e la qualità dei seminari per ogni tipologia di testo. I risultati sono stati comparati ai voti complessivi espressi dai docenti. Ulteriori analisi hanno esplorato la valutazione sullo sviluppo dell’alfabetizzazione digitale interculturale confrontando l’autovalutazione dell’esperienza precedente nella produzione della tipologia di testo scelto con quanto dichiarato nell’Indagine iniziale allo stesso testo, (domande 11-14) (si veda l’Appendice G, Sezione 4).

I grafici contenuti nell'Appendice G, Sezione 2 e 3, mostrano i dati per l'intera coorte di studenti, ma i risultati più interessanti emergono nella distinzione fra studenti con e senza esperienza precedente nella produzione di una tipologia specifica di testo. La maggior parte degli studenti non ha infatti dichiarato un'esperienza pregressa nella produzione di un fanvid (95,6%), un video promozionale (85,6%), un blog o una pagina web "Chi siamo" (86,7%). Si presentano di seguito, in maniera più analitica, i risultati delle coorti di studenti per ogni tipologia di testo, distinti in quelli con e senza esperienza precedente (si vedano Tabelle 11-15, Appendice G, Sezione 4).

La stragrande maggioranza (92,4%) degli studenti che ha scelto il **blog** non aveva un'esperienza precedente. Il 70% senza esperienza pregressa ha valutato il seminario come *molto utile ed estremamente utile* e il 67% ha valutato la qualità del seminario come *molto buona e elevata*. Solo l'11% ha giudicato il seminario *poco utile* e nessuno l'ha valutato *non utile*. La maggior parte degli studenti (89%) senza esperienza pregressa sui blog ha notato un miglioramento nelle abilità di progettazione e produzione e il 93% ha riscontrato un miglioramento nell'interpretazione e nell'analisi. Un partecipante su cinque ha giudicato *eccellente* il miglioramento nella programmazione e produzione o nell'interpretazione/analisi del testo digitale. Solo sei partecipanti avevano esperienza pregressa, di cui quattro che hanno valutato il miglioramento

come *molto buono*, uno come *buono*, mentre uno lo ha giudicato *nullo*. Nessuno di questi ha scelto l'opzione massima di miglioramento (*eccellente*). In merito ai voti, il 66,7% con esperienza pregressa ha conseguito una B. Un partecipante su otto senza esperienza pregressa ha ricevuto una A e un partecipante su sei con esperienza pregressa ha ricevuto una A. In sintesi, la comparazione incrociata dei dati dell'Indagine iniziale, della Scheda di Valutazione e dei voti finali fa emergere una chiara tendenza: chi ha dichiarato l'assenza di esperienza pregressa nella produzione di un blog ha autovalutato l'apprendimento e l'utilità del seminario più favorevolmente di chi aveva esperienza pregressa. Inoltre, l'esperienza pregressa degli studenti non ha influenzato il rendimento finale.

L'80% degli studenti che hanno scelto la **pagina "Chi siamo"** ha dichiarato esperienza pregressa. L'84,4% dei partecipanti senza esperienza pregressa ha ottenuto un punteggio alto, ovvero A e B. È interessante notare che solo 4 partecipanti su 32 senza esperienza pregressa sono stati valutati con una C, mentre 3 partecipanti su 8 sono stati valutati con una C, nonostante la loro esperienza. La maggioranza dei partecipanti ha percepito un miglioramento nella capacità di programmazione, produzione, interpretazione e analisi, mentre una percentuale marginale senza esperienza pregressa ha dichiarato un miglioramento *scarso* o *nullo*. Tranne un'unica eccezione, tutti i partecipanti che hanno scelto i **video promozionali** sono stati valutati con una B, mentre il voto più alto è stato assegnato ad un partecipante senza esperienza pregressa.

Quasi tutti i partecipanti senza esperienza pregressa (88,9%) hanno valutato i seminari *molto* o *estremamente utili*, con qualità *buona* o *eccellente*. Una percentuale simile di partecipanti ha osservato un miglioramento *buono*, *molto buono* ed *eccellente* e la totalità ha valutato il miglioramento nelle capacità di interpretazione e analisi di video promozionali come considerevole. La stragrande maggioranza di chi ha prodotto un *fanvid*, non lo aveva mai realizzato prima, tuttavia tutti hanno avuto un rendimento *molto buono* o *eccellente*, con circa un terzo dei partecipanti senza esperienza pregressa valutati con una A. Gli studenti senza esperienza hanno trovato il seminario *utile* e di *buona qualità*, mentre i due con esperienza pregressa hanno giudicato il miglioramento come *scarso* o *nullo*. La maggior parte ha osservato un miglioramento buono nelle capacità di interpretazione e analisi.

Infine, i risultati quantitativi sull'**interazione mediata a video** riflettono una minore partecipazione a videochiamate (15,5% in totale), ovvero solo 3 studenti su 18 che hanno scelto questa tipologia testuale hanno dichiarato di aver partecipato precedentemente ad una videochiamata. Indipendentemente dall'esperienza pregressa, i partecipanti hanno valutato i seminari *utili* e di *qualità elevata*. Gli studenti senza esperienza pregressa hanno valutato la capacità nella programmazione, produzione, interpretazione e analisi da *buona* a *molto buona*, ma nessuno ha giudicato il miglioramento come *ottimo*. Invece, e piuttosto inaspettatamente, circa la metà degli studenti con esperienza pregressa ha valutato il miglioramento come ottimo. Tre studenti invece non hanno osservato alcun miglioramento nella capacità di produzione. Una studentessa (ID0230961 EU-Rome) ha ottenuto il punteggio massimo, ma non ha percepito alcun

miglioramento nel campo produttivo, mentre uno studente (ID201706256 EU-Aarhus) che ha ottenuto una B, ha giudicato il miglioramento delle capacità di analisi e interpretazione come *buono*. Un terzo studente (ID 588044 EU-Aarhus) che ha ottenuto una C ha invece dato il punteggio più basso (1) a tutte le domande. La maggior parte degli studenti ha comunque ricevuto voti alti (A e B), ma due partecipanti, rispettivamente con e senza esperienza pregressa, hanno avuto un rendimento scarso, valutato con una D. Uno studente (ID 482747 EU-Messina) ha autovalutato il suo miglioramento come *buono* (3) e l'altro (ID 469867 EU-Messina) ha percepito un miglioramento *eccellente* in progettazione e produzione, così come nella interpretazione/analisi (voto 5). Una spiegazione parziale potrebbe essere che le interazioni su Skype o Facetime non erano in sé l'obiettivo formativo del progetto,

dal momento che l'apprendimento atteso non consisteva tanto nella produzione tecnica di una registrazione digitale di una conversazione (fosse formale o informale), quanto nell'attività didattica di trascrizione, che mirava alla meta-riflessione (si vedano le Linee guida per la valutazione, Appendice H). Come passo successivo, si sono cercate delle correlazioni tramite analisi di Chi-quadrato per ciascuna domanda utilizzando il software SPSS per l'analisi statistica, tramite un confronto di risultati per trarre conclusioni circa le tendenze e, infine, l'efficacia del progetto. È stato però possibile identificare risultati statisticamente significativi solo per il blog, che rappresenta il testo scelto dal numero di studenti più corposo, mentre il numero più basso di studenti per ciascuna delle altre quattro tipologie di testo non ha permesso di trarre risultati statisticamente significativi. Sono state dunque individuate correlazioni tra le domande della Scheda di Valutazione, per esempio in merito alle domande seguenti ai seminari sui blog e all'abilità degli studenti nella progettazione/produzione e

interpretazione/analisi di un blog (si veda l'Appendice G, Sezione 5):

- a) Domanda 5: Valuta l'utilità del seminario sul blog da 1 (*non utile*) a 5 (*estremamente utile*);
- b) Domanda 6: Valuta la qualità dei seminari sui blog da 1 (*pessima qualità*) a 5 (*ottima qualità*);
- c) Domanda 15: Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, nella programmazione/produzione di un testo digitale da 1 (*nessun miglioramento*) a 5 (*miglioramento ottimo*) e
- d) Domanda 16: Valuta quanto è migliorata la tua abilità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale (cioè nel comprendere come un testo digitale funziona e produce significati) da 1 (*nessun miglioramento*) a 5 (*miglioramento ottimo*).

Sebbene statisticamente significative per una sola tipologia di testo, le correlazioni rafforzano l'affidabilità dei dati quantitativi della ricerca, dimostrando che i partecipanti che hanno prodotto un blog, indipendentemente dall'aver o meno esperienza pregressa, hanno

risposto tendenzialmente in modo analogo alle domande di riferimento. In effetti, a una maggiore valutazione dell'utilità dei seminari è corrisposta una più favorevole valutazione su:

- a) Qualità;
- b) Capacità nella progettazione/produzione di un testo digitale;
- c) Capacità di interpretazione/analisi di un testo digitale.

Gli altri materiali utili per l'analisi sono stati la **Scheda di Valutazione fra pari** e la **Scheda di Valutazione del docente**.

Come parte delle attività didattiche, agli studenti è stato richiesto di compilare la **Scheda di Valutazione tra pari** (si veda l'Appendice E), per monitorare l'abilità di valutare gli stessi contenuti dell'insegnamento su una griglia predefinita di criteri. Quindi, gli studenti hanno valutato in maniera anonima i loro pari dopo la consegna. Questa attività è stata svolta tramite la compilazione della Scheda di Valutazione fra pari che includeva le seguenti tre sezioni: Sezione 1 "Testo digitale multimodale" (sulla produzione e sulla comprensione dei testi digitali degli studenti).

Le domande in comune a tutte le tipologie testuali sono elencate di seguito:

1. **Orchestrazione Multimodale**
(l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?)
2. **Alfabetizzazione digitale** (le *affordance** tecnologiche del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi?)
3. **Comunicazione interculturale**
(la conversazione/interazione è ben riuscita? I partecipanti hanno interagito e comunicato per una reciproca comprensione?)

Nella Tabella 1 sono riportate i punti di attenzione, che variano in numero a seconda della tipologia testuale (da cinque a sei) valutata fra pari da ogni studente.

*si veda il Glossario

Tabella 1. Domande sulle tipologie testuali specifiche nella Scheda di Valutazione tra pari.

BLOG	PAGINE WEB "CHI SIAMO"	VIDEO PROMOZIONALI	FAN VIDEO	INTERAZIONI MEDIATE A VIDEO
1.4 Layout	1.4 Tecniche di scrittura per il web	1.4 Struttura	1.4 Struttura	1.4 Trascrizione
1.5 Colore	1.5 Risorse visive	1.5 Immagine	1.5 Immagine	1.5 Linearizzazione
1.6 Font	1.6 Struttura	1.6 Testo scritto e/o orale	1.6 Testo scritto	1.6 Annotazione
1.7 Immagine	1.7 Processo di autopromozione	1.7 Suoni e/o musica	1.7 Suoni e/o musica	1.7 Equilibrio
1.8 Scrittura	1.8 Informatività	1.8 Informazione, pubblicità e intrattenimento	1.8 Risemiotizzazione	1.8 Scelta del segmento da trascrivere
1.9 Interattività	1.9 Usabilità		1.9 Progettazione	1.9 Spontaneità

La Sezione 2, “Analisi”, si occupa di valutare le analisi scritte in inglese - che dovevano spiegare (in 2000 parole) le scelte messe in atto dagli studenti sulle proprie produzioni - e contiene domande commentate in comune a tutte le tipologie testuali:

1. **Struttura** (l’analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?)
2. **Risorse** (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?)
3. **Terminologia** (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nelle analisi?)
4. **Padronanza dell’inglese** (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?)
5. **Riferimenti bibliografici** (l’analisi è adeguatamente supportata dall’uso di fonti scientifiche?)
6. **Capacità analitiche** (l’analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?)

Per ogni domanda nella Scheda di Valutazione tra pari, agli studenti è stato richiesto di esprimere un voto (da A = eccellente ad F = insoddisfacente) e di motivarlo in modo esteso.

Nell’Appendice G, Sezione 6 sono riportati tutti i dati quantitativi relativi alla Scheda di Valutazione fra pari, suddivisi per classe e per tipologia testuale.

La Scheda di Valutazione del docente (si veda l’Appendice F) segue la stessa struttura della Scheda di Valutazione fra pari degli studenti, con una sezione aggiuntiva che esamina il rendimento degli studenti nella valutazione fra pari. Tale Scheda contiene le seguenti domande comuni a tutte le tipologie testuali:

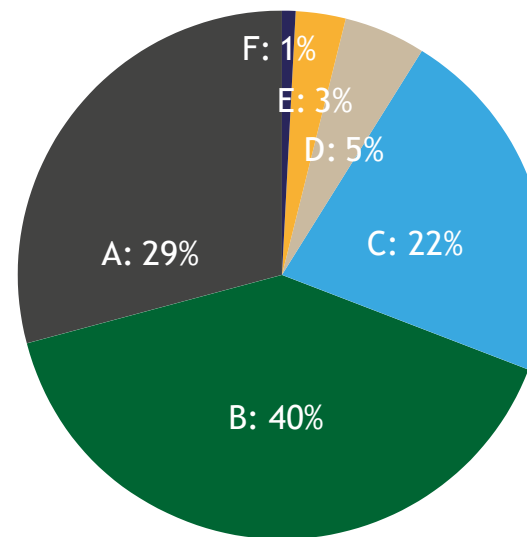
1. **Argomentazione** (le valutazioni sono supportate e giustificate adeguatamente?)
2. **Coerenza** (il giudizio è in linea con il feedback qualitativo in tutta la valutazione?)
3. **Feedback costruttivo** (vengono dati consigli per il miglioramento?).

Nell’Appendice G, Sezione 7 sono forniti tutti i dati quantitativi della Scheda di Valutazione del docente, suddivisi per classe e per tipologia di testuale.

Nelle analisi quantitative, sono state trovate delle correlazioni tra le risposte delle Valutazioni del docente e le risposte delle Valutazioni fra pari. Questo è un risultato estremamente importante, perché dimostra che gli studenti e i docenti hanno valutato le produzioni dei testi digitali in modo simile (si veda l'Appendice G, Sezione 8). Queste correlazioni mostrano la competenza sviluppata dagli studenti nella valutazione (uno dei tre obiettivi formativi del programma), supponendo che le docenti, in qualità di esperte riconosciute nell'ambito di insegnamento, abbiano potuto fungere da punto di riferimento per stabilire una corrispondenza realistica tra la valutazione e il giudizio. È interessante notare come, in alcune domande, le docenti fossero più indulgenti degli studenti nel valutare la consegna 1, ovvero il testo digitale prodotto dallo studente (si veda la Figura 4).

Figura 4. Domanda 1.1, *Orchestrazione Multimodale*: confronto fra la Valutazione fra pari e la Valutazione del docente

Valutazione fra pari domanda 1.1



Valutazione del docente domanda 1.1

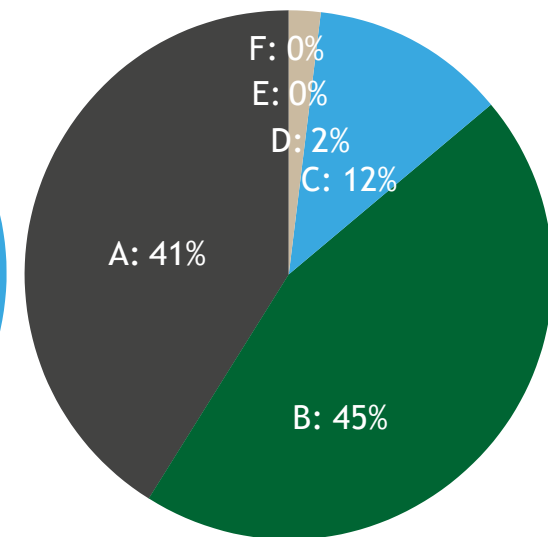
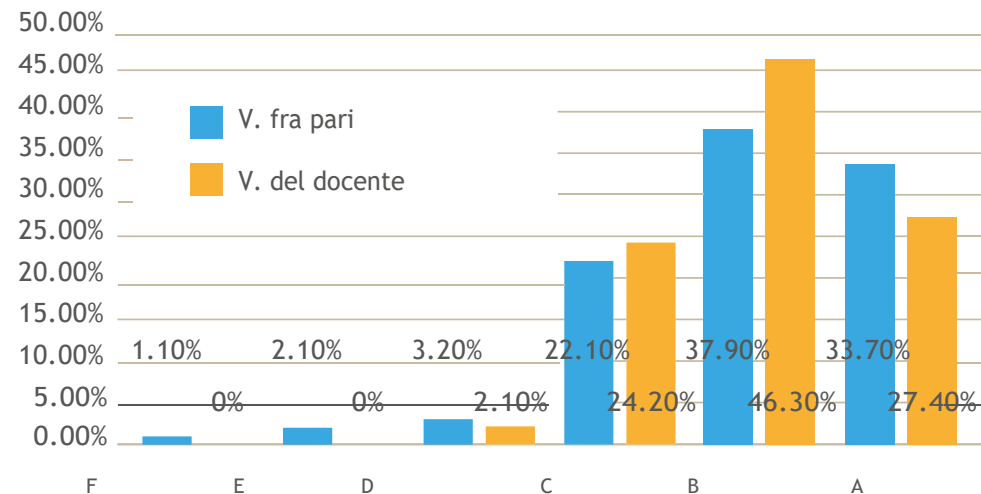


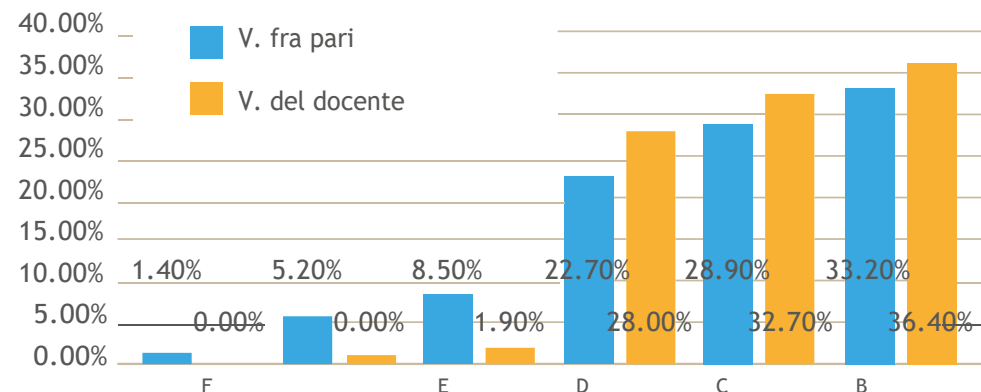
Figura 5. Domanda 1.4, layout del blog: confronto fra le Valutazioni fra pari e la Valutazione del docente.



Sono state anche rilevate alcune correlazioni fra le Valutazioni tra pari e del docente nelle domande sulle tipologie di testo specifiche (si vedano le Tabelle 39-41, Appendice G, Sezione 8). Per esempio, come si può notare nella Figura 5, gli studenti e i docenti hanno valutato i blog in modo simile in termini di layout. Sono anche state riscontrate correlazioni tra le domande di valutazione sulle analisi scritte degli studenti (Valutazione tra pari e Valutazione del docente domande 2.1-2.6).

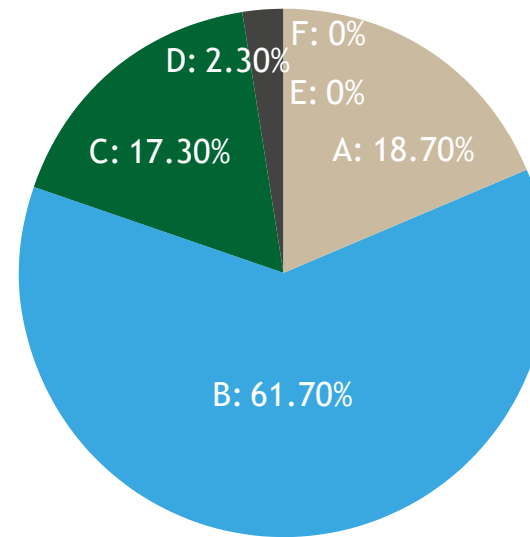
Per esempio, come evidenziato nella Figura 6, sono stati attribuiti voti simili dagli studenti e dai docenti sulla struttura delle analisi scritte sulle produzioni digitali. Le correlazioni trovate tra le domande della Valutazione del docente e della Valutazione fra pari indicano che gli studenti hanno valutato e motivato il voto in modo coerente.

Figura 6. Domanda 2.1, valutazione della struttura dell'analisi del testo digitale: confronto fra la Valutazione fra pari e la Valutazione del docente



Queste correlazioni dunque mostrano un'affidabilità complessiva raggiunta attraverso l'adozione di criteri e linee guida di valutazione comuni. In generale, sulla base della Valutazione del docente, il 61,7% degli studenti è stato valutato con una B, il 17,3% degli studenti con una A e il 18,7% ha ottenuto una C. Una percentuale molto bassa di studenti è stata valutata con una D (2,3%), mentre nessuno ha avuto un voto molto basso o insufficiente (si veda la Figura 7). I grafici per i voti complessivi delle cinque classi e delle cinque tipologie di testo sono riportati nella Tabella 34 e nella Tabella 38, Appendice G, rispettivamente Sezione 7 B e C.

Figura 7. Voti complessivi dei docenti sulle consegne 1,2 e 3.



Dati qualitativi del programma EU-MADE4LL

Oltre alla richiesta rivolta agli studenti di motivare i propri voti ad ogni domanda, la Scheda di Valutazione tra pari prevede una Sezione finale dove è possibile inserire un feedback qualitativo (massimo 400 parole). Il compito era spiegato con la seguente formulazione:

Scrivi qui sotto qualsiasi altro commento e feedback costruttivo. L'obiettivo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole).

Questa Sezione qualitativa finale libera, unitamente alle motivazioni fornite dagli studenti per spiegare l'attribuzione dei voti sono servite a trarre generalizzazioni sul processo di apprendimento e di comprensione dei contenuti d'insegnamento. Valutare i pari sullo stesso testo digitale prodotto ha pertanto reso gli studenti degli "esperti principianti". Questa definizione paradossale tenta di cogliere la natura transitoria del percorso studentesco, ancora in itinere, ma comunque in grado di fornire gli strumenti necessari per valutare i pari mediante l'applicazione di criteri comuni chiari.

Attraverso la combinazione dell'analisi qualitativa e quantitativa è stato possibile verificare ulteriormente la tendenza già osservata: gli studenti hanno dimostrato di essere altrettanto coerenti dei docenti nell'attribuzione del voto con le relative motivazioni, dimostrando uno sviluppo significativo nelle capacità di valutare attraverso l'applicazione di criteri prestabiliti e specifici. I criteri erano stati illustrati a lezione e anche inclusi nelle Linee guida di valutazione (si veda l'Appendice H). Per formalizzare questa analisi, sono stati esaminati criticamente i commenti e i suggerimenti degli studenti in parallelo con le produzioni dei testi digitali degli altri partecipanti e con le valutazioni dei docenti. Nonostante la difficoltà nell'esaminare e valutare criticamente le argomentazioni e i commenti degli studenti, ci si è comunque avvalsi del feedback costruttivo, dato che un numero considerevole di risposte si è rivelato utile per lo sviluppo dei descrittori del QCoRADI.

Nella Tabella 1, Appendice I, Sezione 1, sono riportati alcuni esempi integrali tratti dal feedback degli studenti sulle produzioni dei loro pari. Sono stati scelti esempi giudicati coerenti con l'attribuzione dei voti e, allo stesso tempo, corrispondenti con le valutazioni dei docenti sul corpus di dati relativi ai video promozionali. Come si può notare negli esempi forniti nell'Appendice I (così come nei voti generalmente alti che le docenti hanno attribuito alle performance degli studenti nella valutazione fra pari), in molti casi il feedback è stato estremamente dettagliato, costruttivo e coerente con i voti. Tuttavia, dato che gli studenti erano alle prime armi nella valutazione delle produzioni dei testi digitali, sono emerse vari tipi di risposte, da quelle ben argomentate e giustificate (caso più frequente) a quelle sbagliate e/o fuorvianti.

Le discrepanze occasionali tra il voto e il commento rivelano incongruenze che possono tuttavia rivelarsi utili per l'insegnamento futuro e per materiali didattici. Fra gli esempi di spiegazioni incoerenti a voti dati: ID 0231207 EU-ROME ha valutato la produzione di un video promozionale di un suo pari con una C per le tecnologie digitali, ma ha fornito la spiegazione: "è stato ben girato e ben montato". Dunque, non è stata data una spiegazione per il voto relativamente basso. Se si prendesse in considerazione il giudizio senza il voto, si potrebbe pensare che la valutatrice sia stata più che soddisfatta dall'uso delle tecnologie digitali da parte della collega. Alcuni punti di vista erano troppo generali e/o incoerenti, come mostra il commento seguente: "L'alfabetizzazione digitale spiega molto bene la finalità del video" (Motivazione per un voto B, 201031577 EU-LEEDS). In alcuni casi, invece, le spiegazioni sono state più articolate, ma abbinate a voti più bassi del previsto.

Per esempio, ID 200989929 EU-LEEDS scrive: "La struttura è semplice ed immediata per i fini comunicativi del testo multimodale digitale" (motivazione per una C) e ID 0230118 EU-ROME: "Il produttore ha usato una ripresa panoramica per favorire il coinvolgimento del pubblico senza far perdere l'interesse. Inoltre, le diapositive con i testi sono state inserite strategicamente per informare il pubblico sui passaggi successivi, dando così più contesto agli spettatori" (motivazione per una C). Nei primi due casi, le spiegazioni degli studenti sembrano suggerire una valutazione B, che corrisponderebbe con la valutazione dei docenti. Infine, alcune spiegazioni sono da considerarsi come troppo vaghe per giustificare una valutazione eccellente, come mostra l'esempio seguente: ID 482449 EU-MESSINA: "È chiaro che hai pensato al fatto che il video è rivolto a studenti stranieri" (motivazione per una A). Lo studente ha fatto un commento poco qualificato per giustificare una A.

Dalle Valutazioni dei docenti è stata ricavata una Scheda di tipologia di dati qualitativi differente. Ai docenti era stato infatti richiesto di spiegare i voti, tramite la compilazione del "Feedback qualitativo sulle attività 1 e 2: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro". I docenti hanno illustrato i punti di forza e di debolezza nelle produzioni dei testi digitali degli studenti, di cui vengono mostrati esempi nella Tabella 2, Appendice I, Sezione 2. Vengono anche forniti esempi dei feedback dei docenti sui commenti espressi dagli studenti nella Scheda di Valutazione fra pari (si veda la Tabella 3, Appendice I, Sezione 2), dal momento che queste rappresentano parti delle consegne degli studenti. Sono stati usati il feedback qualitativo dei docenti e le motivazioni nelle Valutazioni fra pari, i testi digitali e le analisi prodotte dagli studenti per ricavare i descrittori del QCoRADi, come si illustrerà nella prossima Sezione.

Il metodo empirico basato sui dati

La progettazione del Quadro si basa sia sui dati emersi dai primi due anni del progetto EU-MADE4LL, sia dalla riflessione di matrice teorica espressa da un gruppo internazionale composto da docenti e ricercatori in comunicazione digitale per scopi interculturali e internazionali e da professionisti in video-making nella comunicazione per il web.

Nella fase progettuale, sono stati combinati un approccio **induttivo** e uno **deduttivo**. Si è infatti partiti dai dati grezzi (ovvero i commenti delle valutazioni fra pari, le produzioni e le analisi degli studenti, i feedback e i voti dei docenti e degli studenti) per ricavare i descrittori per tipologia di testo specifico, per poi passare a comporre i descrittori generali più astratti. Successivamente, si è proceduto a una collazione mirata di materiali tratti dalla letteratura scientifica di riferimento pertinente, dai quadri esistenti e dai testi in programma, con l'obiettivo di aggiungere e integrare i descrittori generali per poi raffinare, perfezionare e specificare ulteriormente i

descrittori per tipologia di testo specifico.

Questa operazione ha riguardato tutte e tre le dimensioni comuni a tutte le tipologie testuali:

1. *Orchestrazione Multimodale*
2. *Tecnologie Digitali*
3. *Comunicazione Interculturale*

Un'integrazione fondamentale a queste tre dimensioni è stata resa possibile dallo studio dei materiali forniti da Rocca Creative Thinking Ltd durante il seminario professionalizzante, che è consistito in una settimana di giochi di ruolo con 47 studenti provenienti da tutte le cinque classi partecipanti al progetto, tenuto al Dipartimento di Management presso l'Università di Aarhus in Danimarca.

I dati, in questo caso, comprendono comunicati stampa, podcast, interviste formali e informali, campagne social, feedback degli studenti sulle attività, e osservazioni meticolose *in loco* del comportamento dei partecipanti, divisi in gruppi misti, in situazioni stressanti e inaspettate.

Questa organizzazione ha permesso di approfondire l'area di competenze richieste in ambito lavorativo, tradizionalmente meno facili da identificare. La quarta dimensione è stata sviluppata, infatti, per applicare una prospettiva trasversale su queste competenze fondamentali.

1. *Competenze Trasversali*

Quanto segue illustra il processo induttivo e deduttivo applicato alle prime tre dimensioni per ricavare le *Competenze Trasversali*. Inizialmente è stato seguito un **approccio induttivo** per analizzare le consegne degli studenti (ovvero i testi digitali, le analisi e le valutazioni fra pari) e le valutazioni dei docenti.

I risultati dell'analisi basata sui dati sono stati organizzati in base ai tre criteri generali di valutazione delle produzioni degli studenti: Multimodalità (rinominata *Orchestrazione Multimodale* nel QCoRADI), Alfabetizzazione Digitale (rinominata *Tecnologie Digitali*, dato che "alfabetizzazione digitale" è la componente sovraordinata che abbraccia tutte e tre le dimensioni) e *Comunicazione Interculturale* (si vedano le domande 1.1-1.3 comuni nella Scheda di Valutazione fra pari e nella Scheda di Valutazione del docente, Appendici E ed F). Questa operazione ha permesso di sviluppare una prima serie di descrittori generali non legati ad alcuna tipologia di testo specifico.

In aggiunta alle tre dimensioni generali, i risultati sono stati elaborati sulla base delle domande specifiche per ciascuna tipologia testuale incluse nelle Schede di valutazione del docente e fra pari. Per esempio, i risultati per la tipologia di testo dei video promozionali sono stati classificati a seconda delle domande specifiche per questa categoria,

ovvero: 1) Struttura, 2) Immagine, 3) Testo scritto e/o orale, 4) Suoni e/o musica e 5) Informazione, pubblicità e intrattenimento (si veda la Scheda di Valutazione fra pari e la Scheda di Valutazione del docente domande 1.4-1.9, Appendici E e F).

Tutti i risultati sono stati classificati in base alle somiglianze di contenuto per poi trasformarli in descrittori "Sono in grado di (fare)". Pertanto, questi dati hanno fornito lo spunto per la redazione di una lista dettagliata di descrittori per ogni tipologia di testo. Le produzioni sono state inoltre classificate in base ai voti dei docenti, per analizzare i dati anche a seconda dei diversi livelli di competenza e per aggiungere una prospettiva più ampia su quali elementi privilegiare per differenziare i livelli di alfabetizzazione digitale interculturale attraverso la produzione, l'analisi e la valutazione di testi digitali multimodali. I descrittori "Sono in grado di (fare)" per i diversi livelli sono stati dunque prodotti tenendo conto dei dati disponibili e, di conseguenza, la corrispondenza tra i livelli e i descrittori "Sono in grado di (fare)" è fondata empiricamente.

Come già discusso nella Sezione precedente, la gamma di voti espressi sia dagli studenti sia dai docenti va principalmente da A a C e, come si vede nella Figura 7, con il 61,7 % degli studenti valutato con una B. Ne consegue che il Quadro si basa principalmente su dati prodotti da performance di livello generalmente alto nelle competenze praticate.

Inoltre, i dati provengono dalle produzioni realizzate dopo l'esposizione a contenuti e insegnamento specialistico, che hanno presumibilmente contribuito a un progresso rispetto alle competenze elementari.

Pertanto, i voti e i livelli sono stati raggruppati sulla base delle analisi qualitative delle produzioni degli studenti, dei voti e del feedback espressi dai pari e dai docenti.

- 1) A-B: *Livello avanzato*
- 2) B-C: *Livello intermedio*
- 3) D-F: *Livello elementare*.

Come già anticipato, la maggior parte delle produzioni è stata ascritta alla fascia più alta di voto (A-B), mentre solo poche consegne hanno ottenuto i voti più bassi. Dunque, i descrittori "Sono in grado di (fare)" per il "Livello Avanzato" sono stati sviluppati nel primo passaggio.

Successivamente, lavorando a ritroso, si sono ricavati gli altri due livelli mediante il confronto fra le analisi e le osservazioni delle produzioni degli studenti con le valutazioni più basse con quelle con i parametri più alti dei descrittori del livello avanzato. Successivamente alla compilazione di una lista dettagliata di descrittori “Sono in grado di (fare)” per le tre dimensioni (*Orchestrazione Multimodale*, *Tecnologie Digitali*, e *Comunicazione Interculturale*) per ogni tipologia di testo, si è ritenuto indispensabile elaborare un ulteriore livello di astrazione per ricavare i descrittori generali, così da dotarli di ampia applicabilità d’uso indipendentemente dalla tipologia di testo specifico. A tale scopo, i descrittori sono stati suddivisi in macrocategorie per differenziare le capacità nella produzione, nell’interpretazione (comprensione) e nell’interazione. Le componenti della valutazione non sono state tenute separate, dal momento che le abilità critiche sono sempre essenziali e devono essere considerate come parti integranti rispetto alla produzione, all’interpretazione e all’interazione.

Per questo motivo, esse sono state incorporate in tutti i descrittori delle altre macrocategorie. Con l’obiettivo di rafforzare la validità della formulazione dei descrittori, si è infine integrata una metodica **deduttiva**, attingendo alla letteratura di riferimento, ai Quadri esistenti e al materiale del programma, aggiungendo ed eventualmente ricombinando i descrittori generali e, infine, rivedendo e raffinando i descrittori della tipologia di testo specifico. Le letture del corso istituzionale e del programma comune EU-MADE4LL sono state utilizzate come fondamento teorico per *l’Orchestrazione Multimodale* (si vedano le Appendici J e K). Per le *Tecnologie Digitali*, i descrittori DigComp 2.0 sono stati esaminati in parallelo con i descrittori derivati dai dati del progetto. Più nello specifico, sono stati trovati comparativamente punti in comune tra il QCoRADI e i descrittori del DigComp 2.0. In particolare, è stato mappato il DigComp 2.0 in Area di Competenze 1: “Alfabetizzazione su informazione e dati”; Area di Competenze 2: “Comunicazione e collaborazione” e Area di Competenze 3: “Creazione di contenuti digitali”.

Inoltre, si è presa in considerazione la competenza “Proteggere i dati personali e la privacy” tratta dall’Area di Competenze 4: “Sicurezza” per l’ampliamento e il perfezionamento della lista di descrittori generali. Il DigComp 2.0 comprende anche l’Area di Competenze 5: “Risolvere i problemi”, che può ricordare la dimensione delle *Competenze Trasversali*, sebbene la risoluzione dei problemi a cui fa riferimento il DigComp 2.0 si riferisca ad abilità di carattere tecnico, che il QCoRADI include invece nella dimensione *Tecnologie Digitali*. La dimensione *Competenze Trasversali* riguarda piuttosto gli aspetti relativi all’intelligenza emotiva e alla gestione delle relazioni interpersonali, tutti aspetti che non sono trattati nel DigComp 2.0. I descrittori inclusi nella *Comunicazione Interculturale* sono stati messi a confronto con la letteratura di riferimento, con particolare attenzione alla tassonomia esistente e già menzionata, vale a dire *l’Autobiografia degli Incontri interculturali: Contesto, concetti e teorie*.

Le categorie di AIE, quali a) Conoscenze e Abilità, b) Comportamento, c) Atteggiamenti e sentimenti e d) Azioni sono state confrontate con i descrittori, dimostrandosi particolarmente utili per ricavare macrocategorie atte al raggruppamento degli stessi descrittori. Le tre dimensioni *Orchestrazione Multimodale*, *Tecnologie Digitali e Comunicazione Interculturale* derivano dall'analisi delle produzioni degli studenti confrontate con le valutazioni dei docenti, mentre la quarta dimensione, *Competenze Trasversali*, è stata sviluppata tramite uno studio dei dati emersi dal seminario sulla gestione delle crisi aziendali tenutosi ad Aarhus (si veda la Sezione precedente). Durante e dopo il seminario, sono state raccolte osservazioni dettagliate e registrazioni delle attività, delle interazioni e delle risposte degli studenti in merito alle attività, insieme al feedback fornito a conclusione del seminario. Marc Rocca e Samantha Taylor hanno usato i protocolli “think-aloud” e prodotto una relazione etnografica dettagliata sulle osservazioni.

Triangolando questi dati, è stata raccolta una gamma di modelli interattivi, comunicativi e comportamentali di tipo personale e relazionale. Questi modelli sono serviti come base per descrivere le competenze, successivamente classificate in diversi contesti, quali “risposta al contesto”, “competenze personali”, “lavoro di squadra”, “gestione della pressione” e così via. La stessa procedura è stata seguita per le altre tre dimensioni, per la produzione dei descrittori “Sono in grado di (fare)”, dapprima per il livello avanzato, poi per gli altri due; i descrittori generali che ne sono derivati sono stati ulteriormente raggruppati in macrocategorie. Una volta che le macrocategorie e i descrittori generali sono stati elaborati per tutte le quattro dimensioni, ogni descrittore è stato abbinato a esempi di descrittori “Sono in grado di (fare)” più specifici per migliorare il campo di applicazione del QCoRADI.

I descrittori della tipologia di testo specifico elaborati con una metodologia deduttiva sono serviti come esempi contestualizzati dei descrittori generali nelle prime tre dimensioni. Le abilità specifiche che risultano dalla triangolazione dei dati del seminario sulla gestione della crisi sono state usate come esempi ulteriormente contestualizzati dei descrittori generali nella dimensione delle *Competenze Trasversali*.

In linea con il fondamento teorico del QCER e del DigComp 2.0, i descrittori “Sono in grado di (fare)” sono stati redatti per l'interpretazione, l'interazione e la produzione. Sebbene basati su teorie della multimodalità, dell'alfabetizzazione digitale e della comunicazione interculturale, i descrittori restano comunque accessibili e di facile uso per un pubblico non specialistico.

La progettazione e la struttura del QCoRADI

Il Quadro, dunque, discende dalla concettualizzazione generale di “alfabetizzazione digitale interculturale”, che fa riferimento a competenze altamente integrate, complesse, dinamiche e dipendenti dal contesto. Queste capacità sono sovraordinate e raggruppate in modo da includere tre dimensioni (più una): *Orchestrazione Multimodale*, *Tecnologie Digitali* e *Comunicazione Interculturale*. Queste, a loro volta, incorporano macrocategorie di descrittori generali e descrittori per tipologia di testo specifico. Le *Competenze Trasversali*, invece, includono macrocategorie di descrittori generali con descrittori più specifici, non legati ad alcuna tipologia di testo.

I descrittori rispondono a domande specifiche per ogni dimensione:

- ***Orchestrazione Multimodale:*** *come produco significati negli ambienti digitali?*
- ***Tecnologie Digitali:*** *come uso gli strumenti degli ambienti digitali?*
- ***Comunicazione Interculturale:*** *come produco significati con gli altri negli ambienti digitali?*
- ***Competenze Trasversali:*** *quali competenze personali e relazionali possono aiutarmi a facilitare la comunicazione?*

Dimensione 1: *Orchestrazione Multimodale*

(ovvero la combinazione di risorse nei testi digitali, come testo scritto, parola, immagini, movimenti, musica, ecc.). Mostra i descrittori che spiegano 1) come selezionare e combinare molteplici risorse semiotiche, 2) come costruire interazioni e rappresentazioni efficaci al servizio degli scopi comunicativi del testo digitale o della comunicazione online. Questa dimensione descrive nel dettaglio, interpreta e valuta criticamente il testo multimodale prodotto dagli altri e descrive le interazioni con il testo digitale o l'uso combinato di molteplici risorse di produzione di significato quando si interagisce con gli altri online.

Dimensione 2: *Tecnologie Digitali*

(ovvero l'uso di strumenti digitali e la comprensione delle *affordance*, *si veda il Glossario). Fornisce i descrittori relativi alla fase preparatoria alla produzione del testo digitale e i descrittori relativi alla produzione o alla partecipazione alle fasi di interazioni digitali. Le *Tecnologie Digitali* sono esaminate anche dal punto di vista della comprensione

e dell'interpretazione del testo digitale o dell'interazione online. Infine, presenta i descrittori di meta-riflessione sul testo digitale o sulla comunicazione online propria o altrui **Dimensione 3: *Comunicazione Interculturale*** (ovvero la consapevolezza del contesto e delle comunità di pratica specifiche, sia fisiche sia digitali). Comprende descrittori su atteggiamenti e percezioni, comprensione e consapevolezza, azione e comportamento verso gli altri nella produzione di testi digitali, sia nell'interpretazione delle produzioni digitali altrui, sia nell'interazione online.

Dimensione 4: *Competenze Trasversali*

(ovvero l'uso, la gestione e la consapevolezza delle soft skills, come l'intelligenza emotiva). Fornisce descrittori su come gestire il contesto, la collaborazione e l'informazione, le emozioni proprie e altrui e su come affrontare il cambiamento e l'incertezza.

Nelle pagine seguenti, il QCoRADI è presentato in tre diverse versioni, organizzate nelle seguenti Sezioni:

1. La prima Sezione presenta il Quadro “in breve”, con tutte le dimensioni e le rispettive macrocategorie e i descrittori generali, formulati in modo neutro, indipendentemente dai livelli di competenza. Le prime tre dimensioni sono suddivise in colonne verticali parallele per indicare che si completano a vicenda, mentre la quarta dimensione è presentata orizzontalmente per illustrare la presenza di descrittori che abbracciano tutte e tre le dimensioni a seconda del contesto e dello scopo del testo digitale o della comunicazione online.
2. La seconda Sezione presenta ciascuna dimensione con relativa macrocategoria e descrittori. Questi sono provvisti di esempi specifici, indipendentemente dai livelli di competenza. Gli esempi specifici servono a spiegare la funzione dei descrittori generali in un contesto più specifico.

Pertanto, sono state maggiormente elaborate le

capacità e le competenze che si possono riferire a ogni descrittore generale del QCoRADI per agevolare la comprensione delle sue finalità più specifiche.

3. La terza Sezione presenta tutte e quattro le dimensioni con le macrocategorie e i descrittori generali, che si differenziano in ciascuno dei seguenti livelli: elementare, intermedio e avanzato.

Nella formulazione dei descrittori, è stato necessario bilanciare due esigenze contrastanti, per far sì che i descrittori (1) fossero i più generali possibile per adattarli a diversi contesti e rallentarne l'obsolescenza e (2) non fossero troppo generici, per evitare di renderli poco efficaci ai fini della valutazione e dell'autovalutazione. Nelle tre diverse Sezioni vengono proposti i descrittori riformulati per soddisfare le diverse esigenze appena descritte.

La tabella seguente (Tabella 2) fornisce una panoramica dei modificatori scelti per differenziare i livelli.

Parole chiave e concetti che differenziano i livelli di competenza del QCoRADI			
Descrizioni e parole chiave dei livelli nel QCoRADI	QUALITA'	QUANTITA'	COMPRENSIONE
AVANZATO			
Descrizione	Il livello atteso nella comprensione, progettazione e produzione di un testo digitale e/o la partecipazione alla comunicazione online è di alto livello, ovvero completamente/pienamente e efficace nel soddisfare gli scopi comunicativi e nell'essere in linea con il contesto comunicativo.	Tutte le risorse per la produzione di significato, le possibilità tecnologiche, la comunicazione interculturale e le competenze trasversali sono usate in modo adeguato ed efficace.	Essere in grado di comprendere appieno, saper valutare, spiegare, fornire assistenza e feedback costruttivo.
Parole chiave	1. Completamente efficace 2. Pienamente (es. sottili sfumature di significato) 3. Un'ampia gamma di (es. anche gli aspetti più difficili) 4. Efficacemente o con facilità.	I. Tutte II. In ogni parte/dappertutto III. Sempre	Compreso appieno

La progettazione e la struttura del QCoRADI

Parole chiave e concetti che differenziano i livelli di competenza del QCoRADI			
Descrizioni e parole chiave dei livelli nel QCoRADI	QUALITA'	QUANTITA'	COMPRENSIONE
INTERMEDIO			
Descrizione	Il livello atteso di comprensione, progettazione e produzione di un testo digitale e/o la partecipazione a una comunicazione online è di livello adeguato, ovvero per lo più efficace nel soddisfare gli scopi comunicativi di un testo e nell'essere generalmente in linea col contesto.	La maggior parte delle risorse per la produzione di significato, le possibilità tecnologiche, la comunicazione interculturale e le competenze trasversali sono usate adeguatamente, anche se qualche volta non pienamente efficaci.	Essere in grado, in linea di massima, di capire, esaminare, valutare, spiegare e fornire semplici spiegazioni.
Parole chiave	1. Per lo più efficace 2. A un grado adeguato 3. Un certo numero o una serie sufficiente di 4. Con qualche sforzo, ma adeguatamente	I. La maggior parte II. Per la maggior parte III. Regolarmente	Compreso in linea generale

La progettazione e la struttura del QCoRADI

Parole chiave e concetti che differenziano i livelli di competenza del QCoRADI			
Descrizioni e parole chiave dei livelli nel QCoRADI	QUALITA'	QUANTITA'	COMPRENSIONE
ELEMENTARE			
Descrizione	Il livello atteso di comprensione, progettazione e produzione di un testo digitale e/o la partecipazione nella comunicazione online è di grado limitato, ovvero può soddisfare gli scopi comunicativi in modo appena sufficiente e in linea con il contesto, ma solo parzialmente.	Vengono usate solo una gamma limitata di risorse per la produzione di significato, le possibilità tecnologiche, la comunicazione interculturale e le competenze trasversali e qualche volta non efficacemente.	Essere parzialmente in grado di comprendere, identificare, riconoscere, descrivere e fornire poche spiegazioni e un feedback non pienamente efficace.
Parole chiave	1. Efficace in misura limitata 2. Fino ad un certo punto (solo gli aspetti più chiari ed espliciti) 3. Una gamma limitata o ristretta (es. solo gli aspetti ben conosciuti) 4. Con qualche difficoltà e qualche volta non adeguatamente.	I. Solo un numero limitato di II. Qualche volta III. In modo limitato	Parzialmente compreso

Avvertenze, limiti e sviluppo futuro

Come tutte le prime versioni, il QCoRADI presenta una serie di limiti, che speriamo possano essere superati in futuro.

Intanto, è necessario che il Quadro sia convalidato ulteriormente da un punto di vista empirico, tramite sperimentazioni:

- In diversi contesti accademici, per esempio in ambienti STEM
- Su varie fasce di età (ad esempio scuola primaria e secondaria)
- Includendo retroterra culturali ed educativi diversi da quelli universitari e di istruzione superiore (ad esempio in ambiti professionali).

Inoltre, per rendere il Quadro più solido, sarebbe molto utile accrescerne le tipologie testuali di riferimento, in modo da tentare di riprodurre la complessità dell'arena digitale contemporanea, per esempio aggiungendo i social network (ad esempio Facebook, Pinterest, Instagram, Snapchat, Twitter) e piattaforme di condivisione multimediale (come YouTube).

Gli stessi livelli di competenza sollecitano un uso molto cauto, dal momento che diversi utenti in contesti, applicazioni e scopi differenti, possono interpretarli in modi completamente divergenti. Per esempio, quello che qui è interpretato come livello elementare, potrebbe essere facilmente considerato come intermedio a seconda del contesto. Questo modello è stato progettato mettendo in campo tre livelli molto ampi, definiti, appunto, come elementare, intermedio e avanzato. Si è deciso di non suddividerli ulteriormente, a causa dei limitati dati a disposizione e delle problematiche teoriche, metodologiche e pratiche nel determinare specificamente come distinguere in modo ancora più granulare ogni livello.

Le linee guida devono essere interpretate in maniera flessibile, nell'ottica di una costante revisione in base ai diversi contesti di uso e alle varie comunità coinvolte. Infatti, gli utenti potrebbero possedere livelli diversi di comprensione e rientrare in diversi livelli a seconda di una vasta gamma di attività in campo produttivo e interpretativo.

Inoltre, i mitigatori e i modificatori utilizzati per distinguere i livelli potrebbero risultare fin troppo vaghi: ad esempio, qual è l'esatta differenza tra “per lo più efficace” e “fino ad un certo punto”? Tuttavia, siamo fiduciosi che i destinatari finali del QCoRADI, quali ad esempio docenti o educatori, saranno perfettamente in grado di adattarlo, tutto o in parte, secondo i vari contesti di uso e i differenti scopi comunicativi ed educativi.

Dal punto di vista applicativo, alcune delle metodologie adottate possono aver prodotto risultati limitati.

Ad esempio, il numero di testi digitali prodotti per la consegna è estremamente variegato, dato che gli studenti tendevano a privilegiare la produzione di pagine statiche web (ad esempio i blog e le pagine web “Chi siamo”) piuttosto che i testi dinamici basati su video (ad esempio i fanvid, le interazioni mediate a video e i video promozionali).

Per sopperire a questa distribuzione impari nella scelta degli studenti dei testi da produrre per la consegna finale, si è pensato di valutare approfonditamente anche la loro capacità di interiorizzare i contenuti dell'insegnamento del modulo istituzionale, dei seminari e delle letture, che spesso riflettevano la ricerca sul campo svolta dalle docenti/ricercatrici coinvolte nel progetto. Un altro elemento importante ha riguardato la capacità di essere coerenti nella valutazione di altri studenti seguendo criteri prestabiliti.

Sebbene la correlazione tra le valutazioni degli studenti e dei docenti (si veda la Sezione Dati del programma EU-MADE4LL) non sia particolarmente forte da un punto di vista quantitativo, le osservazioni qualitative tratte dai commenti finali di feedback degli studenti si sono rivelate illuminanti riguardo al processo di apprendimento. Queste ed altre questioni, limiti e domande aperte sono state sollevate molte volte durante le discussioni congiunte sul QCoRADI e sono state integrate diverse modificazioni, integrazioni e suggerimenti per migliorarlo. Per questi motivi è in agenda lo sviluppo di una versione beta, che possa migliorarne le eventuali criticità emerse durante le successive sperimentazioni.

Tutti coloro che vorranno utilizzare il QCoRADI sono invitati a contattare gli sviluppatori per fornire feedback e per collaborare con l'obiettivo di affrontare questi e altri limiti che sorgeranno nelle versioni future del Quadro.



Quadro Comune di Riferimento per l'Alfabetizzazione Digitale Interculturale

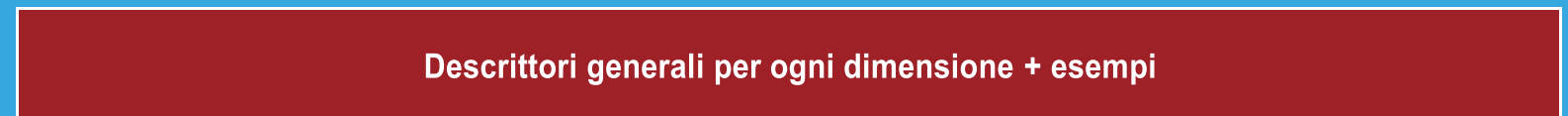
QCoRADI SEZIONE 1 - Il Quadro in breve

QCoRADI Dimensioni e Macro-categorie	
DIMENSIONI	MACRO-CATEGORIE
1. Orchestrazione multimodale	1.1 Selezionare e combinare molteplici risorse di produzione del significato per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale o della comunicazione online. 1.2 Stabilire interazioni e produrre rappresentazioni del sé in modo efficace. 1.3 Comprendere, interpretare e valutare criticamente la produzione del testo multimodale. 1.4 Interagire con il testo digitale.
2. Tecnologie digitali	2.1 Fase di pre-produzione e di partecipazione. 2.2 Fase di produzione/partecipazione. 2.3 Comprendere/Interagire con i testi digitali. 2.4 Meta-riflessione.
3. Comunicazione interculturale	3.1 Attitudini e percezioni. 3.2 Comprensione e consapevolezza. 3.3 Azione e comportamento.
4. Competenze trasversali	4.1 Gestione del contesto, collaborazione e informazione. 4.2 Gestire il cambiamento e l'incertezza. 4.3 Gestione delle emozioni proprie e altrui.

Sezione 1



Sezione 2:



Sezione 3: I tre diversi livelli



Dimensioni, Macro-categorie e Descrittori Generali (indipendentemente dai livelli)

QUADRO COMUNE DI RIFERIMENTO PER L'ALFABETIZZAZIONE DIGITALE INTERCULTURALE		
ORCHESTRAZIONE MULTIMODALE	TECNOLOGIE DIGITALI	COMUNICAZIONE INTERCULTURALE
Come produco significati in ambienti digitali?	Come uso gli strumenti degli ambienti digitali?	Come produco significati con gli altri negli ambienti digitali?
1.1 Selezionare e combinare molteplici risorse per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale o della comunicazione online • Essere in grado di selezionare con consapevolezza le risorse disponibili per la produzione di significato (ad esempio immagini, lingua scritta e orale, musica, gestualità, elementi tipografici, colore, ecc.) e di combinarle per creare un testo digitale o un'interazione online che comunichi in modo efficace il messaggio al pubblico di riferimento.	2.1 Fase di pre-produzione/ partecipazione • Essere in grado di capire quali informazioni sono necessarie e quali dati sono utili per il contenuto del testo digitale o della comunicazione online. • Essere in grado di navigare con consapevolezza fra le varie fonti di informazione per raggiungere gli scopi del testo digitale e della comunicazione online. • Essere in grado di elaborare strategie di ricerca efficaci avendo chiari i bisogni informativi.	3.1 Attitudini e percezioni • Mostrare apertura, interesse e curiosità per la diversità attraverso l'uso di varie risorse (ad esempio lingua, sguardo, gestualità, ecc.) senza avere pregiudizi sulle rappresentazioni, le espressioni e il comportamento altrui durante l'interazione con un testo digitale o durante la partecipazione alla comunicazione online. • Mostrare empatia verso le percezioni ed i pensieri altrui mentre si interagisce con un testo digitale o si partecipa alla comunicazione online.

Continua...

Dimensioni, Macro-categorie e Descrittori Generali (indipendentemente dai livelli)

- | | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Essere in grado di integrare varie risorse, come testo e immagini, articolandole mediante aggiunta o ripetizione di elementi.• Essere in grado di assemblare e modificare le risorse del mezzo disponibili per raggiungere gli scopi comunicativi specifici del testo digitale o della comunicazione online.• Essere in grado di inserire con consapevolezza icone grafiche (ad esempio gli emoji) e link nella parte scritta del testo digitale o della comunicazione online.• Utilizzare adeguatamente ed efficacemente un'ampia gamma di strategie in termini di framing e scelta degli shot o fermo immagine per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.• Essere in grado di scegliere tra una gamma di colori e font disponibili per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale o della comunicazione online.• Essere in grado di organizzare il layout per adattarlo ad un contesto sia formale che informale. | <ul style="list-style-type: none">• Essere in grado di analizzare, confrontare e valutare in maniera critica la credibilità, l'attendibilità e l'utilità delle fonti online dei dati e delle informazioni per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.• Essere in grado di gestire i dati, le informazioni e i contenuti da utilizzare nella produzione di un testo digitale o nella partecipazione alla comunicazione online (ad esempio l'organizzazione e il recupero dei dati). | <ul style="list-style-type: none">• Rispettare la diversità poiché si è disposti a sospendere le proprie convinzioni su cosa sia 'naturale' e/o 'giusto' sulla base delle proprie prospettive culturali ed essere disposti ad accettare ciò che gli altri credono sia 'naturale' e/o 'giusto' a seconda del contesto del testo digitale o della comunicazione e/o degli spazi di affinità online. |
|---|--|---|

1.2 Stabilire interazioni e produrre rappresentazioni del sé in modo efficace

- Essere in grado di interagire con l'interlocutore utilizzando una serie di risorse in linea con il contesto e producendo l'effetto voluto sul pubblico di riferimento.
- Essere in grado di utilizzare varie risorse per la produzione di significato per la rappresentazione del sé e riuscire a gestirle secondo i bisogni dei diversi ambienti online.
- Essere in grado di prevedere e risolvere eventuali problemi ed equivoci comunicativi attraverso l'uso selettivo di tutte le risorse per la produzione di significato.

2.2 Fase di produzione/ partecipazione

- Essere in grado di selezionare in maniera critica le fonti di informazione e i dati importanti e/o pertinenti da considerare durante la produzione di un testo digitale o la partecipazione alla comunicazione online.
- Essere in grado di utilizzare diversi dispositivi per la produzione di un testo digitale o per la partecipazione alla comunicazione online.
- Essere in grado di utilizzare una gamma di strumenti digitali, quali software o programmi, per uno scopo comunicativo specifico.
- Essere in grado di scegliere consapevolmente quali informazioni e dati possono essere condivisi attraverso un testo digitale o una comunicazione online.
- Essere in grado di riferirsi ad altri e di riconoscere il lavoro o il commento di un autore, artista, o qualsiasi utente, in linea con le convenzioni dello specifico spazio online.
- Essere in grado di capire le convenzioni dello ambiente online specifico e utilizzarne gli strumenti in modo appropriato.

3.2 Comprensione e consapevolezza

- Essere in grado di comprendere la specificità culturale del testo digitale o della comunicazione online senza pregiudizi basati sul proprio universo culturale.
- Essere consapevole della possibilità di ricevere diverse valutazioni sulle proprie affermazioni/valori da parte di un pubblico con un diverso retroterra socioculturale e demografico.
- Essere in grado di capire i diversi livelli di formalità e registro nei testi multimediali in base ai vari contesti multiculturali e agli spazi di affinità online.
- Essere in grado di capire le informazioni culturali specifiche e i diversi sistemi di valori in un testo multimediale o in una comunicazione online.
- Essere in grado di identificare i testi multimediali concepiti per un contesto internazionale e/o per spazi di affinità online specifici.

Dimensioni, Macro-categorie e Descrittori Generali (indipendentemente dai livelli)

	• Essere in grado di utilizzare le tecnologie digitali in modo creativo e innovativo per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online. • Essere in grado di collegare i vari contenuti tra le diverse piattaforme per rendere il messaggio più efficace. • Essere sempre in grado di proteggere i dati personali e la privacy propria e altrui quando si produce un testo digitale o durante l'interazione online. • Essere consapevole dei pericoli della condivisione e pubblicazione online di informazioni personali e dati sensibili. • Essere in grado di rispettare le leggi sul copyright e le condizioni di licenza al momento dell'elaborazione/ pubblicazione di un testo digitale. • Essere in grado di creare un testo digitale o di partecipare alla comunicazione online con facilità di navigazione/ visualizzazione o partecipazione, in linea con lo scopo comunicativo e le aspettative del pubblico di riferimento.	• Essere in grado di identificare le risorse per la produzione di significato utilizzate per esprimere la diversità culturale in un testo multimodale (ad esempio lingua, sguardo, gestualità, ecc.). • Essere in grado di interpretare e spiegare elementi culturali specifici e/o di affinità online, mantenendo una mentalità aperta.
--	--	--

1.3 Comprendere, interpretare e valutare criticamente la produzione del testo multimodale

- Essere in grado di comprendere lo scopo comunicativo di un testo digitale o della comunicazione online a seconda delle risorse per la produzione di significato utilizzate.
- Essere in grado di valutare in maniera critica i significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online a seconda delle risorse per la produzione di significato.
- Essere in grado di comprendere se e fino a che punto le risorse per la produzione di significato in un testo multimodale sono adatte e utilizzate adeguatamente per raggiungere lo scopo comunicativo sia in contesti formali che informali.

2.3 Comprendere/ Interagire con i testi digitali

- Essere in grado di esplorare il testo digitale e di partecipare alla comunicazione online.
- Essere in grado di identificare quali possibilità tecnologiche offerte dal mezzo sono più adatte per raggiungere lo scopo comunicativo del testo digitale, riconoscendo le convenzioni e sapendo valutare la creatività nell'uso delle possibilità tecnologiche.
- Essere in grado di capire se tutte le affordance* tecnologiche del mezzo utilizzato in un testo multimodale sono adeguatamente combinate per raggiungere lo scopo comunicativo.
- Essere in grado di identificare e risolvere eventuali problemi tecnici che possono insorgere utilizzando il mezzo.
- Essere in grado di valutare in maniera critica i significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online a seconda delle tecnologie digitali usate.

3.3 Azione e comportamento

- Garantire una partecipazione equa, imparziale e inclusiva della diversità socioculturale nel testo digitale o in una comunicazione online.
- Essere in grado di equilibrare la comunicazione rendendo accessibile ciò che è culturalmente specifico e non conosciuto e di combinarlo con ciò che è più generalmente condiviso.
- Essere in grado di rendere espliciti i propri valori in un testo digitale rivolto ad un pubblico internazionale o durante la comunicazione online in un contesto interculturale, senza imporli agli altri.
- Essere in grado di cercare, chiedere e acquisire nuove conoscenze sui comportamenti e prodotti testuali altrui e di integrarle con conoscenze già acquisite.
- Affidarsi all'esperienza altrui in un testo digitale o in una comunicazione online per riflettere su questioni date spesso per scontate all'interno del proprio ambiente sociale.
- Essere in grado di adattare il proprio comportamento a nuovi contesti situazionali e alle aspettative altrui.

¹ *vedi glossario

1.4 Interagire con il testo digitale

- Essere in grado di capire se le convenzioni tipiche della tipologia di testo digitale sono utilizzate e combinate in maniera adeguata per raggiungere in maniera efficace gli scopi comunicativi, comprendendo l'eventuale rottura creativa delle convenzioni nell'uso e nella funzione delle risorse per la produzione di significato.

2.4 Meta-riflessione

- Essere in grado di capire se la propria competenza digitale richiede un miglioramento o aggiornamento.
- Essere in grado di valutare le produzioni digitali altrui o la partecipazione alla comunicazione online fornendo argomentazioni.
- Essere in grado di supportare gli altri nello sviluppo delle loro competenze digitali.
- Cercare opportunità per lo sviluppo personale e per tenersi aggiornati sull'evoluzione digitale.

COMPETENZE TRASVERSALI

Quali competenze possono aiutarmi a facilitare la comunicazione?

4.1 Gestione del contesto, collaborazione e informazione

- Essere in grado di prendere decisioni in relazione alle esigenze del contesto.
- Essere in grado di collaborare efficacemente ed essere un membro efficiente del team.
- Essere in grado di organizzare le informazioni per rispondere alle esigenze del contesto.

4.2 Gestire il cambiamento e l'incertezza

- Essere in grado di prevedere e anticipare le situazioni.
- Essere in grado di gestire la pressione e i problemi.
- Essere in grado di stabilire delle priorità fra i compiti in maniera efficace.

4.3 Gestione delle emozioni proprie e altrui

- Essere in grado di capirsi e gestirsi autonomamente.
- Essere in grado di capire ed empatizzare con gli altri.

QCoRADI SEZIONE 2: Descrittori generali per ogni dimensione + esempi (indipendentemente dai livelli)

ORCHESTRAZIONE MULTIMODALE

Come produco significati negli ambienti digitali?

Selezionare e combinare molteplici risorse per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale o della comunicazione online

Essere in grado di selezionare con consapevolezza le risorse disponibili per la produzione di significato (ad esempio immagini, lingua scritta e orale, musica, gestualità, elementi tipografici, colore, ecc.) e di combinarle per creare un testo digitale o un'interazione online che sia efficace nella comunicazione del messaggio al pubblico di riferimento.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di combinare le risorse disponibili (ad esempio discorso, scrittura nella finestra di chat, gestualità, sguardo, distanza dallo schermo, emoticon/emoji, file, ecc.) per avere una conversazione efficace in contesti sia informali (ad esempio un'interazione tra amici) sia formali (ad esempio un colloquio di lavoro, una teleconferenza, una riunione online).

Essere in grado di integrare varie risorse, come testo e immagini, articolandole mediante aggiunta o ripetizione di elementi.

Quando si produce un video promozionale,

- Sono in grado di usare la lingua scritta/orale per integrare gli elementi visivi, ad esempio so usare il testo in sovraimpressione e/o la voce fuori campo per chiarire o enfatizzare un'informazione.
- Sono in grado di adattare la musica e/o il testo agli elementi visivi e verbali (ad esempio il testo in sovraimpressione) in linea con il contesto e con il pubblico di riferimento.
- Sono in grado di mostrare emozioni/atteggiamenti dal punto di vista sia visivo sia verbale per raggiungere gli scopi comunicativi del video.

Essere in grado di assemblare e modificare le risorse del mezzo disponibili per raggiungere gli scopi comunicativi specifici del testo digitale o della comunicazione online.

Quando si produce un video promozionale,

- Sono in grado di mantenere la coerenza della narrazione audiovisiva tra le scene per gli scopi comunicativi del video in modo appropriato (ad esempio con una transizione graduale da una scena all'altra o con le pause opportune tra le scene).
- Sono in grado di fornire gradualmente le informazioni mediante una struttura comprensibile per raggiungere gli scopi comunicativi del video.
- Sono in grado di utilizzare un concetto sul quale strutturare il video in modo efficace.
- Sono in grado di produrre un arco narrativo che raggiunge gli scopi comunicativi specifici del video e di produrre un climax in modo adeguato.
- Sono in grado di mantenere un flusso narrativo chiarendo sin dall'inizio quale sia il centro dell'attenzione a cui fare riferimento durante la visione.
- Sono in grado di usare schemi che indicano un cambio di tema, come le intestazioni o la numerazione del testo in sovraimpressione, per aiutare gli spettatori a capire l'organizzazione della struttura del video.
- Sono in grado di visualizzare un ritmo narrativo coerente attraverso varie risorse semiotiche.
- Sono in grado di seguire una progressione di eventi visivi (ad esempio una progressione temporale lineare) per raggiungere gli scopi comunicativi del video.
- Sono in grado di dimostrare competenza nel montaggio (ad esempio sequenziamento e alternanza delle immagini in movimento e/o statiche senza interruzioni involontarie nella narrativa del video).

Quando si produce un fanvid,

- Sono in grado di selezionare, assemblare e modificare immagini in movimento per creare un prodotto remix.
- Sono in grado di selezionare, assemblare e modificare risorse uditive (dialoghi, musica) per creare un prodotto remix.

QCoRADI SEZIONE 2: Descrittori Generali per ogni dimensione + esempi (indipendentemente dai livelli)

Essere in grado di inserire con consapevolezza icone grafiche (ad esempio gli emoji) e link nella parte scritta del testo digitale o della comunicazione online.

Quando si produce un fanvid,

- Sono in grado di usare icone grafiche (ad esempio gli emoji) per valorizzare la presentazione del video sui social media.
- Sono in grado di inserire link alle risorse utilizzate per creare il video e valorizzare la presentazione del testo sui social media.
- Sono in grado di inserire link ad altri canali personali/profili per presentarmi nella contestualizzazione dei social media del video.

Essere in grado di utilizzare adeguatamente ed efficacemente un'ampia gamma di strategie in termini di framing e scelta degli shot o fermo immagine per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.

Quando si produce un video promozionale,

- Sono in grado di utilizzare composizioni fotografiche/di shot (ad esempio primo piano, campi medi e/o lunghi) per trasmettere efficacemente diversi messaggi in relazione al contesto e al pubblico di riferimento.

Essere in grado di scegliere tra un'ampia gamma di colori e font disponibili per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale o della comunicazione online.

Quando si produce un blog/pagina web,

- Sono in grado di combinare il colore con l'organizzazione della pagina (layout) e il font in modo coerente.
- Sono in grado di associare con consapevolezza i colori alle idee e ai valori.
- Sono in grado di utilizzare un'adeguata gamma della palette dei colori in linea con il contesto.

- Sono in grado di servirmi del potenziale di significato del colore per raggiungere gli scopi del testo.
- Sono in grado di produrre una composizione visiva coerente mediante l'uso dei colori complementari e/o dei colori con lo stesso valore e/o saturazione in linea con il contesto.
- Sono in grado di produrre una molteplicità di combinazioni di font in linea con il contesto per organizzare relazioni diverse con il pubblico e trasmettere varie caratteristiche d'identità dell'autore implicito del blog o del brand/istituzione del sito web.
- Sono in grado di far capire l'ordine di importanza in cui è presentata l'informazione attraverso l'uso delle maiuscole e dell'allineamento.
- Sono in grado di differenziare funzionalmente gli elementi nel blog/sito web attraverso l'uso di font diversi.
- Sono in grado di scegliere i font adatti alle tematiche affrontate in modo che abbiano un impatto sull'interlocutore/lettore in linea con lo scopo comunicativo.

Essere in grado di organizzare il layout per adattarlo ad un contesto sia formale che informale.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di organizzare un'ambientazione in modo da adattarla ad un contesto sia professionale (illuminazione naturale o artificiale, sfondo neutro, posizionamento della webcam in modo da inquadrare la testa e le spalle sullo schermo, ecc.) sia informale.

1.2 Stabilire interazioni e produrre rappresentazioni del sé in modo efficace

Essere in grado di inserire con consapevolezza icone grafiche (ad esempio gli emoji) e link nella parte scritta del testo digitale o della comunicazione online.

Quando si produce una pagina web,

- Sono in grado di utilizzare l'estetica dell'interattività in modo adeguato per raggiungere lo scopo comunicativo del testo.
- Sono in grado di usare tasti interattivi, link ed effetti a un livello appropriato per gli scopi comunicativi del testo e incorporarli in modo funzionale nel corso di tutta la pagina web.
- Sono in grado di facilitare la comprensione della struttura dell'intera pagina web e delle opzioni di navigazione a disposizione dei visitatori.
- Sono in grado di guidare i visitatori attraverso la struttura e le opzioni di navigazione del sito.
- Sono in grado di riprodurre gli scopi e l'organizzazione della pagina web in modo chiaro ed efficace attraverso l'uso del layout, del font e delle funzionalità interattive.
- Sono in grado di usare i dispositivi visivi (ad esempio margini, spaziatura, colore dello sfondo e linee) per collegare o separare gruppi di contenuto su una pagina web in modo efficace/appropriato allo scopo comunicativo.

Essere in grado di utilizzare varie risorse per la produzione di significato per la rappresentazione del sé e riuscire a gestirle secondo i bisogni dei diversi ambienti online.

Quando si produce una pagina "Chi Siamo",

- Sono in grado di usare varie risorse per la produzione di significato in modo coerente per elaborare la rappresentazione di un brand o di un'istituzione.
- Sono in grado di combinare le risorse disponibili per la produzione di significato per presentare la missione del sito o lo scopo comunicativo (ad esempio promuovere un prodotto) e raggiungere il pubblico di riferimento.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di usare in modo adeguato la lingua orale, e in caso di problemi nella conversazione, so risolverli in maniera efficace (ad esempio riformulando, chiarendo, ripetendo, ecc.)

- Sono in grado di usare la gestualità per facilitare l'interazione similmente a come avviene nei contesti faccia a faccia, ad esempio per indicare quando l'altro partecipante può intervenire, nonostante il contesto non sia condiviso con gli altri.
- Sono in grado di usare lo sguardo per facilitare la presa di turno adattando la posizione della webcam.
- Sono in grado di negoziare la presa di turno, i problemi nel flusso interazionale e gli equivoci attraverso un uso selettivo delle risorse per la produzione di significato.
- Sono in grado di prevedere e risolvere eventuali problemi ed equivoci comunicativi attraverso l'uso selettivo delle risorse per la produzione di significato.

1.3 Comprendere, interpretare e valutare criticamente la produzione del testo multimodale

Essere in grado di comprendere lo scopo comunicativo di un testo digitale o della comunicazione online a seconda delle risorse per la produzione di significato utilizzate.

Quando si visualizza un video promozionale,

- Sono in grado di comprendere se l'informazione, la pubblicità e l'intrattenimento siano ben equilibrate per raggiungere gli scopi comunicativi del video promozionale.
- Sono in grado di comprendere quali elementi del video promozionale sono destinati a raggiungere gli scopi comunicativi (ad esempio l'informazione, la pubblicità, l'intrattenimento) usufruendo delle potenzialità delle diverse risorse.

Essere in grado di valutare in maniera critica i significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online a seconda delle risorse per la produzione di significato.

Quando si visualizza un video promozionale,

- Sono consapevole del fatto che le modalità di ripresa e di montaggio delle scene sono utilizzate per trasmettere sottili sfumature di significato diverse per attirare l'attenzione degli spettatori e per guidarli a cogliere il significato del video.

QCoRADI SEZIONE 2: Descrittori Generali per ogni dimensione + esempi (indipendentemente dai livelli)

- Sono in grado di valutare in maniera critica le scelte di composizione fotografica e di shot del film-maker (ad esempio primo piano, campi medi e/o lunghi) e l'intenzione di trasmettere diversi messaggi in relazione al contesto e al pubblico di riferimento.
- Sono in grado di capire le sottili sfumature di significato e di enfasi nel video promozionale attraverso l'uso della combinazione di immagini, parola, testo e musica.

Essere in grado di comprendere se e fino a che punto le risorse per la produzione di significato in un testo multimodale siano adatte e utilizzate adeguatamente per raggiungere lo scopo comunicativo sia in contesti formali che informali.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di comprendere se e fino a che punto tutte le risorse disponibili (ad esempio discorso orale, scrittura nella finestra di chat, gestualità, sguardo, distanza dallo schermo, emoticon/emoji, file, ecc.) sono usate per avere una conversazione pienamente efficace in contesti sia informali (ad esempio un'interazione tra amici) sia formali (ad esempio un colloquio di lavoro, una teleconferenza, una riunione online).

Quando si accede alla pagina web,

- Sono in grado di valutare i significati e di verificarli effettuando ricerche comparative su varie fonti.

Essere in grado di gestire dati, le informazioni e i contenuti da utilizzare nella produzione di un testo digitale o nella partecipazione alla comunicazione online (ad esempio l'organizzazione e il recupero dei dati).

Prima di produrre un blog,

- Sono in grado di scegliere la tipologia del blog (ad esempio personale o professionale) e l'identità del blogger che intendo rappresentare in linea con il contesto e con il pubblico di riferimento.
- Sono in grado di utilizzare un software per creare il blog.
- Sono in grado di creare uno o più post sul blog di contenuto originale oppure combinando quelli già esistenti da altre pagine web, riferendo gli estratti alle fonti originali.
- Sono in grado di controllare i permessi di copyright per le immagini e i video che voglio utilizzare ma non sono di mia proprietà.
- Sono in grado di creare un mock-up con le mie scelte di personalizzazione.
- Sono in grado di considerare questioni di etica e di consenso informato quando pubblico immagini raffiguranti altre persone o condivido le loro informazioni.

1.4 Interagire con il testo digitale

Essere in grado di capire se le convenzioni tipiche della tipologia di testo digitale sono utilizzate e combinate in maniera adeguata per raggiungere in maniera efficace lo scopo comunicativo, comprendendo l'eventuale rottura creativa delle convenzioni nell'uso e nella funzione delle risorse per la produzione di significato.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di capire le convenzioni delle interazioni a video, ad esempio attendere le risposte dovute al ritardo nella trasmissione dei dati, evitare sollecitazioni eccessive all'interlocutore, evitare di scrivere intere frasi in maiuscolo in contesti formali ecc., ma sono anche consapevole della possibile rottura creativa e intenzionale delle convenzioni da parte di altri.

TECNOLOGIE DIGITALI

Come utilizzo gli strumenti degli ambienti digitali?

2.1 Fase di pre-produzione / partecipazione

Essere in grado di capire quali informazioni sono necessarie e quali dati sono utili per il contenuto del testo digitale o della comunicazione online.

Prima di produrre un video promozionale,

- Sono in grado di raccogliere le informazioni sul brand o sull'istituzione che voglio pubblicizzare.
- Sono in grado di raccogliere idee e decidere il modo più appropriato per raggiungere gli scopi del video promozionale.

Essere in grado di navigare con consapevolezza fra le varie fonti di informazione per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.

Prima di produrre un sito web,

- Sono in grado di cercare online siti web simili così da trarre ispirazione per la creazione del sito e trovare, allo stesso tempo, delle strategie per distinguerlo dagli altri.

Essere in grado di elaborare strategie di ricerca efficaci, avendo chiari i bisogni informativi.

Prima di produrre un fanvid del mio film preferito/programma televisivo o qualsiasi altro artefatto multimodale,

- Sono in grado di cercare online del materiale sul film/programma televisivo o qualsiasi altro artefatto multimodale.
- Sono in grado di utilizzare i software per archiviare i documenti e i video pertinenti nei file, così da poter accedere facilmente alle parti di informazione utile.
- Sono in grado di utilizzare il software per selezionare le scene che voglio modificare per realizzare un prodotto remix in un file/video separato.

Essere in grado di analizzare, confrontare e valutare in maniera critica la credibilità, l'attendibilità e l'utilità delle fonti online dei dati e delle informazioni per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.

Prima di produrre un blog,

- Sono in grado di vedere cosa fanno gli altri e valutare in maniera critica i significati espressi.
- Sono in grado di decidere cosa seguire a fare o cosa posso fare in modo diverso.

Quando si accede a un sito web,

- Sono in grado di valutare i significati e di verificarli effettuando ricerche su varie fonti.

Essere in grado di gestire dati, le informazioni e i contenuti da utilizzare nella produzione di un testo digitale o nella partecipazione alla comunicazione online (ad esempio l'organizzazione e il recupero dei dati).

Prima di produrre un blog,

- Sono in grado di scegliere la tipologia del blog (ad esempio personale o professionale) e l'identità del blogger che intendo rappresentare in linea con il contesto e con il pubblico di riferimento.
- Sono in grado di utilizzare gli strumenti del software per creare il blog.
- Sono in grado di creare uno o più post sul blog sia del mio contenuto originale o combinando quelli già esistenti da altri siti web, riferendo gli estratti alle fonti originali.
- Sono in grado di controllare i permessi di copyright per immagini e video che voglio usare ma non sono di mia proprietà.
- Sono in grado di creare un mock-up per le mie scelte di personalizzazione.
- Sono in grado di considerare questioni di etica e di consenso informato quando pubblico immagini raffiguranti altre persone o condivido le loro informazioni.

2.2 Fase di produzione / partecipazione

Essere in grado di selezionare in maniera critica le fonti di informazione e i dati importanti e/o pertinenti da considerare durante la produzione di un testo digitale o la partecipazione alla comunicazione online.

Quando si produce un blog,

- Sono in grado di selezionare e includere i dati che ritengo siano più pertinenti e interessanti per il pubblico di riferimento.
- Sono in grado di utilizzare le fonti in modo selettivo piuttosto che estensivo.

Essere in grado di utilizzare diversi dispositivi per la produzione di un testo digitale o per la partecipazione alla comunicazione online.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di utilizzare un portatile, un computer o dispositivi mobili, come smartphone o tablet, con webcam incorporata o esterna e con casse e/o cuffie a seconda dei casi.

Essere in grado di utilizzare un'ampia gamma di strumenti digitali, quali software o programmi per lo scopo comunicativo specifico.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di organizzare una conversazione a video e adattarla a diversi sistemi client, e comprendere la differenza tra una piattaforma generale (ad esempio messaggistica istantanea per iOS o Android) e una piattaforma con uno scopo specifico (ad esempio per l'apprendimento, l'insegnamento, il lavoro, ecc.).
- Sono in grado di utilizzare un sistema client sia individuale sia con più partecipanti e quindi gestire interazioni sia individuali (con un amico, un parente o un collega) che in contesti con più partecipanti (lavoro di squadra, classe virtuale, ecc.).
- Sono in grado di organizzare l'intera gamma delle affordance* digitali della piattaforma per lo scopo comunicativo specifico (ad esempio creare un ambiente specifico per lavori di squadra o classi virtuali).

Essere in grado di scegliere consapevolmente quali informazioni e dati possono essere condivisi attraverso un testo digitale o una comunicazione online.

Quando si produce una pagina web,

- Sono in grado di scegliere consapevolmente se alcuni dati personali possono essere condivisi attraverso un testo digitale.
- Sono in grado di evitare consapevolmente la condivisione di dati personali di cui non ho chiesto il permesso.

QCoRADI SEZIONE 2: Descrittori Generali per ogni dimensione + esempi (indipendentemente dai livelli)

Essere in grado di riferirsi ad altri e di riconoscere il lavoro o il commento di un autore, artista, o qualsiasi utente, in linea con le convenzioni dello specifico spazio online.

Quando si produce di un blog,

- Sono in grado di fare riferimento alle fonti e ai nomi di autori, artisti o di qualsiasi altro utente.

Essere in grado di capire le convenzioni dell'ambiente online specifico e utilizzarne gli strumenti in modo appropriato.

Quando si produce un fanvid,

- Sono in grado di comprendere le convenzioni dei fanvid (ad esempio se le risorse uditive corrispondono al flusso delle immagini).
- Sono in grado di utilizzare i software per assemblare le principali risorse visive.
- Sono in grado di usare i software per una serie di tecniche di montaggio (ad esempio accelerazione, *slow motion*, dissolvenza, stratificazione...).
- Sono in grado di usare i software per inserire musica o altre risorse uditive alle immagini in movimento.
- Sono in grado di usare i software per aggiungere il testo in sovraimpressione e i sottotitoli al video.
- Sono in grado di usare con consapevolezza le diverse risorse tipografiche.
- Sono in grado di usare con consapevolezza diversi colori e font.

Essere in grado di utilizzare le tecnologie digitali in modo creativo e innovativo per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.

Quando si produce un blog,

- Sono in grado di usufruire delle possibilità che il software editor/template (ad esempio WordPress) fornisce per raggiungere gli scopi comunicativi specifici.
- Sono in grado di personalizzare le opzioni predefinite del software secondo gli scopi comunicativi.

Essere in grado di collegare i vari contenuti tra le diverse piattaforme per rendere il messaggio più efficace.

QCoRADI SEZIONE 2: Descrittori Generali per ogni dimensione + esempi (indipendentemente dai livelli)

Quando si produce una pagina web,

- Sono in grado di usare l'ipertesto in modo efficace per dividere in più pagine porzioni di informazione lunghe.
- Sono in grado di collegare i link a siti diversi.
- Sono in grado di collegare i link ad altri canali/profili per presentarmi sui social media.

Essere in grado di proteggere i dati personali e la privacy propria e altrui quando si produce un testo digitale o durante l'interazione online.

Quando si produce un video promozionale,

- Mi assicuro di non mostrare i volti delle persone senza prima aver chiesto il permesso.
- Non mostro loghi che non devono essere pubblicizzati.

Essere consapevole dei pericoli della condivisione e della pubblicazione online di informazioni personali e di dati sensibili.

Quando si produce un video promozionale,

- Sono consapevole del pericolo di pubblicare informazioni private.
- Sono consapevole dei possibili pericoli che scaturiscono dalla condivisione delle proprie informazioni personali (ad esempio il cyberbullismo).

Essere in grado di rispettare le leggi sul copyright e le condizioni di licenza al momento dell'elaborazione/pubblicazione di un testo digitale.

Quando si produce una pagina web,

- Sono in grado di caricare sulla mia pagina web le immagini, i video e le fotografie scattate da altri dopo aver chiesto il permesso e citando il nome dell'autore.

Essere in grado di creare un testo digitale o di partecipare alla comunicazione online con facilità di navigazione/visualizzazione o partecipazione, in linea con gli scopi comunicativi e le aspettative del pubblico di riferimento.

Quando si produce un blog,

- Sono in grado di creare un blog con una struttura tra le pagine e con opzioni di navigazione che permettano ai visitatori di interagire facilmente con i contenuti e di usare le funzionalità interattive per raggiungere gli scopi comunicativi.

2.3 Comprendere / Interagire con i testi digitali

Essere in grado di esplorare il testo digitale e di partecipare alla comunicazione online.

Quando si interagisce con una pagina web,

- Sono in grado di capire quali elementi risaltano e di fare le scelte di navigazione in modo appropriato.
- Sono in grado di capire quali elementi sono cliccabili per raggiungere le parti di informazione che mi interessano.
- Sono in grado di capire le scelte del layout per la navigazione della pagina web.

Essere in grado di identificare quali possibilità tecnologiche offerte dal mezzo sono più adatte per raggiungere lo scopo comunicativo del testo digitale, riconoscendo le convenzioni e sapendo valutare la creatività nell'uso delle possibilità tecnologiche.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di riconoscere le differenze culturali ed utilizzare le possibilità tecnologiche in modo efficace per adattare ai contesti internazionali (ad esempio il posizionamento della telecamera in modo da non inquadrare il parlante troppo da vicino, come a suggerire un atteggiamento invadente).

Essere in grado di capire se tutte le affordance tecnologiche del mezzo utilizzato in un testo multimodale sono adeguatamente combinate per raggiungere gli scopi comunicativi.*

Quando si visualizza un fanvid,

- Sono in grado di capire se le diverse possibilità tecnologiche disponibili (ad esempio il software di editing) sono state utilizzate per la produzione di un video aggiornato e coinvolgente.

Essere in grado di identificare e risolvere eventuali problemi tecnici che possono insorgere durante l'utilizzo del mezzo.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di identificare e risolvere eventuali problemi tecnici suggerendo soluzioni alternative (ad esempio usando la finestra di chat per proporre soluzioni rapide) e/o piattaforme diverse.
- Sono in grado di comprendere e risolvere problemi nel flusso interazionale dovuti a problemi tecnici e ritardi nella trasmissione dei dati video; mostrare pazienza e un atteggiamento costruttivo - so quindi capire le difficoltà che derivano dalla tecnologia e/o dagli strumenti piuttosto che attribuirle all'interlocutore per un suo errore o riluttanza a partecipare.

Essere in grado di valutare in maniera critica i significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online a seconda delle tecnologie digitali usate.

Quando si visualizza un video promozionale,

- Sono consapevole del fatto che la modalità di ripresa (ad esempio ripresa statica o in movimento) si alterna e una serie di inquadrature diverse (primo piano, campo medio, campo lungo) sono usati per trasmettere sottili sfumature diverse di significato, per attirare l'attenzione degli spettatori e per guidarli a cogliere il significato del video.
- Sono in grado di capire le diverse strategie visive usate per evidenziare i passaggi più importanti.

2.4 Meta-riflessione

Essere in grado di capire se le proprie competenze digitali richiedono un miglioramento o un aggiornamento.

Dopo aver partecipato ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di comprendere i punti che vorrei migliorare in un'interazione futura.
- Sono in grado di riconoscere la fonte del problema nella comunicazione e decidere cosa fare per affrontarla o prevenirla in un'interazione futura.

Essere in grado di valutare le produzioni digitali altrui o la partecipazione alla comunicazione online fornendo argomentazioni.

Dopo aver visualizzato una pagina "Chi Siamo",

- Sono in grado di capire se la pagina web è stata ben strutturata e se le Sezioni (ad esempio slogan, sommario, scheda informativa e ulteriori dettagli) sono state chiaramente identificate e se sono ben bilanciate.
- Sono in grado di fornire una valutazione della pagina "Chi Siamo" e motivarla.

Essere in grado di supportare gli altri nello sviluppo delle loro competenze digitali.

Quando si riflette sulle produzioni di testi digitali/pagina web altrui,

- Sono in grado di fornire un feedback costruttivo e di dare suggerimenti per il miglioramento di un testo digitale.

Cercare opportunità per lo sviluppo personale e per tenersi aggiornati sull'evoluzione digitale.

Dopo aver prodotto un blog/video promozionale,

- Rifletto su cosa ho prodotto e penso a cosa potrei fare in modo diverso/migliore, anche a seconda dei feedback ricevuti (in termini di numero di visualizzazioni e di commenti).
- Provo ad aggiornarmi sul progresso tecnologico, consultando anche quelli usati nei blog o video simili, e applico l'ultima evoluzione digitale per migliorare il blog/video.

COMUNICAZIONE INTERCULTURALE

Come produco significati con gli altri negli ambienti digitali?

3.1 Attitudini e percezioni

Mostrare apertura, interesse e curiosità per la diversità attraverso l'uso di varie risorse (ad esempio lingua, sguardo, gestualità, ecc.) senza avere pregiudizi sulla rappresentazione, l'espressione e il comportamento altrui durante l'interazione con un testo digitale o la partecipazione alla comunicazione online.

Quando si visualizza un video prodotto per un pubblico internazionale,

- Sono aperto alla diversità quando mi relaziono con persone provenienti da diversi retroterra socioculturali e demografici.
- Accetto l'uso di lingue diverse/del multilinguismo in combinazione con l'inglese come lingua della comunicazione internazionale, sentendomi a mio agio.

Mostrare empatia verso le percezioni e i pensieri altrui mentre si interagisce con un testo digitale o si partecipa alla comunicazione online.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di mostrare sensibilità per le differenze culturali adattandomi a contesti internazionali in modo efficace, imparando rapidamente le convenzioni legate ad una cultura diversa (ad esempio il posizionamento della webcam in modo da non inquadrare il parlante troppo da vicino, come a suggerire così un atteggiamento invadente).

Rispettare la diversità poiché si è disposti a sospendere le proprie convinzioni su cosa sia 'naturale' e/o 'giusto' sulla base delle proprie prospettive culturali ed essere disposti ad accettare ciò che gli altri credono sia 'naturale' e/o 'giusto' a seconda del contesto del testo digitale o della comunicazione e/o degli spazi di affinità online.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Rispetto tutti i partecipanti allo stesso modo, indipendentemente dall'età, genere, istruzione, retroterra culturale (senza fare "mansplaining" e senza adottare atteggiamenti condiscendenti o di superiorità ecc.).

- Sono in grado di ridurre al minimo, durante le conversazioni, un atteggiamento che può risultare poco accettabile in alcuni contesti culturali (ad esempio voce alta, interruzioni, turni di parola eccessivamente lunghi).
- Sono in grado di adeguare il mio comportamento a quello altrui senza giudicare gli altri in base a preconetti culturali.

3.2 Comprensione e consapevolezza

Essere in grado di comprendere la specificità culturale del testo digitale o della comunicazione online senza pregiudizi basati sul proprio universo culturale.

Quando si interagisce con un sito web o una compagnia locale,

- Sono in grado di capire i giochi di parole legati a una cultura specifica e i riferimenti alle persone, alle istituzioni o a eventi noti a livello locale e nazionale, essendo sempre disponibile a capire i significati culturali specifici a me non noti (ad esempio cercando le informazioni per comprenderli).

Essere consapevole della possibilità di ricevere diverse valutazioni sulle proprie affermazioni/valori da un pubblico con retroterra socioculturale e demografico diverso.

Quando si produce un blog,

- Sono consapevole del fatto che i lettori/interlocutori con un diverso retroterra socioculturali e demografici possono valutare le mie dichiarazioni e i miei valori in vari modi, così provo ad anticipare possibili problemi rendendo espliciti i significati e accogliendo punti di vista diversi.

Essere in grado di capire i vari livelli di formalità e registro nei testi multimodali in base ai diversi contesti multiculturali e spazi di affinità online.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di comprendere come l'inglese, o qualsiasi altra lingua, siano usati in contesti formali e informali per la comunicazione e capisco l'adeguatezza del registro nell'evento comunicativo specifico.

QCoRADI SEZIONE 2: Descrittori Generali per ogni dimensione + esempi (indipendentemente dai livelli)

- Sono in grado di capire che l'inglese, o qualsiasi altra lingua, usati in contesti internazionali/multiculturali possano modulare in vario modo i gradi di formalità e di registro rispetto ai contesti madrelingua.

Essere in grado di capire le informazioni culturali specifiche e i diversi sistemi di valori in un testo multimodale o in una comunicazione online.

Quando guardo un video promozionale per un'organizzazione nazionale no-profit,

- Sono in grado di capire che potrebbero esserci informazioni culturali specifiche e sistemi di valori usati con l'obiettivo di sensibilizzare e avere un impatto sul pubblico di riferimento.

Essere in grado di identificare i testi multimodali concepiti per un contesto internazionale e/o per spazi di affinità online specifici.

Quando si visualizza un fanvid,

- Sono in grado di capire il gergo delle comunità di affinità online.
- Sono in grado di identificare i format usati dalle comunità di affinità online.

Essere in grado di identificare le risorse per la produzione di significato utilizzate per esprimere la diversità culturale in un testo multimodale (ad esempio lingua, sguardo, gestualità, ecc.).

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono consapevole della diversità culturale, in termini di abbigliamento, comportamento e altri codici di condotta, assicurandomi di non ferire o offendere nessuno per via della lingua, della gestualità o di altri usi inappropriati di risorse (ad esempio alzare gli occhi al cielo).

Essere in grado di interpretare e spiegare elementi culturali specifici e/o di affinità online mantenendo una mentalità aperta.

Quando si visualizza un fanvid,

- Sono in grado di interpretare e spiegare la selezione dell'argomento, delle inquadrature e delle risorse uditive (ad esempio musica, dialoghi) pertinenti al messaggio principale da trasmettere.
- Sono in grado di interpretare e spiegare l'uso del gergo della comunità di affinità online nella presentazione scritta del video.

3.3 Azione e comportamento

Garantire una partecipazione equa, imparziale e inclusiva della diversità socioculturale nel testo digitale o in una comunicazione online.

Quando si produce un video destinato al pubblico generale,

- Sono in grado di mostrare persone provenienti da diversi retroterra socioculturali e demografici nell'interazione (ad esempio collaborare per un'attività) negoziando e/o adeguandosi reciprocamente alle opinioni/convinzioni culturali.
- Garantisco una distribuzione equa e imparziale dei tempi di parola disponibili tra persone provenienti da diversi retroterra socioculturali e demografici.

Essere in grado di equilibrare la comunicazione combinando, e rendendo dunque accessibile, ciò che è culturalmente specifico e non conosciuto con ciò che è più generalmente condiviso.

Quando si produce di un blog,

- Sono in grado di discutere sia argomenti popolari/di interesse internazionale sia relativi alla cultura specifica con spiegazioni adatte a un pubblico internazionale.
- Sono in grado di usare concetti più 'universali' o comuni/conosciuti a livello globale per spiegare quelli di una cultura specifica.

Essere in grado di rendere espliciti i propri valori in un testo digitale rivolto a un pubblico internazionale o durante la comunicazione online in un contesto interculturale, senza imporli agli altri.

Quando si produce una pagina web destinata al pubblico,

- Sono in grado di affrontare argomenti dalla prospettiva di opinioni culturali diverse o da quella di un gruppo culturale specifico, spiegandoli così da renderli accessibili a livello globale.

Essere in grado di cercare, chiedere e acquisire nuove conoscenze sui comportamenti e sui prodotti testuali altrui e di integrarle con conoscenze già acquisite.

Quando si produce un video promozionale per un brand internazionale,

- Sono in grado di cercare e acquisire nuove conoscenze su parti del mondo in cui si svolgono alcune scene del video e integrarle con conoscenze culturali già acquisite.

Affidarsi all'esperienza altrui in un testo digitale o in una comunicazione online per riflettere su questioni date spesso per scontate all'interno del proprio ambiente sociale.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Non do per scontato il significato a seconda del mio universo culturale.
- Mostro capacità di trovare un punto d'incontro con l'altro e di risolvere gli equivoci.
- Sono disposto ad accogliere, facilitare e adattarmi allo stile interazionale dell'altro.

Essere in grado di adattare il proprio comportamento ai nuovi contesti situazionali e alle aspettative altrui.

Quando si partecipa ad un'interazione mediata a video,

- Sono in grado di ridurre al minimo, durante la conversazione, un atteggiamento che può risultare poco accettabile in alcuni contesti culturali (ad esempio voce alta, interruzioni, turni di parola eccessivamente lunghi).
- Evito il cambiamento improvviso di argomenti, il rifiuto delle opinioni degli altri partecipanti, o le interruzioni, che possono essere tollerate solo in alcuni contesti culturali.
- Sono in grado di facilitare il flusso della conversazione mostrandomi disponibile a ripetere e riformulare, se necessario, e so ridurre al minimo la sovrapposizione.

**COMPETENZE
TRASVERSALI**

Quali competenze possono aiutarmi a facilitare la comunicazione?

4.1 Gestione del contesto, collaborazione e informazione

Essere in grado di prendere decisioni in relazione alle esigenze del contesto.

- Sono in grado di affrontare rapidamente una situazione inaspettata e di adattarmi alle conseguenze che ne derivano (ad esempio (ri)stabilire delle priorità fra i compiti in linea con il contesto).
- Sono in grado di capire l'importanza delle nuove esigenze, delle attività e delle reazioni richieste in relazione alla situazione inaspettata in modo autonomo e tempestivo, senza ricevere prima una presentazione/contextualizzazione/ spiegazione del problema e senza una preparazione preventiva.
- Sono in grado di valutare tempestivamente e autonomamente le reazioni e le esigenze del pubblico e di rispondere in modo appropriato.
- Sono in grado di adattarmi tempestivamente ed efficacemente al cambiamento e all'incertezza.

Essere in grado di collaborare efficacemente ed essere un membro efficiente del team.

- Sono in grado di identificare le capacità degli individui rapidamente e senza sforzo, riuscendo quindi a distribuire i ruoli e le attività per ottimizzare il lavoro di squadra.
- Sono in grado di esprimere opinioni e disaccordo in modo costruttivo senza creare ostacoli/difficoltà/conflitti o frustrazioni (sia per me che per gli altri).
- Sono in grado di fornire un feedback costruttivo che stimoli il miglioramento delle performance individuale e che rafforzi le dinamiche del lavoro di squadra.
- Sono in grado di gestire i comportamenti e le emozioni mie e altrui e reagire in modo costruttivo.
- Sono in grado di gestire le relazioni interpersonali in modo efficace a beneficio di tutti.
- Sono in grado di risolvere i conflitti in modo costruttivo e solidale.

- Sono in grado di mettere in atto l'ascolto attivo.
- Sono in grado di comprendere, costruire e mettere a frutto varie forme di esperienza.
- Sono in grado di dimostrare volontà a collaborare.

Essere in grado di organizzare le informazioni per rispondere alle esigenze del contesto.

- Sono in grado di valutare ciò che è pertinente, importante e urgente e rivalutarlo mentre la situazione cambia o progredisce.
- Sono in grado di delegare per garantire che le informazioni complesse vengano elaborate tempestivamente.
- Sono in grado di trovare soluzioni per gestire informazioni errate.
- Sono in grado di informare gli altri in modo sicuro ed efficace (sia in presenza con discorsi o interazioni, sia a distanza attraverso l'uso degli strumenti digitali della comunicazione), adattandomi al pubblico e ai diversi contesti, anche con breve preavviso o con performance inaspettate/improvvisate.

4.2 Gestire il cambiamento e l'incertezza

Essere in grado di prevedere e di anticipare le situazioni.

- Sono in grado di sviluppare un piano per anticipare e prevenire reazioni negative o per affrontarle in modo positivo.
- Sono in grado di comprendere e stimare autonomamente e tempestivamente una serie di possibili conseguenze (pratiche, finanziarie, reputazionali, legali, sociali, ecc.) per il pubblico di riferimento e i soggetti interessati.

Essere in grado di gestire la pressione ed i problemi.

- Sono in grado di gestire la pressione e lo stress, svolgere le attività tempestivamente e con un buon livello di qualità e, allo stesso tempo, di ridurre possibili conflitti che emergono dalle relazioni interpersonali.
- Sono in grado di prendere decisioni valide e tempestive quando sono sotto pressione e di affrontare situazioni nuove o inaspettate.
- Sono in grado di dimostrare determinazione nelle avversità.

- Sono in grado di considerare sia il quadro generale che i dettagli (livello macro e micro).
- Sono in grado di valutare le situazioni complesse ed elaborare risoluzioni efficaci.
- Sono in grado di cambiare ciò che non funziona.
- Sono in grado di dimostrare volontà di innovare.
- Sono in grado di accettare apertamente soluzioni da qualsiasi fonte provengano.
- Sono in grado di formulare giudizi e riflessioni critiche, so obiettare a determinati compiti, proponendo soluzioni/opzioni alternative.

Essere in grado di stabilire delle priorità fra i compiti in maniera efficace.

- Sono in grado di concentrarmi su come far svolgere un lavoro correttamente e rispettando i tempi di consegna.
- Sono in grado di valutare accuratamente il tempo e l'impegno che ogni attività richiede.
- Sono in grado di fare più cose contemporaneamente in modo efficace.
- Sono in grado di valutare accuratamente il tempo e l'impegno che ogni attività richiede.

Gestione delle emozioni proprie e altrui

Essere in grado di capirsi e gestirsi autonomamente.

- Sono in grado di riconoscere e gestire le reazioni agli stimoli improvvisi, come sorpresa, stress e paura.
- Sono in grado di riconoscere e capire i pregiudizi umani, ad esempio avversione alla perdita, pregiudizio della conferma, della negatività ecc.
- Sono in grado di riconoscere, capire e usare le emozioni per gestire me stesso, gli altri e l'ambiente circostante.
- Sono in grado di riconoscere e gestire le mie forze e debolezze.
- Sono in grado di auto-riflettere sulla mia performance e di trovare dei modi per migliorare a tutti i livelli.

Essere in grado di capire ed empatizzare con gli altri.

- Sono in grado di gestire efficacemente le aspettative altrui.
- Sono in grado di riconoscere e adottare i valori altrui.
- Sono in grado di anticipare le reazioni altrui e di agire in modo appropriato.
- Sono in grado di mostrare rispetto verso gli altri.
- Sono in grado di riconoscere il momento in cui il limite emotivo altrui è stato quasi raggiunto.
- Sono in grado di mostrare empatia verso le persone che presentano altre pratiche culturali e forme di comportamento.
- Sono in grado di empatizzare con i pari e con un pubblico diverso per costruire un ambiente solidale, rispettando i confini per evitare l'auto-proiezione e/o la sensazione di sentirsi sopraffatto/ smarrito.

QCoRADI: SEZIONE 3 - I tre diversi livelli

I descrittori dell'orchestrazione multimodale del QCoRADI per ciascun livello

ORCHESTRAZIONE MULTIMODALE		
LIVELLO AVANZATO	LIVELLO INTERMEDIO	LIVELLO ELEMENTARE
1.1 Selezionare e combinare molteplici risorse per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale o della comunicazione online		
• Essere in grado di selezionare con consapevolezza tutte le risorse disponibili per la produzione di significato (ad esempio immagine, lingua scritta e orale, musica, gestualità, elementi tipografici, colore, ecc.) e di combinarle per creare un testo digitale o un'interazione online che sia completamente adeguata ed efficace per comunicare il messaggio al pubblico di riferimento. • Essere in grado di integrare coerentemente ed efficacemente varie risorse, come testo e immagini, articolandole mediante aggiunta o ripetizione di elementi nel corso di tutto il testo digitale e dell'interazione online.	• Essere in grado di selezionare con consapevolezza la maggior parte delle risorse disponibili per la produzione di significato (ad esempio immagine, lingua scritta e orale, musica, gestualità, elementi tipografici, colore, ecc.) e di combinarle per creare un testo digitale o un'interazione online che sia per lo più efficace per comunicare il messaggio al pubblico di riferimento. • Essere in grado di integrare coerentemente ed efficacemente varie risorse, come testo e immagini, articolandole mediante aggiunta o ripetizione di elementi nella gran parte del testo digitale e dell'interazione online.	• Essere in grado di selezionare con consapevolezza, ma in misura limitata, alcune delle risorse disponibili per la produzione di significato (ad esempio immagine, lingua scritta e orale, musica, gestualità, elementi tipografici, colore, etc.) e di combinarle per creare un testo digitale o un'interazione online che sia efficace per comunicare il messaggio al pubblico di riferimento. • Essere in grado, talvolta, di integrare efficacemente varie risorse, come testo ed immagini, articolandole mediante aggiunta o ripetizione di elementi, ma mostrando una preferenza d'uso di ogni risorsa in maniera isolata.

Continua...

- Essere in grado di assemblare e modificare adeguatamente le risorse del mezzo disponibili, raggiungendo tutti gli scopi comunicativi specifici del testo digitale o della comunicazione online.
- Essere in grado di inserire con consapevolezza icone grafiche (ad esempio gli emoji) e link nella parte scritta del testo digitale o della comunicazione online.
- Utilizzare adeguatamente ed efficacemente un'ampia gamma di strategie in termini di framing e scelta degli shot o fermo immagine per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.
- Essere in grado di scegliere consapevolmente e adeguatamente tra un'ampia gamma di colori e font disponibili per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale e della comunicazione online.
- Mostrare una notevole flessibilità nell'organizzazione del layout per adattarlo ad un contesto sia formale che informale.

- Essere in grado di assemblare e modificare a un buon livello le risorse del mezzo disponibili, raggiungendo la maggior parte degli scopi comunicativi specifici del testo digitale o della comunicazione online.
- Essere in grado di inserire consapevolmente icone grafiche (ad esempio gli emoji) e link nella parte scritta del testo digitale o della comunicazione online, anche se non sempre in maniera efficace.
- Utilizzare adeguatamente alcune strategie in termini di framing e scelta degli shot o fermo immagine per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.
- Essere in grado di selezionare consapevolmente tra buona parte di colori e font disponibili per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale e della comunicazione online, anche se non sempre adeguatamente.
- Essere in grado di organizzare il layout per adattarlo ad un contesto sia formale che informale.

- Essere in grado di assemblare e modificare in misura limitata le risorse del mezzo disponibili, raggiungendo in modo appena sufficiente gli scopi comunicativi essenziali del testo digitale o della comunicazione online.
- Essere in grado di inserire con consapevolezza icone grafiche (ad esempio gli emoji) e link nella parte scritta del testo digitale o della comunicazione online, anche se talvolta non correttamente.
- Utilizzare un numero limitato di strategie di framing e scelta degli shot o fermo immagine e avere qualche difficoltà nel raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.
- Essere in grado di selezionare soltanto tra alcuni dei colori e font disponibili per raggiungere gli scopi comunicativi del testo digitale o della comunicazione online, anche se non sempre con consapevolezza o adeguatamente.
- Essere in grado, con qualche difficoltà, di organizzare il layout per adattarlo ad un contesto sia formale che informale, ma talvolta non proficuamente.

Continua...

I descrittori dell'orchestrazione multimodale del QCoRADI per ciascun livello

1.2 Stabilire interazioni e produrre rappresentazioni del sé in modo efficace

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di interagire con l'interlocutore utilizzando in modo completamente adeguato una serie di risorse in linea con il contesto e producendo l'effetto voluto sul pubblico di riferimento. • Essere in grado di utilizzare varie risorse per la produzione di significato per la rappresentazione del sé e riuscire a gestirle in modo completamente adeguato secondo i bisogni dei diversi ambienti online. • Essere in grado di prevedere e risolvere eventuali problemi ed equivoci comunicativi attraverso l'uso selettivo di tutte le risorse per la produzione di significato nel corso di tutto il testo digitale e dell'interazione online. | <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di interagire con l'interlocutore utilizzando adeguatamente un numero sufficiente di risorse in linea con il contesto e producendo l'effetto voluto sul pubblico di riferimento, ma occasionalmente. • Essere in grado di utilizzare varie risorse per la produzione di significato per la rappresentazione del sé e riuscire a gestirle quasi sempre adeguatamente secondo i bisogni dei vari ambienti online. • Essere in grado di prevedere e risolvere eventuali problemi ed equivoci comunicativi attraverso l'uso selettivo di tutte le risorse per la produzione di significato durante la maggior parte del testo digitale e dell'interazione online. | <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di interagire con l'interlocutore utilizzando un repertorio di base di risorse, anche se con qualche interpretazione errata del contesto. • Essere in grado di utilizzare varie risorse per la produzione di significato per la rappresentazione del sé e riuscire a farlo parzialmente secondo i bisogni dei vari ambienti online. • Essere in grado di prevedere e risolvere eventuali problemi ed equivoci comunicativi attraverso l'uso selettivo delle risorse per la produzione di significato soltanto in alcune parti del testo digitale e dell'interazione online. |
|--|---|---|

1.3 Comprendere, interpretare e valutare criticamente la produzione del testo multimodale

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di comprendere appieno lo scopo comunicativo di un testo digitale o della comunicazione online a seconda delle risorse per la produzione di significato utilizzate. • Essere in grado di valutare in maniera critica un'ampia gamma di significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online, a seconda delle risorse per la produzione di significato. • Essere in grado di comprendere appieno se e fino a che punto tutte le risorse per la produzione di significato in un testo multimodale sono adatte e utilizzate adeguatamente per raggiungere lo scopo comunicativo sia in contesti formali che informali. | <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di capire in linea di massima lo scopo comunicativo di un testo digitale o della comunicazione online a seconda delle risorse per la produzione di significato utilizzate. • Essere in grado di valutare in maniera critica un numero adeguato di significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online, a seconda delle risorse per la produzione di significato. • Essere in grado di comprendere in linea di massima se e fino a che punto tutte le risorse per la produzione di significato in un testo multimodale sono adatte e utilizzate adeguatamente per raggiungere lo scopo comunicativo sia in contesti formali che informali. | <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di capire in parte lo scopo comunicativo di un testo digitale o della comunicazione online a seconda delle risorse per la produzione di significato utilizzate. • Essere in grado di valutare in maniera critica un numero limitato di significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online, a seconda delle risorse per la produzione di significato. • Essere parzialmente in grado di capire se e fino a che punto tutte le risorse per la produzione di significato utilizzate in un testo multimodale, sono adatte e utilizzate in maniera adeguata per raggiungere lo scopo comunicativo sia in contesti formali che informali. |
|--|---|--|

1.4 Interagire con il testo digitale

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di capire appieno se le convenzioni tipiche della tipologia di testo digitale sono utilizzate e combinate in maniera adeguata per raggiungere in maniera efficace lo scopo comunicativo, comprendendo appieno l'eventuale rottura creativa delle convenzioni nell'uso e nella funzione delle risorse per la produzione di significato. | <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di capire, in linea di massima, se le convenzioni tipiche della tipologia di testo digitale sono utilizzate e combinate in maniera adeguata per raggiungere in maniera efficace lo scopo comunicativo, comprendendo l'eventuale rottura creativa delle convenzioni nell'uso e nella funzione delle risorse per la produzione di significato. | <ul style="list-style-type: none"> • Essere parzialmente in grado di capire se le convenzioni tipiche della tipologia di testo digitale sono utilizzate e combinate in maniera adeguata per raggiungere lo scopo comunicativo, comprendendo l'eventuale rottura creativa delle convenzioni nell'uso e nella funzione delle risorse per la produzione di significato. |
|--|--|---|

I descrittori dell'orchestrazione multimodale del QCoRADI per ciascun livello

TECNOLOGIE DIGITALI		
LIVELLO AVANZATO	LIVELLO INTERMEDIO	LIVELLO ELEMENTARE
2.1 Fase di pre-produzione e di partecipazione		
• Essere del tutto in grado di capire quali informazioni sono necessarie e quali dati sono utili per il contenuto del testo digitale o della comunicazione online in maniera efficace. • Essere in grado di navigare con consapevolezza ed efficacemente fra le varie fonti di informazione per raggiungere gli scopi del testo digitale e della comunicazione online. • Essere in grado di elaborare strategie di ricerca altamente efficaci avendo chiari i bisogni informativi.	• Essere in grado di capire in buona parte quali informazioni sono necessarie e quali dati sono utili per il contenuto del testo digitale o della comunicazione online in maniera efficace. • Essere in grado di navigare consapevolmente fra le varie fonti di informazione per raggiungere gli scopi del testo digitale e della comunicazione online, anche se non sempre in maniera efficace. • Essere in grado di elaborare alcune strategie di ricerca avendo chiari i bisogni informativi.	• Essere in grado di capire soltanto alcune delle informazioni e dati utili per il contenuto del testo digitale o della comunicazione online, anche se in maniera non del tutto adeguata. • Essere in grado, con qualche difficoltà e talvolta in modo poco adeguato, di navigare fra le varie fonti di informazione per raggiungere gli scopi del testo digitale e della comunicazione online. • Essere in grado di elaborare un numero limitato di strategie di ricerca efficaci avendo chiari i bisogni informativi.

Continua...

• Essere in grado di analizzare, confrontare e valutare in maniera critica la credibilità, l'attendibilità e l'utilità delle fonti online dei dati e delle informazioni per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online. • Essere in grado di gestire con facilità i dati, le informazioni e i contenuti da utilizzare nella produzione di un testo digitale o nella partecipazione alla comunicazione online (ad esempio, l'organizzazione e il recupero dei dati).	• Essere in grado, con qualche sforzo, ma adeguatamente, di analizzare, confrontare e valutare in maniera critica la credibilità, l'attendibilità e l'utilità delle fonti online dei dati e delle informazioni per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online. • Essere in grado, con qualche sforzo, ma adeguatamente, di gestire i dati, le informazioni e i contenuti da utilizzare nella produzione del testo digitale o nella partecipazione alla comunicazione online (ad esempio, l'organizzazione e il recupero dati).	• Essere in grado, con qualche difficoltà, e talvolta in modo non adeguato, di analizzare, confrontare e valutare in maniera critica la credibilità, l'attendibilità e l'utilità delle fonti online dei dati e delle informazioni per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online. • Essere in grado, con qualche difficoltà, e talvolta in modo non adeguato, di gestire dati, informazioni e contenuti da utilizzare nella produzione di un testo digitale o nella partecipazione alla comunicazione online (ad esempio, l'organizzazione e il recupero dei dati).
---	--	---

2.2 Fase di produzione/partecipazione

• Essere in grado di selezionare in maniera critica le fonti di informazione e i dati più importanti e/o pertinenti da considerare durante la produzione di un testo digitale o la partecipazione alla comunicazione online. • Essere in grado di utilizzare con estrema facilità diversi dispositivi per la produzione di un testo digitale o per la partecipazione alla comunicazione online.	• Essere in grado di selezionare in maniera critica un numero adeguato di fonti di informazione e i dati importanti e/o pertinenti da considerare durante la produzione di un testo digitale o la partecipazione alla comunicazione online. • Essere in grado di utilizzare, con qualche sforzo, ma adeguatamente, diversi dispositivi per la produzione di un testo digitale o per la partecipazione alla comunicazione online.	• Essere in grado di selezionare in maniera critica solo alcune delle fonti di informazione e i dati importanti e/o pertinenti da considerare durante la produzione di un testo digitale o la partecipazione alla comunicazione online. • Essere in grado di utilizzare, con qualche difficoltà e talvolta in modo non adeguato, un numero limitato di dispositivi per la produzione di un testo
--	---	---

- Essere in grado di utilizzare un'ampia gamma di strumenti digitali, quali software o programmi, per lo scopo comunicativo specifico.
- Essere sempre in grado di scegliere consapevolmente quali informazioni e dati possono essere condivisi attraverso un testo digitale o una comunicazione online.
- Essere in grado di riferirsi ad altri e di riconoscere il lavoro o il commento di un autore, artista o qualsiasi utente, in modo da rispettare le convenzioni dello specifico spazio online nel corso di tutto il testo digitale o dell'interazione online.
- Essere in grado di capire le convenzioni dell'ambiente online specifico e utilizzarne gli strumenti in modo appropriato.
- Essere in grado di utilizzare le tecnologie digitali in modo altamente creativo e innovativo per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.

- Essere in grado di utilizzare un numero sufficiente di strumenti digitali, quali software o programmi, per lo scopo comunicativo specifico.
- Essere in grado di scegliere, nella maggior parte dei casi con consapevolezza, quali informazioni e dati possono essere condivisi attraverso un testo digitale o una comunicazione online.
- Essere in grado di riferirsi ad altri e di riconoscere il lavoro o il commento di un autore, artista o qualsiasi utente, in modo da rispettare le convenzioni dello specifico spazio online nel corso di quasi tutto il testo digitale o dell'interazione online.
- Essere in grado di identificare le convenzioni dell'ambiente online specifico e utilizzarne gli strumenti di conseguenza.
- Essere in grado di utilizzare tecnologie digitali in modo abbastanza creativo e innovativo per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.

- digitale o per la partecipazione alla comunicazione online.
- Essere in grado di utilizzare un numero limitato di strumenti digitali, quali software o programmi, per lo scopo comunicativo specifico.
- Essere in grado, solo occasionalmente, di scegliere consapevolmente quali informazioni e dati possono essere condivisi attraverso un testo digitale o una comunicazione online.
- Essere in grado riferirsi ad altri e di riconoscere il lavoro o il commento di un autore, artista o qualsiasi utente, in modo da rispettare le convenzioni dello specifico spazio online in alcune parti del testo digitale o dell'interazione online.
- Essere in grado di identificare con qualche difficoltà, e talvolta in modo non adeguato, le convenzioni dell'ambiente online specifico e, pertanto, utilizzarne gli strumenti limitatamente.
- Essere in grado di utilizzare a livello appena sufficiente le tecnologie digitali per raggiungere gli scopi del testo digitale o della comunicazione online.

- Essere in grado di collegare proficuamente i vari contenuti tra le diverse piattaforme per rendere il messaggio più efficace.
- Essere sempre in grado di proteggere i dati personali e la privacy propria e altrui quando si produce un testo digitale o durante l'interazione online.
- Essere in grado di comprendere appieno ed essere pienamente consapevole dei pericoli della condivisione e pubblicazione online di informazioni personali e di dati sensibili.
- Essere in grado di rispettare pienamente le leggi sul copyright e le condizioni di licenza al momento dell'elaborazione/pubblicazione di un testo digitale ed essere in grado di comprendere appieno le conseguenze delle violazioni.
- Essere in grado di creare un testo digitale o di partecipare alla comunicazione online con estrema facilità di navigazione/visualizzazione o partecipazione, in linea con lo scopo comunicativo e le aspettative del pubblico di riferimento.

- Essere in grado di collegare adeguatamente i vari contenuti tra le diverse piattaforme per rendere il messaggio più efficace.
- Essere in grado di proteggere i dati personali e la privacy propria e altrui quando si produce un testo digitale o durante l'interazione online, almeno per i dati sensibili.
- Essere consapevole dei pericoli della condivisione e pubblicazione online di informazioni personali e di dati sensibili.
- Essere in grado di rispettare le leggi sul copyright e le condizioni di licenza al momento dell'elaborazione/pubblicazione di un testo digitale ed essere in grado di comprendere appieno le conseguenze delle violazioni.
- Essere in grado di creare un testo digitale o di partecipare alla comunicazione online con una certa facilità di navigazione/visualizzazione o partecipazione, in linea con lo scopo comunicativo e le aspettative del pubblico di riferimento.

- Essere in grado di collegare i vari contenuti tra diverse piattaforme per rendere il messaggio più efficace in misura limitata.
- Essere in grado, soltanto quando esplicitamente richiesto, di proteggere i dati personali e la privacy propria e altrui quando si produce un testo digitale o durante l'interazione online.
- Essere consapevole dei pericoli più noti della condivisione e pubblicazione online di informazioni personali e di dati sensibili.
- Essere generalmente a conoscenza delle leggi sul copyright e delle condizioni di licenza al momento dell'elaborazione/pubblicazione di un testo digitale.
- Essere in grado di creare un testo digitale o di partecipare alla comunicazione online con una limitata capacità di navigazione/visualizzazione o partecipazione, in linea con lo scopo comunicativo e le aspettative del pubblico di riferimento.

2.3 Comprendere/interagire con i testi digitali

- Essere in grado di esplorare il testo digitale e di partecipare alla comunicazione online.
- Essere in grado di individuare quali possibilità tecnologiche offerte dal mezzo sono più adatte per raggiungere lo scopo comunicativo del testo digitale, riconoscendo pienamente le convenzioni e sapendo valutare completamente la creatività nell'uso delle possibilità tecnologiche.
- Essere in grado di capire pienamente se tutte le *affordance* tecnologiche del mezzo utilizzato in un testo multimodale sono adeguatamente combinate per raggiungere lo scopo comunicativo.
- Essere in grado di identificare un'ampia varietà di problemi tecnici che possono insorgere durante l'utilizzo del mezzo e risolverli con estrema flessibilità/facilità/nel modo più appropriato.
- Essere in grado di valutare in maniera critica un'ampia varietà di significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online a seconda delle tecnologie digitali usate.

- Essere in grado di esplorare il testo digitale e di partecipare alla comunicazione online, con qualche sforzo, ma adeguatamente.
- Essere in grado di individuare quali possibilità tecnologiche offerte dal mezzo sono più adatte per raggiungere lo scopo comunicativo del testo digitale, riconoscendo le convenzioni e sapendo valutare la creatività nell'uso delle possibilità tecnologiche.
- Essere in grado di capire se tutte o la maggior parte delle *affordance* tecnologiche del mezzo utilizzato in un testo multimodale sono adeguatamente combinate per raggiungere lo scopo comunicativo.
- Essere in grado di identificare una serie di problemi tecnici che possono insorgere durante l'utilizzo del mezzo e risolverli con qualche sforzo, ma adeguatamente.
- Essere in grado di valutare in maniera critica la maggior parte dei significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online a seconda delle tecnologie digitali usate.

- Essere in grado di esplorare il testo digitale e di partecipare alla comunicazione online con qualche difficoltà e talvolta in modo non adeguato.
- Essere in grado di individuare quali possibilità tecnologiche offerte dal mezzo sono più adatte per raggiungere lo scopo comunicativo del testo digitale, riconoscendo solo alcune delle convenzioni e sapendo valutare la creatività nell'uso delle possibilità tecnologiche, ma in modo limitato.
- Essere in grado di capire se alcune delle *affordance* tecnologiche del mezzo utilizzato in un testo multimodale sono adeguatamente combinate per raggiungere lo scopo comunicativo.
- Essere in grado di identificare alcuni problemi tecnici che possono insorgere durante l'utilizzo del mezzo e risolverli con qualche difficoltà e talvolta in modo non adeguato.
- Essere in grado di valutare in maniera critica solo un numero limitato di significati che possono essere prodotti dal testo digitale o dalla comunicazione online a seconda delle tecnologie digitali usate.

2.4 Meta-riflessione		
• Essere in grado di capire appieno se le proprie competenze digitali richiedono un miglioramento o un aggiornamento. • Essere in grado di valutare le produzioni digitali altrui o la partecipazione alla comunicazione online fornendo giustificazioni ben argomentate. • Essere in grado di supportare appieno gli altri nello sviluppo delle loro competenze digitali, fornendo loro assistenza e feedback. • Cercare sempre opportunità per lo sviluppo personale e per tenersi aggiornati sull'evoluzione digitale.	• Essere in grado di capire adeguatamente se le proprie competenze digitali richiedono un miglioramento o aggiornamento. • Essere in grado di valutare le produzioni digitali altrui o la partecipazione alla comunicazione online fornendo argomentazioni semplici. • Essere in grado, all'occorrenza, di sviluppare le proprie competenze digitali. • Cercare spesso opportunità per lo sviluppo personale e per tenersi aggiornati sull'evoluzione digitale.	• Essere in grado di riconoscere che proprie competenze digitali richiedono un miglioramento o aggiornamento. • Essere in grado di descrivere le produzioni digitali altrui o la partecipazione nella comunicazione online fornendo poche argomentazioni. • Essere in grado di chiedere supporto per lo sviluppo delle proprie competenze digitali. • Cercare occasionalmente opportunità per lo sviluppo personale e per tenersi aggiornati sull'evoluzione digitale.

I descrittori dell'orchestrazione multimodale del QCoRADI per ciascun livello

COMUNICAZIONE INTERCULTURALE		
LIVELLO AVANZATO	LIVELLO INTERMEDIO	LIVELLO ELEMENTARE
3.1 Attitudini e percezioni		
• Mostrare grande apertura, interesse e curiosità per la diversità attraverso l'uso di varie risorse (lingua, sguardo, gestualità, etc.) senza avere pregiudizi sulla rappresentazione, l'espressione e il comportamento altrui durante l'interazione con un testo digitale o durante la partecipazione alla comunicazione online. • Mostrare un alto grado di empatia verso le percezioni e i pensieri altrui mentre si interagisce con un testo digitale o si partecipa alla comunicazione online.	• Mostrare un grado adeguato di apertura, interesse e curiosità per la diversità attraverso l'uso di varie risorse (lingua, sguardo, gestualità, etc.) senza avere pregiudizi sulla rappresentazione, l'espressione e il comportamento altrui durante l'interazione con un testo digitale o durante la partecipazione alla comunicazione online. • Mostrare empatia verso le percezioni e i pensieri altrui mentre si interagisce con un testo digitale o si partecipa alla comunicazione online, anche se non sempre in modo continuativo.	• Mostrare un certo grado di apertura, interesse e curiosità per la diversità attraverso l'uso di varie risorse (lingua, sguardo, gestualità, etc.) senza avere pregiudizi sulla rappresentazione, l'espressione e il comportamento altrui durante l'interazione con un testo digitale o durante la partecipazione alla comunicazione online. • Mostrare empatia verso le percezioni e i pensieri altrui mentre si interagisce con un testo digitale o si partecipa alla comunicazione online, anche se con qualche difficoltà.

Continua...

- Rispettare appieno la diversità poiché si è disposti a sospendere le proprie convinzioni su cosa sia 'naturale' e/o 'giusto' sulla base delle proprie prospettive culturali ed essere disposti ad accettare ciò che gli altri credono sia 'naturale' e/o 'giusto' a seconda del contesto del testo digitale o della comunicazione e/o degli spazi di affinità online.

- Rispettare la diversità poiché si è disposti a sospendere le proprie convinzioni culturali e ad accettare gli altri a seconda del contesto del testo digitale e/o degli spazi di affinità online.

- Rispettare la diversità nella maggior parte dei contesti poiché si è disposti a sospendere le proprie convinzioni culturali e ad accettare gli altri a seconda del contesto del testo digitale e/o degli spazi di affinità online, anche se può risultare difficoltoso.

3.2 Comprensione e consapevolezza

- Essere in grado di comprendere appieno la specificità culturale del testo digitale o della comunicazione online senza pregiudizi basati sul proprio universo culturale.
- Essere in grado di capire e giustificare la possibilità di ricevere diverse valutazioni sulle proprie affermazioni/valori da parte di un pubblico con un retroterra socioculturale e demografico diverso.
- Essere in grado di capire e spiegare i diversi livelli di formalità e registro nei testi multimodali in base ai diversi contesti multiculturali e agli spazi di affinità online.

- Essere in grado di comprendere la specificità culturale del testo digitale o della comunicazione online, anche se talvolta è probabile che emergano dei pregiudizi basati sul proprio universo culturale.
- Essere consapevole della possibilità di ricevere diverse valutazioni sulle proprie affermazioni/valori da parte di un pubblico con un retroterra socioculturale e demografico diverso.
- Essere in grado di capire adeguatamente i diversi livelli di formalità e registro nei testi multimodali in base ai diversi contesti multimodali e agli spazi di affinità online.

- Essere in grado di riconoscere la specificità culturale del testo digitale o della comunicazione online, ma con qualche sforzo in più per riuscire a non avere pregiudizi basati sul proprio universo culturale.
- Essere vagamente consapevole della possibilità di ricevere diverse valutazioni delle proprie affermazioni/valori da parte di un pubblico con un retroterra socioculturale e demografico diverso.
- Essere in grado di identificare i diversi livelli di formalità e registro nei testi multimodali in base ai diversi contesti multimodali e agli spazi di affinità online.

- Essere in grado di capire le informazioni culturali specifiche e i diversi sistemi di valori in un testo multimodale o in una comunicazione online, senza alcuno sforzo.
- Essere in grado di identificare, senza alcuno sforzo, i testi multimodali concepiti per un contesto internazionale e/o per spazi di affinità online specifici.
- Essere in grado di identificare tutte le risorse per la produzione di significato utilizzate per esprimere la diversità culturale in un testo multimodale (lingua, sguardo, gestualità, etc.).
- Essere in grado di interpretare e spiegare elementi culturali specifici e/o di affinità online, mantenendo una mentalità aperta e senza alcuno sforzo.

- Essere in grado, con qualche sforzo, di capire informazioni culturali specifiche e i diversi sistemi di valori in un testo multimodale o in una comunicazione online.
- Essere in grado, anche se non immediatamente, di identificare i testi multimodali concepiti per un contesto internazionale e/o per spazi di affinità online specifici.
- Essere in grado di identificare la maggior parte delle risorse per la produzione di significato utilizzate per esprimere la diversità culturale in un testo multimodale (lingua, sguardo, gestualità, etc.).
- Essere in grado di interpretare e spiegare elementi culturali specifici e/o di affinità online mantenendo una mentalità aperta, anche se con qualche sforzo.

- Essere in grado, con qualche difficoltà e talvolta non adeguatamente, di capire le informazioni culturali specifiche e i diversi sistemi di valori in un testo multimodale o in una comunicazione online.
- Essere in grado, anche se talvolta con qualche difficoltà, di identificare i testi multimodali concepiti per un contesto internazionale e/o per spazi di affinità online specifici.
- Essere in grado di identificare un numero limitato di risorse per la produzione di significato utilizzate per esprimere la diversità culturale in un testo multimodale (lingua, sguardo, gestualità, etc.).
- Essere in grado di interpretare e spiegare elementi culturali specifici e/o di affinità online mantenendo una mentalità aperta, anche se non sempre in modo adeguato.

3.3 Azione e comportamento

- Garantire una partecipazione equa, imparziale e inclusiva della diversità socioculturale nel testo digitale o in una comunicazione online.
- Essere in grado di equilibrare la comunicazione rendendo accessibile ciò che è culturalmente specifico e non conosciuto e di combinarlo con ciò che è più generalmente condiviso.
- Essere completamente in grado di rendere espliciti i propri valori in un testo digitale rivolto ad un pubblico internazionale o durante la comunicazione online in un contesto interculturale, senza imporli agli altri.
- Essere in grado di cercare, chiedere e acquisire nuove conoscenze sui comportamenti e sui prodotti testuali altrui e di integrarle efficacemente con conoscenze già acquisite.

- Garantire, per la maggior parte, una partecipazione equa, imparziale e inclusiva della diversità socioculturale nel testo digitale o in una comunicazione online.
- Essere in grado, per la maggior parte, di equilibrare la comunicazione rendendo accessibile ciò che è culturalmente specifico e non conosciuto e di combinarlo con ciò che è più generalmente condiviso.
- Essere parzialmente in grado di rendere espliciti i propri valori in un testo digitale rivolto ad un pubblico internazionale o durante la comunicazione online in un contesto interculturale, senza imporli agli altri.
- Essere in grado di cercare, chiedere e acquisire alcune nuove conoscenze sui comportamenti e sui prodotti testuali altrui e di integrarle con conoscenze già acquisite in maniera abbastanza efficace.

- Garantire, soltanto parzialmente, una partecipazione equa, imparziale e inclusiva della diversità socioculturale nel testo digitale o in una comunicazione online.
- Essere parzialmente in grado di equilibrare la comunicazione rendendo accessibile ciò che è culturalmente specifico e non conosciuto e di combinarlo con ciò che è più generalmente condiviso.
- Essere in grado di rendere limitatamente espliciti i propri valori in un testo digitale rivolto ad un pubblico internazionale o durante la comunicazione online in un contesto interculturale, senza imporli agli altri.
- Essere in grado di cercare, chiedere e acquisire una quantità limitata di nuove conoscenze sui comportamenti e sui prodotti testuali altrui e di integrarle, con qualche difficoltà e solo in misura limitata, con conoscenze già acquisite.

- Affidarsi sempre all'esperienza altrui in un testo digitale o in una comunicazione online per riflettere su questioni date spesso per scontate all'interno del proprio ambiente sociale.
- Essere in grado di adattare efficacemente il proprio comportamento ad ogni nuovo contesto situazionale e alle aspettative altrui.

- Affidarsi regolarmente all'esperienza altrui in un testo digitale o comunicazione online per riflettere su questioni date spesso per scontate all'interno del proprio ambiente sociale.
- Essere in grado di adattare il proprio comportamento a nuovi contesti situazionali e alle aspettative altrui, ma non sempre adeguatamente.

- Affidarsi occasionalmente all'esperienza altrui in un testo digitale o comunicazione online per riflettere su questioni date spesso per scontate all'interno del proprio ambiente sociale.
- Essere in grado di adattare il proprio comportamento a nuovi contesti situazionali e alle aspettative altrui, anche se talvolta non adeguatamente.

I descrittori dell'orchestrazione multimodale del QCoRADI per ciascun livello

COMPETENZE TRASVERSALI		
LIVELLO AVANZATO	LIVELLO INTERMEDIO	LIVELLO ELEMENTARE
4.1 Gestione del contesto, collaborazione e informazione		
• Essere in grado di prendere decisioni valide e tempestive in relazione alle esigenze del contesto. • Essere in grado di collaborare efficacemente ed essere un membro efficiente del team, anche in posizione di leader quando necessario. • Essere in grado di organizzare le informazioni con sicurezza ed efficacia per rispondere alle esigenze del contesto.	• Essere in grado di prendere gradualmente delle decisioni valide in relazione alle esigenze del contesto. • Essere in grado di collaborare efficacemente ed essere un membro efficiente del team. • Essere in grado di organizzare, anche se con una certa pianificazione, le informazioni per rispondere alle esigenze del contesto.	• Essere in grado, con qualche difficoltà, talvolta in modo non adeguato e con qualche esitazione, di prendere decisioni in relazione alle esigenze del contesto. • Essere in grado di collaborare efficacemente ed essere un membro di supporto del team, anche se non contribuendo a prendere delle decisioni importanti. • Essere in grado di organizzare le informazioni per rispondere alle esigenze del contesto, anche se con pianificazione e qualche difficoltà.

Continua...

4.2 Gestire il cambiamento e l'incertezza

• Essere in grado di prevedere e di anticipare le situazioni attraverso una comprensione rapida e autonoma e una stima delle possibili conseguenze (pratiche, economiche, reputazionali, legali, sociali). • Essere in grado di gestire la pressione per portare a termine i compiti in modo tempestivo e con un buon livello qualitativo, sapendo gestire lo stress e contribuendo a ridurre possibili conflitti nelle relazioni interpersonali e a risolvere i problemi con le soluzioni più appropriate. • Essere sempre in grado di stabilire delle priorità fra i compiti in maniera efficace.	• Essere in grado di prevedere e di anticipare le situazioni attraverso una comprensione graduale e una stima della maggior parte delle possibili conseguenze (pratiche, economiche, reputazionali, legali, sociali). • Essere in grado di gestire, gradualmente e con qualche sforzo, anche se adeguatamente, la pressione per portare a termine i compiti in modo tempestivo e con un buon livello qualitativo, sapendo gestire adeguatamente lo stress, contribuendo a ridurre possibili conflitti nelle relazioni interpersonali e a risolvere i problemi con soluzioni accettabili. • Essere normalmente in grado di stabilire delle priorità fra i compiti in maniera efficace.	• Essere in grado di prevedere e di anticipare le situazioni attraverso una graduale identificazione, comprensione e una stima della maggior parte delle possibili conseguenze (pratiche, economiche, reputazionali, legali, sociali), anche se talvolta senza successo in caso di lavoro autonomo. • Essere in grado di gestire, con fatica e con qualche difficoltà, la pressione per portare a termine i compiti più urgenti e risolvere i problemi più basilari. • Essere in grado occasionalmente di stabilire delle priorità fra i compiti in maniera efficace, anche se con difficoltà in situazioni particolarmente stressanti.
---	---	---

4.3 Gestione delle emozioni proprie e altrui

- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di capirsi e gestirsi autonomamente e pienamente, affrontando le proprie emozioni e comportamenti, rispettando allo stesso tempo i confini per evitare l'auto-proiezione e/o la sensazione di essere sentirsi sopraffatti. • Essere in grado di capire ed empatizzare con le emozioni e i comportamenti altrui e di rispondere in modo costruttivo. | <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di capirsi ad un sufficiente grado e gestirsi autonomamente, affrontando le proprie emozioni e comportamenti, rispettando allo stesso tempo i confini per evitare l'auto-proiezione e/o la sensazione di sentirsi sopraffatti. • Essere in grado di capire ed empatizzare con le emozioni e comportamenti altrui, anche se non sempre costruttivamente. | <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di capirsi e gestirsi autonomamente, ma ad un grado limitato, affrontando le proprie emozioni e comportamenti, anche se non sempre rispettando i limiti per evitare l'auto-proiezione e/o la sensazione di sentirsi sopraffatti. • Essere in grado di capire ed empatizzare con le emozioni e comportamenti altrui, ma talvolta rispondendo in modo inadeguato. |
|--|--|--|

Glossario



A

Accelerazione: nel video-making, è una tecnica di post-produzione che comporta l'accelerazione della velocità delle scene per scopi comunicativi specifici, ad esempio per segnalare l'ellissi temporale, il caos, o qualsiasi altro significato/associazione legato alla velocità.

Affordance: termine originariamente coniato nel contesto della psicologia percettiva da J. Gibson nel 1966. Si riferisce alle potenzialità e alle limitazioni d'uso intrinseci a qualsiasi tecnologia o strumento. Negli studi multimodali, il termine è stato usato per definire le potenzialità e le limitazioni materiali e culturali di una risorsa per la produzione di significato.

Arco narrativo: costruzione cronologica di una storia (vedi *flusso narrativo*), ad esempio in riferimento alla linea narrativa estesa o continuativa nello storytelling dei media contemporanei, quali serie tv, fumetti, videogiochi, ecc. che possono contenere un arco narrativo in ogni episodio, pur mantenendo la loro unità narrativa strutturale attraverso unità più ampie di storia, come ad esempio le stagioni,

numeri, edizioni.

Artefatto multimodale: insieme di risorse che costituiscono un'entità considerata nel suo insieme in termini di significato prodotto. Ad esempio, l'insieme di layout, font, colore, formattazione, testo scritto, immagini, ecc. combinati in una pagina web può essere generalmente considerato un artefatto multimodale. Può essere sinonimo di testo multimodale, anche se a volte si preferisce artefatto piuttosto che "testo" per evitare associazioni con il testo scritto (dato che la testualità è spesso usata in linguistica come un sinonimo di testo scritto).

B

Blog: un sito web (o sezione di un sito web) strutturato e aggiornato attraverso più post ordinati cronologicamente e che consentono l'interazione con i visitatori. In quanto uno dei generi web più datati, ha ormai sviluppato una grande varietà di forme, argomenti e scopi.

C

Caratteristiche identitarie: caratteristiche, significati e valori che indicano l'identità, più o meno stereotipata,

in termini di variabili socioculturali (come età, occupazione, gruppo etnico, genere, classe, istruzione, ecc.) e stili di vita (che comprendono una serie di comportamenti e preferenze, quali le scelte di acquisto, l'alimentazione, le attività ecc.).

Climax: termine che deriva dalla retorica. Si riferisce al punto culminante della narrazione e coincide con un punto di svolta nella storia raccontata.

Coerenza: termine che si è sviluppato nell'ambito delle teorie della letteratura e della linguistica. Qui si riferisce all'organizzazione degli elementi di una qualsiasi risorsa semiotica (vedi) per la creazione di un insieme di significati. La coerenza può essere raggiunta attraverso mezzi espliciti (ad esempio, indicando qualcosa, utilizzando materialmente frecce, o utilizzando congiunzioni, che indicano le connessioni logiche tra gli elementi) o implicitamente, (giustapponendo gli elementi nello spazio o sequenziandoli nel tempo); nel primo caso, l'autore indica come interpretare il significato; nel secondo caso, l'interprete è molto più libero ma la produzione di significato è più complessa.

Composizione fotografica/di shot: elemento visivo complesso costituito da una combinazione di fotografie, shot, fermo immagine o fotogrammi.

Comunicazione interculturale: un campo che studia la comunicazione tra diversi gruppi sociali e culturali e si concentra sui processi, le pratiche, i problemi e le possibilità specifiche che si verificano naturalmente quando comunicano tra di loro persone con diversi retroterra socioculturali, percorsi personali, e/o diverse credenze, valori e comportamenti.

Contesto: insieme delle componenti che determinano un qualsiasi evento comunicativo e ne sono allo stesso tempo determinate. Comprende i partecipanti, le risorse per la produzione di significato (come la gestualità e la parola in un'interazione faccia a faccia), il tema trattato e gli altri elementi che caratterizzano la comunicazione, come l'ambientazione (di persona o mediata dal computer), l'ambiente circostante e gli oggetti, le aspettative innescate dal genere, così come tutte le informazioni di base e la conoscenza culturale che entrano in gioco nella la comunicazione.

Contestualizzazione dei social media: processo di creazione e/o adattamento dei contenuti nei social media in termini di utilizzo delle risorse semiotiche a disposizione e delle pratiche discorsive delle comunità coinvolte.

Convenzioni: usi e pratiche adottate da un dato gruppo sociale in un dato momento.

D

Demografia: vedi Sociodemografia

Design: pianificazione e organizzazione del significato in un artefatto, testo o evento comunicativo. Tali principi organizzativi di design di solito emergono e diventano riconoscibili dopo la produzione dei testi e degli artefatti. Il design riflette l'interesse e lo scopo comunicativo dell'autore.

Dissolvenza: nel video-making, è una tecnica di video editing post-produzione, che prevede l'utilizzo di diverse forme di transizioni visive graduali da un'immagine all'altra. È anche chiamata *fading* ed include dissolvenza in apertura o assolvenza (l'immagine appare progressivamente a partire dal nero dello schermo) e dissolvenza in chiusura (l'immagine scompare progressivamente sino a diventare nera).

Dissolvenza in apertura: vedi Dissolvenza.

Dissolvenza in chiusura: vedi Dissolvenza.

E

Emoji: termine giapponese che unisce e "immagine" e *moji* "lettera, carattere" e identifica una piccola immagine digitale o icona utilizzata per esprimere un'idea o un'emozione nella comunicazione digitale.

Emoticon: visualizzazione tipografica di una rappresentazione facciale per trasmettere emozioni, solitamente in testi verbali.

Estetica (dell'interattività): valori attribuiti a specifiche combinazioni di forme; il termine viene utilizzato negli ambiti di ricerca sull'interattività per descrivere in che modo una pagina web appaia interattiva (in quanto distinta dalla *Funzionalità di interattività*, che descrive le opzioni interattive vere e proprie di una pagina web, vale a dire, come si può interagire con la pagina stessa).

F

Fanvid: forma breve dell'espressione "video musicale creato dai fan" che descrive il prodotto della forma d'arte del "vidding", una pratica nata negli anni '70 nella comunità dei fan dei media. Il termine indica un video-saggio in cui alcune sequenze, tratte da una o più fonti visive, sono accompagnate dalla musica,

per esplorare il testo originale in vari modi, adottando pratiche interpretative letterarie. Un video musicale creato dai fan è diverso da un video musicale, in quanto la modalità semiotica principale nei video musicali è la musica, mentre nei fanvid è data dalle immagini del testo originale. I fanvid sono diventati popolari con la diffusione di software di video editing e l'ascesa dei social media.

Flusso narrativo: sviluppo o costruzione di una storia per raggiungere i suoi scopi comunicativi. Solitamente la nozione di “flusso” suggerisce che la storia abbia un inizio, uno sviluppo, un climax e una fine specifici e che tutti questi passaggi siano perfettamente e coerentemente giustapposti per creare una struttura narrativa. Questo non esclude strutture narrative che abbiano un flusso più frammentato e meno lineare o scorrevole (spesso impiegato nelle forme contemporanee di fiction).

Framing (o messa in quadro): principio che separa un'entità dalle altre, allo stesso tempo costituendo l'interesse di tale entità; i meccanismi di framing o messa in quadro (come linee, o un silenzio/pausa, spazi vuoti, una cornice fotografica, una ripresa fotografica nera ecc.) funzionano simultaneamente per segnalare l'unione e la separazione,

ovvero ciò che deve essere considerato insieme e ciò che deve essere considerato come separato. Il termine deriva dall'antropologia (G. Bateson) e dalla sociolinguistica interazionale (E. Goffman) dove è utilizzata per descrivere l'insieme di aspettative innescate da un evento quando è inquadrato come un genere specifico (ad esempio, “gioco” o “combattimento”).

Funzionalità interattive: le opzioni che permettono di operare interagendo con una pagina web. Queste si realizzano agendo su siti/segni interattivi (vedi) e possono permettere, ad esempio, l'accesso a nuovi contenuti (come l'apertura di nuove pagine attraverso link ipertestuali), l'aggiunta di nuovi contenuti (come commentare o mettere like), l'invio di contenuti (come salvare, stampare, ecc.) e così via.

G

Gergo: varietà di una lingua specifica, principalmente in termini di variazione lessicale. È spesso associato a una (varietà di) lingua facilmente compresa solo dalle comunità che la impiegano. Può anche riferirsi a una lingua specialistica o a una lingua parlata da una fascia d'età specifica.

Girato: nella produzione cinematografica e nel video making, è il materiale non modificato né montato che è stato filmato o registrato da una videocamera. Solitamente il girato deve essere montato per creare un film, un video clip, un prodotto televisivo o artefatti simili.

I

Icone grafiche: o “graphicon”, simboli visivi che possono essere utilizzati per esprimere proposizioni in scambi conversazionali (Herring e Dainas 2017). Gli esempi più famosi di icone grafiche nel discorso digitale sono le emoji.

Immagine in movimento: un'immagine messa in movimento da tecnologie specifiche, cinematografiche o di animazione. Un'immagine in movimento è una parte costitutiva di un testo video o film. La sua controparte è (vedi) l'immagine statica.

Immagine statica: un'immagine che non è in movimento, come nel caso di immagini, foto, dipinto, fumetti, poster. La sua controparte è l'immagine in movimento (vedi).

Inquadratura: unità visiva minima nel cinema, nella fotografia e in altri artefatti video. È generalmente descritta e classificata come primissimo piano (se la persona o l'oggetto sono ripresi in modo da mostrare dettagli che non sarebbero visibili da più lontano); primo piano (mostra il volto del soggetto o le caratteristiche che lo rendono riconoscibile); campo medio (solitamente un'azione girata a distanza media, tale da includere i partecipanti); campo lungo (mostra l'intero soggetto a distanza, di solito includendo l'ambiente circostante).

Interazione mediata a video: un evento comunicativo, in cui i partecipanti interagiscono in presenza utilizzando una connessione web e un mezzo (ad esempio un computer, laptop, smartphone) e vedendosi in tempo reale. Questo evento comunicativo può avvenire per qualsiasi scopo, sia esso il più banale, come ad esempio una conversazione telefonica, ma conferendogli una sensazione di presenza più vivida, fino a quello più professionale, come ad esempio un colloquio di lavoro, una consulenza medica o qualsiasi altra interazione di un fornitore di servizi con un cliente o gruppi di clienti a distanza.

L

Layout: organizzazione degli elementi nello spazio e alle risorse utilizzate per organizzarli, tra cui orientamento, posizionamento, framing (vedi).

M

Mansplaining: termine che ha una connotazione negativa e implica espressioni, enunciati o intere conversazioni tipici di un uomo che spiega dei concetti a una donna utilizzando una lingua e un tono condiscendenti e paternalistici, come a suggerire una posizione implicita di superiorità.

Meta-riflessione: come suggerito dal prefisso greco *meta*, che indica un concetto che è un'astrazione di un altro concetto, meta-riflessione è un processo che comporta la riflessione sulla propria riflessione. È simile al concetto di consapevolezza, ma generalmente si riferisce ad un atto più esplicito di riconoscimento e presa d'atto del proprio pensiero.

Mezzo: qualsiasi tecnologia utilizzata per progettare, produrre e distribuire rappresentazioni. È supportato da strumenti materiali, come carta, penna, pennello, televisore, dispositivi mobili, bit e byte, e così via. Ogni mezzo ha le proprie affordance (vedi) e attiva un certo numero di

risorse per la produzione di significati. Quindi il mezzo della radio, ad esempio, offre risorse uditive come la musica, il rumore, il suono, il dialogo, ma non risorse visive come immagini o gestualità.

Mock-up: processo di esplicitazione visiva delle modifiche di layout per ogni sezione della pagina “Chi siamo” e dei blog a partire dal template (vedi).

Multimodalità: caratteristica di tutta la comunicazione umana del combinare diverse risorse semiotiche (o modalità) per produrre significato. Lo studio del fenomeno ha dato origine a un campo di ricerca e a diversi approcci teorici. Mentre a volte viene confuso con la multimedialità, che si riferisce ai “media” (vedi “mezzo”, ad esempio radio, tv, web, ecc.), la multimodalità si riferisce invece alle “modalità” o alle risorse semiotiche (ad esempio gestualità, sguardo, movimenti del corpo, enunciazione orale o scritta, immagine...). La multimodalità è spesso associata alla testualità e cultura digitale, ma, a differenza della multimedialità, ha da sempre caratterizzato la comunicazione umana, perché tutti i testi pre-digitali, come pitture rupestri, pittogrammi, spartiti musicali, manoscritti miniati, programmi televisivi, concerti musicali e spettacoli artistici e molto altro ancora, sono esempi di come varie risorse,

non necessariamente verbali, possono essere combinate per produrre un significato. Anche le interazioni faccia a faccia sono esempi di comunicazione multimodale, perché risorse come la comunicazione orale, i gestualità, lo sguardo e la distanza sono utilizzate per produrre significato.

N

Narrazione audiovisiva: forma di narrazione che incorpora sia risorse uditive (vedi) che risorse visive (vedi visivo) per la produzione di significato. Esempi includono i video clip, i film, i documentari.

Navigazione: vedi Navigazione web.

Navigazione web: processo di analisi dei dati e delle informazioni in reti estese, come il web e, per estensione, può significare la capacità di capire la direzione prevista del percorso virtuale pre-impostata dal web designer/content writer (scrittore di contenuti).

O

Orchestrazione multimodale: modo in cui le risorse o le modalità si integrano in un testo per creare significato, sia nello spazio che nel tempo, sia in simultaneità che in sequenza.

L'orchestrazione suggerisce l'idea che le risorse non siano combinate meccanicamente e rigidamente negli eventi comunicativi, ma si attivino e combinino in modi specifici e differenti a seconda dello scopo comunicativo generale, e non necessariamente tutte allo stesso tempo. L'orchestrazione multimodale è stata originariamente teorizzata da Gunther Kress.

P

Pagina (web) "Chi siamo": sezione fondamentale di ogni sito web. Il link a questa pagina si trova sempre nelle principali barre di navigazione. Generalmente, la pagina "Chi siamo" incorpora una breve descrizione dell'azienda/ente/organizzazione e il suo settore di attività, la storia, la missione aziendale, le informazioni legali e finanziarie, le notizie, e i contatti. Lo scopo della pagina "Chi siamo" è quello di presentare l'immagine dell'azienda, ente, organizzazione, accrescerne la reputazione e, allo stesso tempo, attirare l'attenzione, l'interesse e la fiducia degli utenti.

Potenziale di significato: concetto originariamente elaborato dal linguista Michael A.K. Halliday. Egli

credeva che la lingua fosse la transcodifica di un "potenziale di comportamento" in un "potenziale di significato". In altre parole, la lingua è utilizzata dai parlanti per dire ciò che "sono in grado di fare" trasformato in ciò che "sono in grado di significare". Ciò che sono in grado di significare (il sistema semantico) è, a sua volta, codificato in ciò che "sono in grado di dire" (il sistema lessico-grammaticale, cioè la grammatica e il lessico). Nella multimodalità, il termine è utilizzato per descrivere gli usi, trasformati socialmente nel tempo e per accumulazione, di ogni risorsa semiotica, da cui si attinge sia per produrre significato sia per interpretare i significati creati dagli altri.

Presa di turno: sia nella conversazione faccia a faccia che in quella sul web, un turno rappresenta il tempo che ogni partecipante utilizza per parlare (chiamato anche turno di parola). La presa di turno è una forma di organizzazione del discorso che fa sì

che ogni partecipante sappia quando iniziare e quando finire un turno di parola così da permettere ad un altro partecipante di prendere la parola.

Prodotto remix: artefatto multimodale che combina risorse (uditive, come la musica; visive, come le immagini statiche o in movimento) tratte da risorse digitali e non digitali (ad esempio, video clip, fotografie, ecc.) per poi ri-assemblarle con un ordine nuovo e con nuovi significati (ad esempio, un trailer di un film, un fanvid).

Produzione di significato: processo di produzione di significati in un contesto specifico da parte di attori sociali, gruppi o individui. Alcuni distinguono tra la produzione del segno (la produzione di un atto comunicativo, artefatto, testo) e produzione di significato (l'interpretazione di un atto, artefatto, testo prodotto da qualcun altro). In questo lavoro utilizziamo produzione di significato per riferirci sia alla produzione che all'interpretazione.

Pubblico di riferimento: gruppo di persone a cui si rivolge l'autore o

produttore di segni quando progetta e organizza diverse risorse per la produzione di significato.

R

Rappresentazione del sé: modo in cui gli individui rappresentano sé stessi. Può, ad esempio, indicare quale fotografia o avatar una persona decida di selezionare come foto profilo o processi decisionali più complessi che vengono messi in atto per presentare un'identità specifica (ad esempio una mamma blogger single, un programmatore nerd, ecc.).

Riparazione: nell'analisi conversazionale, è il processo attraverso il quale un locutore riconosce un errore del proprio enunciato e ripete ciò che è stato detto con qualche forma di correzione. Può essere chiamato autoriparazione, riparazione del parlato e riparazione conversazionale.

Risorsa semiotica: i mezzi che gli esseri umani hanno sviluppato e hanno a disposizione per produrre significati (è un termine a volte

utilizzato come sinonimo di “modalità”). Van Leeuwen definisce le risorse semiotiche come “le azioni, i materiali e gli artefatti che utilizziamo per gli scopi comunicativi [...] insieme ai modi in cui queste risorse possono essere organizzate. Le risorse semiotiche hanno un potenziale di significato, basato sui loro usi passati, e un insieme di affordance basate sui possibili usi, e questi saranno attualizzati in contesti sociali concreti” (2005:285). In questo lavoro utilizziamo ‘risorse per la produzione di significato’ come un sinonimo di risorse semiotiche.

Risorse uditive: risorse legate al senso dell'udito che includono, fra gli altri, la musica, il suono, il rumore e la parola. Ognuna ha una propria organizzazione e potenziali sviluppati nel contesto sociale per la produzione di significato.

S

Scena: alcuni sostengono che corrisponda a una inquadratura (vedi), altri a unità più ampie per la produzione di significato. Nel nostro approccio, una scena in termini generali include più di un'inquadratura in modo da

costituire un'unità minima di tempo continuo e di posizione costante.

Scopo comunicativo: obiettivo principale quando si produce un qualsiasi atto comunicativo.

Sistema client: termine tecnico per indicare un provider hardware di un servizio specifico ad altri hardware client (ad esempio computer) tramite una rete. Esempi di sistemi client sono Skype o MSN.

Siti/segni interattivi: elementi quali tasti, link ipertestuali, icone che permettono all'utente di agire su una pagina web (o testo interattivo) per ottenere un effetto desiderato. Sono sia "siti" (in quanto ambienti dove gli utenti possono interagire) sia "segni" (in quanto forme visibili con significati precisi all'interno della pagina).

Slow motion: nel video-making, è una tecnica di post-produzione visiva che comporta la riduzione della velocità delle scene per scopi comunicativi specifici, ad esempio per indicare uno stato emotivo o delirante della mente, o qualsiasi

altro significato associato alla riduzione della velocità nei film/video clip.

Social media: siti web e applicazioni che sfruttano le tecnologie web 2.0 e permettono agli utenti di creare e condividere contenuti e prendere parte ai social network.

Sociodemografica: in sociolinguistica, sono anche chiamate variabili indipendenti. Si riferiscono alle caratteristiche dei partecipanti alla comunicazione che non variano a seconda del contesto, come l'età, il genere, il retroterra culturale, l'etnia, la religione, ecc.

Software editor: un software che permette di modificare i file. In questo testo, si riferisce principalmente ai software che consentono la personalizzazione dei template (*vedi*) per blog o siti web per raggiungere gli scopi comunicativi specifici, o quelli che consentono la modifica del girato o clip video.

Spazio di affinità online: ambiente virtuale dove le persone sono accomunate da interessi comuni o il coinvolgimento in un'attività comunitaria. Il concetto di "spazio

di affinità" fu originariamente sviluppato da J. P. Gee nel 2004.

T

Tecnologie digitali: strumenti digitali utilizzati per comunicare e interagire online con altre persone e che permettono varie forme di interazioni digitali.

Template: quando viene utilizzato nel gergo informatico, si riferisce a un modello di documento multimediale che ha già alcuni elementi di categorizzazione al suo interno. Ad esempio, i template per i blog o le pagine web includono, fra gli altri, l'organizzazione compositiva di unità/cluster visivi, colori, font e layout. Questi elementi possono essere modificati dall'utente e il documento d'esempio può essere modificato da un software editor (*vedi*) per soddisfare scopi comunicativi specifici.

Tempo di parola disponibile: turni di parola che sono percepiti e co-costruiti come regolari dal partecipante ad un evento comunicativo.

Test chi quadrato: un'analisi statistica utilizzata in diverse discipline che mira a testare e trovare possibili correlazioni tra variabili di categoria. Quando non sussiste alcuna relazione tra le variabili di categoria, significa che esse sono indipendenti. L'ipotesi del chi quadrato, quindi, suppone che questa relazione sia nulla.

Testo in sovraimpressione: porzione di testo scritto che viene mostrato in un video clip per descrivere cosa succede, commentare ciò che viene mostrato o aggiungere informazioni specifiche.

U

Usabilità: l'International Organization for Standardization (ISO) definisce l'usabilità come "la misura in cui un prodotto può essere utilizzato da determinati utenti per raggiungere certi obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in specifici contesti d'uso." Nell'interazione uomo-computer (Human-Computer Interaction) e nell'interfaccia grafica, le "linee guida di usabilità" giocano un ruolo fondamentale poiché forniscono metodi per migliorare la facilità d'uso durante il processo di progettazione.

V

Verbale: come aggettivo, è solitamente associato in questo testo al sostantivo "risorsa", e si riferisce alla lingua, sia nella comunicazione orale, sia nello scritto, o in qualsiasi altro canale (registrato) o forma (ad esempio non uditivo, come la lingua dei segni). Le risorse verbali possono essere sia (vedi) uditive, come la parola, sia (vedi) visive, come la scrittura e la lingua dei segni. I loro principi di organizzazione variano anche a seconda della loro materialità.

Video promozionale: è un video che ha lo scopo di promuovere sé stessi o attività, prodotti o servizi. Gli scopi comunicativi principali includono l'informazione, l'intrattenimento e la pubblicità.

Visivo: come aggettivo, solitamente è associato in questo testo al sostantivo "risorsa", e si riferisce a qualsiasi componente testuale, grafica, pittorica o di visualizzazione che viene percepita dal senso della vista. Le risorse visive includono, fra le altre, immagini, screenshot, emoji, dipinti, testo scritto, o qualsiasi immagine statica o in movimento.

Voce fuori campo: è una tecnica di produzione usata nei testi di film o qualsiasi altro tipo di video (come, ad esempio, i video di Youtube) in cui una voce, esterna alla narrazione a video, legge un copione di accompagnamento alle immagini. Nella retorica cinematografica tradizionale, una voce fuori campo può essere la voce interiore di un personaggio che non parla ad alta voce e si rivolge al pubblico, mentre in altri generi televisivi, come i documentari, può essere un commento agli eventi o alle azioni.

APPENDICE B: Indagine iniziale

Indagine iniziale

Nome: *

Cognome: *

N.B.: il tuo nome e cognome saranno mantenuti riservati tra i docenti/ricercatori del progetto.

Sezione A. Dati sociodemografici

1. Genere: *

2. Anno di nascita: *

3. Qual è il tuo titolo di studio? *

- ☐ Diploma (scuola superiore) ☐ Laurea triennale ☐ Laurea magistrale o superiore ☐ Nessuno dei precedenti

4. Qual è il tuo campo di studi? *

- ☐ Istruzione
☐ Lingue straniere
☐ Scienze politiche
☐ Studi cinematografici
☐ Economia e Comunicazione
☐ Tecnologia dell'Informazione (IT) e Lingue Straniere
☐ Media e Comunicazione
☐ Altro

5. Qual è la tua lingua madre? *

6. Quale/i altra/e lingua/e conosci?

7. Come valuti il tuo livello di inglese? *

- ☐ Principiante ☐ Intermedio ☐ Avanzato ☐ Esperto ☐ Madrelingua

Sezione B. Multimodalità

8. Hai mai studiato/trattato la multimodalità come argomento o materia all'Università o altrove? *

- ☐ Sì ☐ No

Se hai risposto 'Sì', fornisci informazioni ulteriori.

Sezione C. Testi digitali

9. Quale dei seguenti testi/genere digitali ti interessa maggiormente? Valuta il tuo interesse da 1 (non interessato) a 5 (molto interessato).

Blog: *

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Video promozionali/aziendali: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Fanvid / video mash-up: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Interazioni mediate a video: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Siti web: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

10. Quale dei seguenti testi/genere digitali ti interessa maggiormente comprendere? Valuta il tuo interesse da 1 (non interessato) a 5 (molto interessato).

Blog: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Video promozionali/aziendali: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Fanvid / video mash-up: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Interazioni mediate a video: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Siti web: *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

11. Hai mai creato un blog o un sito web? *

☐ Sì ☐ No

Se hai risposto 'Sì', scrivi il/gli indirizzo/i URL.

12. Con quale frequenza usi FaceTime, Skype o altri tipi di videocomunicazione? *

☐ ogni giorno ☐ due volte a settimana ☐ ogni settimana ☐ due volte al mese ☐ una volta al mese
☐ mai

13. Hai mai creato e caricato o trasmesso un video online? *

☐ Sì ☐ No

Se hai risposto 'Sì', scrivi il/gli indirizzo/i URL.

14. Hai mai prodotto un fanvid o un video mash-up? *

☐ Sì ☐ No

Se hai risposto 'Sì', scrivi il/gli indirizzo/i URL.

15. Come giudichi il tuo livello di esperienza nell'utilizzo di strumenti digitali / piattaforme online / motori di ricerca? (0 = nessuna esperienza / 5 = molta esperienza) *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

16. Quanto reputi utili le piattaforme e-learning nella tua esperienza di studio? (0 = per niente utile / 5 = estremamente utile) *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Sezione D. Stili e metodi di insegnamento e apprendimento

17. Quale tipo di attività e di risorse didattiche pensi sia più utile all'apprendimento? (puoi scegliere più di un'opzione) *

- ☐ lezioni frontali, discussioni di classe/gruppo
- ☐ tutorial
- ☐ materiale online/digitale
- ☐ letture/libri di testo
- ☐ valutazione fra pari
- ☐ feedback dei docenti
- ☐ altro

18. Hai mai valutato i tuoi colleghi/compagni di corso? *

☐ Sì ☐ No

19. In quali settori ritieni che possa esserti utile in futuro avere capacità di valutazione? (puoi scegliere più di un'opzione) *

- ☐ Istruzione
- ☐ Risorse umane
- ☐ Marketing e Management
- ☐ Comunicazione e Media
- ☐ Informatica
- ☐ Relazioni internazionali
- ☐ Arti performative
- ☐ Altro

APPENDICE C: Scheda di valutazione

Scheda di valutazione

Nome della tua Università: *

N.B.: i dati inseriti in questa scheda saranno mantenuti anonimi (l'obiettivo è osservare se tra le varie università esistono delle differenze nel modo in cui gli studenti valutano la qualità dell'insegnamento ricevuto nell'ambito del progetto).

1. Valuta il modulo nel complesso da 1 (scarso) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

2. Valuta l'utilità di letture proposte, materiali e riferimenti bibliografici da 1 (scarsa) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

3. Valuta l'utilità della parte istituzionale (lezioni frontali) del modulo da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile). (Con 'parte istituzionale' si intende quella tenuta dal docente universitario in cui sono state trattate le teorie del modulo, relative alle 'Letture di base') *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

4. Valuta la qualità della parte istituzionale del modulo da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

5. Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

6. Valuta la qualità dei seminari sui blog da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

7. Valuta l'utilità dei seminari sui video promozionali da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

8. Valuta la qualità dei seminari sui video promozionali da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

9. Valuta l'utilità dei seminari sui fanvid da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

10. Valuta la qualità dei seminari sui fanvid da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

11. Valuta l'utilità dei seminari sulle pagine web *Chi Siamo* da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

12. Valuta la qualità dei seminari sulle pagine web *Chi Siamo* da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

13. Valuta l'utilità dei seminari sull'interazione mediata a video da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

14. Valuta la qualità dei seminari sull'interazione mediata a video da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Non posso valutare (ero assente)

15. Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

16. Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale (ossia, di comprensione sul funzionamento e produzione di significato di un testo digitale) da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

17. Valuta quanto è migliorata la tua capacità di valutare/giudicare testi digitali prodotti da altri. *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

18. Valuta la tua esperienza generale di la valutazione fra pari da 1 (scarsa) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

19. Valuta la fruibilità e affidabilità della piattaforma EU-MADE4LL da 1 (scarsa) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

20. I criteri di valutazione sono chiari? Valuta da 1 (non chiari) a 5 (perfettamente chiari). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

21. Assegna un punteggio da 1 a 5 per ciascun tipo di attività didattica. Quale delle quattro è risultata più utile? (puoi assegnare lo stesso punteggio a più di un'opzione). *

a. Lezioni frontali *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

b. Seminari *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

c. Esercitazioni *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

d. Tutorial *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

22. Quale dei seguenti è stato il compito più impegnativo? *

☐ progetto del testo digitale ☐ trascrizione o mock up (se applicabile) ☐ analisi ☐ valutazione fra pari

23. Quale dei seguenti è stato il compito più utile/interessante? *

☐ progetto del testo digitale ☐ trascrizione o mock up (se applicabile) ☐ analisi ☐ valutazione fra pari

24. I tempi per la consegna dei materiali sono stati opportunamente pianificati? Valuta da 1 (assolutamente no) a 5 (assolutamente sì). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

25. Hai avuto qualche esperienza precedente in corsi o moduli simili in termini di contenuto? Valuta da 1 (nessuna esperienza) a 5 (molta esperienza). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

26. Hai avuto qualche esperienza precedente in corsi o moduli simili in termini di metodo (ad esempio, docenti diversi per i seminari, tipologie di attività, valutazione fra pari, etc.)? Valuta da 1 (nessuna esperienza) a 5 (molta esperienza). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

27. Per quale fra i seguenti scopi reputi, eventualmente, utile questo progetto? *

- ☐ comprensione teorica della multimodalità
- ☐ competenze digitali pratiche
- ☐ uso e progettazione di testi fuori dal contesto universitario
- ☐ capacità di valutazione dei lavori altrui
- ☐ maggiori probabilità di trovare lavoro
- ☐ altro

Se hai scelto 'Altro', fornisci informazioni ulteriori.

Scrivi qui sotto i tuoi commenti, anche generali, sull'intero corso. Se vuoi aggiungere un commento alla tua valutazione delle domande precedenti, specifica il numero della domanda cui il commento fa riferimento.

APPENDICE D: Scheda di valutazione del seminario professionalizzante Aarhus

Valutazione Evento Aarhus

Inserisci il nome o l'acronimo della tua Università: *

1. Valuta nel complesso il seminario professionalizzante "International Digital Communication" da 1 (scarso) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Commenta la valutazione (opzionale)

2. Valuta l'utilità dei riferimenti bibliografici e di altri materiali cartacei da 1 (scarsa) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Commenta la valutazione (opzionale)

3. Valuta l'utilità delle lezioni su *crisis management* (gestione delle emergenze) (giorno 1) da 1 (scarsa) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Commenta la valutazione (opzionale)

4. Valuta l'utilità dell'esperienza di condivisione degli spazi lavorativi (giorno 2) da 1 (scarsa) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Commenta la valutazione (opzionale)

5. Valuta l'utilità del corso di formazione di tre giorni organizzato da "Rocca Creative Thinking" (giorni 3, 4, 5) da 1 (scarsa) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Commenta la valutazione (opzionale)

6. Valuta la qualità dell'evento in termini di logistica ed eventi sociali (strutture, camere, organizzazione dei tempi, etc.). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Commenta la valutazione (opzionale)

7. Valuta nel complesso l'esperienza di partecipazione al gruppo per la campagna sui social media da 5 (scarsa) a 5 (eccellente). *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Proponi idee sul proseguimento della campagna (opzionale)

8. Ora che il progetto è concluso, valuta ciascuna delle attività previste da 1 (scarso) a 5 (eccellente):

Lezioni *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Verifiche di fine corso *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Valutazione fra pari *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Il seminario di due giorni *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Il workshop 'Rocca' di tre giorni *

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

Scrivi qui sotto un commento costruttivo:

APPENDICE E: Scheda di valutazione fra pari

Valutazione fra pari - PAGINA WEB *CHI SIAMO*

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* tecnologiche del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.3 Comunicazione interculturale (il testo digitale multimodale è adatto a un pubblico internazionale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.4 Tecniche di scrittura per il web (le principali tecniche di scrittura per il web sono usate correttamente?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.5 Risorse visive (le risorse visive sono combinate con i testi scritti in modo coerente e motivato?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.6 Struttura (le 4 sezioni – slogan, riassunto, scheda informativa, altre informazioni – sono chiaramente identificabili e ben bilanciate?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

*vedi glossario

Motiva la tua risposta: *

1.7 Processo di autopromozione (le strategie retoriche e comunicative sono sviluppate in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.8 Informatività (l'informatività è stata pienamente raggiunta in termini di organizzazione della priorità delle informazioni?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.9 Usabilità (la produzione di significato multimodale è fortemente influenzata dai vincoli di usabilità?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua usata è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

3. FEEDBACK QUALITATIVO

Scrivi qui sotto qualsiasi altro commento e feedback costruttivo. L'obiettivo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole).

Valutazione *fra pari* - FANVID

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* tecnologiche del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.3 Comunicazione interculturale (il testo digitale multimodale è adatto a un pubblico internazionale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.4 Struttura (la struttura è comprensibile e adatta agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.5 Immagine (l'uso delle immagini in movimento è adatto agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.6 Testo scritto (l'uso dei testi scritti è adatto alle pratiche della comunità di riferimento?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

*vedi glossario

Motiva la tua risposta: *

1.7 Suoni e/o musica (l'uso di suoni e/o musica è adatto agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.8 Risemiotizzazione (i processi di risemiotizzazione sono coerenti rispetto allo scopo comunicativo del prodotto?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.9 Progettazione (il prodotto rispetta nel design la tradizione interpretativa delle comunità di fan?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua usata è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

3. FEEDBACK QUALITATIVO

Scrivi qui sotto qualsiasi altro commento e feedback costruttivo. L'obiettivo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole).

Valutazione fra pari - VIDEO PROMOZIONALE

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.3 Comunicazione interculturale (il testo digitale multimodale è adatto a un pubblico internazionale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.4 Struttura (la struttura è chiara e adatta agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.5 Immagine (l'uso delle immagini in movimento è adatto agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

*vedi glossario

1.6 Testo scritto e/o orale (l'uso dei testi scritti in sovrapposizione e/o dialoghi in campo e/o fuori campo sono adatti agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.7 Suoni e/o musica (l'uso di suoni e/o musica è adatto agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.8 Informazione, pubblicità e intrattenimento (l'equilibrio fra informazione, pubblicità e intrattenimento è adatta agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

3. FEEDBACK QUALITATIVO

Scrivi qui sotto qualsiasi altro commento e feedback costruttivo. L'obiettivo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole).

Valutazione fra pari - INTERAZIONI MEDIATE A VIDEO

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.3 Comunicazione interculturale (la conversazione/interazione è ben riuscita? I partecipanti hanno interagito e comunicato nella reciproca comprensione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.4 Trascrizione (la videochiamata è stata trascritta in modo soddisfacente nel complesso?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.5 Linearizzazione (la trascrizione ha linearizzato in modo chiaro e mettendo in sequenza corretta i turni di parola tra i partecipanti, in ordine cronologico?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

*vedi glossario

1.6 Annotazione (le note e i commenti descrittivi sono pertinenti e utili alla comprensione della conversazione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.7 Equilibrio (è stata data la stessa importanza e attenzione a tutte le risorse semiotiche nella trascrizione e annotazione? Esempio: nessuna risorsa è stata tralasciata.) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.8 Scelta del segmento da trascrivere (confrontando le videochiamate prodotte e i segmenti selezionati per l'analisi, il segmento trascritto è stato scelto opportunamente? Il segmento è utile per la comprensione dell'intero processo interazionale nella conversazione a video?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.9 Spontaneità (la videochiamata produce un effetto di interazione spontanea o semi-spontanea e naturale? Esempio: la videochiamata non dà l'impressione di essere stata preparata precedentemente.) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

3. FEEDBACK QUALITATIVO

Scrivi qui sotto qualsiasi altro commento e feedback costruttivo. L'obiettivo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole).

Valutazione fra pari - BLOG

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.3 Comunicazione interculturale (il testo digitale multimodale è adatto a un pubblico internazionale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.4 Layout (l'uso del layout è adatto agli scopi comunicativi del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.5 Colore (l'uso del colore è adatto allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.6 Font (l'uso del font è adatto allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

*vedi glossario

Motiva la tua risposta: *

1.7 Immagine (l'uso dell'immagine è adatto allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.8 Scrittura (l'uso della scrittura è adatto allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

1.9 Interattività (l'estetica dell'interattività è adatta allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

Motiva la tua risposta: *

3. FEEDBACK QUALITATIVO

Scrivi qui sotto qualsiasi altro commento e feedback costruttivo. L'obiettivo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole).

APPENDICE F: Scheda di valutazione del docente

VALUTAZIONE - PAGINA WEB *CHI SIAMO*

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.3 Comunicazione interculturale (il testo digitale multimodale è adatto a un pubblico internazionale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.4 Tecniche di scrittura per il web (le principali tecniche di scrittura per il web sono usate correttamente?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.5 Risorse visive (le risorse visive sono combinate in modo coerente e motivato?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.6 Struttura (le 4 sezioni – slogan, riassunto, scheda informativa, altre informazioni – sono ben bilanciate e identificabili in modo chiaro?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.7 Processo di autopromozione (le strategie retoriche e comunicative sono sviluppate in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.8 Informatività (l'informatività è stata pienamente raggiunta in termini di organizzazione della priorità delle informazioni?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.9 Usabilità (la produzione di significato multimodale è fortemente influenzata dai vincoli di usabilità?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

*vedi glossario

FEEDBACK QUALITATIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

3. VALUTAZIONE FRA PARI

3.1 Argomentazione (le valutazioni sono supportate e giustificate adeguatamente?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.2 Coerenza (il giudizio è in linea con il feedback qualitativo in tutta la valutazione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.3 Feedback costruttivo (vengono dati consigli per il miglioramento?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

4. FEEDBACK QUALITATIVO

FEEDBACK QUALITATIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VOTO COMPLESSIVO:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VALUTAZIONE - FANVID

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.3 Comunicazione interculturale (il testo digitale multimodale è adatto a un pubblico internazionale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.4 Struttura (la struttura è comprensibile e adatta agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.5 Immagine (l'uso delle immagini in movimento è adatto agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.6 Testo scritto (l'uso dei testi scritti è adatto alle pratiche della comunità di riferimento?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.7 Suoni e/o musica (l'uso di suoni e/o musica è adatto agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.8 Risemiotizzazione (i processi di risemiotizzazione sono coerenti rispetto allo scopo comunicativo del prodotto?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.9 Progettazione (il prodotto rispetta nel design la tradizione interpretativa delle comunità di fan?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

*vedi glossario

FEEDBACK QUALITATIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

3. VALUTAZIONE FRA PARI

3.1 Argomentazione (le valutazioni sono supportate e giustificate adeguatamente?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.2 Coerenza (il giudizio è in linea con il feedback qualitativo in tutta la valutazione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.3 Feedback costruttivo (vengono dati consigli per il miglioramento?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

4. FEEDBACK QUALITATIVO

FEEDBACK QUALITATIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VOTO COMPLESSIVO:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VALUTAZIONE - VIDEO PROMOZIONALE

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.3 Comunicazione interculturale (il testo digitale multimodale è adatto a un pubblico internazionale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.4 Struttura (la struttura è chiara e adatta agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.5 Immagine (l'uso delle immagini in movimento è adatto agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.6 Testo scritto e/o orale (l'uso dei testi scritti in sovrapposizione e/o dialoghi in campo e/o fuori campo sono adatti agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.7 Suoni e/o musica (l'uso di suoni e/o musica è adatto agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.8 Informazione, pubblicità e intrattenimento (l'equilibrio fra informazione, pubblicità e intrattenimento è adatta agli scopi comunicativi del testo digitale multimodale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

*vedi glossario

FEEDBACK QUALITATIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

3. VALUTAZIONE FRA PARI

3.1 Argomentazione (le valutazioni sono supportate e giustificate adeguatamente?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.2 Coerenza (il giudizio è in linea con il feedback qualitativo in tutta la valutazione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.3 Feedback costruttivo (vengono dati consigli per il miglioramento?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

4. FEEDBACK QUALITATIVO

FEEDBACK QUALITATIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VOTO COMPLESSIVO:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VALUTAZIONE - INTERAZIONI MEDIATE A VIDEO

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.3 Comunicazione interculturale (la conversazione/interazione è ben riuscita? I partecipanti hanno interagito e comunicato nella reciproca comprensione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.4 Trascrizione (la videochiamata è stata trascritta in modo soddisfacente nel complesso?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.5 Linearizzazione (la trascrizione ha linearizzato in modo chiaro e mettendo in sequenza corretta i turni di parola tra i partecipanti, in ordine cronologico?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.6 Annotazione (le note/i commenti descrittivi sono pertinenti e utili alla comprensione della conversazione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.7 Equilibrio (è stata data la stessa importanza e attenzione a tutte le risorse semiotiche nella trascrizione e annotazione? Esempio: nessuna risorsa è stata tralasciata.) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.8 Scelta del segmento da trascrivere (confrontando le videochiamate prodotte e i segmenti selezionati per l'analisi, il segmento trascritto è stato scelto opportunamente? Il segmento è utile per la comprensione dell'intero processo interazionale nella conversazione a video?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.9 Spontaneità (la videochiamata produce un effetto di interazione spontanea o semi-spontanea e naturale? Esempio, la videochiamata non dà l'impressione di essere stata preparata precedentemente.) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

*vedi glossario

FEEDBACK QUALITATIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

3. VALUTAZIONE FRA PARI

3.1 Argomentazione (le valutazioni sono supportate e giustificate adeguatamente?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.2 Coerenza (il giudizio è in linea con il feedback qualitativo in tutta la valutazione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.3 Feedback costruttivo (vengono dati consigli per il miglioramento?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

4. FEEDBACK QUALITATIVO

FEEDBACK QUALITATIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VOTO COMPLESSIVO:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VALUTAZIONE - BLOG

NB: poiché i criteri elencati di seguito non hanno lo stesso peso, non esiste una correlazione aritmetica diretta fra le risposte date e il punteggio complessivo del voto. LEGENDA: A = eccellente; B = molto buono; C = buono; D = soddisfacente; E = non del tutto soddisfacente; F = insoddisfacente

1. TESTO DIGITALE MULTIMODALE

1.1 Orchestrazione multimodale (l'uso combinato di tutte le risorse semiotiche del testo è adatto agli scopi comunicativi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.2 Alfabetizzazione digitale (le affordance* del mezzo sono state impiegate in modo strategico per gli scopi comunicativi specifici?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.3 Comunicazione interculturale (il testo digitale multimodale è adatto a un pubblico internazionale?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.4 Layout (l'uso del layout è adatto agli scopi comunicativi del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.5 Colore (l'uso del colore è adatto allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.6 Font (l'uso del font è adatto allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.7 Immagine (l'uso dell'immagine è adatto allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.8 Scrittura (l'uso della scrittura è adatto allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

1.9 Interattività (l'estetica dell'interattività è adatta allo scopo comunicativo del testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2. ANALISI

2.1 Struttura (l'analisi è ben organizzata in termini di argomentazione, coesione e coerenza?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.2 Risorse (le varie risorse semiotiche e la loro interazione sono descritte in modo efficace?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.3 Terminologia (la terminologia scientifica presentata nelle letture è usata in modo appropriato nell'analisi?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.4 Padronanza dell'inglese (la lingua è adeguata alla scrittura accademica?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.5 Riferimenti bibliografici (l'analisi è adeguatamente supportata dall'uso di fonti scientifiche?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

2.6 Capacità analitiche (l'analisi spiega in modo completo tutti i processi e le risorse coinvolte nel testo?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

*vedi glossario

FEEDBACK QUALITATIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLE ATTIVITÀ 1 E 2:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

3. VALUTAZIONE FRA PARI

3.1 Argomentazione (le valutazioni sono supportate e giustificate adeguatamente?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.2 Coerenza (il giudizio è in linea con il feedback qualitativo in tutta la valutazione?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

3.3 Feedback costruttivo (vengono dati consigli per il miglioramento?) *

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F

4. FEEDBACK QUALITATIVO

FEEDBACK QUALITATIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI: cosa ha funzionato e cosa potresti migliorare in futuro.

VOTO COMPLESSIVO SULLA VALUTAZIONE FRA PARI:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

VOTO COMPLESSIVO:

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E ☐ F ☐ Non applicabile

APPENDICE G: Analisi e dati quantitativi

Appendice G: Analisi e dati quantitativi

Sezione 1: Numeri e percentuali di studenti per corso e per tipologia di testo.

		Totale	%
Corsi	EU_Roma	46	21.5
	EU_Aarhus	87	40.7
	EU_Firenze	30	14.0
	EU_Messina	21	9.8
	EU_Leeds	30	14.0

Tabella 1. Studenti per corso.

		Totale	%
Testo	Video Promozionali	17	7.9
	Pagina 'Chi Siamo'	49	22.9
	Fanvid	32	15.0
	Interazione mediata a video	21	9.8
	Blog	95	44.4

Tabella 2. Iscrizioni per tipologia di testo.

Sezione 2: Risultati generali dell'Indagine iniziale.

A. Dati sociodemografici.

		Totale	%
Indagine iniziale – domanda 1: genere	maschile	49	27.2
	femminile	131	72.8

Tabella 3. Genere degli studenti.

	N	Minimo	Massimo	Media	Deviazione standard
Indagine iniziale - domanda 2: anno di nascita	180	1969	1999	1994.43	3.955
N valido (listwise)	180				

Tabella 4. Anno di nascita degli studenti.

		Totale	%
Indagine iniziale – domanda 3: Qual è il tuo titolo di studi?	Diploma (Scuola Superiore)	93	51.7
	Laurea triennale	81	45.0
	Nessuno dei precedenti	3	1.7
	Laurea magistrale o superiore	3	1.7
Indagine iniziale – domanda 4: Qual è il tuo campo di studi?	Informatica e Lingue straniere	29	16.4
	Lingue straniere	30	16.9
	Economia e Comunicazione	41	23.2
	Media e Comunicazione	23	13.0
	Scienze politiche	16	9.0
	Due o più delle precedenti	27	15.3
	Altro	7	4.0
	Film studies	4	2.3

Tabella 5. Titolo e area di studi degli studenti.

		Totale	%
Indagine iniziale – domanda 5: Qual è la tua lingua madre?	Italiano	74	41.1
	Danese	57	31.7
	Inglese	24	13.3
	Altro (rumeno, ceco, ucraino, tedesco, russo, francese, portoghese, croato, danese- inglese)	20	11.1
	Spagnolo	5	2.8
Indagine iniziale – domanda 7: Qual è il tuo livello di inglese (auto-valutato)?	Principiante	2	1.1
	Intermedio	42	23.3
	Avanzato	66	36.7
	Esperto	45	25.0
	Madrelingua	25	13.9

Tabella 6. Lingua madre e livello di inglese degli studenti.

B. Multimodalità.

		Totale	%
Indagine iniziale – domanda 8: Hai mai studiato/trattato la multimodalità come argomento o materia all’Università o altrove?	Sì	76	42.2
	No	104	57.8

Tabella 7. Esperienza pregressa degli studenti con la “multimodalità”.

C. Testi digitali.

Indagine iniziale - domanda 9. Quale dei seguenti testi/generi digitali ti interessa maggiormente? Valuta il tuo interesse da 1 (non interessato) a 5 (molto interessato).

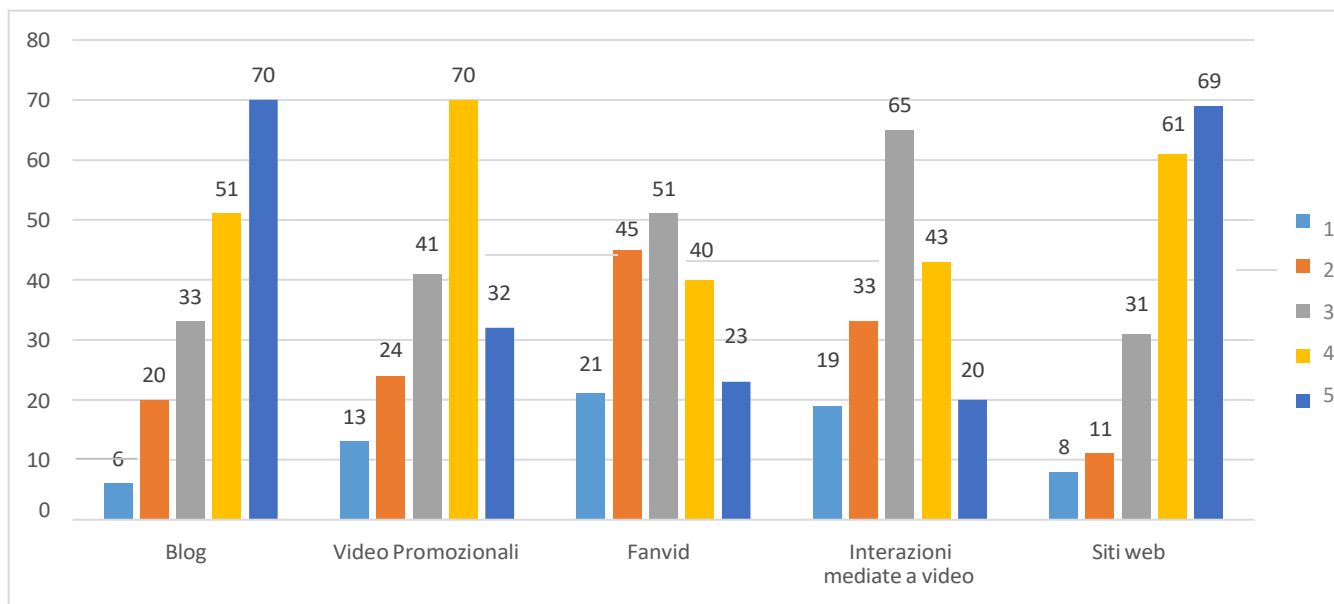


Figura 2. Numero di studenti che hanno valutato il proprio livello di interesse nel produrre ciascuna tipologia di testo.

Indagine iniziale - domanda 10. Quale dei seguenti testi/genere digitali ti interessa maggiormente comprendere? Valuta il tuo interesse da 1 (non interessato) a 5 (molto interessato).

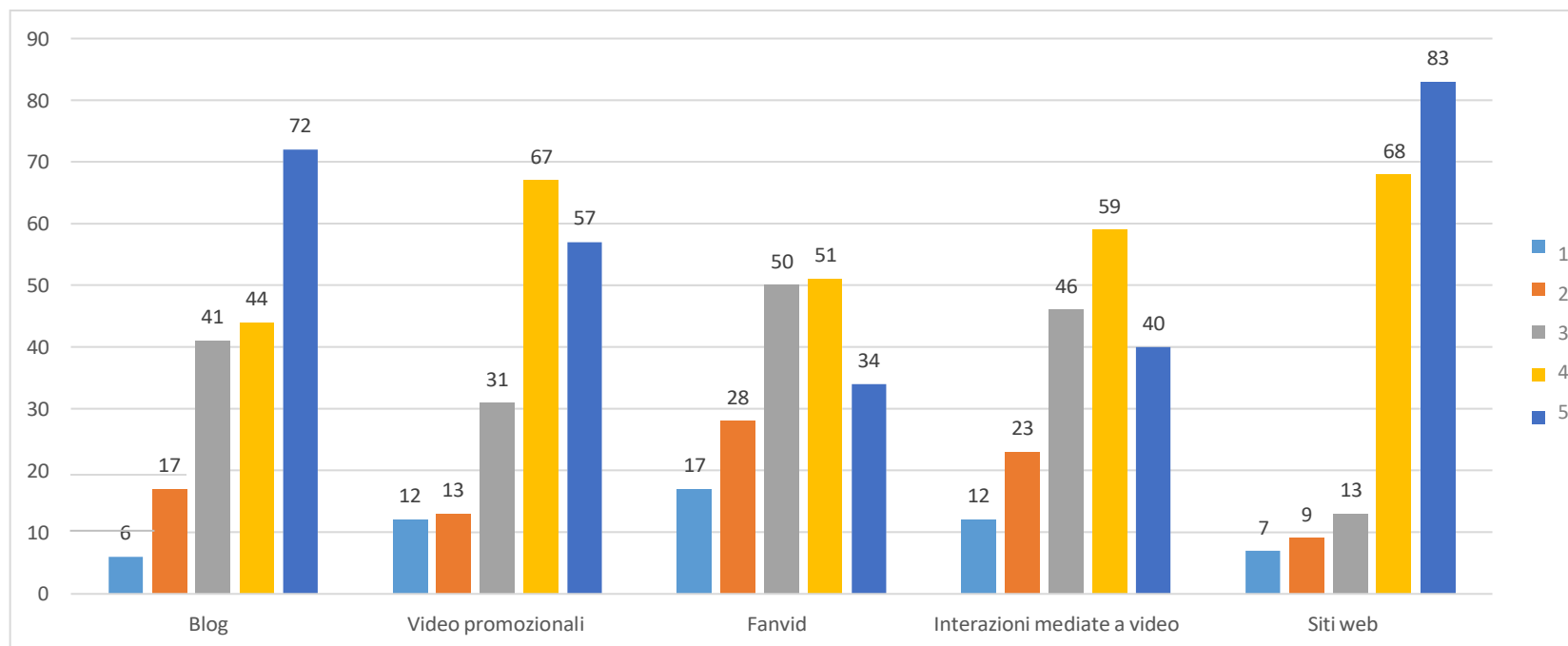


Figura 3. Numero di studenti che hanno valutato il proprio livello di interesse nel comprendere ciascuna tipologia di testo.

		Totale	%
Indagine iniziale – domanda 11. Hai mai creato un blog o un sito web?	Sì	24	13.3
	No	156	86.7
Indagine iniziale – domanda 12. Usi FaceTime, Skype o altri tipi di videocomunicazione?	Sì	153	84.5
	No	28	15.5
Indagine iniziale – domanda 13. Hai mai creato e caricato o trasmesso un video online?	Sì	26	14.4
	No	154	85.6
Indagine iniziale – domanda 14. Hai mai prodotto un fanvid o un video mash-up?	Sì	8	4.4
	No	172	95.6

Tabella 8. L'esperienza pregressa degli studenti con ciascuna tipologia di testo.

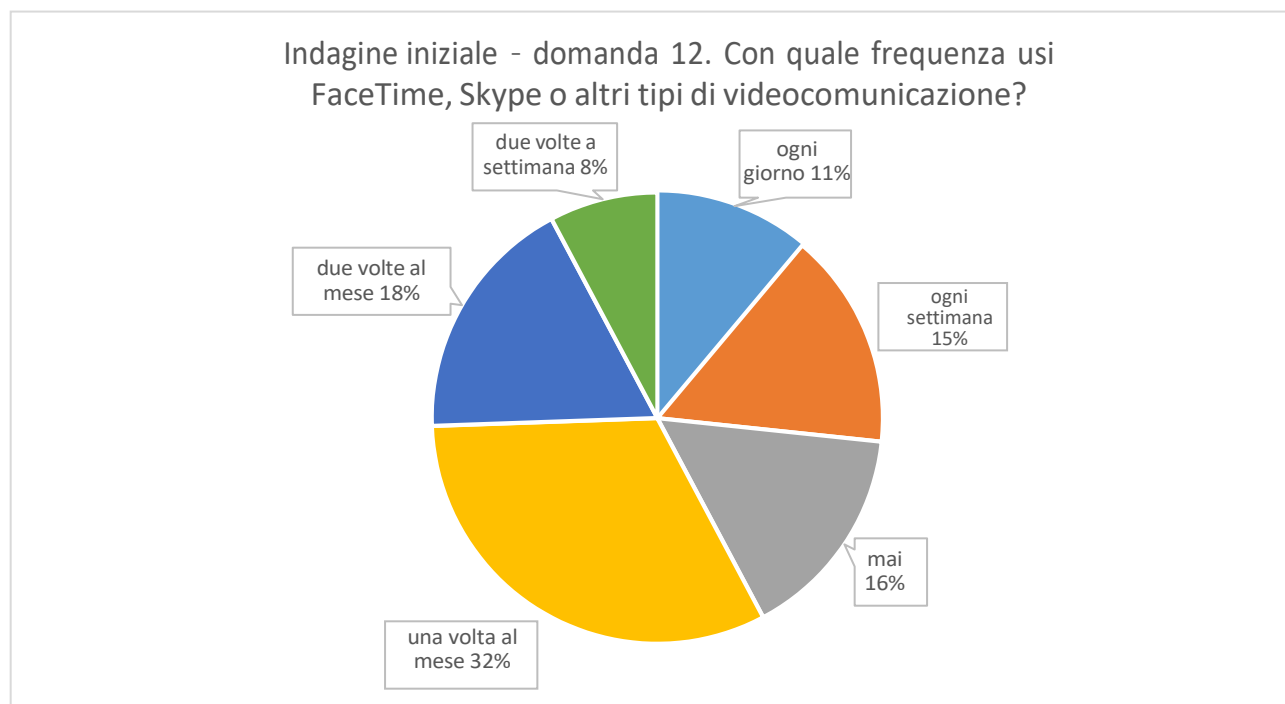


Figura 4. Frequenza d'uso da parte degli studenti di diversi tipi di videocomunicazione.

Indagine iniziale – domanda 15. Come giudichi il tuo livello di esperienza nell'utilizzo di strumenti digitali / piattaforme online / motori di ricerca? (0 = nessuna esperienza / 5 = molta esperienza)

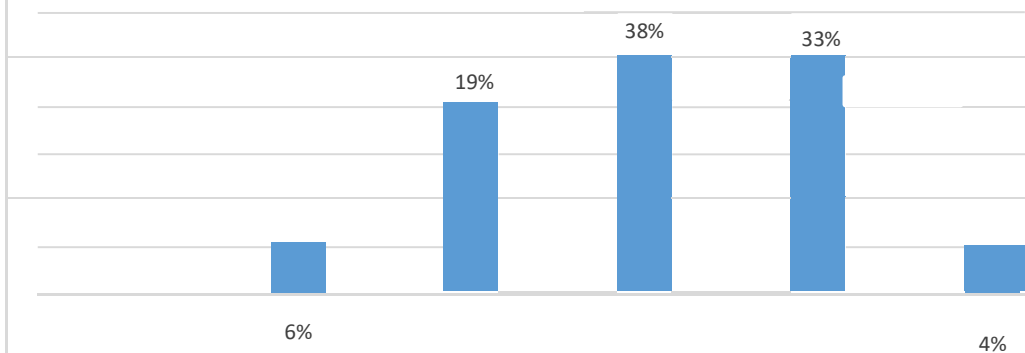


Figura 5. Livello di esperienza nell'utilizzo di strumenti digitali / piattaforme online / motori di ricerca da parte degli studenti.

16. Quanto reputi utili le piattaforme e-learning nella tua esperienza di studio? (0 = per niente utile / 5 = estremamente utile)

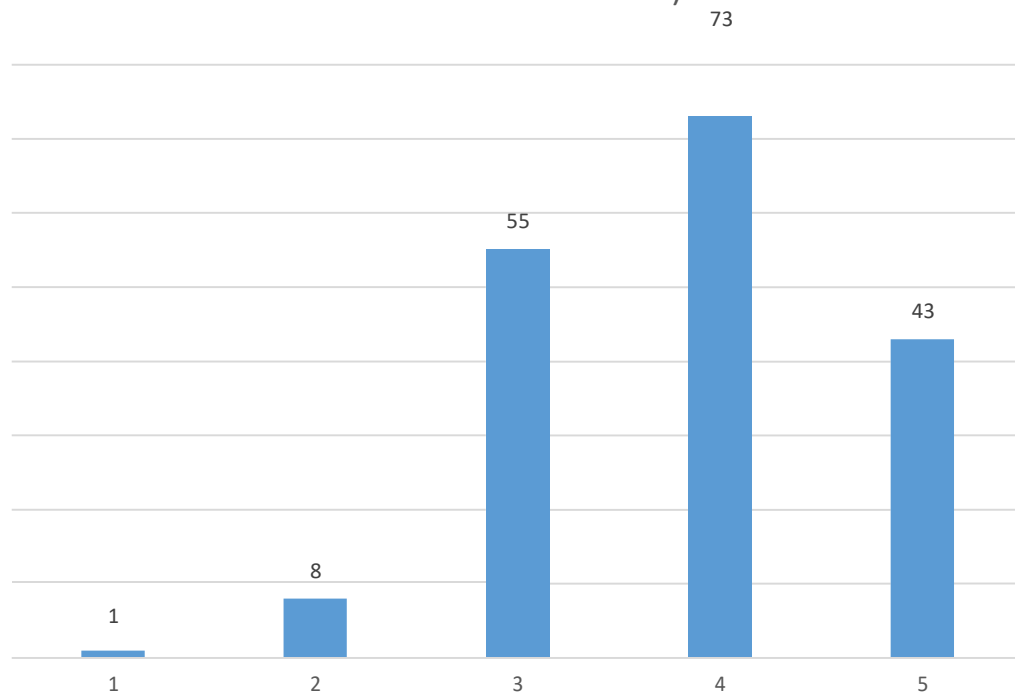


Figura 6. Numero di studenti che hanno valutato il grado di utilità delle piattaforme e-learning nell'esperienza di studio.

D. Stili e Metodi di insegnamento e apprendimento.

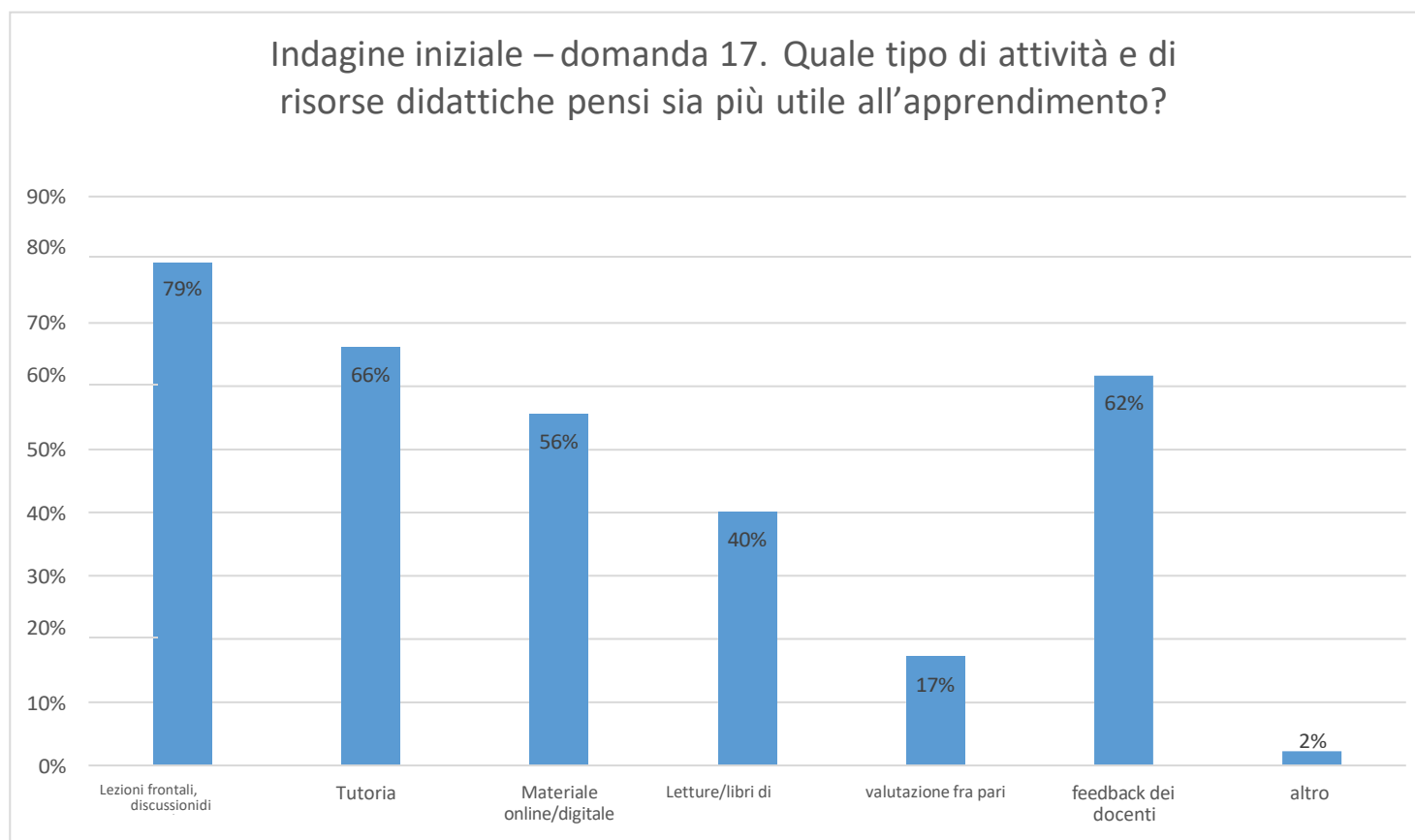


Figura 7. Attività e risorse da cui gli studenti apprendono di più.

Indagine iniziale - domanda 18.
Hai mai valutato i tuoi colleghi/compagni di corso?

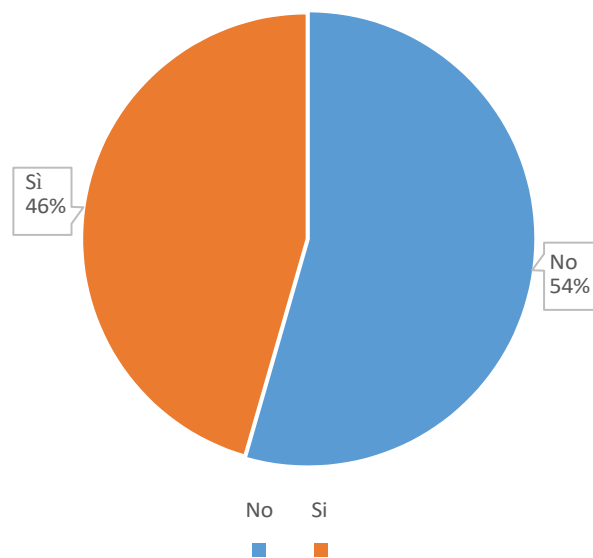


Figura 8. L'esperienza pregressa degli studenti con la valutazione fra pari.

Indagine iniziale - domanda 19.
In quali settori ritieni che possa esserti utile in futuro avere capacità di valutazione?

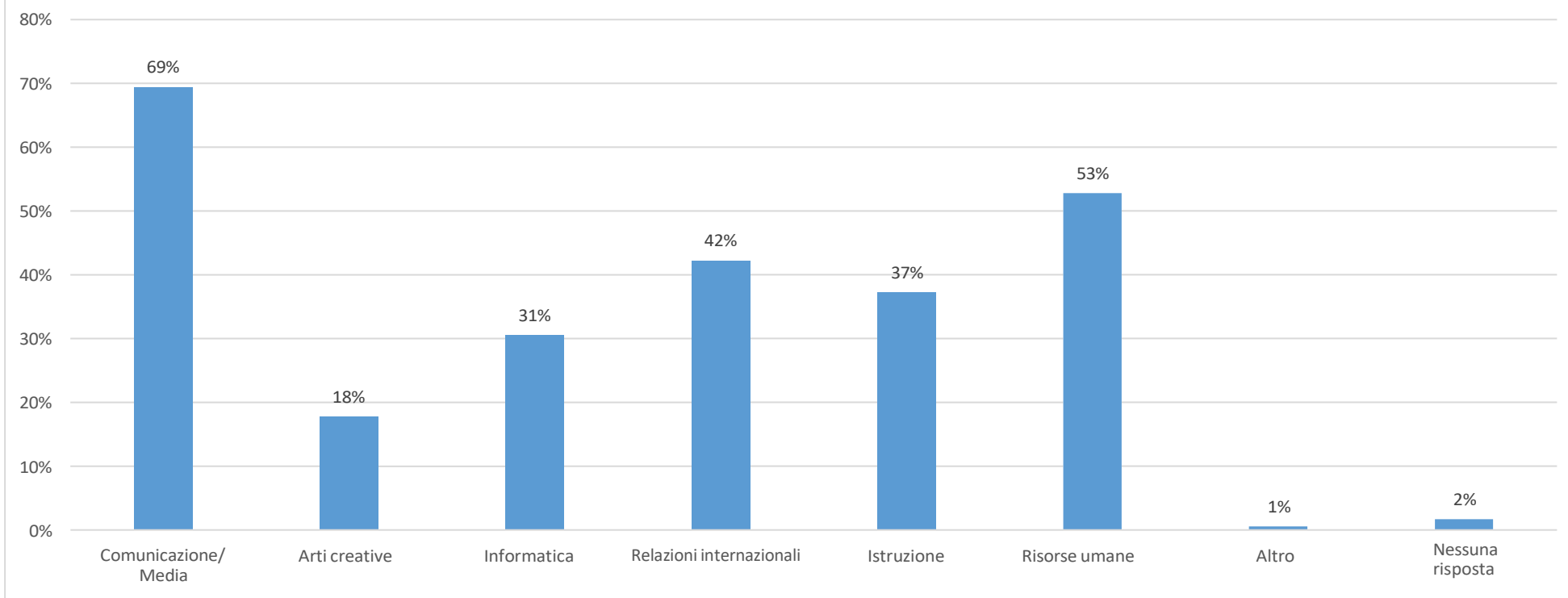


Figura 9. Aree di utilità della capacità di valutazione.

Sezione 3. Risultati generali dell’Indagine finale di valutazione.

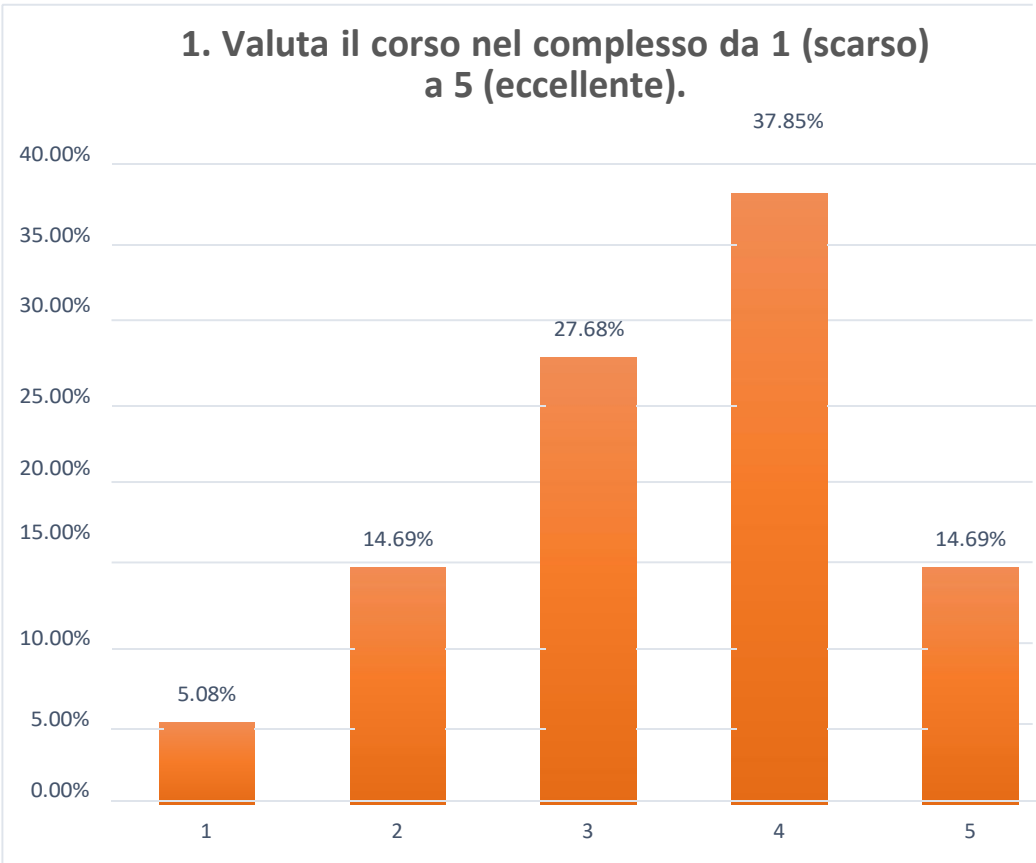


Figura 10. Valutazione generale da parte degli studenti del corso.

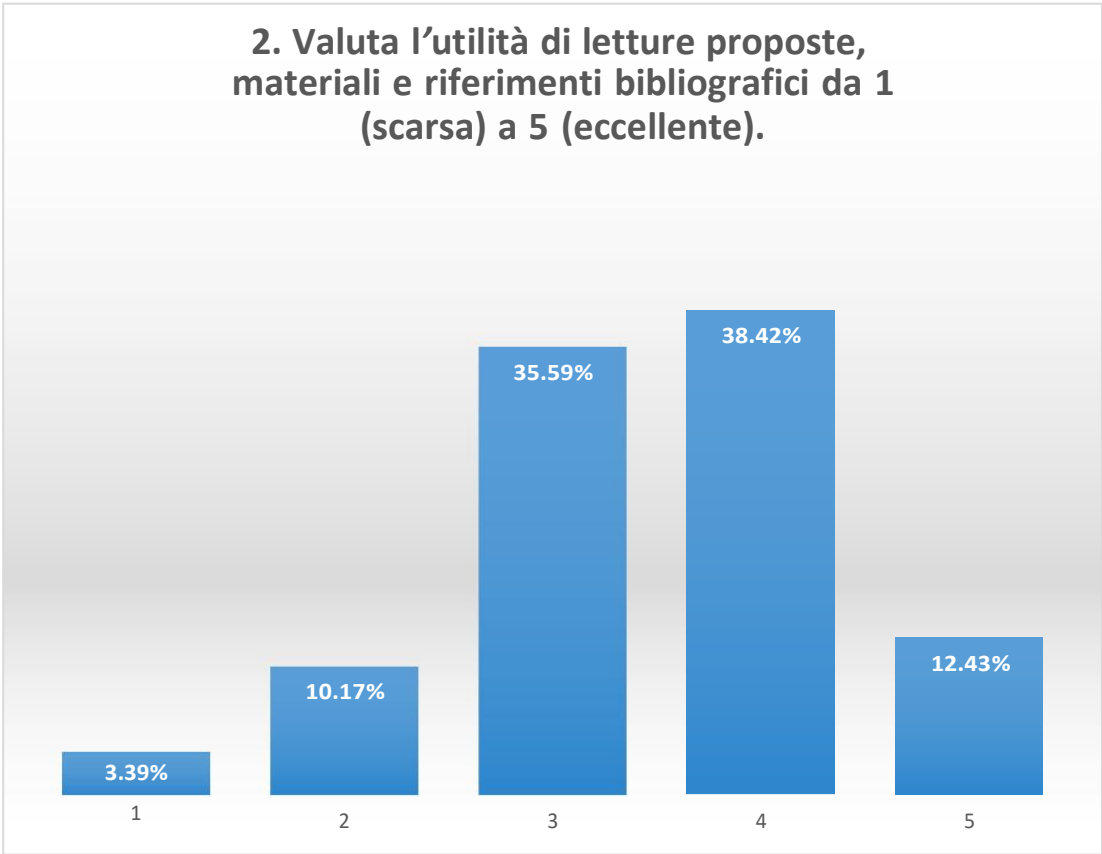


Figura 11. Valutazione da parte degli studenti dell'utilità di letture proposte, materiali e riferimenti bibliografici.

3. Valuta l'utilità delle lezioni frontali del corso da 1 (non utile) a 5 (molto utile).

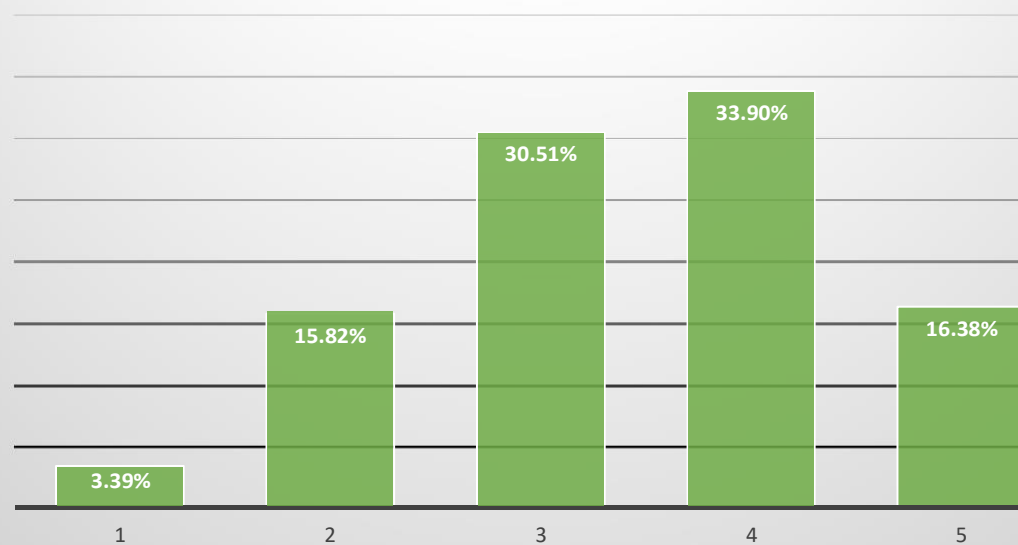


Figura 12. Valutazione da parte degli studenti dell'utilità delle lezioni frontali del corso.

4. Valuta la qualità delle lezioni frontali del corso da 1 (di pessima qualità) a 5 (di alta qualità).

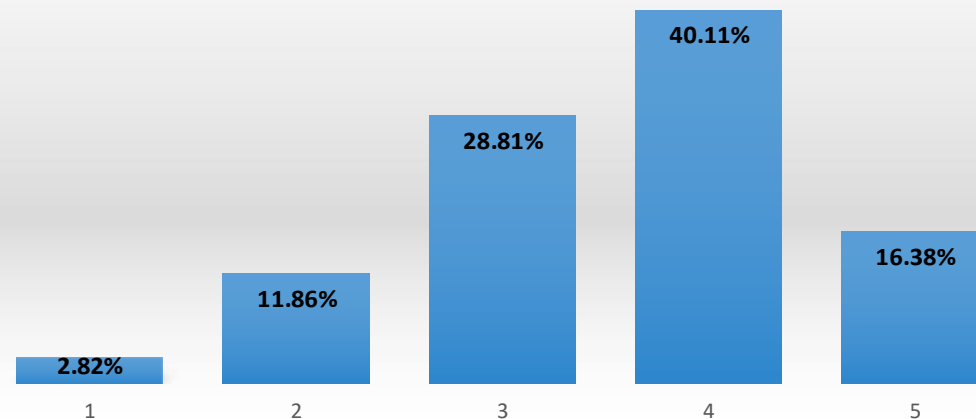


Figura 13. Valutazione da parte degli studenti della qualità delle lezioni frontali del corso.

		Totale	%
Indagine di valutazione – domanda 5: Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	non utile	7	4.1
	poco utile	17	10.1
	abbastanza utile	33	19.5
	molto utile	66	39.1
	estremamente utile	46	27.2
Indagine di valutazione – domanda 7: Valuta l'utilità dei seminari sui video promozionali/aziendali da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	non utile	12	7.3
	poco utile	19	11.5
	abbastanza utile	44	26.7
	molto utile	57	34.5
	estremamente utile	33	20.0
Indagine di valutazione - domanda 9: Valuta l'utilità dei seminari sui fanvid da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	non utile	15	9.5
	poco utile	26	16.5
	abbastanza utile	43	27.2
	molto utile	47	29.7
	estremamente utile	27	17.1
Indagine di valutazione – domanda 11: Valuta l'utilità dei seminari sulle pagine web "Chi Siamo" da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	non utile	6	3.7
	poco utile	14	8.6
	abbastanza utile	42	25.8
	molto utile	61	37.4
	estremamente utile	40	24.5
Indagine di valutazione – domanda 13: Valuta l'utilità dei seminari sull'interazione mediata a video da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	non utile	14	9.0
	poco utile	19	12.3
	abbastanza utile	39	25.2
	molto utile	54	34.8
	estremamente utile	29	18.7

Tabella 9. Valutazione da parte degli studenti dell'utilità dei seminari su ciascuna tipologia di testo.

		Totale	%
Indagine di valutazione – domanda 6: Valuta la qualità dei seminari sui blog da 1 (di pessima qualità) a 1 (di ottima qualità).	di pessima qualità	5	3.0
	di scarsa qualità	13	7.8
	di discreta qualità	36	21.6
	di buona qualità	63	37.7
	di ottima qualità	50	29.9
Indagine di valutazione – domanda 8: Valuta la qualità dei seminari sui videopromozionali da 1 (di pessima qualità) a 1 (di ottima qualità).	di pessima qualità	10	6.1
	di scarsa qualità	16	9.7
	di discreta qualità	55	33.3
	di buona qualità	54	32.7
	di ottima qualità	30	18.2
Indagine di valutazione – domanda 10: Valuta la qualità dei seminari sui fanvid da 1 (di pessima qualità) a 1 (di ottima qualità).	di pessima qualità	16	10.3
	di scarsa qualità	18	11.6
	di discreta qualità	48	31.0
	di buona qualità	43	27.7
	di ottima qualità	30	19.4
Indagine di valutazione – domanda 12: Valuta la qualità dei seminari sulle pagineweb “Chi Siamo” da 1 (di pessima qualità) a 1 (di ottima qualità).	di pessima qualità	7	4.3
	di scarsa qualità	10	6.1
	di discreta qualità	51	31.3
	di buona qualità	52	31.9
	di ottima qualità	43	26.4
Indagine di valutazione – domanda 14: Valuta la qualità dei seminari sull’interazionemediata a video da 1 (di pessima qualità) a 1 (di ottima qualità).	di pessima qualità	16	10.4
	di scarsa qualità	14	9.1
	di discreta qualità	40	26.0
	di buona qualità	50	32.5
	di ottima qualità	34	22.1

Tabella 10. Valutazione da parte degli studenti della qualità dei seminari su ciascuna tipologia di testo.

Indagine finale di valutazione – domanda 15: Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).

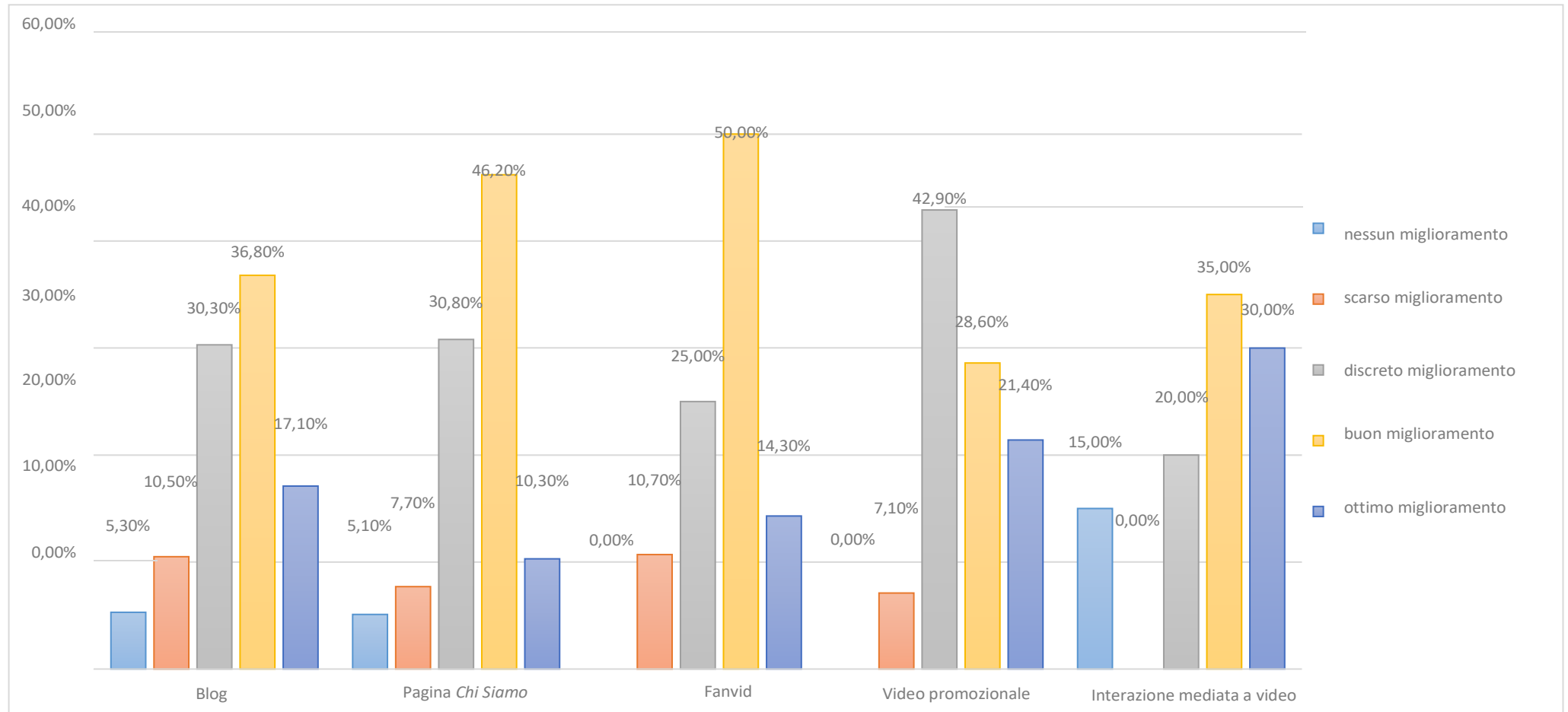


Figura 14. Valutazione da parte degli studenti del miglioramento della propria capacità di progettazione/produzione di un testo digitale.

Indagine finale di valutazione – domanda 16: Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale (ossia, di comprensione sul funzionamento e produzione di significato di un testo digitale) da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).

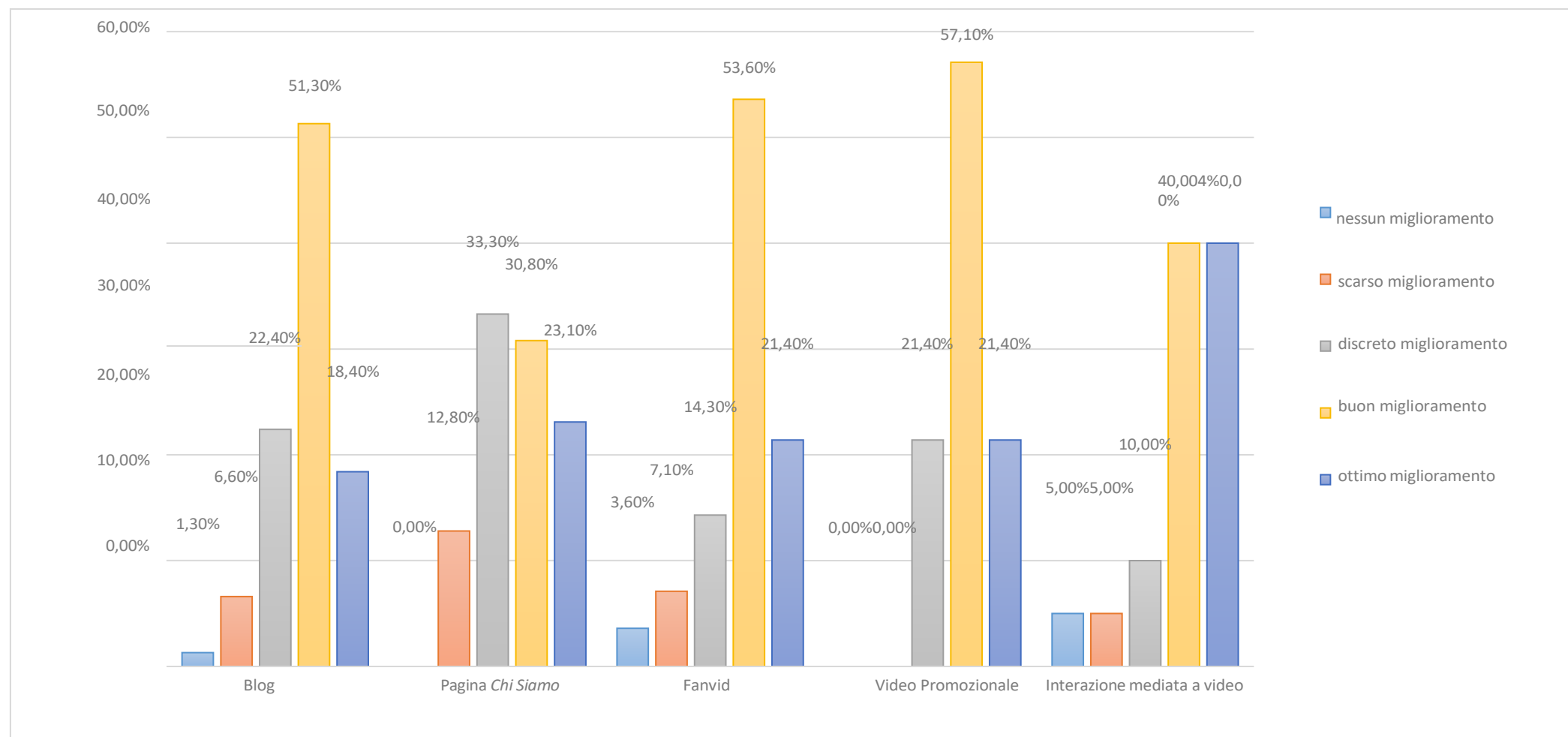


Figura 15. Valutazione da parte degli studenti del miglioramento della propria capacità di interpretazione/analisi di un testo digitale.

Indagine di valutazione – domanda 17: Valuta quanto è migliorata la tua capacità di valutare/giudicare testi digitali prodotti da altri da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).

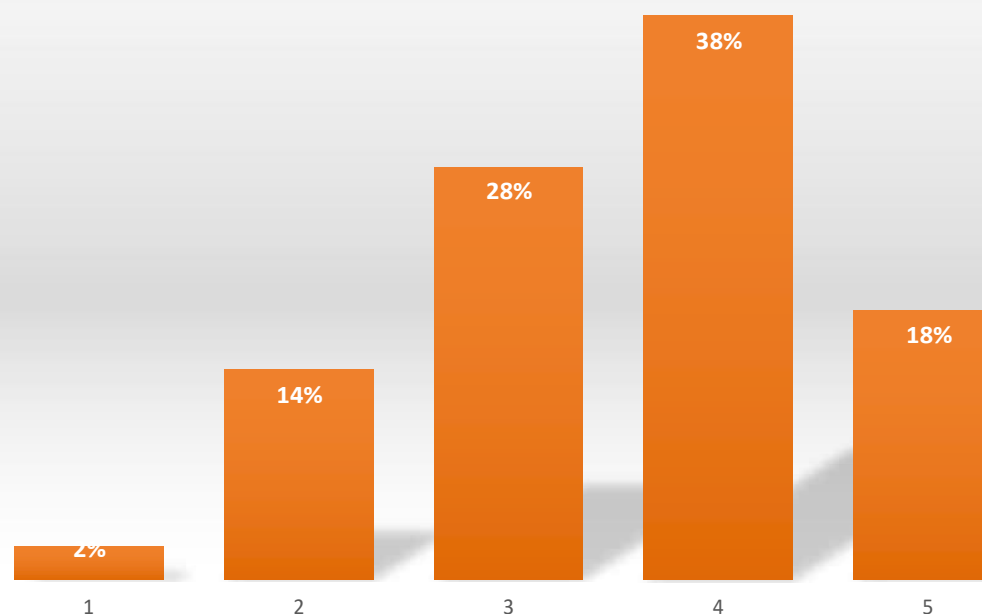


Figura 16. Valutazione da parte degli studenti del miglioramento della propria capacità di valutare/giudicare testi digitali prodotti da altri.

Indagine di valutazione - domanda 18: Valuta la tua esperienza generale di valutazione fra pari da 1 (scarsa) a 5 (eccellente).

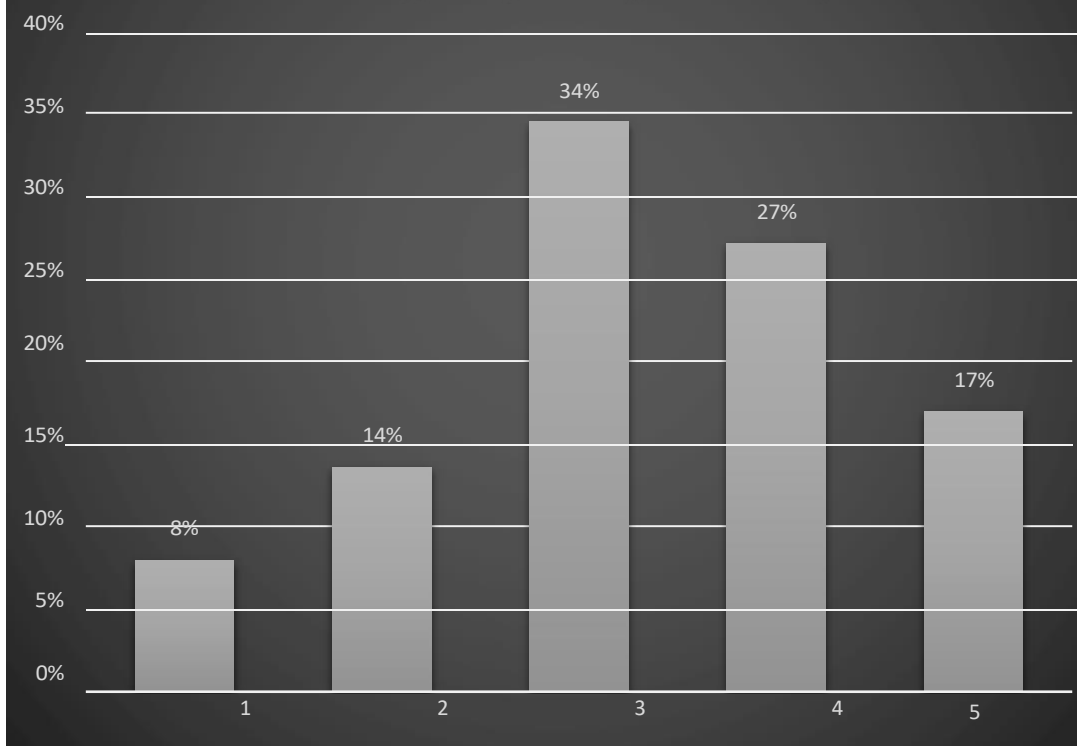


Figura 17. Valutazione da parte degli studenti dell'esperienza di valutazione fra pari.

Indagine di valutazione – domanda 19.

Valuta l'usabilità e affidabilità della

piattaforma EU-MADE4LL da 1 (scarsa) a 5 (eccellente).

Rate the usability and reliability of the EU-MADE4LL platform from 1 (poor) to 5 (excellent)

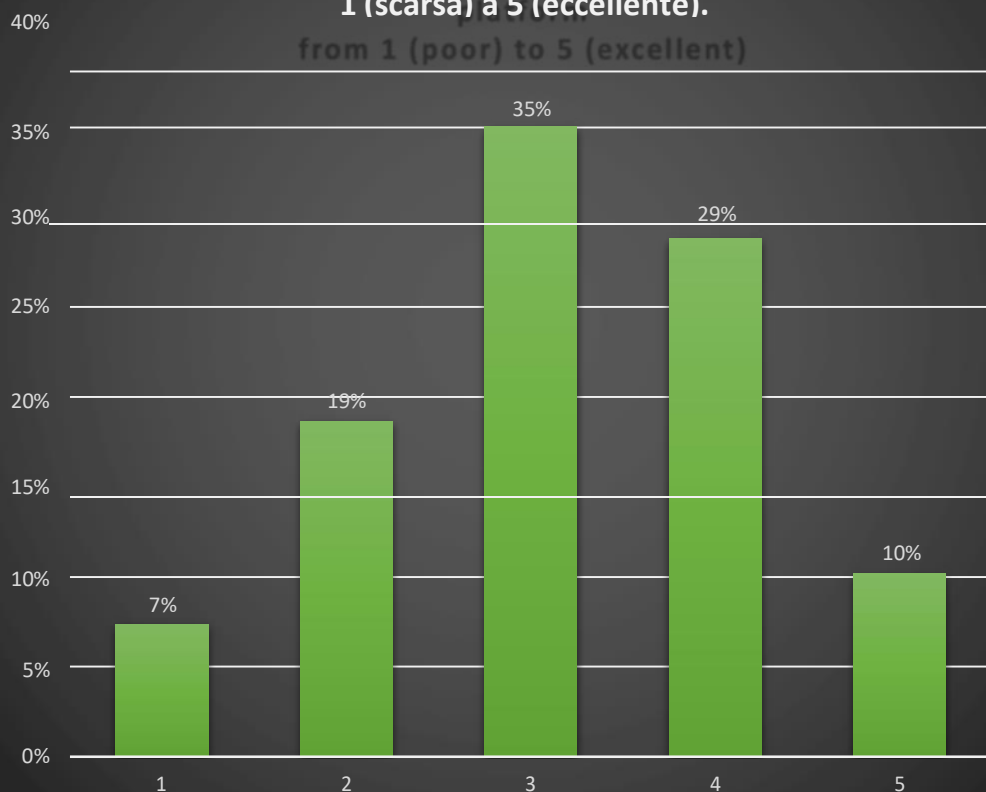


Figura 18. Valutazione degli studenti dell'usabilità e affidabilità della piattaforma EU-MADE4LL.

Indagine di valutazione – domanda 20. I criteri di

valutazione sono chiari?

Valuta da 1 (non chiari) a 5 (perfettamente

chiari).

Rate from 1 (not clear) to 5 (completely clear)

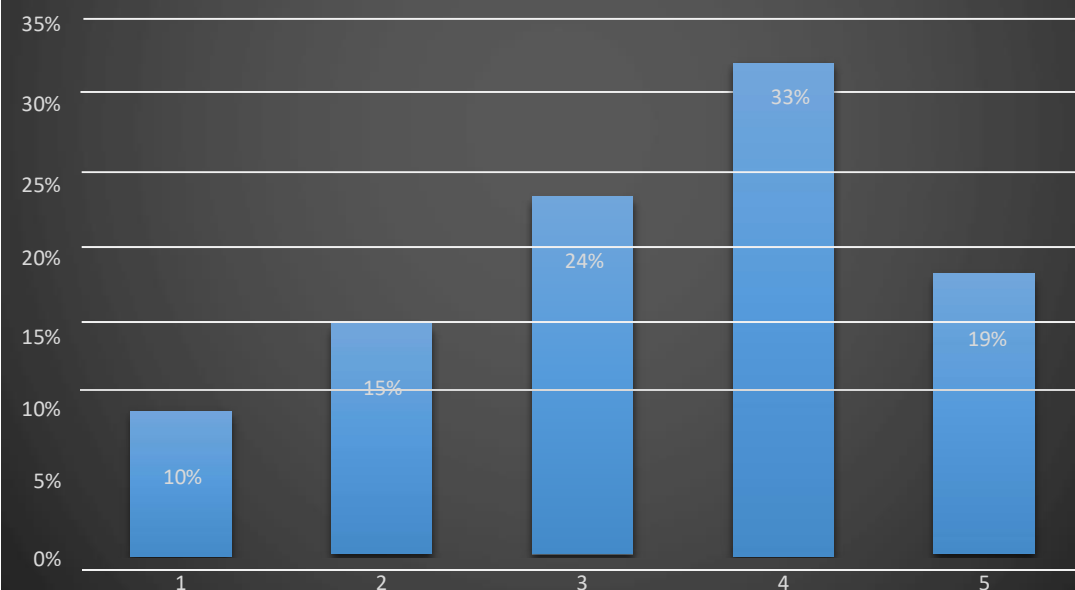


Figura 19. Valutazione degli studenti dei criteri di valutazione.

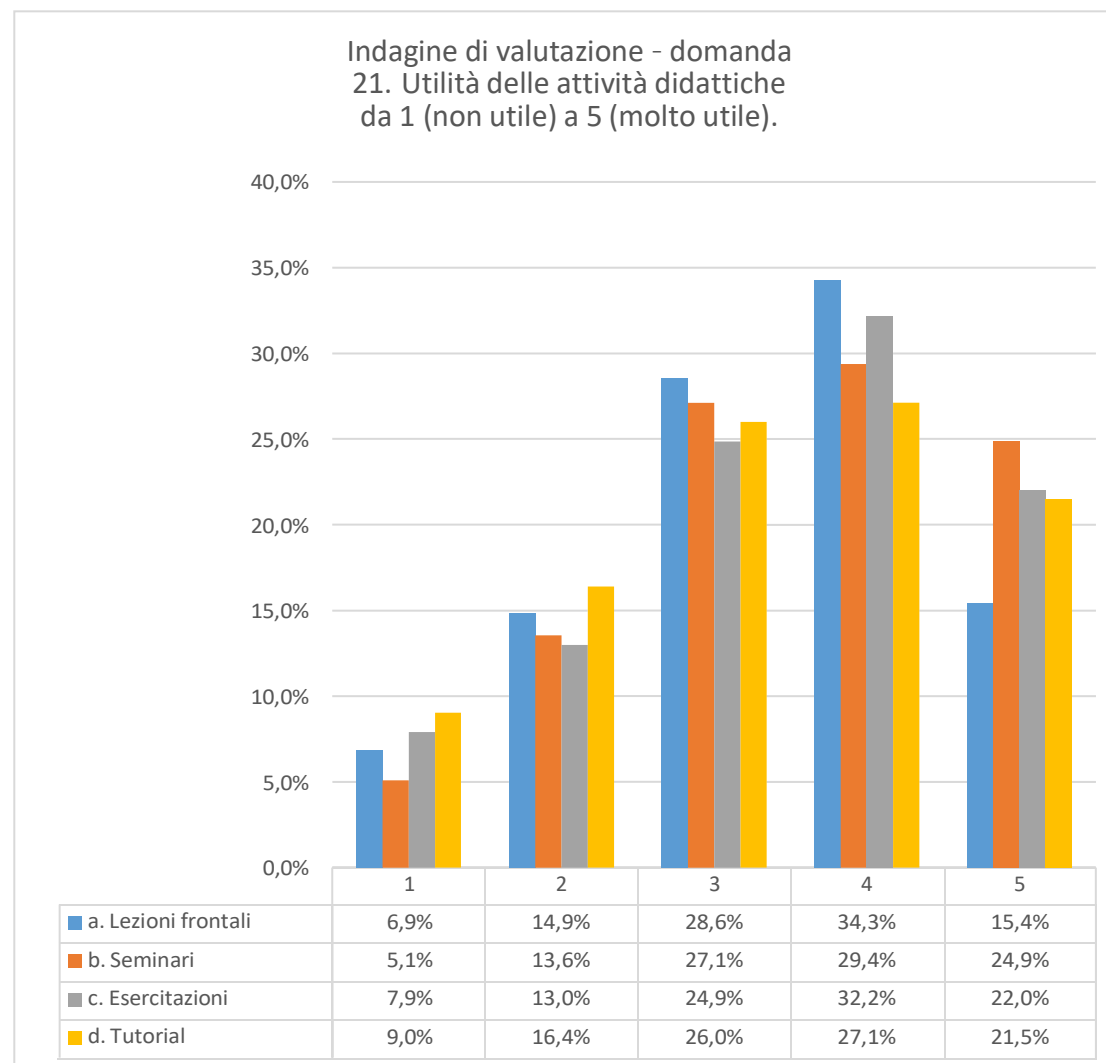


Figura 20. Valutazione da parte degli studenti delle attività didattiche.

Indagine di valutazione – domanda 22. Quale dei seguenti è stato il compito più impegnativo?

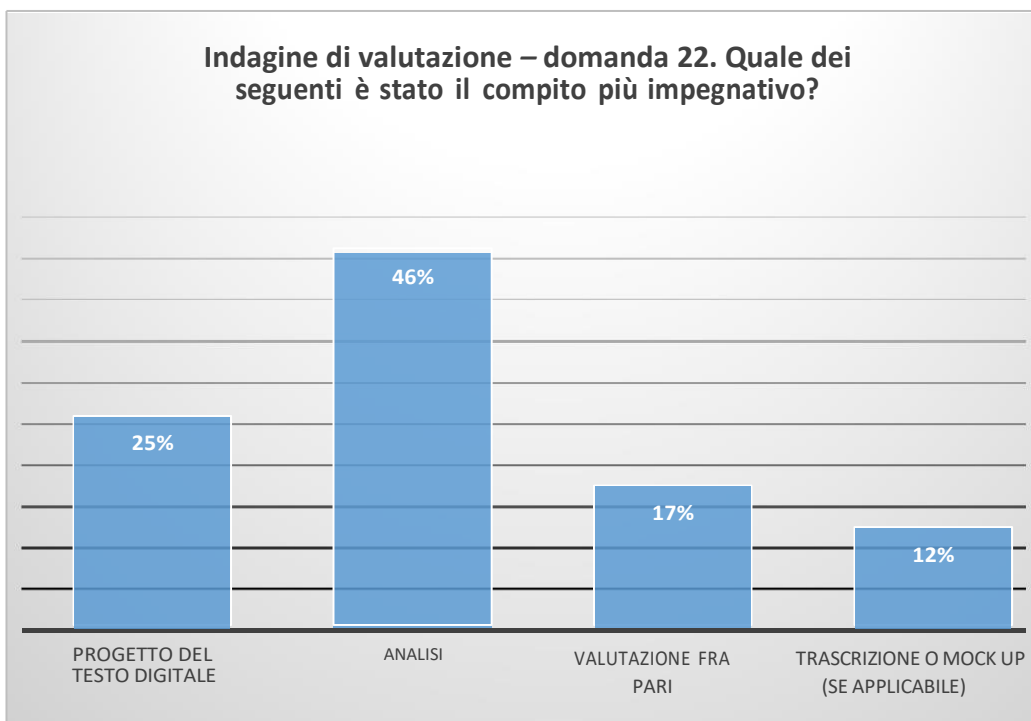


Figura 21. Valutazione da parte degli studenti del compito più impegnativo.

Indagine di valutazione – domanda 22. Quale dei seguenti è stato il compito più utile/interessante?

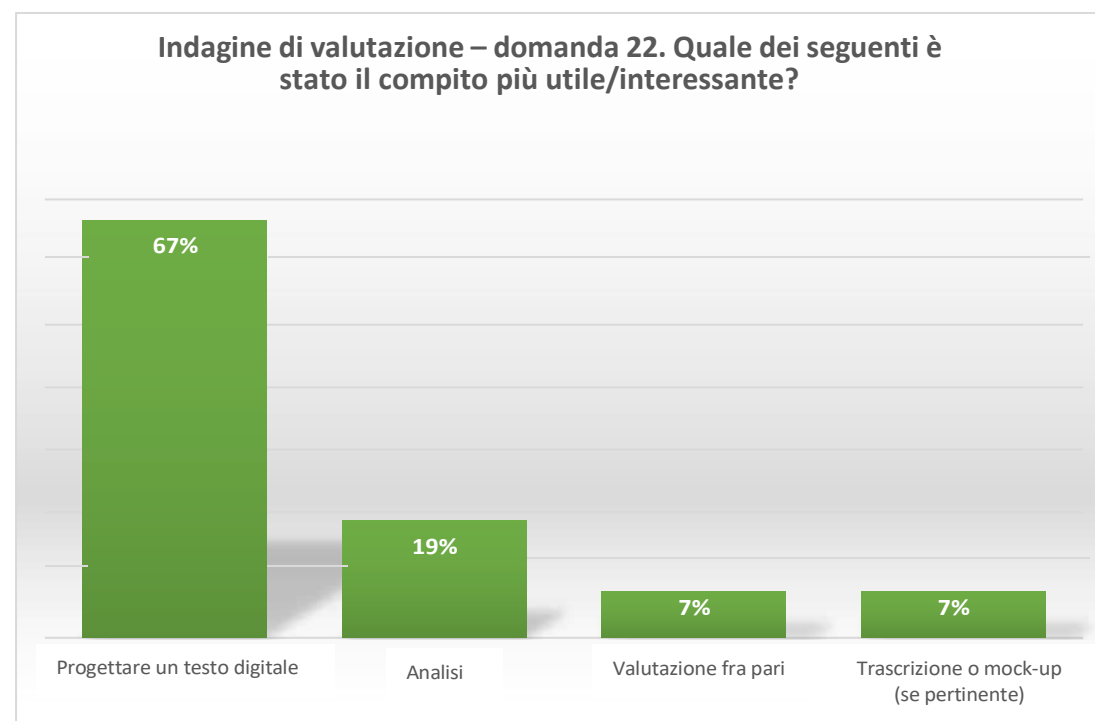


Figura 22. Valutazione da parte degli studenti del compito più utile/interessante.

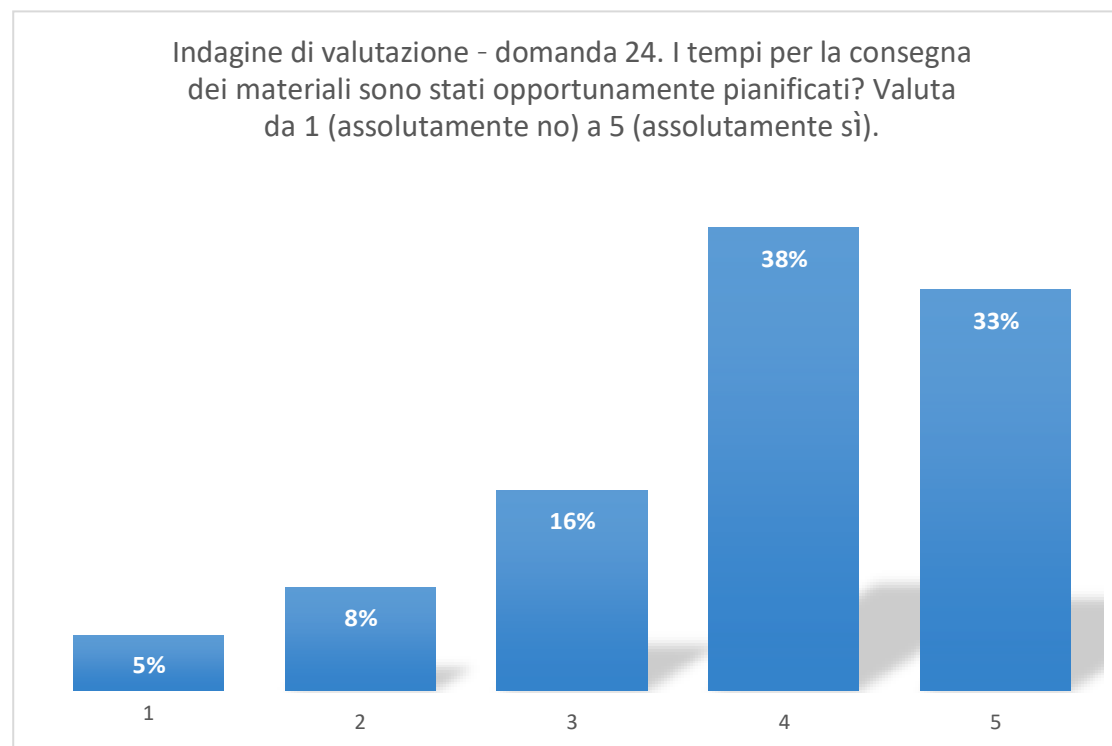


Figura 23. Valutazione da parte degli studenti della pianificazione dei tempi di consegna.

Indagine di valutazione - domanda 25. Hai esperienza precedente in corsi o moduli simili in termini di contenuto? Valuta da 1 (nessuna esperienza) a 5 (molta esperienza).

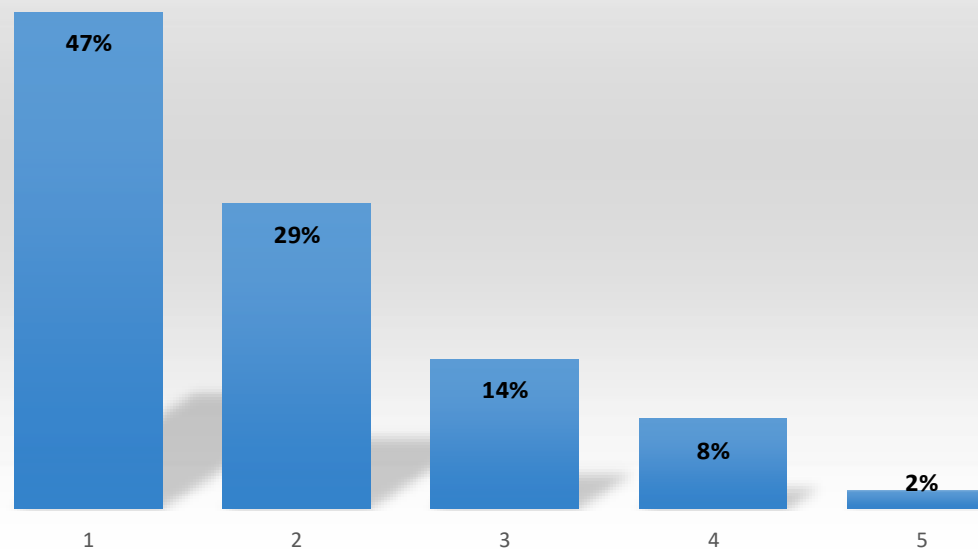


Figura 24. Esperienza pregressa degli studenti in corsi o moduli simili in termini di contenuto.

Indagine di valutazione – domanda 26.
Hai esperienza precedente in corsi o moduli simili in termini di metodo (ad esempio, docenti diversi per i seminari, tipologie di attività, valutazione fra pari, etc.)? Valuta da 1 (nessuna esperienza) a 5 (molta esperienza).

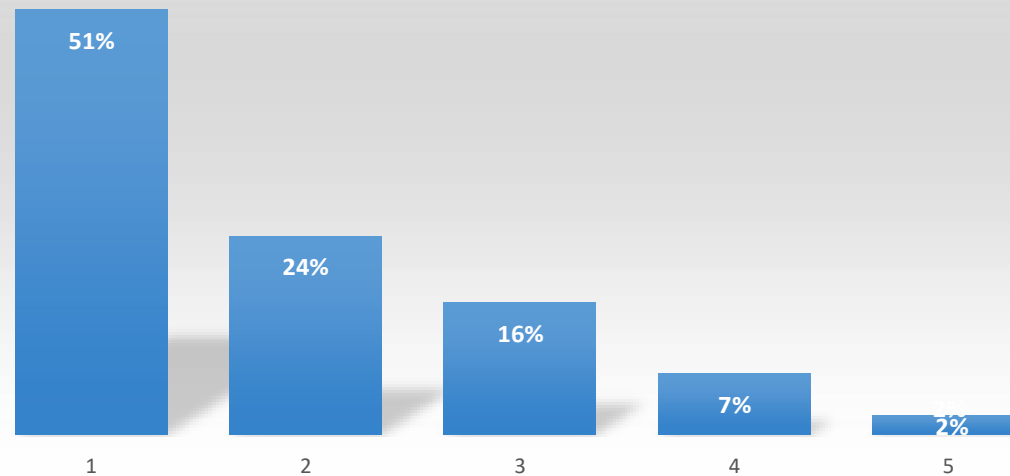


Figura 25. Esperienza pregressa degli studenti in corsi o moduli simili in termini di metodo.

Sezione 4. Indagine iniziale rispetto all'Indagine finale di valutazione e ai voti complessivi degli insegnanti per tipologia di testo.

		Hai mai creato un blog o un sito web?				Hai mai creato un blog o un sito web?			
		Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale e l'Indagine di valutazione				Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale (a prescindere che abbiano o meno compilato l'Indagine di valutazione)			
		Sì		No		Sì		No	
		Totale	%	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Numero totale di studenti		6	9.5%	57	90.5%	6	7.6%	73	92.4%
Valuta l'utilità dei seminarisui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>non utile</i>	1	1.6%	0	0.0%	NA			
	<i>poco utile</i>	0	0.0%	6	9.5%	NA			
	<i>abbastanza utile</i>	0	0.0%	11	17.5%	NA			
	<i>molto utile</i>	2	3.2%	23	36.5%	NA			
	<i>estremamente utile</i>	3	4.8%	17	27.0%	NA			
Valuta la qualità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>di pessima qualità</i>	1	1.6%	0	0.0%	NA			
	<i>di scarsa qualità</i>	0	0.0%	4	6.3%	NA			
	<i>di discreta qualità</i>	0	0.0%	15	23.8%	NA			
	<i>di buona qualità</i>	3	4.8%	20	31.7%	NA			
	<i>di ottima qualità</i>	2	3.2%	18	28.6%	NA			
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>nessun miglioramento</i>	1	1.6%	2	3.2%	NA			
	<i>scarso miglioramento</i>	0	0.0%	6	9.5%	NA			
	<i>discreto miglioramento</i>	1	1.6%	18	28.6%	NA			
	<i>buon miglioramento</i>	4	6.3%	20	31.7%	NA			
	<i>ottimo miglioramento</i>	0	0.0%	11	17.5%	NA			
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se giàposseduta, di	<i>nessun miglioramento</i>	1	1.6%	0	0.0%	NA			
	<i>scarso miglioramento</i>	0	0.0%	4	6.3%	NA			
	<i>discreto miglioramento</i>	1	1.6%	11	17.5%	NA			

interpretazione/analisi di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>buon miglioramento</i>	4	6.3%	31	49.2%	NA			
	<i>ottimo miglioramento</i>	0	0.0	11	17.5%	NA			
VOTO COMPLESSIVO	A	1	1.6%	7	11.1%	1	1.3%	9	11.4%
	B	4	6.3%	35	55.5%	4	5.1%	41	51.9%
	C	1	1.6%	14	22.2%	1	1.3%	21	26.6%
	D	0	0.0%	1	1.6%	0	0.0%	2	2.5%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 11. Studenti che hanno creato un blog.

		Hai mai creato un blog o un sito web?				Hai mai creato un blog o un sito web?			
		Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale e l'Indagine di valutazione				Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale (a prescindere che abbiano o meno compilato l'Indagine di valutazione)			
		Si		No		Si		No	
		Totale	%	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Numero totale di studenti in totale		3	9.7%	28	90.3%	8	20.0%	32	80.0%
Valuta l'utilità dei seminarisulle pagine web <i>Chi Siamo</i> da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>non utile</i>	1	3.2%	1	3.2%				
	<i>poco utile</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>abbastanza utile</i>	0	0.0%	12	38.7%				
	<i>molto utile</i>	1	3.2%	7	22.6%				
	<i>estremamente utile</i>	1	3.2%	8	25.8%				
Valuta la qualità dei seminari sulle pagine web <i>Chi Siamo</i> da 1 (di pessima qualità) a 1 (di ottima qualità).	<i>di pessima qualità</i>	1	3.2%	2	6.5%				
	<i>di scarsa qualità</i>	0	0.0%	2	6.5%				
	<i>di discreta qualità</i>	0	0.0%	8	25.8%				
	<i>di buona qualità</i>	1	3.2%	7	22.6%				
	<i>di ottima qualità</i>	1	3.2%	9	29.0%				
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>nessun miglioramento</i>	0	0.0%	2	6.5%				
	<i>scarso miglioramento</i>	0	0.0%	2	6.5%				
	<i>discreto miglioramento</i>	1	3.2%	9	29.0%				
	<i>buon miglioramento</i>	1	3.2%	13	41.9%				
	<i>ottimo miglioramento</i>	1	3.2%	2	6.5%				
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>nessun miglioramento</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>scarso miglioramento</i>	0	0.0%	3	9.7%				
	<i>discreto miglioramento</i>	0	0.0%	10	32.3%				
	<i>buon miglioramento</i>	1	3.2%	11	35.5%				
	<i>ottimo miglioramento</i>	2	6.5%	4	12.9%				

VOTO COMPLESSIVO	<i>A</i>	1	3.2%	7	22.6%	2	5.0%	8	20.0%
	<i>B</i>	1	3.2%	17	54.8%	3	7.5%	19	47.5%
	<i>C</i>	1	3.2%	3	9.7%	3	7.5%	4	10.0%
	<i>D</i>	0	0.0%	1	3.2%	0	0.0%	1	2.5%
	<i>E</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>F</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 12. Studenti che hanno creato una pagina “Chi Siamo”.

		Usi FaceTime, Skype o altri tipi di videocomunicazione?				Usi FaceTime, Skype o altri tipi di videocomunicazione?			
		Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale e l'Indagine di valutazione				Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale (a prescindere che abbiano o meno compilato l'Indagine di valutazione)			
		Sì		No		Sì		No	
		Totale	%	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Numero di studenti in totale		15	83.3%	3	16.7%	16	84.2%	3	15.8%
Valuta l'utilità dei seminari sull'interazione mediata a video da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>non utile</i>	1	5.6%	0	0.0%				
	<i>poco utile</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>abbastanza utile</i>	1	5.6%	0	0.0%				
	<i>molto utile</i>	6	33.3%	1	5.6%				
	<i>estremamente utile</i>	7	38.9%	2	11.1%				
Valuta la qualità dei seminari sull'interazione mediata a video da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità). *	<i>di pessima qualità</i>	1	5.6%	0	0.0%				
	<i>di scarsa qualità</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>di discreta qualità</i>	1	5.6%	0	0.0%				
	<i>di alta qualità</i>	5	27.8%	1	5.6%				
	<i>di ottima qualità</i>	8	44.4%	2	11.1%				
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>nessun miglioramento</i>	2	11.1%	0	0.0%				
	<i>scarso miglioramento</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>discreto miglioramento</i>	3	16.7%	1	5.6%				
	<i>buon miglioramento</i>	4	22.2%	2	11.1%				
	<i>ottimo miglioramento</i>	6	33.3%	0	0.0%				
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>nessun miglioramento</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>scarso miglioramento</i>	1	5.6%	0	0.0%				
	<i>discreto miglioramento</i>	2	11.1%	0	0.0%				
	<i>buon miglioramento</i>	4	22.2%	3	16.7%				
	<i>ottimo miglioramento</i>	8	44.4%	0	0.0%				

VOTO COMPLESSIVO	<i>A</i>	7	38.9%	0	0.0%	7	36.8%	0	0.0%
	<i>B</i>	7	38.9%	2	11.1%	8	42.1%	2	10.5%
	<i>C</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>D</i>	1	5.6%	1	5.6%	1	5.3%	1	5.3%
	<i>E</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>F</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 13. Studenti che hanno prodotto un'interazione mediata a video.

		Hai mai creato e caricato o trasmesso un video online?				Hai mai creato e caricato o trasmesso un video online?			
		Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale e l'Indagine di valutazione				Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale (a prescindere che abbiano o meno compilato l'Indagine di valutazione)			
		Sì		No		Sì		No	
		Totale	%	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Numero totale di studenti		2	18.2%	9	81.8%	3	23.1%	10	76.9%
Valuta l'utilità dei seminari sui video promozionali da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>non utile</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>poco utile</i>	0	0.0%	1	9.1%				
	<i>abbastanza utile</i>	1	9.1%	0	0.0%				
	<i>molto utile</i>	1	9.1%	2	18.2%				
	<i>estremamente utile</i>	0	0.0%	6	54.5%				
Valuta la qualità dei seminari sui video promozionali da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità).	<i>di pessima qualità</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>di scarsa qualità</i>	0	0.0%	1	9.1%				
	<i>di discreta qualità</i>	2	18.2%	0	0.0%				
	<i>di buona qualità</i>	0	0.0%	3	27.3%				
	<i>di ottima qualità</i>	0	0.0%	5	45.5%				
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>nessun miglioramento</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>scarso miglioramento</i>	0	0.0%	1	9.1%				
	<i>discreto miglioramento</i>	2	18.2%	2	18.2%				
	<i>buon miglioramento</i>	0	0.0%	4	36.4%				
	<i>ottimo miglioramento</i>	0	0.0%	2	18.2%				
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di	<i>nessun miglioramento</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>scarso miglioramento</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>discreto miglioramento</i>	0	0.0%	2	18.2%				
	<i>buon miglioramento</i>	2	18.2%	5	45.5%				

un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>ottimo miglioramento</i>	0	0.0%	2	18.2%				
VOTO COMPLESSIVO	<i>A</i>	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	1	7.7%
	<i>B</i>	2	18.2%	8	72.7%	3	23.1%	9	69.2%
	<i>C</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>D</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>E</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>F</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 14. Studenti che hanno prodotto un video promozionale.

		Hai mai prodotto un fanvid o un video mash-up?				Hai mai prodotto un fanvid o un Video mash-up?			
		Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale e l'Indagine di valutazione				Studenti che hanno compilato l'Indagine iniziale (a prescindere che abbiano o meno compilato l'Indagine di valutazione)			
		Sì		No		Sì		No	
		Totale	%	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Numero totale di studenti in totale		2	8.0%	23	92.0%	2	6.9%	27	93.1%
Valuta l'utilità dei seminari sui fanvid da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>non utile</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>poco utile</i>	0	0.0%	1	4.0%				
	<i>abbastanza utile</i>	2	8.0%	5	20.0%				
	<i>molto utile</i>	0	0.0%	8	32.0%				
	<i>estremamente utile</i>	0	0.0%	9	36.0%				
Valuta la qualità dei seminari sui fanvid da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità).	<i>di pessima qualità</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>di scarsa qualità</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>di discreta qualità</i>	1	4.0%	10	40.0%				
	<i>di buona qualità</i>	1	4.0%	4	16.0%				
	<i>di ottima qualità</i>	0	0.0%	9	36.0%				
Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>nessun miglioramento</i>	0	0.0%	0	0.0%				
	<i>scarso miglioramento</i>	1	4.0%	2	8.0%				
	<i>discreto miglioramento</i>	1	4.0%	5	20.0%				
	<i>buon miglioramento</i>	0	0.0%	12	48.0%				
	<i>ottimo miglioramento</i>	0	0.0%	4	16.0%				

Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).	<i>nessun miglioramento</i>	0	0.0%	1	4.0%				
	<i>scarso miglioramento</i>	2	8.0%	0	0.0%				
	<i>discreto miglioramento</i>	0	0.0%	3	12.0%				
	<i>buon miglioramento</i>	0	0.0%	14	56.0%				
	<i>ottimo miglioramento</i>	0	0.0%	5	20.0%				
VOTO COMPLESSIVO	<i>A</i>	1	4.0%	6	24.0%	1	3.4%	7	24.1%
	<i>B</i>	1	4.0%	17	68.0%	1	3.4%	20	69.0%
	<i>C</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>D</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>E</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	<i>F</i>	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 15. Studenti che hanno prodotto un fanvid.

Sezione 5. Analisi SPSS: risultati indicativi del test *chi-quadrato* (A)

Domande dell'Indagine finale di valutazione (blog)

Studenti che hanno creato un BLOG →

- **Indagine finale di valutazione – domanda 5.** Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).
- **Indagine finale di valutazione – domanda 6.** Valuta la qualità dei seminari sui blog da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità).
- **Indagine finale di valutazione – domanda 15.** Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).
- **Indagine finale di valutazione – domanda 16.** Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale (ossia, di comprensione sul funzionamento e produzione di significato di un testo digitale) da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).

➤ Analisi complessiva dei dati relativi agli studenti che hanno presentato un blog.

Il test *chi-quadrato* ha dimostrato delle correlazioni in tutti i casi, ciò significa che gli studenti hanno risposto in maniera analoga alle domande 5 e 6 e alle domande 15 e 16 dell'Indagine finale di valutazione (NB. affidabilità dei risultati statisticamente marginale. L'affidabilità dei risultati è proporzionale alla quantità di dati analizzati).

Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 6:

Chiadrato = 138.568, df = 16, significatività asintotica (a due sensi) = .000

Tendenza: più gli studenti hanno reputato utili i seminari, più hanno giudicato alta la qualità degli stessi.

		Valuta la qualità dei seminari sui blog da 1 (di pessima qualità) a 5 (di ottima qualità).					Totale
		di pessima qualità	di scarsa qualità	di discreta qualità	di buona qualità	di ottima qualità	
Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	non utile	2	0	0	0	0	2
	poco utile	0	2	4	1	0	7
	abbastanza utile	0	1	7	4	1	13
	molto utile	0	1	6	21	3	31
	estremamente utile	0	0	1	3	19	23
Totale		2	4	18	29	23	76

Tabella 16. Test chi-quadrato per gli studenti che hanno creato un blog: Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 6.

Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 15:

$\chi^2 = 42.279$, $df = 16$, significatività asintotica (a due sensi) = .000

Tendenza: più gli studenti hanno reputato utili i seminari, più alta è stata la valutazione che hanno dato alle proprie capacità di progettazione/produzione di un testo digitale. Nel complesso, i seminari sono stati considerati utili e gli studenti hanno giudicato come elevato il loro miglioramento.

		Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).					Totale
		nessun miglioramento	scarso miglioramento	discreto miglioramento	buon miglioramento	ottimo miglioramento	
Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	non utile	1	1	0	0	0	2
	poco utile	0	3	4	0	0	7
	abbastanza utile	1	2	6	3	1	13
	molto utile	2	2	9	15	3	31
	estremamente utile	0	0	4	10	9	23
Totale		4	8	23	28	13	76

Tabella 17. Test chi-quadrato per gli studenti che hanno creato un blog: Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 15.

Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 16:

$\chi^2 = 73.112$, $df = 16$, significatività asintotica (a due sensi) = .000

Tendenza: più gli studenti hanno reputato utili i seminari, più alta è stata la valutazione che hanno dato alle proprie capacità di interpretazione/analisi di un testo digitale. In generale, gli studenti hanno valutato come elevato il loro miglioramento.

		Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).					Totale
		nessun miglioramento	scarso miglioramento	discreto miglioramento	buon miglioramento	ottimo miglioramento	
Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	non utile	1	1	0	0	0	2
	poco utile	0	3	0	4	0	7
	abbastanza utile	0	0	6	6	1	13
	molto utile	0	1	8	17	5	31
	estremamente utile	0	0	3	12	8	23
Totale		1	5	17	39	14	76

Tabella 18. Test chi-quadrato per gli studenti che hanno creato un blog: Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 16.

➤ **Analisi dei dati relativi agli studenti che hanno presentato un blog e hanno risposto "No" alla domanda 11 dell'Indagine iniziale.**

Il test *chi-quadrato* ha dimostrato una correlazione in tutti i casi. Tuttavia, l'affidabilità dei risultati è statisticamente limitata a causa del numero ridotto di partecipanti.

Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 6:

$\chi^2 = 42.707$, $df = 9$, significatività asintotica (a due sensi) = .000

Tendenza: più gli studenti hanno reputato utili i seminari, più hanno giudicato alta la qualità degli stessi.

		Valuta la qualità dei seminari sui blog da 1 (di pessima qualità) a 1 (di ottima qualità).				Totale
		di scarsa qualità	di discreta qualità	di buona qualità	di ottima qualità	
Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>poco utile</i>	2	3	1	0	6
	<i>abbastanza utile</i>	1	6	3	1	11
	<i>molto utile</i>	1	5	14	3	23
	<i>estremamente utile</i>	0	1	2	14	17
Totale		4	15	20	18	57

Tabella 19. Test chi-quadrato per gli studenti privi di precedente esperienza nella produzione di blog: Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 6.

Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 15:

Chi-quadrato = 26.997, *df* = 12, significatività asintotica (a due sensi) = .008

Tendenza: più gli studenti hanno reputato utili i seminari, più alta è stata la valutazione che hanno dato alle proprie capacità di progettazione/produzione di un testo digitale. Nel complesso, i seminari sono stati considerati utili e gli studenti hanno giudicato come elevato il loro miglioramento.

		Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di progettazione/produzione di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).					Totale
		nessun miglioramento	scarso miglioramento	discreto miglioramento	buon miglioramento	ottimo miglioramento	
Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>poco utile</i>	0	3	3	0	0	6
	<i>abbastanza utile</i>	1	2	5	2	1	11
	<i>molto utile</i>	1	1	7	11	3	23
	<i>estremamente utile</i>	0	0	3	7	7	17
Totale		2	6	18	20	11	57

Tabella 20. Test chi-quadrato per gli studenti privi di precedente esperienza nella produzione di blog: Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 15.

Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 16:

$\chi^2 = 23.651$, $df = 9$, significatività asintotica (a due sensi) = .005

Tendenza: più gli studenti hanno reputato utili i seminari, più alta è stata la valutazione che hanno dato alle proprie capacità di interpretazione/analisi di un testo digitale. Nel complesso, i seminari sono stati considerati utili e gli studenti hanno giudicato come elevato il loro miglioramento.

		Valuta quanto è migliorata la tua capacità, se già posseduta, di interpretazione/analisi di un testo digitale da 1 (nessun miglioramento) a 5 (ottimo miglioramento).				Totale
		scarso miglioramento	discreto miglioramento	buon miglioramento	ottimo miglioramento	
Valuta l'utilità dei seminari sui blog da 1 (non utile) a 5 (estremamente utile).	<i>poco utile</i>	3	0	3	0	6
	<i>abbastanza utile</i>	0	4	6	1	11
	<i>molto utile</i>	1	4	13	5	23
	<i>estremamente utile</i>	0	3	9	5	17
Totale		4	11	31	11	57

Tabella 21. Test chi-quadrato per gli studenti privi di precedente esperienza nella produzione di blog: Indagine finale di valutazione domanda 5 e domanda 16.

Sezione 6. Risultati quantitativi in totale della valutazione fra pari, per corso e per tipologia di testo.

A. Numero totale

		Totale	%
PA_1_1	A	62	29.4
	B	84	39.8
	C	46	21.8
	D	11	5.2
	E	6	2.8
	F	2	0.9
PA_1_2	A	76	36.0
	B	72	34.1
	C	42	19.9
	D	16	7.6
	E	3	1.4
	F	2	0.9
PA_1_3	A	90	42.7
	B	72	34.1
	C	31	14.7
	D	11	5.2
	E	6	2.8
	F	1	0.5

Tabella 22. Valutazione fra pari - domande 1.1-1.3 (in totale).

		Totale	%
PA_2_1	A	70	33.2
	B	61	28.9
	C	48	22.7
	D	18	8.5
	E	11	5.2
	F	3	1.4
PA_2_2	A	66	31.3

	B	67	31.8
	C	51	24.2
	D	14	6.6
	E	10	4.7
	F	3	1.4
PA_2_3	A	80	37.9
	B	64	30.3
	C	34	16.1
	D	20	9.5
	E	10	4.7
	F	3	1.4
PA_2_4	A	67	31.8
	B	66	31.3
	C	35	16.6
	D	29	13.7
	E	8	3.8
	F	6	2.8
PA_2_5	A	78	37.0
	B	40	19.0
	C	29	13.7
	D	17	8.1
	E	21	10.0
	F	26	12.3
PA_2_6	A	57	27.0
	B	78	37.0
	C	57	27.0
	D	11	5.2
	E	7	3.3
	F	1	0.5

Tabella 23. Valutazione fra pari - domande 2.1-2.6 (in totale).

B. Per corso

		Corso									
		EU_Roma		EU_Aarhus		EU_Firenze		EU_Messina		EU_Leeds	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
PA_1_1	A	15	32.6%	28	32.6%	8	27.6%	4	20.0%	7	23.3%
	B	17	37.0%	35	40.7%	11	37.9%	10	50.0%	11	36.7%
	C	9	19.6%	18	20.9%	5	17.2%	5	25.0%	9	30.0%
	D	4	8.7%	3	3.5%	2	6.9%	0	0.0%	2	6.7%
	E	1	2.2%	2	2.3%	2	6.9%	0	0.0%	1	3.3%
	F	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	1	5.0%	0	0.0%
PA_1_2	A	16	34.8%	38	44.2%	6	20.7%	7	35.0%	9	30.0%
	B	14	30.4%	27	31.4%	11	37.9%	9	45.0%	11	36.7%
	C	11	23.9%	12	14.0%	9	31.0%	1	5.0%	9	30.0%
	D	5	10.9%	7	8.1%	2	6.9%	2	10.0%	0	0.0%
	E	0	0.0%	2	2.3%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	1	3.3%
PA_1_3	A	15	32.6%	44	51.2%	10	34.5%	8	40.0%	13	43.3%
	B	16	34.8%	25	29.1%	13	44.8%	7	35.0%	11	36.7%
	C	9	19.6%	12	14.0%	4	13.8%	3	15.0%	3	10.0%
	D	5	10.9%	2	2.3%	1	3.4%	1	5.0%	2	6.7%
	E	1	2.2%	3	3.5%	1	3.4%	0	0.0%	1	3.3%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%

Tabella 24. Valutazione fra pari - domande 1.1-1.3 (per corso).

		Corso									
		EU_Roma		EU_Aarhus		EU_Firenze		EU_Messina		EU_Leeds	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
PA_2_1	A	10	21.7%	31	36.0%	7	24.1%	4	20.0%	18	60.0%
	B	8	17.4%	32	37.2%	5	17.2%	6	30.0%	10	33.3%
	C	14	30.4%	17	19.8%	8	27.6%	8	40.0%	1	3.3%
	D	9	19.6%	5	5.8%	2	6.9%	1	5.0%	1	3.3%
	E	4	8.7%	1	1.2%	6	20.7%	0	0.0%	0	0.0%
	F	1	2.2%	0	0.0%	1	3.4%	1	5.0%	0	0.0%
PA_2_2	A	12	26.1%	28	32.6%	6	20.7%	4	20.0%	16	53.3%
	B	10	21.7%	30	34.9%	8	27.6%	9	45.0%	10	33.3%
	C	12	26.1%	22	25.6%	10	34.5%	3	15.0%	4	13.3%
	D	7	15.2%	3	3.5%	2	6.9%	2	10.0%	0	0.0%
	E	4	8.7%	2	2.3%	2	6.9%	2	10.0%	0	0.0%
	F	1	2.2%	1	1.2%	1	3.4%	0	0.0%	0	0.0%
PA_2_3	A	8	17.4%	39	45.3%	5	17.2%	8	40.0%	20	66.7%
	B	9	19.6%	29	33.7%	12	41.4%	4	20.0%	10	33.3%
	C	15	32.6%	11	12.8%	4	13.8%	4	20.0%	0	0.0%
	D	9	19.6%	6	7.0%	3	10.3%	2	10.0%	0	0.0%
	E	4	8.7%	1	1.2%	4	13.8%	1	5.0%	0	0.0%
	F	1	2.2%	0	0.0%	1	3.4%	1	5.0%	0	0.0%
PA_2_4	A	8	17.4%	35	40.7%	3	10.3%	6	30.0%	15	50.0%
	B	10	21.7%	29	33.7%	7	24.1%	9	45.0%	11	36.7%
	C	12	26.1%	11	12.8%	5	17.2%	4	20.0%	3	10.0%
	D	6	13.0%	11	12.8%	10	34.5%	1	5.0%	1	3.3%
	E	6	13.0%	0	0.0%	2	6.9%	0	0.0%	0	0.0%
	F	4	8.7%	0	0.0%	2	6.9%	0	0.0%	0	0.0%
PA_2_5	A	5	10.9%	43	50.0%	4	13.8%	4	20.0%	22	73.3%
	B	5	10.9%	25	29.1%	3	10.3%	5	25.0%	2	6.7%
	C	9	19.6%	10	11.6%	3	10.3%	2	10.0%	5	16.7%
	D	5	10.9%	3	3.5%	6	20.7%	3	15.0%	0	0.0%

	E	8	17.4%	5	5.8%	4	13.8%	3	15.0%	1	3.3%
	F	14	30.4%	0	0.0%	9	31.0%	3	15.0%	0	0.0%
PA_2_6	A	11	23.9%	20	23.3%	7	24.1%	3	15.0%	16	53.3%
	B	13	28.3%	37	43.0%	7	24.1%	11	55.0%	10	33.3%
	C	17	37.0%	22	25.6%	11	37.9%	3	15.0%	4	13.3%
	D	2	4.3%	5	5.8%	3	10.3%	1	5.0%	0	0.0%
	E	3	6.5%	2	2.3%	1	3.4%	1	5.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%

Tabella 25. Valutazione fra pari - domande 2.1-2.6 (per corso).

C. Per tipologia di testo

		Testo									
		Video promozionale		Pagina <i>Chi Siamo</i>		Fanvid		Interazione mediata a video		Blog	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
PA_1_1	A	6	37.5%	10	21.3%	7	21.9%	13	61.9%	26	27.4%
	B	6	37.5%	19	40.4%	15	46.9%	4	19.0%	40	42.1%
	C	2	12.5%	11	23.4%	9	28.1%	3	14.3%	21	22.1%
	D	2	12.5%	6	12.8%	1	3.1%	0	0.0%	2	2.1%
	E	0	0.0%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	5	5.3%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	1	1.1%
PA_1_2	A	7	43.8%	13	27.7%	8	25.0%	11	52.4%	37	38.9%
	B	5	31.3%	16	34.0%	15	46.9%	6	28.6%	30	31.6%
	C	3	18.8%	13	27.7%	5	15.6%	1	4.8%	20	21.1%
	D	1	6.3%	5	10.6%	4	12.5%	2	9.5%	4	4.2%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.2%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	1	1.1%
PA_1_3	A	8	50.0%	14	29.8%	13	40.6%	9	42.9%	46	48.4%
	B	2	12.5%	19	40.4%	14	43.8%	6	28.6%	31	32.6%
	C	3	18.8%	9	19.1%	5	15.6%	5	23.8%	9	9.5%
	D	1	6.3%	4	8.5%	0	0.0%	0	0.0%	6	6.3%
	E	2	12.5%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.2%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
PA_1_4	A	7	43.8%	11	23.4%	10	31.3%	8	38.1%	32	33.7%
	B	4	25.0%	15	31.9%	15	46.9%	2	9.5%	36	37.9%
	C	2	12.5%	12	25.5%	6	18.8%	5	23.8%	21	22.1%
	D	2	12.5%	4	8.5%	1	3.1%	4	19.0%	3	3.2%
	E	1	6.3%	5	10.6%	0	0.0%	2	9.5%	2	2.1%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
PA_1_5	A	4	25.0%	15	31.9%	13	40.6%	12	57.1%	41	43.2%
	B	6	37.5%	16	34.0%	11	34.4%	6	28.6%	26	27.4%

	C	3	18.8%	9	19.1%	7	21.9%	2	9.5%	10	10.5%
	D	3	18.8%	2	4.3%	1	3.1%	1	4.8%	10	10.5%
	E	0	0.0%	5	10.6%	0	0.0%	0	0.0%	7	7.4%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
PA_1_6	A	9	56.3%	14	29.8%	9	28.1%	7	33.3%	29	30.5%
	B	1	6.3%	14	29.8%	9	28.1%	7	33.3%	40	42.1%
	C	4	25.0%	8	17.0%	10	31.3%	4	19.0%	15	15.8%
	D	1	6.3%	6	12.8%	2	6.3%	1	4.8%	8	8.4%
	E	0	0.0%	4	8.5%	1	3.1%	0	0.0%	3	3.2%
	F	1	6.3%	1	2.1%	1	3.1%	2	9.5%	0	0.0%
PA_1_7	A	6	37.5%	12	25.5%	16	50.0%	7	33.3%	50	52.6%
	B	7	43.8%	15	31.9%	14	43.8%	6	28.6%	18	18.9%
	C	3	18.8%	12	25.5%	1	3.1%	5	23.8%	20	21.1%
	D	0	0.0%	7	14.9%	1	3.1%	2	9.5%	2	2.1%
	E	0	0.0%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	5	5.3%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
PA_1_8	A	4	25.0%	8	17.0%	13	40.6%	6	28.6%	39	41.1%
	B	6	37.5%	19	40.4%	13	40.6%	5	23.8%	29	30.5%
	C	4	25.0%	13	27.7%	3	9.4%	4	19.0%	18	18.9%
	D	0	0.0%	3	6.4%	2	6.3%	2	9.5%	4	4.2%
	E	2	12.5%	4	8.5%	1	3.1%	1	4.8%	4	4.2%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	14.3%	1	1.1%
PA_1_9	A	0	0.0%	18	38.3%	10	31.3%	9	42.9%	30	31.6%
	B	0	0.0%	15	31.9%	16	50.0%	9	42.9%	29	30.5%
	C	0	0.0%	8	17.0%	5	15.6%	2	9.5%	17	17.9%
	D	0	0.0%	2	4.3%	1	3.1%	0	0.0%	13	13.7%
	E	0	0.0%	4	8.5%	0	0.0%	1	4.8%	4	4.2%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.1%

Tabella 26. Valutazione fra pari - domande 1.1-1.9 (per tipologia di testo).

		Testo									
		Video promozionale		Pagina <i>Chi Siamo</i>		Fanvid		Interazione mediata a video		Blog	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
PA_2_1	A	7	43.8%	17	36.2%	11	34.4%	5	23.8%	30	31.6%
	B	4	25.0%	10	21.3%	9	28.1%	6	28.6%	32	33.7%
	C	3	18.8%	10	21.3%	9	28.1%	6	28.6%	20	21.1%
	D	2	12.5%	3	6.4%	2	6.3%	2	9.5%	9	9.5%
	E	0	0.0%	6	12.8%	1	3.1%	1	4.8%	3	3.2%
	F	0	0.0%	1	2.1%	0	0.0%	1	4.8%	1	1.1%
PA_2_2	A	7	43.8%	14	29.8%	11	34.4%	5	23.8%	29	30.5%
	B	4	25.0%	15	31.9%	13	40.6%	3	14.3%	32	33.7%
	C	2	12.5%	13	27.7%	6	18.8%	9	42.9%	21	22.1%
	D	0	0.0%	3	6.4%	2	6.3%	2	9.5%	7	7.4%
	E	3	18.8%	2	4.3%	0	0.0%	2	9.5%	3	3.2%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.2%
PA_2_3	A	7	43.8%	17	36.2%	8	25.0%	10	47.6%	38	40.0%
	B	1	6.3%	13	27.7%	14	43.8%	4	19.0%	32	33.7%
	C	3	18.8%	11	23.4%	5	15.6%	2	9.5%	13	13.7%
	D	1	6.3%	5	10.6%	3	9.4%	3	14.3%	8	8.4%
	E	4	25.0%	0	0.0%	1	3.1%	1	4.8%	4	4.2%
	F	0	0.0%	1	2.1%	1	3.1%	1	4.8%	0	0.0%
PA_2_4	A	5	31.3%	15	31.9%	6	18.8%	5	23.8%	36	37.9%
	B	5	31.3%	12	25.5%	12	37.5%	6	28.6%	31	32.6%
	C	4	25.0%	9	19.1%	6	18.8%	5	23.8%	11	11.6%
	D	0	0.0%	8	17.0%	4	12.5%	5	23.8%	12	12.6%
	E	1	6.3%	1	2.1%	4	12.5%	0	0.0%	2	2.1%
	F	1	6.3%	2	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.2%
PA_2_5	A	6	37.5%	20	42.6%	7	21.9%	7	33.3%	38	40.0%
	B	2	12.5%	10	21.3%	6	18.8%	3	14.3%	19	20.0%
	C	3	18.8%	5	10.6%	6	18.8%	4	19.0%	11	11.6%

	D	0	0.0%	3	6.4%	4	12.5%	1	4.8%	9	9.5%
	E	3	18.8%	4	8.5%	5	15.6%	1	4.8%	8	8.4%
	F	2	12.5%	5	10.6%	4	12.5%	5	23.8%	10	10.5%
PA_2_6	A	7	43.8%	14	29.8%	10	31.3%	4	19.0%	22	23.2%
	B	4	25.0%	16	34.0%	11	34.4%	9	42.9%	38	40.0%
	C	3	18.8%	13	27.7%	9	28.1%	5	23.8%	27	28.4%
	D	0	0.0%	3	6.4%	1	3.1%	1	4.8%	6	6.3%
	E	2	12.5%	1	2.1%	1	3.1%	1	4.8%	2	2.1%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%

Tabella 27. Valutazione fra pari - domande 2.1 -2.6 (per tipologia di testo).

Sezione 7. Risultati quantitativi in totale della valutazione del docente, per corso e per tipologia di testo.

A. Numero totale

		Totale	%
TA_1_1	A	87	40.7
	B	97	45.3
	C	26	12.1
	D	4	1.9
	E	0	0.0
	F	0	0.0
TA_1_2	A	84	39.3
	B	89	41.6
	C	33	15.4
	D	7	3.3
	E	1	0.5
	F	0	0.0
TA_1_3	A	109	50.9
	B	83	38.8
	C	14	6.5
	D	5	2.3
	E	3	1.4
	F	0	0.0

Tabella 28. Valutazione del docente - domande 1.1-1.3 (in totale).

		Totale	%
TA_2_1	A	78	36.4
	B	70	32.7
	C	60	28.0
	D	4	1.9
	E	2	0.9
	F	0	0.0
TA_2_2	A	71	33.5
	B	95	44.8
	C	41	19.3
	D	3	1.4
	E	2	0.9
	F	0	0.0
TA_2_3	A	60	28.0
	B	92	43.0
	C	54	25.2
	D	6	2.8
	E	2	0.9
	F	0	0.0
TA_2_4	A	44	20.6
	B	96	44.9
	C	61	28.5
	D	12	5.6
	E	1	0.5
	F	0	0.0
TA_2_5	A	43	20.1
	B	68	31.8
	C	69	32.2
	D	20	9.3
	E	14	6.5

	F	0	0.0
TA_2_6	A	60	28.0
	B	95	44.4
	C	53	24.8
	D	5	2.3
	E	1	0.5
	F	0	0.0

Tabella 29. Valutazione del docente - domande 2.1-2.6 (in totale).

		Totale	%
TA_3_1	A	82	38.3
	B	77	36.0
	C	44	20.6
	D	9	4.2
	E	1	0.5
	F	1	0.5
TA_3_2	A	74	34.6
	B	93	43.5
	C	40	18.7
	D	5	2.3
	E	1	0.5
	F	1	0.5
TA_3_3	A	81	37.9
	B	74	34.6
	C	42	19.6
	D	14	6.5
	E	2	0.9
	F	1	0.5

Tabella 28. Valutazione del docente - domande 3.1-3.3 (in totale).

B. Per corso

		Corso									
		EU_Roma		EU_Aarhus		EU_Firenze		EU_Messina		EU_Leeds	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
TA_1_1	A	25	54.3%	17	19.5%	13	43.3%	7	33.3%	25	83.3%
	B	19	41.3%	51	58.6%	13	43.3%	11	52.4%	3	10.0%
	C	2	4.3%	16	18.4%	4	13.3%	2	9.5%	2	6.7%
	D	0	0.0%	3	3.4%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_2	A	18	39.1%	20	23.0%	10	33.3%	8	38.1%	28	93.3%
	B	23	50.0%	44	50.6%	12	40.0%	9	42.9%	1	3.3%
	C	5	10.9%	19	21.8%	7	23.3%	2	9.5%	0	0.0%
	D	0	0.0%	3	3.4%	1	3.3%	2	9.5%	1	3.3%
	E	0	0.0%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_3	A	24	52.2%	49	56.3%	17	56.7%	5	23.8%	14	46.7%
	B	18	39.1%	30	34.5%	11	36.7%	8	38.1%	16	53.3%
	C	3	6.5%	3	3.4%	2	6.7%	6	28.6%	0	0.0%
	D	1	2.2%	3	3.4%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	E	0	0.0%	2	2.3%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 31. Valutazione del docente - domande 1.1-1.3 (per corso).

		Corso									
		EU_Roma		EU_Aarhus		EU_Firenze		EU_Messina		EU_Leeds	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
TA_2_1	A	15	32.6%	25	28.7%	6	20.0%	8	38.1%	24	80.0%
	B	12	26.1%	39	44.8%	8	26.7%	8	38.1%	3	10.0%
	C	19	41.3%	21	24.1%	14	46.7%	3	14.3%	3	10.0%
	D	0	0.0%	2	2.3%	1	3.3%	1	4.8%	0	0.0%
	E	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_2	A	21	45.7%	16	18.6%	8	26.7%	6	30.0%	20	66.7%
	B	20	43.5%	40	46.5%	18	60.0%	9	45.0%	8	26.7%
	C	5	10.9%	28	32.6%	4	13.3%	3	15.0%	1	3.3%
	D	0	0.0%	2	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_3	A	17	37.0%	17	19.5%	7	23.3%	5	23.8%	14	46.7%
	B	19	41.3%	42	48.3%	8	26.7%	12	57.1%	11	36.7%
	C	10	21.7%	26	29.9%	11	36.7%	3	14.3%	4	13.3%
	D	0	0.0%	2	2.3%	3	10.0%	1	4.8%	0	0.0%
	E	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	1	3.3%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_4	A	6	13.0%	17	19.5%	1	3.3%	2	9.5%	18	60.0%
	B	21	45.7%	44	50.6%	12	40.0%	9	42.9%	10	33.3%
	C	18	39.1%	22	25.3%	11	36.7%	8	38.1%	2	6.7%
	D	1	2.2%	4	4.6%	5	16.7%	2	9.5%	0	0.0%
	E	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_5	A	8	17.4%	16	18.4%	3	10.0%	3	14.3%	13	43.3%
	B	12	26.1%	31	35.6%	4	13.3%	8	38.1%	13	43.3%
	C	23	50.0%	29	33.3%	8	26.7%	6	28.6%	3	10.0%

	D	3	6.5%	11	12.6%	2	6.7%	3	14.3%	1	3.3%
	E	0	0.0%	0	0.0%	13	43.3%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_6	A	22	47.8%	14	16.1%	6	20.0%	2	9.5%	16	53.3%
	B	15	32.6%	42	48.3%	18	60.0%	10	47.6%	10	33.3%
	C	8	17.4%	31	35.6%	5	16.7%	6	28.6%	3	10.0%
	D	1	2.2%	0	0.0%	1	3.3%	2	9.5%	1	3.3%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 32. Valutazione del docente - domande 2.1-2.6 (per corso).

		Corso									
		EU_Roma		EU_Aarhus		EU_Firenze		EU_Messina		EU_Leeds	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
TA_3_1	A	23	50.0%	15	17.2%	22	73.3%	7	33.3%	15	50.0%
	B	16	34.8%	40	46.0%	5	16.7%	11	52.4%	5	16.7%
	C	6	13.0%	26	29.9%	2	6.7%	3	14.3%	7	23.3%
	D	0	0.0%	6	6.9%	1	3.3%	0	0.0%	2	6.7%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%
	F	1	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_3_2	A	12	26.1%	18	20.7%	23	76.7%	7	33.3%	14	46.7%
	B	27	58.7%	37	42.5%	7	23.3%	10	47.6%	12	40.0%
	C	6	13.0%	29	33.3%	0	0.0%	3	14.3%	2	6.7%
	D	0	0.0%	2	2.3%	0	0.0%	1	4.8%	2	6.7%
	E	0	0.0%	1	1.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	1	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_3_3	A	25	54.3%	16	18.4%	22	73.3%	9	42.9%	9	30.0%
	B	14	30.4%	33	37.9%	6	20.0%	9	42.9%	12	40.0%
	C	5	10.9%	28	32.2%	2	6.7%	3	14.3%	4	13.3%
	D	1	2.2%	8	9.2%	0	0.0%	0	0.0%	5	16.7%
	E	0	0.0%	2	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	1	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 33. Valutazione del docente - domande 3.1-3.3 (per corso).

		Corso									
		EU_Roma		EU_Aarhus		EU_Firenze		EU_Messina		EU_Leeds	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
VOTO COMPLESSIVO	A	13	28.3%	11	12.6%	3	10.0%	0	0.0%	13	43.3%
	B	29	63.0%	51	58.6%	21	70.0%	16	76.2%	15	50.0%
	C	3	6.5%	24	27.6%	6	20.0%	3	14.3%	1	3.3%
	D	1	2.2%	1	1.1%	0	0.0%	2	9.5%	1	3.3%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 34. Voto complessivo del docente (per corso).

C. Per tipologia di testo

		Testo									
		Video promozionale		Pagina <i>Chi Siamo</i>		Fanvid		Interazione mediata a video		Blog	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
TA_1_1	A	9	52.9%	20	40.8%	15	46.9%	12	57.1%	31	32.6%
	B	8	47.1%	22	44.9%	15	46.9%	4	19.0%	48	50.5%
	C	0	0.0%	5	10.2%	2	6.3%	4	19.0%	15	15.8%
	D	0	0.0%	2	4.1%	0	0.0%	1	4.8%	1	1.1%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_2	A	9	52.9%	23	46.9%	17	53.1%	10	47.6%	25	26.3%
	B	8	47.1%	12	24.5%	11	34.4%	8	38.1%	50	52.6%
	C	0	0.0%	11	22.4%	4	12.5%	2	9.5%	16	16.8%
	D	0	0.0%	2	4.1%	0	0.0%	1	4.8%	4	4.2%
	E	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_3	A	6	35.3%	21	42.9%	24	75.0%	9	42.9%	49	51.6%
	B	10	58.8%	20	40.8%	8	25.0%	8	38.1%	37	38.9%
	C	1	5.9%	4	8.2%	0	0.0%	3	14.3%	6	6.3%
	D	0	0.0%	2	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.2%
	E	0	0.0%	2	4.1%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_4	A	10	58.8%	15	30.6%	18	56.3%	7	33.3%	26	27.4%
	B	7	41.2%	14	28.6%	13	40.6%	6	28.6%	44	46.3%
	C	0	0.0%	18	36.7%	1	3.1%	7	33.3%	23	24.2%
	D	0	0.0%	2	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.1%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_5	A	7	41.2%	14	28.6%	21	65.6%	11	52.4%	39	41.1%

	B	10	58.8%	23	46.9%	9	28.1%	5	23.8%	33	34.7%
	C	0	0.0%	10	20.4%	2	6.3%	5	23.8%	23	24.2%
	D	0	0.0%	2	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_6	A	7	41.2%	17	34.7%	13	40.6%	8	38.1%	28	29.5%
	B	6	35.3%	20	40.8%	8	25.0%	7	33.3%	40	42.1%
	C	2	11.8%	9	18.4%	10	31.3%	3	14.3%	25	26.3%
	D	1	5.9%	3	6.1%	1	3.1%	3	14.3%	1	1.1%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
	F	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_7	A	7	41.2%	16	32.7%	19	59.4%	10	47.6%	44	46.3%
	B	7	41.2%	25	51.0%	11	34.4%	6	28.6%	43	45.3%
	C	3	17.6%	6	12.2%	2	6.3%	4	19.0%	7	7.4%
	D	0	0.0%	2	4.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_8	A	7	41.2%	11	22.4%	19	59.4%	7	33.3%	24	25.3%
	B	8	47.1%	24	49.0%	10	31.3%	8	38.1%	34	35.8%
	C	2	11.8%	10	20.4%	3	9.4%	2	9.5%	32	33.7%
	D	0	0.0%	4	8.2%	0	0.0%	3	14.3%	4	4.2%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	1	1.1%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_1_9	A	2	100.0%	16	32.7%	23	71.9%	12	57.1%	23	24.2%
	B	0	0.0%	22	44.9%	8	25.0%	5	23.8%	44	46.3%
	C	0	0.0%	7	14.3%	1	3.1%	4	19.0%	22	23.2%
	D	0	0.0%	3	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	5	5.3%
	E	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 35. Valutazione del docente - domande 1.1-1.9 (per tipologia di testo).

		Testo									
		Video promozionale		Pagina <i>Chi Siamo</i>		Fanvid		Interazione mediata a video		Blog	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
TA_2_1	A	8	47.1%	20	40.8%	12	37.5%	6	28.6%	32	33.7%
	B	2	11.8%	18	36.7%	9	28.1%	9	42.9%	32	33.7%
	C	7	41.2%	10	20.4%	11	34.4%	3	14.3%	29	30.5%
	D	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.5%	2	2.1%
	E	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_2	A	6	40.0%	20	40.8%	12	37.5%	10	47.6%	23	24.2%
	B	6	40.0%	19	38.8%	19	59.4%	6	28.6%	45	47.4%
	C	3	20.0%	9	18.4%	1	3.1%	2	9.5%	26	27.4%
	D	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	1	4.8%	1	1.1%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	9.5%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_3	A	6	35.3%	16	32.7%	8	25.0%	11	52.4%	19	20.0%
	B	5	29.4%	20	40.8%	16	50.0%	4	19.0%	47	49.5%
	C	5	29.4%	12	24.5%	7	21.9%	5	23.8%	25	26.3%
	D	0	0.0%	1	2.0%	1	3.1%	1	4.8%	3	3.2%
	E	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_4	A	4	23.5%	9	18.4%	6	18.8%	5	23.8%	20	21.1%
	B	6	35.3%	23	46.9%	15	46.9%	6	28.6%	46	48.4%
	C	7	41.2%	14	28.6%	10	31.3%	9	42.9%	21	22.1%
	D	0	0.0%	3	6.1%	1	3.1%	1	4.8%	7	7.4%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_5	A	3	17.6%	11	22.4%	7	21.9%	3	14.3%	19	20.0%
	B	5	29.4%	18	36.7%	10	31.3%	4	19.0%	31	32.6%
	C	8	47.1%	16	32.7%	11	34.4%	7	33.3%	27	28.4%
	D	1	5.9%	1	2.0%	1	3.1%	4	19.0%	13	13.7%

	E	0	0.0%	3	6.1%	3	9.4%	3	14.3%	5	5.3%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
TA_2_6	A	6	35.3%	14	28.6%	14	43.8%	8	38.1%	18	18.9%
	B	6	35.3%	27	55.1%	14	43.8%	6	28.6%	42	44.2%
	C	4	23.5%	7	14.3%	4	12.5%	5	23.8%	33	34.7%
	D	1	5.9%	1	2.0%	0	0.0%	1	4.8%	2	2.1%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 36. Valutazione del docente - domande 2.1-2.6 (per tipologia di testo).

		Testo									
		Video promozionale		Pagina <i>Chi Siamo</i>		Fanvid		Interazione mediata a video		Blog	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
TA_3_1	A	7	41.2%	26	53.1%	16	50.0%	9	42.9%	24	25.3%
	B	7	41.2%	10	20.4%	14	43.8%	7	33.3%	39	41.1%
	C	1	5.9%	11	22.4%	2	6.3%	4	19.0%	26	27.4%
	D	1	5.9%	2	4.1%	0	0.0%	1	4.8%	5	5.3%
	E	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
TA_3_2	A	8	47.1%	21	42.9%	15	46.9%	7	33.3%	23	24.2%
	B	4	23.5%	17	34.7%	17	53.1%	9	42.9%	46	48.4%
	C	4	23.5%	11	22.4%	0	0.0%	4	19.0%	21	22.1%
	D	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.8%	3	3.2%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%
TA_3_3	A	7	41.2%	24	49.0%	14	43.8%	9	42.9%	27	28.4%
	B	7	41.2%	16	32.7%	16	50.0%	7	33.3%	28	29.5%
	C	1	5.9%	5	10.2%	2	6.3%	5	23.8%	29	30.5%
	D	2	11.8%	4	8.2%	0	0.0%	0	0.0%	8	8.4%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.1%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.1%

Tabella 37. Valutazione del docente - domande 3.1-3.3 (per tipologia di testo).

		Testo									
		Video promozionale		Pagina <i>Chi Siamo</i>		Fanvid		Interazione mediata a video		Blog	
		Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %	Totale	N %
VOTO COMPLESSIVO	A	2	11.8%	11	22.4%	8	25.0%	7	33.3%	12	12.6%
	B	15	88.2%	27	55.1%	24	75.0%	10	47.6%	56	58.9%
	C	0	0.0%	10	20.4%	0	0.0%	2	9.5%	25	26.3%
	D	0	0.0%	1	2.0%	0	0.0%	2	9.5%	2	2.1%
	E	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	F	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

Tabella 38. Voto complessivo del docente (per tipologia di testo).

SEZIONE 8. Analisi SPSS: risultati indicativi del test *chi-quadrato* (B)

Valutazione fra pari – Valutazione del docente

- Valutazione fra pari domanda 1.1 – Valutazione del docente domanda 1.1

Chi-quadrato = 43.619, *df* = 15, significatività asintotica (a due sensi) = .000

		<i>TA_1_1</i>				Totale
		A	B	C	D	
<i>PA_1_4</i>	A	33	29	5	1	68
	B	32	33	7	0	72
	C	17	23	6	0	46
	D	3	7	3	1	14
	E	1	3	4	2	10
	F	0	0	1	0	1
Totale		86	95	26	4	211

Tabella 39. Valutazione fra pari domanda 1.1 – Valutazione del docente domanda 1.1 (nel complesso).

- Valutazione fra pari domanda 1.4 – Valutazione del docente domanda 1.4 (per gli studenti che hanno creato un blog)

Chi-quadrato = 53.812, *df* = 20, significatività asintotica (a due sensi) = .000

		<i>TA_1_4</i>				Totale
		A	B	C	D	
<i>PA_1_4</i>	A	12	15	5	0	32
	B	8	18	9	1	36
	C	4	9	8	0	21
	D	1	1	1	0	3
	E	1	1	0	0	2
	F	0	0	0	1	1
Totale		26	44	23	2	95

Tabella 40. Valutazione fra pari domanda 1.4 – Valutazione del docente domanda 1.4 (per gli studenti che hanno creato un blog).

➤ Valutazione fra pari domanda 2.1 – Valutazione del docente domanda 2.1

Chi-quadrato = 83.907, *df* = 20, significatività asintotica (a due sensi) = .000

		TA_2_1					Totale
		A	B	C	D	E	
PA_2_1	A	35	23	11	1	0	70
	B	24	26	11	0	0	61
	C	11	13	23	1	0	48
	D	5	4	7	2	0	18
	E	1	2	7	0	1	11
	F	1	0	1	0	1	3
Totale		77	68	60	4	2	211

Tabella 41. Valutazione fra pari domanda 2.1 – Valutazione del docente domanda 12.1 (nel complesso).

APPENDICE H: Linee guida per la valutazione

Entro [TERMINE DI PRESENTAZIONE] dovrai produrre e consegnare:

1. Un testo digitale. A seconda della specifica tipologia testuale che hai scelto sulla piattaforma EU MADE4LL, puoi scegliere:

- a. una pagina web *Chi Siamo*,
- b. un video promozionale,
- c. un fanvid,
- d. una interazione mediata a video

Questa parte del lavoro vale il **40% del voto finale**.

2. Una analisi di 2000 parole sulle risorse multimodali impiegate nel testo digitale e il loro potenziale di significato in relazione allo scopo comunicativo del testo.

Questa parte del lavoro vale il **40% del voto finale**.

Entro [TERMINE DI PRESENTAZIONE] dovrai consegnare:

3. Una scheda di valutazione fra pari compilata, nella quale valuti il testo digitale e l'analisi realizzati da un collega internazionale (sulla stessa tipologia di testo da te prodotto). Questa parte del lavoro vale il **20% del voto finale**.

Queste linee guida forniscono indicazioni dettagliate su:

- L'elenco delle letture di base per tutte le attività assegnate e la lista delle letture sui singoli seminari relativi a specifiche tipologie testuali digitali.
- Ogni sezione per ciascuna tipologia di testo digitale contiene:
 - o La lista delle risorse (cioè i file) da inviare
 - o Gli obiettivi formativi
 - o Le attività didattiche e i passaggi per produrre e inviare ogni specifico testo digitale con la relativa analisi
 - o Le attività didattiche e i passaggi per produrre e inviare la scheda di valutazione fra pari sul lavoro realizzato dal collega internazionale

LETTURE	<u>Lettere di base (per le tutte le lezioni istituzionali del modulo e comuni a tutte le tipologie testuali):</u> - Jewitt, Carey, Bezemer, Jeff, O'Halloran, Kay L. (2016). Why engage with Multimodality? In Jewitt, Carey, Bezemer, Jeff, O'Halloran, Kay L. <i>Introducing Multimodality</i>. London/ New York: Routledge, pp. 14-29. - Mode Glossary (https://multimodalityglossary.wordpress.com) - Jones, Rodney H. (2016) <i>Discourse Analysis</i>. London: Routledge. Sections: A9. Multimodal Discourse Analysis (pp.36-39); B9. Modes, Meaning and Action (pp.89-95); C9. Analyzing multimodality (pp.139-145); D9. Two Perspectives on Multimodality (pp.220-230). - Jewitt, Carey (2014 [2011]). An Introduction to Multimodality (Ch.1); Different Approaches to Multimodality (Ch.2), In Jewitt, Carey (ed.), <i>The Routledge Handbook of Multimodal Analysis</i>. London/ New York: Routledge, pp. 14-39. - Jones, Hafner (2012). Mediated Me (Ch.1). In Hafner Jones, <i>Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction</i>, London & New York: Routledge, pp. 1-15. - Roderick, Ian (2016). Defining Technology: Technology as Apparatus. In Roderick, Ian, <i>Critical Discourse Studies and Technology. A Multimodal Approach to Analysing Technoculture</i>. London/New York: Bloomsbury, pp. 9-13. - Jenkins, Jennifer (2006). Current Perspectives on Teaching World Englishes and English as a Lingua Franca. In TESOL Quarterly 40/1, pp. 157-181. - Jones, Hafner (2012). Online Cultures and Intercultural Communication (Ch.8). In Hafner Jones, <i>Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction</i>, London & New York: Routledge, pp. 115-128. - Jewitt Carey, Jeff Bezemer, Kay O'Halloran (2016) Designing a Multimodal Study. In Jewitt Carey, Jeff Bezemer, Kay O'Halloran <i>Introducing Multimodality</i>, London: Routledge, pp.130-152. - Gee, James Paul and Hayes, Elisabeth R. (2011). <i>Language and learning in the digital age</i>, London and New York, Routledge, Chapters 7-8, pp. 54-76. <u>Lettere per i seminari (specifiche per ciascuna delle cinque tipologie di testo digitale):</u> Video promozionali: - Iedema, R. (2001). Analyzing film and television: A social semiotic account. In Van Leeuwen, T. and Jewitt, C. (eds.). <i>Handbook of visual analysis</i>. London: Sage, pp.183-207. - Maier, C.D. (2012). Closer to nature: A case study of the multifunctional selection of moving images in an environmental corporate video. In <i>Multimodal Communication</i>, vol. 1, no. 3. Fanvid: - Moschini, I. (2011). Music & Series: the Verbalizing Role of Soundtrack Lyrics from Contemporary TV Series to User-generated Narrations. <i>Visual Communication</i>, 10(2), pp. 193-208.
-----------------------	---

	- Moschini, I. (2014). "You should've seen Luke!" or the Multimodal Encoding/Decoding of the Language of Postmodern 'Webridized' TV Series. <i>Text & Talk</i>, Special Issue: Multimodality, Meaning Making and the Issue of "Text", 34 (3), pp. 283-305. Interazioni mediate a video: - Sindoni, M. G. (2012). Mode-switching. How oral and written modes alternate in videochats. In M. Cambria, C. Arizzi, F. Coccetta (eds.), <i>Web Genres and Web Tools. With Contribution from the Living Knowledge Project</i>, Como – Pavia: Ibis, pp. 141-158. - Sindoni, M. G. (2014). Through the looking glass. A socio-semiotic and linguistic perspective on the study of videochat. <i>Text & Talk</i>, Special issue: <i>Multimodality, Meaning Making and the Issue of "Text"</i>, 34/3, pp. 325-347. Blog: - Adami, E. (2015) Aesthetics and identity in digital texts beyond writing: A social semiotic multimodal framework. In A. Archer and E. Breuer(eds.) <i>Multimodality in Writing. The state of the art in theory, methodology and pedagogy</i>. Leiden: Brill, pp. 43-62 - Adami, E. (2015) What's in a click: A social semiotic multimodal framework for the analysis of website interactivity. <i>Visual Communication</i> 14/2, pp. 133-153.
--	--

LINEE GUIDA PER LE PAGINE 'CHI SIAMO'

RISORSE (FILE) DA CARICARE	Dovrai caricare sulla piattaforma EU-MADE4LL le seguenti risorse (file): Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 1) Pagina web con “aggiungi sito web”. Nome del file: [TITOLO DEL SITO WEB], ad esempio “Chi Siamo”. 2) Mock up (prototipo) del template modificato in formato pdf. Nome del file: [TITOLO DEL SITO WEB] + MOCK UP, ad esempio, “ChiSiamoMockup.pdf”. 3) Analisi in formato pdf. Nome del file [TITOLO DEL SITO WEB] + ANALISI, ad esempio “ChiSiamoAnalisi.pdf”. Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 4) Scheda di valutazione fra pari compilata sulla piattaforma EU-MADE4LL.	
OBIETTIVI FORMATIVI	1. Capire come integrare le diverse risorse semiotiche con le principali linee guida di usabilità per la creazione di una pagina web, in particolare la pagina ‘Chi Siamo’, per un pubblico internazionale (aziendale, economico/commerciale, scolastico, no-profit, etc.). 2. Imparare a sfruttare le strategie di auto-promozione e le tecniche di base per realizzare una pagina web ‘Chi Siamo’ efficace. 3. Avere una buona padronanza delle abilità di scrittura per il web da un punto di vista multimodale.	
ATTIVITÀ DIDATTICHE	A)	Crea una pagina “Chi Siamo” con un preciso scopo comunicativo e diretta a un pubblico internazionale specifico (40% del voto finale) Passaggio 1: Scegli il profilo di un’azienda o di un’istituzione – Raccogli su internet informazioni su un’azienda o un’istituzione (può essere sia pubblica sia privata, ad esempio, aziendale, accademica, no-profit, agenzie governative, etc.). Prima di creare la pagina cambia il nome del marchio. Puoi anche creare un nuovo profilo aziendale o istituzionale. – Metti in evidenza il suo obiettivo. – Identifica il pubblico di destinazione internazionale. – Raccogli immagini, grafici, disegni e/o file audio-video (ad esempio, qualsiasi risorsa audio-video utile per lo svolgimento dell’attività).

	Passaggio 2: Crea la pagina “Chi Siamo” – Crea la pagina ‘Chi Siamo’ usando il software che preferisci. Puoi usare una piattaforma di modelli gratuiti di siti web online, come Wordpress.com, Wordpress.org (https://wordpress.org/), Weebly.com. (http://www.weebly.com/themes/), o Wix.com (https://www.wix.com/). <u>Dopo esserti registrato, puoi scegliere un modello e personalizzarlo.</u> – Inserisci gli elementi audiovisivi. – Scrivi lo slogan più azzeccato (max. 50 caratteri), il riassunto (max. 100 parole), la scheda informativa (max. 100 parole/5 frasi) e altre informazioni dettagliate (max. 10 frasi/link). – Ricordati di sottolineare/evidenziare tutte le parole e/o gruppi di parole usate per identificare i LINK. Per creare link interattivi, puoi usare pulsanti e collegamenti ipertestuali scritti o basati su immagini (puoi anche copiare immagini di pulsanti da internet da inserire nel tuo file). – Ricordati di adattare la configurazione multimodale della pagina ‘Chi Siamo’ a seconda dell’obiettivo specifico del sito web e del pubblico di destinazione. – Non fare copia e incolla di sezioni di testo da internet. – Verifica i permessi di copyright per le immagini e i video che non sono di tua proprietà. Passaggio 3: Consegna Carica la pagina web sulla piattaforma EU-MADE4LL cliccando su “aggiungi sito web”. Nomina il file con il nome del marchio che hai creato.
B)	Analizza la pagina ‘Chi Siamo’ giustificando le tue scelte in relazione all’obiettivo del sito e al pubblico internazionale di riferimento (40% del voto finale) Passaggio 1: Crea un mock up (prototipo) personalizzato – Crea un file che riproduca il layout della tua pagina web – Puoi crearlo tramite: ➢ uno screenshot del template inserito in una diapositiva ppt; ➢ una tabella in un file di word; ➢ usando un’applicazione o degli strumenti di mock up: https://balsamiq.com/ (prova gratuita) https://mockflow.com/ (gratuito); – Indica in ogni sezione del layout le tue scelte di personalizzazione rispetto al modello standard della pagina web; – Salva il file in formato pdf (per assicurarti che la formattazione e la grafica vengano mantenute). Nominalo come [TITOLO DEL SITO WEB] + MOCKUP. Passaggio 2: Analisi multimodale – Scrivi un’analisi di 2000 parole sulla configurazione multimodale che hai scelto per la pagina ‘Chi Siamo’, giustificando le tue scelte. Non descrivere i contenuti della pagina. – <u>Spiega le strategie usate per:</u> ➢ Usare efficacemente le principali tecniche di scrittura;

	➤ Combinare le risorse visive in con i testi scritti modo coerente e motivato; ➤ Facilitare l'identificazione e l'equilibrio delle 4 sezioni slogan, riassunto, scheda informativa, altre informazioni; ➤ Scegliere le strategie retoriche e comunicative più adeguate; ➤ Organizzare l'informatività della pagina gestendo le priorità informative; ➤ Migliorare la produzione di significato multimodale tramite l'usabilità; ➤ Centrare la funzione della pagina web e il suo pubblico di riferimento tramite la configurazione multimodale. – <u>Supporta</u> l'analisi con riferimenti alla letteratura scientifica (letture e altro). <u>Fai riferimento</u> al mock up (prototipo) per le modifiche applicate al template. – Salva il file in formato pdf. Nominalo come [TITOLO DEL SITO WEB] + ANALISI. Passaggio 3: Consegna Carica i file relativi al mock up (prototipo) e all'analisi in formato pdf sulla piattaforma EU-MADE4LL.
C)	Valuta il design, l'analisi e il mock up (prototipo) della pagina 'Chi Siamo' creata da un collega internazionale (20% del voto finale). Passaggio 1: Valutazione fra pari Dopo la consegna, riceverai una notifica per valutare la pagina 'Chi Siamo' (1), il mock up (prototipo) e l'analisi multimodale (2) realizzati da un altro studente (2). Dovrai valutare attentamente il design, il mock up e l'analisi della pagina web e compilare la scheda di valutazione fra pari sulla piattaforma EU-MADE4LL. Nella valutazione fra pari, considera che l'altro studente avrà ricevuto i tuoi stessi contenuti e materiali didattici, e che gli saranno stati assegnati gli stessi compiti che sono stati assegnati a te nelle attività A) e B) descritte sopra. Considera, inoltre, che l'altro studente potrebbe avere un retroterra culturale diverso dal tuo. Quando fai la valutazione fra pari, assicurati di rispettare i seguenti criteri: – Argomentazione: Supporta e giustifica le tue valutazioni; – Coerenza: Giudica in maniera coerente rispetto al feedback qualitativo in tutta la valutazione; – Feedback costruttivo: Fornisci dei consigli per migliorare con critiche sulle debolezze e apprezzamento dei punti di forza). Quando valuti un collega, giustifica i voti e supporta la valutazione con argomentazioni pertinenti. Ti verrà anche chiesto di fornire un feedback costruttivo: lo scopo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole). Passaggio 2: Consegna – Dopo aver compilato la scheda di valutazione fra pari in tutte le sue parti e sezioni, clicca "Salva e Invia".

LINEE GUIDA PER I FANVID	
RISORSE (FILE) DA CARICARE	Dovrai caricare sulla piattaforma EU-MADE4LL le seguenti risorse (files): Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 1) Fanvid in formato mp4. Nome del file: [TITOLO DEL FANVID], ad esempio, "MioFanvid.mp4". 2) Screenshot della "contestualizzazione" del fanvid su YouTube in formato pdf. Nome del file: [TITOLO DEL FANVID] + CONTESTO, ad esempio, "MioFanvidContesto.pdf". 3) Analisi e griglia in formato pdf. Nome del file: [TITOLO DEL FANVID] + ANALISI + GRIGLIA, ad esempio, "MioFanvidAnalisi+Griglia.pdf". Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 4) Scheda di valutazione fra pari compilata sulla piattaforma EU-MADE4LL.
OBIETTIVI FORMATIVI	1. Decodificare la combinazione del linguaggio televisivo postmoderno e le pratiche discorsive dei fandom in esempi di remixing da un punto di vista multimodale. 2. Comprendere la connotazione dell'ermeneutica e delle pratiche discorsive dei fandom adottando una prospettiva multimodale critica. 3. Imparare a creare, contestualizzare, analizzare e valutare un fanvid.

ATTIVITÀ DIDATTICHE	A)	Crea un fanvid e la relativa “contestualizzazione” (40% del voto finale). Passaggio 1: Il fanvid Crea un fanvid usando applicazione di video editing come Adobe Premiere Clip, FilmoraGo, Magisto, Quik oppure video editors online come WeVideo. Il video deve avere una durata di 90 secondi. Le risorse semiotiche sulle quali devi concentrarti sono: 1. Musica (la traccia audio o colonna sonora); 2. Altri suoni (suoni ambientali / dialoghi); 3. Immagini statiche / Immagini in movimento; 4. Fotogrammi di transizione ed effetti visivi (se presenti); 5. Sottotitoli (se presenti). Passaggio 2: Salva il video in formato mp4; nomina il file dando un titolo al fanvid e caricalo sulla piattaforma EU-MADE4LL. Passaggio 3: La “contestualizzazione” del fanvid su YouTube. Scrivi una breve presentazione del tuo contenuto digitale quando lo posti su YouTube. Cerca di riprodurre la stessa lingua usata negli esempi presentati nelle letture dei seminari. N.B. Solitamente questi messaggi sono indirizzati implicitamente a comunità altamente specializzate, dunque è importante che tu fornisca una breve sintesi delle conoscenze condivise necessarie per decodificare il fanvid nell’analisi. La risorsa semiotica principale da analizzare è il linguaggio verbale. Passaggio 4: Posta il video su YouTube e fai uno screenshot della pagina. Passaggio 5: Consegna Salva lo screenshot in formato pdf. Nomina il file come segue: [TITOLO DEL FANVID] + CONTESTO e caricalo sulla piattaforma EU-MADE4LL.
---------------------------------------	------------------	--

	B) Analizza il fanvid e crea una griglia delle relative risorse (40% del voto finale). Passaggio 1: L'Analisi multimodale del fanvid Analizza il fanvid. L'analisi multimodale deve avere una lunghezza di 2000 parole. Nell'elaborato dovrai: 1. Spiegare gli obiettivi comunicativi del video e fornire una breve sintesi delle conoscenze condivise necessarie per decodificare il tuo fanvid nell'analisi (vedi sopra). 2. Illustrare le diverse modalità selezionate per creare il fanvid e i motivi per cui le hai scelte. 3. Indicare il modo in cui le risorse semiotiche (scelte per creare il video ed evidenziate nella griglia - vedi sotto) producono significato, facendo riferimento alle categorie scientifiche presenti nell'elenco delle letture di base e secondarie. 4. Analizzare i processi di micro- e/o macro-risemiotizzazione del testo. 5. Spiegare il modo in cui la combinazione delle diverse modalità rispetta le pratiche discorsive della comunità di riferimento. 6. Spiegare le strategie discorsive usate per la contestualizzazione del video su YouTube. Passaggio 2: La griglia Alla fine dell'analisi, crea una griglia basandoti sul modello della Tabella 1 nella lettura secondaria <i>Music and Series</i> (pp. 196-197). Usa le seguenti categorie: 1. Immagini; 2. Sincronizzazione; 3. Lunghezza; 4. Testi delle canzoni; 5. Dialogo; 6. Musica; 7. Suoni ambientali / altri suoni; 8. Prospettiva sonora; 9. Fotogrammi di transizione (se presenti); 10. Testo in sovrimpressione (se presente). Passaggio 3: Salva l'analisi e la griglia in un file in formato pdf; nomina il file come segue: [TITOLO DEL FANVID] + ANALISI + GRIGLIA e caricalo sulla piattaforma EU-MADE4LL.
--	---

	C) Valuta il design e l'analisi di un fanvid prodotto da un collega internazionale (20% del voto finale). Passaggio 1: Valutazione fra pari Dopo la consegna, riceverai una notifica per valutare il lavoro realizzato da un altro studente. Dovrai valutare attentamente il design, la contestualizzazione su YouTube, l'analisi e la relativa griglia del fanvid prodotto e compilare la scheda di valutazione fra pari sulla piattaforma EU-MADE4LL. Nella valutazione fra pari, considera che l'altro studente avrà ricevuto i tuoi stessi contenuti e materiali didattici, e che gli saranno stati assegnati gli stessi compiti che sono stati assegnati a te nelle attività A) e B) descritte sopra. Considera, inoltre, che l'altro studente potrebbe avere un retroterra culturale diverso dal tuo. Quando fai la valutazione fra pari, assicurati di rispettare i seguenti criteri: – Argomentazione: Supporta e giustifica le tue valutazioni; – Coerenza: Giudica in maniera coerente rispetto al feedback qualitativo in tutta la valutazione; – Feedback costruttivo: Fornisci dei consigli per migliorare con critiche sulle debolezze e apprezzamento dei punti di forza). Quando valuti un collega, giustifica i voti e supporta la valutazione con argomentazioni pertinenti. Ti verrà anche chiesto di fornire un feedback costruttivo: lo scopo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole). Passaggio 2: Consegna – Dopo aver compilato la scheda di valutazione fra pari in tutte le sue parti e sezioni, clicca “Salva e Invia”.
--	---

LINEE GUIDA PER I VIDEO PROMOZIONALI

RISORSE (FILE) DA CARICARE	Dovrai caricare sulla piattaforma EU-MADE4LL le seguenti risorse (files): Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 1) Video promozionale dell'Università in formato mp4 – Nome del file: [TITOLO DEL VIDEO], ad esempio, "PromozioneUniversità.mp4". 2) Analisi in formato pdf – Nome del file: [TITOLO DEL VIDEO] + ANALISI, ad esempio, "PromozioneUniversitàAnalisi.mp4" Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 3) Scheda di valutazione fra pari compilata sulla piattaforma EU-MADE4LL.	
OBIETTIVI FORMATIVI	1. Acquisire una chiara comprensione e una conoscenza pratica di come sfruttare le qualità di diverse risorse semiotiche e nella loro interazione quando si crea un video promozionale, nello specifico, un video per presentare la tua università ai futuri studenti. 2. Acquisire esperienza nell'applicazione del modello di analisi di Iedema (2001), per esplorare le pratiche discorsive dei video aziendali. 3. Saper interpretare le tecniche discorsive multimodali per la comunicazione strategica di prospettive specifiche sugli aspetti della realtà rappresentati.	
ATTIVITÀ DIDATTICHE	A)	Crea un video promozionale nel quale presenti alcuni aspetti della tua università che secondo te potrebbero essere rilevanti per i futuri studenti (caratteristiche, storia o cultura dell'università, la vita degli studenti, la varietà della composizione del corpo studentesco, un tour del campus, la segreteria studenti, la biblioteca, etc.). Il video deve avere una durata di 90 secondi (40% del voto finale). Passaggio 1 - Pre-produzione: – Identifica gli scopi comunicativi e il copione; – Identifica i partecipanti, i materiali, le location (ad esempio, campus, itinerari, edifici universitari, biblioteca, segreteria studenti, etc.) che possano rappresentare al meglio gli scopi comunicativi;

	- Fai un elenco dettagliato (storyboard o sceneggiatura di lavorazione) contenente tutti i fotogrammi che intendi includere nel video, specificando: ➢ il contenuto di ciascun fotogramma (immagine, testo scritto e/o orale, presenza di suoni e/o musica) ➢ la tipologia delle riprese (con videocamera statica/mobile) ➢ la dimensione (primo piano, campo medio, campo lungo) ➢ la durata Il lavoro di pre-produzione si conclude con un piano di produzione che indica giorno per giorno quante e quali riprese devono essere girate e con quanti fotogrammi, dove e per quanto tempo avranno luogo le riprese in ciascuna giornata (se sono previsti più giorni di lavorazione). Passaggio 2 - Produzione: - Mettere in pratica il piano di produzione (più dettagliato è il piano, più facile sarà il lavoro di produzione). - Mentre registri con lo smartphone le riprese elencate nel copione, fai una lista di quelle che intendi mantenere nel video, usando un sistema di identificazione (alcune riprese potrebbero avere immagini di alta qualità ma suoni di bassa qualità o viceversa). Passaggio 3 - Post-produzione: - Scarica un'applicazione gratuita per smartphone per modificare il video, <i>Adobe Premiere Clip</i> (info su: http://www.consumerreports.org/mobile-apps/free-video-editing-apps-for-smartphone/). - Modifica il video tendendo in considerazione gli scopi comunicativi. Passaggio 4 - Consegna: Salva il video in formato mp4 (nominalo dandogli un titolo) e caricalo sulla piattaforma EU-MADE4LL.
B)	Analizza il video promozionale dell'università. L'analisi del discorso multimodale deve avere una lunghezza di 2000 parole (40% del voto finale). Passaggio 1: Spiega gli scopi comunicativi del video, mettendo in luce l'equilibrio tra informazione, pubblicità e intrattenimento. Passaggio 2: Fai un'analisi del discorso multimodale del video impiegando gli strumenti analitici di Iledema. Spiega come interagiscono tra loro i tre tipi di significato (<i>rappresentativo</i>, <i>orientativo</i> e <i>organizzativo</i>) al fine di promuovere una particolare "versione della realtà" nel video. Giustifica le scelte metafunzionali compiute. Passaggio 3: Spiega come l'interazione delle risorse semiotiche crei significati pertinenti per il pubblico di riferimento. Passaggio 4: Consegna Salva l'analisi in formato pdf; nomina il file come segue: [TITOLO DEL VIDEO] + ANALISI, e caricalo sulla piattaforma EU-MADE4LL.

	C) Valuta il design e l'analisi di un video promozionale dell'Università prodotto da un collega internazionale (20% del voto finale). Passaggio 1: Valutazione fra pari Dopo la consegna, riceverai una notifica per valutare il video (1) e l'analisi multimodale (2) prodotti da un altro studente. Compila la scheda di valutazione fra pari valutando attentamente la produzione dello studente e l'analisi, e compila la scheda di fra pari sulla piattaforma EU-MADE4LL. Nella valutazione fra pari, considera che l'altro studente avrà ricevuto i tuoi stessi contenuti e materiali didattici, e che gli saranno stati assegnati gli stessi compiti che sono stati assegnati a te nelle attività A) e B) descritte sopra. Considera, inoltre, che l'altro studente potrebbe avere un retroterra culturale diverso dal tuo. Quando fai la valutazione fra pari, assicurati di rispettare i seguenti criteri: – Argomentazione: Supporta e giustifica le tue valutazioni; – Coerenza: Giudica in maniera coerente rispetto al feedback qualitativo in tutta la valutazione; – Feedback costruttivo: Fornisci dei consigli per migliorare con critiche sulle debolezze e apprezzamento dei punti di forza). Quando valuti un collega, giustifica i voti e supporta la valutazione con argomentazioni pertinenti. Ti verrà anche chiesto di fornire un feedback costruttivo: lo scopo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole). Passaggio 2: Consegna – Dopo aver compilato la scheda di valutazione fra pari in tutte le sue parti e sezioni, clicca “Salva e Invia”.
--	--

LINEE GUIDA PER LE INTERAZIONI MEDIATE A VIDEO

RISORSE (FILE) DA CARICARE	Dovrai caricare sulla piattaforma EU-MADE4LL le seguenti risorse (file): Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 1) Interazione mediata a video in formato mp4 – nome del file: [TITOLO DELL'INTERAZIONE], ad esempio, “Colloquio.mp4” 2) Griglia di trascrizione in formato pdf – nome del file: [TITOLO DELL'INTERAZIONE] + TRASCRIZIONE, ad esempio, “ColloquioTrascrizione.pdf” 3) Analisi in formato pdf – nome del file: [TITOLO DELL'INTERAZIONE] + ANALISI, ad esempio “ColloquioAnalisi.pdf”. Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 4) Scheda di valutazione fra pari compilata sulla piattaforma EU-MADE4LL.	
OBIETTIVI FORMATIVI	1. Sviluppare una piena consapevolezza delle molteplici modalità e risorse che entrano in gioco nell'interazione mediata a video (VMI). 2. Comprendere come tutte le risorse, inclusa la lingua, fra le altre, contribuiscano al successo della comunicazione nella VMI. 3. Possedere nozioni teoriche e suggerimenti pratici per il successo della comunicazione a video in contesti interculturali, educativi e professionali.	
ATTIVITÀ DIDATTICHE	A)	Produci un'interazione mediata a video con il collega internazionale con cui sei stato messo in coppia (40% del voto finale). Seleziona uno dei due tipi di interazione: 1) Un'interazione video in contesto privato (ad esempio, una conversazione informale su Skype) o 2) un'interazione video in contesto pubblico (ad esempio, un colloquio di lavoro o una riunione di affari su Skype). Registra l'interazione video. Passaggio 1 - La fase di pre-produzione: interazione – Stabilisci se preferisci un contesto pubblico o privato. – Se opti per un contesto privato, scegli un argomento informale per la conversazione. – Se opti per un contesto pubblico, pianifica in anticipo le domande che vorresti porre se fossi al posto del datore di lavoro. – Lo studente che reciterà la parte del candidato può pianificare le risposte, ma non è permesso leggere. – Sia nelle interazioni pubbliche che in quelle private la conversazione deve essere il più naturale possibile.

	Passaggio 2 - La fase di produzione: – Scarica Skype (http://www.skype.com/it/) o un programma simile; – Scarica un software gratuito per registrare le conversazioni video, come http://camstudio.org/ per Windows, QuickTime per Mac (compreso in Mac); http://www.screencast-o-matic.com/ (installazione non necessaria, max. 15 minuti); o la versione di prova gratuita di Camtasia http://www.techsmith.com/download/camtasia/; – Registra una videochiamata con uno studente/collega; – Salva il file in formato mp4. Nomina il file dandogli un titolo (basandoti sull'argomento principale dell'interazione), ad esempio, "ColloquioBarilla.mp4". La registrazione deve essere effettuata da entrambi gli studenti coinvolti nell'interazione. Passaggio 3 - Consegna: Salva il file in formato mp4 e caricalo sulla piattaforma EU-MADE4LL.
B)	Seleziona un estratto dell'interazione, trascrivilo e analizzalo (40% del voto finale). Passaggio 1: Selezione della clip – Dopo aver registrato il video, riguardalo più volte per selezionare la parte più interessante ai fini dello studio (dai 30 ai 180 secondi). – Visiona il video in slow motion per osservare tutti i dettagli. – Non appena avrai selezionato la clip, annota l'arco temporale (tempo di inizio e fine della clip). Passaggio 2: Trascrizione della clip selezionata Trascrivi la clip seguendo il sistema di trascrizione usato nelle letture. La trascrizione dovrebbe riportare dai 30 ai 180 secondi dell'interazione registrata. Passaggio 3: Salva la trascrizione in un file in formato pdf. Nomina il file come segue: [TITOLO DELL'INTERAZIONE] + TRASCRIZIONE. Passaggio 4: Analisi della clip selezionata e della relativa trascrizione – Scrivi un'analisi multimodale di 2000 parole della clip selezionata e della relativa trascrizione. – Descrivi tutte le risorse e il modo in cui esse si sviluppano nel tempo e vengono utilizzate dai partecipanti per comunicare. – Spiega come l'interazione delle risorse semiotiche produce significati e se la comunicazione è stata efficace o meno, fornendo esempi tratti dai tuoi dati video. – Fornisci spiegazioni anche attingendo alle nozioni teoriche studiate. Passaggio 5: Salva l'analisi in un file in formato pdf. Nomina il file come segue: [TITOLO DELL'INTERAZIONE] + ANALISI.

		Passaggio 6: Consegna Carica i file relativi alla trascrizione e all'analisi in formato pdf sulla piattaforma EU-MADE4ALL.
	c)	Valuta la clip selezionata, la trascrizione e l'analisi dell'interazione mediata a video realizzate da un collega internazionale (20% del voto finale). Passaggio 1: Valutazione fra pari Dopo la consegna, riceverai una notifica per valutare il lavoro svolto da un collega internazionale. Valuta attentamente la clip selezionata e le relative griglia di trascrizione e analisi, e compila la scheda di valutazione fra pari sulla piattaforma EU-MADE4LL. Nella valutazione fra pari, considera che l'altro studente avrà ricevuto i tuoi stessi contenuti e materiali didattici, e che gli saranno stati assegnati gli stessi compiti che sono stati assegnati a te nelle attività A) e B) descritte sopra. Considera, inoltre, che l'altro studente potrebbe avere un retroterra culturale diverso dal tuo. Quando fai la valutazione fra pari, assicurati di rispettare i seguenti criteri: – Argomentazione: Supporta e giustifica le tue valutazioni; – Coerenza: Giudica in maniera coerente rispetto al feedback qualitativo in tutta la valutazione; – Feedback costruttivo: Fornisci dei consigli per migliorare con critiche sulle debolezze e apprezzamento dei punti di forza). Quando valuti un collega, giustifica i voti e supporta la valutazione con ragionamenti appropriati. Ti verrà anche chiesto di fornire un feedback costruttivo: lo scopo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del lavoro (max. 400 parole). Passaggio 2: Consegna – Dopo aver compilato la scheda di valutazione fra pari in tutte le sue parti e sezioni, clicca “Salva e Invia”.

LINEE GUIDA PER I BLOG	
RISORSE (FILE) DA CARICARE	Dovrai caricare sulla piattaforma EU-MADE4LL le seguenti risorse (files): Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 1) Blog come “aggiungi sito web”. Nome del file [TITOLO DEL BLOG], ad esempio, “MioBlog”. 2) Prototipo del modello modificato in formato pdf. Nome del file [TITOLO DEL BLOG] + MOCK UP, ad esempio, “MioBlogMockUp.pdf”. 3) Analisi in formato pdf – nome del file: [TITOLO DEL BLOG] + ANALISI, ad esempio “MioBlogAnalisi.pdf”. Entro [TERMINE DI SCADENZA]: 4) Scheda di valutazione fra pari compilata sulla piattaforma EU-MADE4LL.
OBIETTIVI FORMATIVI	1. Sviluppare consapevolezza e abilità nella progettazione e produzione di un blog, scegliendo le risorse multimodali più adatte agli obiettivi specifici del blog, in termini di: 1) identità del blogger trasmessa dal blog, 2) argomento del blog, e 3) pubblico internazionale. Ciò include anche la tua capacità di personalizzare le risorse semiotiche dei template disponibili, a seconda degli scopi comunicativi. 2. Acquisire esperienza nell'applicazione di un quadro semiotico sociale per l'analisi multimodale dell'estetica e dell'interattività di un blog, in relazione agli scopi comunicativi, al pubblico internazionale di riferimento e all'identità che l'autore intende trasmettere con la composizione multimodale del blog. 3. Essere in grado di giustificare e dimostrare le scelte nella progettazione e composizione multimodale e valutare l'appropriatezza del design multimodale dei blog realizzati da altri.

ATTIVITÀ DIDATTICHE	A) Crea un blog che abbia un preciso scopo comunicativo e si rivolga ad un pubblico internazionale specifico (40% del voto finale). Passaggio 1: Scegli il tipo e l'identità del blog Puoi creare qualsiasi tipo di blog: personale o aziendale, collettivo o individuale; può essere incentrato su qualsiasi argomento, purché abbia uno scopo comunicativo chiaro; pensa al pubblico (internazionale) di riferimento (cioè, chi potrebbe essere interessato a interagire con il tuo blog e per quali motivi) e, in base a questo, pensa a come progettarelo. Passaggio 2: Crea il blog – Crea il blog usando il software che preferisci (cerca su Google informazioni e suggerimenti su come fare). – Crea tutte le sezioni della home page del blog, incluso un titolo, il menu, etc.; – Progetta la configurazione multimodale del blog in base allo scopo specifico, al pubblico di riferimento e all'immagine di blogger che vuoi trasmettere; – Crea uno o più post sul blog; – Non fare copia e incolla di sezioni di testo da internet (cita i contenuti tratti da fonti esterne). – Verifica i permessi di copyright per le immagini e i video che non sono di tua proprietà. Passaggio 3: Consegna Carica la pagina web sulla piattaforma EU-MADE4LL cliccando su “aggiungi sito web”. Nomina il file con il nome del blog.
--------------------------------	--

	B) Analizza l'estetica e l'interattività delle risorse semiotiche che hai usato nella progettazione del blog, giustificando le tue scelte in relazione allo scopo comunicativo del blog, il pubblico internazionale di riferimento e l'idea di blogger proiettata dal testo (40% del voto finale). Passaggio 1: Crea un mock up personalizzato – Crea un file che riproduca il layout della tua pagina web (vedi anche il seminario sulla pagina web <i>Chi Siamo</i>) – Puoi crearlo tramite: ➢ uno screenshot del template inserito in una diapositiva ppt; ➢ una tabella in un file di word; ➢ usando un'applicazione o degli strumenti di mock up: https://balsamiq.com/ (prova gratuita) https://mockflow.com/ (gratuito); – Indica in ogni sezione del layout le tue scelte di personalizzazione rispetto al modello della pagina web; – Salva il file in formato pdf (per assicurarti che la formattazione e la grafica vengano mantenute). Nominalo come [TITOLO DEL BLOG] + MOCK UP. Passaggio 2: Analisi multimodale (40% del voto finale) – Scrivi un'analisi di 2000 parole sulla configurazione multimodale che hai scelto per il blog, giustificando le tue scelte. Non descrivere i contenuti della pagina. Analizza: (a) il potenziale di significato estetico e (b) le caratteristiche di identità che il blogger intende trasmettere al pubblico, quali: (1) Layout, (2) Font, (3) Colore, (4) Immagine, (5) Testo, (6) Interattività e (7) la loro combinazione. – <u>Supporta</u> l'analisi con riferimenti alla letteratura scientifica (letture e altro). <u>Fai riferimento</u> al mock up per i cambi applicati al modello. – <u>Spiega</u> in che modo i vari significati soddisfano la funzione del blog ed esprimono la relazione sociale desiderata con il pubblico internazionale di riferimento. – Salva il file in formato pdf. Nominalo come [TITOLO DEL BLOG] + ANALISI. Passaggio 3: Consegna – Carica i file relativi al prototipo e all'analisi in formato pdf sulla piattaforma EU-MADE4LL.
--	--

	C) Valuta il design, l’analisi e il prototipo di un blog creato da un collega internazionale (20% del voto finale). Passaggio 1: Valutazione fra pari Dopo la consegna, riceverai una notifica per valutare (1) il blog creato da un altro studente, (2) il mock up e l’analisi multimodale. Dovrai valutare attentamente il design, il mock up e l’analisi del blog e compilare la scheda di valutazione fra pari sulla piattaforma EU-MADE4LL. Nella valutazione fra pari, considera che l’altro studente avrà ricevuto i tuoi stessi contenuti e materiali didattici, e che gli saranno stati assegnati gli stessi compiti che sono stati assegnati a te nelle attività A) e B) descritte sopra. Considera, inoltre, che l’altro studente potrebbe avere un retroterra culturale diverso dal tuo. Quando fai la valutazione fra pari, assicurati di rispettare i seguenti criteri: – Argomentazione: Supporta e giustifica le tue valutazioni; – Coerenza: Giudica in maniera coerente rispetto al feedback qualitativo in tutta la valutazione; – Feedback costruttivo: Fornisci dei consigli per migliorare con critiche sulle debolezze e apprezzamento dei punti di forza). Quando valuti un collega, giustifica i voti e supporta la valutazione con ragionamenti appropriati. Ti verrà anche chiesto di fornire un feedback costruttivo: lo scopo non è mettere in evidenza gli errori, ma aiutare a migliorare la qualità del suo lavoro (max. 400 parole). Passaggio 2: Consegna – Dopo aver compilato la scheda di valutazione fra pari in tutte le sue parti e sezioni, clicca “Salva e Invia”.
--	---

APPENDICE I: Esempio di dati qualitativi

Appendice I: Esempio di dati qualitativi

Sezione 1: Esempio di voti e commenti degli studenti

Orchestrazione multimodale

LIVELLO AVANZATO

ID 0233029 EU-ROME: “In questo progetto lo studente produce una perfetta orchestrazione multimodale poiché combina risorse semiotiche per rendere immediatamente comprensibile lo scopo comunicativo del messaggio che vuole trasmetterci.” (A)

LIVELLO INTERMEDIO

ID 482449 EU-MESSINA: “Lo scopo del video è chiaro e le risorse semiotiche utilizzate in relazione al video supportano bene il suo scopo.” (B)

LIVELLO PRINCIPIANTE

ID 023312 EU-ROME: “L’utilizzo di risorse semiotiche è adatto a fini informativi. Il video riporta le informazioni essenziali su Tor Vergata” (C)

Tecnologie digitali

LIVELLO AVANZATO

ID 201044073 EU-LEEDS “Assolutamente sì: la colonna sonora è stata utilizzata per creare un senso di aspirazione e ispirazione oltre che di attesa. Il primo piano è stato utilizzato per creare un senso di intimità tra il soggetto e lo spettatore, il campo medio è stato utilizzato per mostrare la grandezza della biblioteca e il campo lungo è stato utilizzato per enfatizzare le dimensioni degli edifici. Il testo in sovrapposizione è stato utilizzato per informare lo spettatore in merito alla storia del luogo e dei suoi servizi, e anche per persuadere lo spettatore a visitare l’Università.” (A)

LIVELLO INTERMEDIO

ID 6096180 EU-FLORENCE “Le affordance tecnologiche a disposizione dello studente vengono utilizzate correttamente, rendendo così il testo digitale ancora più piacevole. Questo viene messo in atto attraverso i mezzi di montaggio del video dove lo studente utilizza una telecamera di alta qualità e le opzioni di montaggio del video, come immagini velocizzate, slow motion, ecc.” (B)

LIVELLO PRINCIPIANTE

ID 23312 EU-ROME: “C’è una sovrabbondanza di foto rispetto al filmato.” (D)

Comunicazione interculturale

LIVELLO AVANZATO

ID 201704755 EU-AARHUS: “La lingua scritta e parlata è l’inglese e dovrebbe essere capito essendo nella scuola come studente internazionale, per questo funziona bene. È anche breve, preciso e di facile immedesimazione per tutti coloro che capiscono l’inglese. La musica è veramente mitica e sembra quella di un film importante, dato che tutti nel mondo occidentale guardano film americani saranno in grado di capirne il significato. Si può affermare che gli stranieri provenienti dall’Asia, ad esempio, possono percepire la musica in modo diverso.” (A)

LIVELLO INTERMEDIO

ID 201406440 EU-AARHUS: “È semplice e facile da capire, quindi credo che potrebbe essere adatto ad un pubblico internazionale.” (B)

LIVELLO PRINCIPIANTE

ID 200989929 EU-LEEDS: “Era difficile comprendere alcuni degli studenti intervistati, anche per una persona che parla l’inglese. Non c’erano sottotitoli in inglese.” (E)

Tabella 1. Esempi di voti e commenti degli studenti sulla realizzazione dei video promozionali.

Sezione 2: Esempi di feedback qualitativi dei docenti sulle attività 1, 2 e 3:

TIPOLOGIA DI TESTO CONSEGNATO	ID STUDENTE	CLASSE	VOTO PER LE ATTIVITÀ 1 E 2
Video promozionale	ID200989929	EU-LEEDS	B
Il video è una convincente (rap)presentazione multimodale degli studenti LGBTQ+ e delle loro opportunità presso l'Università di Leeds. I suoi principali punti di forza sono legati alla chiara focalizzazione tematica e alle testimonianze di studenti, accuratamente scelti, filmate nello stesso posto (suggerendo anche in questo modo un senso di comunità). Tuttavia, la scelta della musica indebolisce l'interazione multimodale tra immagini in movimento e lingua parlata. Il testo in sovraimpressione alle immagini è a volte difficile da leggere; avresti potuto prestare maggiore attenzione ai contrasti di colore. Per rendere il video più accessibile ai futuri studenti internazionali avresti potuto sottotitolare il discorso dei partecipanti (visti i molti accenti inglesi, anche locali, utilizzati). L'inquadratura di chiusura avrebbe potuto fornire il link al sito dell'Università, dato che si intende favorire l'arrivo di studenti presso l'Università di Leeds. Avresti potuto dire/mostrare dove si trova Leeds in modo da rendere il video più informativo per un pubblico internazionale. Per quanto riguarda l'analisi, anche se affermi di applicare "Il modello di analisi di Iedema a sei livelli", la tua analisi avrebbe dovuto avere una struttura migliore per riuscire a convincere il lettore delle tue competenze analitiche. Hai degli ottimi dettagli analitici che avrebbero potuto avere maggior forza argomentativa se l'analisi fosse stata più strutturata. Considerando che hai solo 2000 parole a disposizione per la tua analisi, avresti potuto evitare di tornare indietro fino a Saussure, specialmente considerando che le conoscenze in merito sono superficiali. Presta più attenzione all'ortografia (ad esempio, "Ledema" al posto di "Iedema") e ad alcune questioni grammaticali (ad esempio la mancanza del verbo principale in "Formare un linguaggio non verbale complesso che sviluppa la comunicazione di massa solo attraverso immagini"). In futuro assicurati di correggere prima di consegnare.			
Pagina Chi siamo	ID0203102	EU-ROME	B
La tua pagina è buona in termini di distribuzione delle risorse visive. La sezione riassuntiva è confusionaria poiché gli utenti non capiscono se si faccia riferimento ad un centro sportivo o ad una donna sportiva. Le 4 sezioni sono buone, ma la scrittura è semplice.			
Interazione mediata a video	ID482747	EU-MESSINA	D
Il problema delle due attività è che si utilizzano veramente pochi dati, quindi fondamentalmente non c'è scelta del segmento, poiché esso è stato trascritto quasi completamente (ma mi sembra un po' inutile: non capisco perché hai iniziato a parlare di dita lunghe, il significato del tuo commento, e nemmeno Tess e Matt hanno capito). Era troppo breve e non completamente comprensibile. L'analisi			

è problematica anche perché hai sprecato tutte le sezioni parlando di teorie che non sono pertinenti all'interazione (ad esempio, perché hai parlato di linguistica critica se non è pertinente con la tua attività?) e hai utilizzato solo poche righe per parlare del vero argomento, che riguarda l'uso delle risorse nell'interazione e come tutti i partecipanti le hanno impiegate per comunicare. Manca inoltre il commento sul compito di trascrizione e hai utilizzato troppe righe che segnalano problemi tecnici, questo può andar bene, ma poco pertinente rispetto a quello che ci si aspettava da te.

Fanvid	ID476518	EU-MESSINA	B
---------------	-----------------	-------------------	----------

Il fanvid è davvero interessante perché affronta un'importante questione sociale, altamente rilevante per i giovani, anche se, purtroppo, non è immediatamente chiaro. Si capisce che l'omosessualità fa parte della trama principale, ma non è chiaro come questo abbia a che fare con il ragazzo del video. Probabilmente una diversa selezione delle clip avrebbe mostrato in modo più chiaro le importanti osservazioni che emergono solo nell'analisi. Il fanvid è buono in termini di design e uso della musica e del testo in sovrainpressione, che sono spiegati anche nell'analisi.

L'analisi è buona, interessante e scorrevole, anche se a volte non è molto lineare e sembra mancare di coesione qua e là. Un uso più completo dei riferimenti avrebbe giovato a un approfondimento dell'analisi. La contestualizzazione è anch'essa di buon livello.

Blog	ID201030886	EU-LEEDS	A
-------------	--------------------	-----------------	----------

Il design del tuo blog è ottimo; si adatta al suo obiettivo e trasmette il messaggio in modo molto efficace. Il contenuto scritto dei post avrebbe dovuto essere più dettagliato per essere davvero informativo e interessante (fornendo dettagli utili ed esempi di suggerimenti, piuttosto che fornire il budget e il piano di finanziamento; avendo in mente un pubblico internazionale, avresti potuto introdurre anche il paese in cui vivi). Avrebbe anche dovuto essere formattato meglio per il web, utilizzando ad esempio il grassetto per i sottotitoli e fornendo i link o gli indirizzi dei luoghi visitati, ma in generale il blog trasmette l'immagine del blogger in modo abbastanza efficace.

L'analisi è molto ben costruita, sia nell'introduzione dei concetti di analisi multimodale che nella presentazione dello scopo e della collocazione sociale del blog. Il layout è ben trattato, anche se il posizionamento non viene classificato come modulare, cosa che contribuisce in particolare all'estetica 'moderna' e 'alla moda'. Hai analizzato molto bene il font, anche se non discuti il font che è stato usato nel titolo dei post del blog, che è sovrapposto alle foto nella homepage. Questo lo fa sembrare abbastanza professionale e minimalista – e aiuta a compensare ciò che è realizzato manualmente della pagina 'Chi sono' e dell'intestazione. L'analisi e la discussione sul colore sono ottimi, nulla da aggiungere qui (tranne – eventualmente – il rosa per la sezione 'Chi sono?') – e lo stesso vale per l'analisi del testo scritto e delle immagini. Anche l'analisi dell'interattività è buona, anche se sembri contraddirti quando dici che i lettori possono mettersi in contatto con il blogger ma il blogger non può rispondere – tuttavia dopo menzioni la funzionalità di commento ai post,

che solitamente permette di interagire - questa è una buona cosa, perché i blog personali, anche se si presentano come diari, tendono a richiedere una qualche forma di interazione). Le tue conclusioni sono ottime.
Fai un ottimo uso delle letture e mostri di averle approfondite per supportare la tua analisi.

Tabella 2. Esempi di feedback dei docenti sulle attività 1 e 2.

TIPOLOGIA DI TESTO CONSEGNATO	ID STUDENTE	CLASSE	VOTO PER LE ATTIVITÀ 1 E 2
Pagina “Chi siamo”	200990396	EU-LEEDS	C
Il tuo commento è buono, in particolar modo nella sezione qualitativa. Le valutazioni nei commenti sono coerenti con la tua classificazione. Tuttavia, dovresti prestare attenzione ad alcuni aspetti per migliorare il modo in cui fornisci un feedback in futuro. Assicurati di fornire sempre esempi e dettagli specifici nel feedback e critiche costruttive (ad esempio, “Tuttavia può essere migliorato visto che le risorse semiotiche utilizzate nel testo non hanno creato uno scopo comunicativo chiaro”: quali risorse? Come potrebbero essere migliorate?). Come in questo esempio, molti dei tuoi commenti sembrano generici; potresti invece supportare il tuo ragionamento con esempi chiari e con riferimenti alla terminologia (che potresti trovare nelle letture del corso) – questo renderebbe il tuo commento più utile e convincente. Indicare ciò che potrebbe essere migliorato, e non dire soltanto che qualcosa non va bene, sarebbe più utile e motivante per lo studente che riceve la tua valutazione. Andare a riguardare le letture e i materiali del modulo prima della valutazione potrebbe essere d’aiuto; per la comunicazione interculturale, ad esempio, l’inglese non è l’unica condizione necessaria (ci sono anche questioni di specificità culturale, di inclusione della diversità culturale, ecc.). Inoltre, assicurati che il tuo voto sia giustificato attraverso una valutazione coerente nel commento (la tua “C” per la comunicazione interculturale è accompagnata da un commento totalmente positivo, quindi non sono fornite indicazioni su come questa “C” possa essere trasformata in una “A” in futuro). In particolare, quando valuti un aspetto che ha un voto basso (ad esempio, “D” o “E”), dovresti prestare particolare attenzione a fornire dettagli, esempi e indicazioni per il miglioramento – altrimenti la critica non risulterà costruttiva, mentre l’obiettivo è che sia utile al progresso nell’apprendimento dell’altro studente.			

Ancora più importante, quando si valuta qualcosa come una “F” (in particolare facendo riferimento alla “Padronanza dell’inglese” per un parlante di inglese non nativo), dovresti fornire più spiegazioni e non solo “Iniziare una frase con ‘Grazie a...’ è inappropriato quando si usa la scrittura accademica.” Queste parole sembrano dure e, oltre tutto, poco corrette. Sarebbe più utile fare esempi sui problemi specifici della lingua e dare suggerimenti su come migliorare la scrittura accademica.			
Video promozionale	ID 233029	EU-ROME	B
Alcune incongruenze tra voti e commenti, ma la valutazione fra pari generale è ben fatta.			
Fanvid	ID 481768	EU-MESSINA	B
La valutazione tra pari è molto buona, con spiegazioni specifiche e commenti ben mirati. In particolare, il feedback qualitativo è molto buono e ben informato. Hai riflettuto attentamente e i tuoi suggerimenti sono intelligenti.			
Interazione mediata a video	ID 0230961	EU-ROME	A
Molto preciso. A volte i tuoi voti sono troppo alti. Alcuni errori grammaticali (29).			
Blog	ID 201059612	EU-LEEDS	A
Fornisci un commento perfettamente dettagliato, ben supportato e coerente. Sei preciso nei tuoi commenti e fornisci esempi. Ho anche apprezzato i riferimenti all’analisi dello studente quando commenti le risorse del blog, così come alle letture, che aiutano a motivare le tue valutazioni e critiche. Sei stato anche attento a formulare critiche in modo costruttivo (fornendo indicazioni su ciò che avrebbe potuto essere fatto meglio, piuttosto che sottolineare ciò che non andava). Nel complesso, è proprio così che dovrebbe essere una valutazione utile e ben fondata. Ottimo lavoro. Ho soltanto due piccole osservazioni che potrebbero aiutarti nel fornire un commento ancora più efficace in futuro: Ti ricordo che la comunicazione interculturale non dipende solo dall’uso della lingua (inglese), ma anche dall’ampiezza della conoscenza specifica della cultura e se questa conoscenza è esplicitata e spiegata ai lettori di altre culture. Quindi avresti potuto prestare attenzione anche a questi aspetti (ad esempio, quando presenti un autore e il suo lavoro, dici da dove viene e dove viveva? È fornito il retroterra culturale sull’ambientazione del romanzo? Le opere recensite sono culturalmente diverse o si riferiscono solo ad una cultura e letteratura egemonica anglosassone?). Inoltre, una delle immagini di un libro recensito (Nicholas Sparks)			

mostra la versione spagnola del romanzo; questo l'avresti dovuto spiegare all'inizio del post per coloro che non capiscono lo spagnolo. Il tuo feedback qualitativo è estremamente approfondito e fornisce informazioni più dettagliate e suggerimenti per il miglioramento, piuttosto che semplicemente riassumere ciò che era stato sottolineato nei commenti di ogni sezione. Avresti però potuto commentare anche il mock-up, che è parte integrante dell'attività.

Tabella 3. Esempi di feedback dei docenti sull'attività 3.