

Strumenti e approcci innovativi per aumentare la motivazione degli studenti attraverso la strategia della pedagogia digitale

MODULO 5



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





Benvenuti al Modulo 5

Strumenti e
approcci
innovativi per
aumentare la
motivazione degli
studenti
attraverso il
Digital Storytelling

In questo MODULO imparerai di più sull'importanza e il ruolo della motivazione per il successo della performance personale e professionale, come le storie di successo di persone che hanno percorso la stessa strada possono essere un potente fattore di ispirazione e come attraverso lo storytelling digitale le loro lezioni apprese possono raggiungere gli studenti che possono trarre vantaggio da esse e persino cambiare la loro stessa vita.

INDICE DEI CONTENUTI

U.1

Motivazione
nell'educazione

U.2

Storytelling digitale

U.3

Gli archetipi dei
personaggi di Carl
Jung e lo storytelling
digitale

U.4

I 7 elementi dello
storytelling digitale


U.5

Strumenti gratuiti
essenziali per
organizzazioni non
profit ed educatori

U.6

Creare una storia
digitale - Scenario di
valutazione





"Il futuro appartiene a un diverso tipo di persone con un diverso tipo di mente: artisti, inventori, narratori, pensatori creativi e olistici del "cervello destro" le cui abilità segnano la linea di faglia tra chi va avanti e chi no.

Daniel H. Pink





U.

1

Motivazione
nell'educazione
e




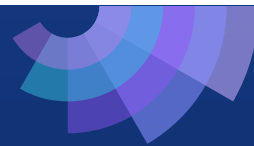


Motivazione nell'educazione

Il famoso oratore motivazionale Zig Ziglar è stato citato per aver detto: **"La gente spesso dice che la motivazione non dura. Beh, nemmeno il bagno lo fa - ecco perché lo raccomandiamo quotidianamente"**.

La letteratura di settore offre una grande varietà di definizioni della **motivazione**. Se riassumiamo le diverse prospettive possiamo descriverla come un **processo psicologico** che genera un insieme di forze motrici dietro le decisioni, i desideri, le azioni e le scelte di un individuo. Il processo è specifico per ogni persona, deriva da una combinazione di fattori e incentivi interni ed esterni e deve essere alimentato per tutta la vita.



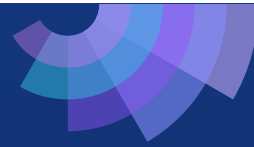


Motivazione degli studenti in relazione al C-VET

Innumerevoli indagini e rapporti riguardano la motivazione degli studenti a studiare, ad acquisire conoscenze, abilità e competenze, a impegnare tempo e sforzi per il loro sviluppo e realizzazione personale e professionale, a lavorare duramente e con perseveranza per conformarsi alle esigenze dinamiche del mercato del lavoro.

I giovani sono spesso descritti attraverso le caratteristiche generali e complessive della generazione a cui appartengono - Generazione Y, Generazione Z, ecc. Sono descritti come persone che prosperano per l'impatto immediato di tutto ciò che fanno e allo stesso tempo facilmente scoraggiati e demotivati se questo non avviene in modo così liscio e veloce.

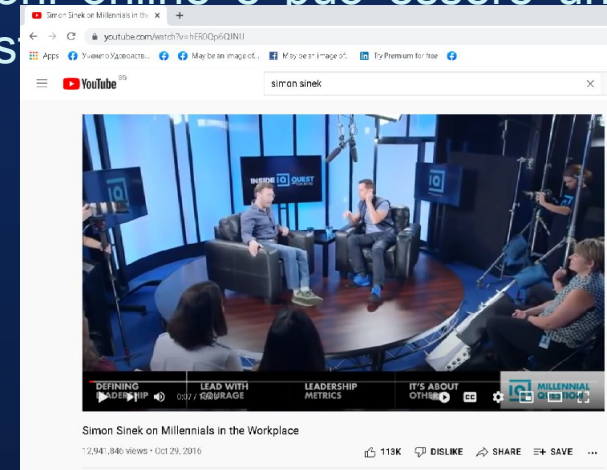


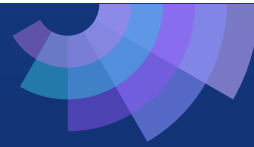


Motivazione degli studenti in relazione al C-VET

L'etichettatura generale è ingiusta e la dovuta cura professionale richiede un attento riconoscimento delle principali forze motrici, delle caratteristiche, del comportamento e della motivazione degli studenti. Tra i relatori e formatori che impegnano il loro lavoro su come ispirare e motivare le persone, in particolare i giovani, c'è **Simon Sinek**. Scrive, ha un podcast, tiene conferenze e lezioni online e può essere un potente supporto per i professionisti che lavorano con gli s

Guarda i suoi video e approfitta di tutto ciò che condivide. Sugeriamo questo video come buon punto di partenza: <https://www.youtube.com/watch?v=hER0Qp6QJNU>





Motivazione degli studenti in relazione al C-VET

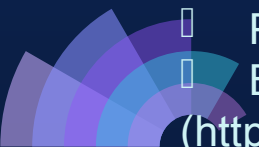
Recentemente, il numero di **persone che considerano l'IFPC come una scelta di carriera** è diminuito in tutta Europa, una tendenza che sta contribuendo alla crescente mancanza di competenze sui mercati del lavoro europei. I politici e gli operatori dell'IFP stanno già affrontando le sfide imposte dalle idee sbagliate sui percorsi professionali, al fine di contribuire a posizionare questi percorsi come una "prima scelta" ancora una volta per gli studenti.

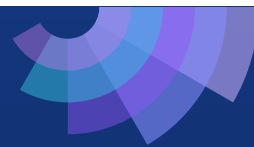
Allo stesso tempo, secondo Eurostat, la **disoccupazione giovanile** nell'Unione europea nel settembre 2021 è del 15,90%, che rappresenta 2 815 milioni di giovani sotto i 25 anni. I numeri per i paesi partner coinvolti nei progetti Leaders In Teach sono i seguenti (con 3 paesi sopra la media UE):

- Spagna - 30,60%
- Italia - 29,80%
- Polonia - 11,80%
- Bulgaria - 17,10%



([https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment_statistics))



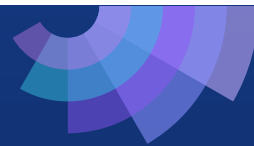


Motivazione degli studenti in relazione al C-VET

Nel documento del CEDEFOP "Skills, qualifications and jobs in the EU: the making of a perfect match?", sezione "Tackling skill mismatches among the young people with high quality VET", viene evidenziata la situazione dei giovani occupati nella maggior parte dei paesi partner: "Dopo lo scoppio della crisi finanziaria, diversi Stati membri (tra cui Bulgaria, Italia, Spagna) hanno registrato tassi nettamente più elevati di disoccupazione giovanile e di giovani che non erano né occupati né impegnati in corsi di istruzione o formazione (NEET)". Tra le soluzioni suggerite in quel documento e in altri documenti, la VET è considerata un sistema con un alto potenziale per contribuire alla diminuzione della disoccupazione giovanile.

<https://www.cedefop.europa.eu/en/publications/3072>



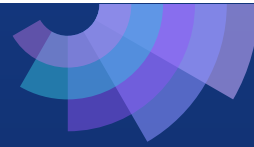


Motivazione degli studenti in relazione al C-VET

Consigli per i formatori su come motivare gli studenti:

- ▮ Rendere le lezioni più interattive e invece di impartire la lezione sotto forma di lezioni frontali, cercare di coinvolgere il più possibile gli studenti facendo domande, generando discussioni e fornendo condizioni per la loro proattività. Questi suggerimenti renderanno gli studenti più concentrati nel processo di insegnamento.
- ▮ Incoraggiate la collaborazione e i progetti di squadra, lasciate che i compiti assegnati richiedano l'interazione tra gli studenti, questo li renderà anche più impegnati e concentrati sul processo.



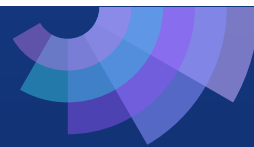


Motivazione degli studenti in relazione al C-VET

Consigli per i formatori su come motivare gli studenti:

- Un altro approccio motivazionale molto importante è quello di far valere l'opinione degli studenti. Il curriculum è ovviamente convalidato in via preliminare, ma ci sono alcuni passi che ogni insegnante e formatore può intraprendere per includere gli studenti nella definizione di alcuni aspetti del processo di insegnamento - l'approccio che l'insegnante mette in atto, l'organizzazione del processo di apprendimento, il modo in cui i compiti sono assegnati, condotti e valutati, ecc. sono possibili punti di interazione e accordo reciproco. Gli studenti sono spesso sottovalutati per quanto riguarda l'impegno e la volontà di imparare, ma se sentono che il processo di apprendimento può essere flessibile in alcune aree per riflettere la loro opinione e quindi portare a migliori risultati di apprendimento, saranno sicuramente più motivati.



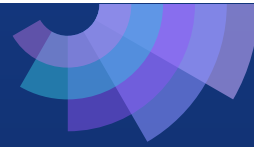


Motivazione degli insegnanti e dei formatori C-VET

Tuttavia, devono essere fatti sforzi significativi per rendere la VET attraente come percorso di carriera che porta a una maggiore occupabilità e a una migliore realizzazione professionale degli studenti. Il CEDEFOP, nel suo Intervention Approaches for Improving VET image and attractiveness afferma che: "L'istruzione e la formazione professionale (VET) ... soffre di una cattiva reputazione". E prosegue con "misure mirate per migliorare l'immagine della VET; attraverso la fornitura di informazioni, attività promozionali e modelli di ruolo.

Queste attività mirano a raggiungere gli studenti e le loro famiglie, così come il personale scolastico, i datori di lavoro e il pubblico più ampio, per cercare di creare una migliore 'reputazione' per la VET come una scelta di studio positiva, alla pari con l'istruzione generale".



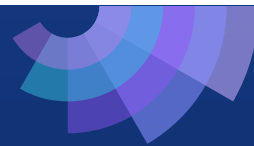


Motivazione degli insegnanti e dei formatori C-VET

Al fine di motivare gli studenti a considerare il C-VET come un percorso di carriera attraente e significativo, dovremmo prendere in considerazione anche la motivazione degli insegnanti e dei formatori. Gli insegnanti e i formatori devono essere tra i principali ambasciatori di un tale cambiamento di mentalità. Uno dei passi principali verso l'assegnazione di un tale ruolo e di una tale responsabilità, gli insegnanti e i formatori devono essere in grado di fornire un processo di apprendimento innovativo e di alta qualità e di promuoverlo nella società.

Come indicato in Teachers and Trainers Matter. Come sostenerli negli apprendistati ad alte prestazioni e nel WBL - 12 policy pointers, proposto dal gruppo di lavoro ET 2020 sull'IFP (01/2016 - 06/2018): "Oltre a fornire un'istruzione e una formazione di alta qualità, gli insegnanti e i formatori sono tenuti a svolgere molti compiti complessi, tra cui la progettazione di contenuti di apprendimento, la valutazione dei risultati dell'apprendimento, il sostegno all'innovazione e alla digitalizzazione, il sostegno agli studenti svantaggiati così come agli studenti dotati, e l'orientamento professionale."



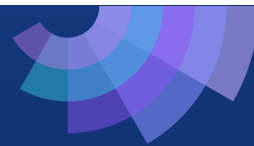


Motivazione degli insegnanti e dei formatori C-VET

Al fine di motivare gli studenti a considerare il C-VET come un percorso di carriera attraente e significativo, dovremmo prendere in considerazione anche la motivazione degli insegnanti e dei formatori. Gli insegnanti e i formatori devono essere tra i principali ambasciatori di un tale cambiamento di mentalità. Uno dei passi principali verso l'assegnazione di un tale ruolo e di una tale responsabilità, gli insegnanti e i formatori devono essere in grado di fornire un processo di apprendimento innovativo e di alta qualità e di promuoverlo nella società.

Come indicato in Teachers and Trainers Matter. Come sostenerli negli apprendistati ad alte prestazioni e nel WBL - 12 policy pointers, proposto dal gruppo di lavoro ET 2020 sull'IFP (01/2016 - 06/2018): "Oltre a fornire un'istruzione e una formazione di alta qualità, gli insegnanti e i formatori sono tenuti a svolgere molti compiti complessi, tra cui la progettazione di contenuti di apprendimento, la valutazione dei risultati dell'apprendimento, il sostegno all'innovazione e alla digitalizzazione, il sostegno agli studenti svantaggiati così come agli studenti dotati, e l'orientamento professionale."





Motivazione degli insegnanti e dei formatori C-VET

Le competenze digitali del CEDEFOP: sfide e affermavano chiaramente: "la formazione di insegnanti digitali in modo che possano sostenere efficacemente la parte sottosviluppata dei sistemi nazionali tecnologica e la digitalizzazione hanno il potenziale per l'apprendimento - non solo dotando la popolazione che possa lavorare e impegnarsi nella cittadinanza, ma anche l'accesso all'apprendimento, come reso evidente





U.

2

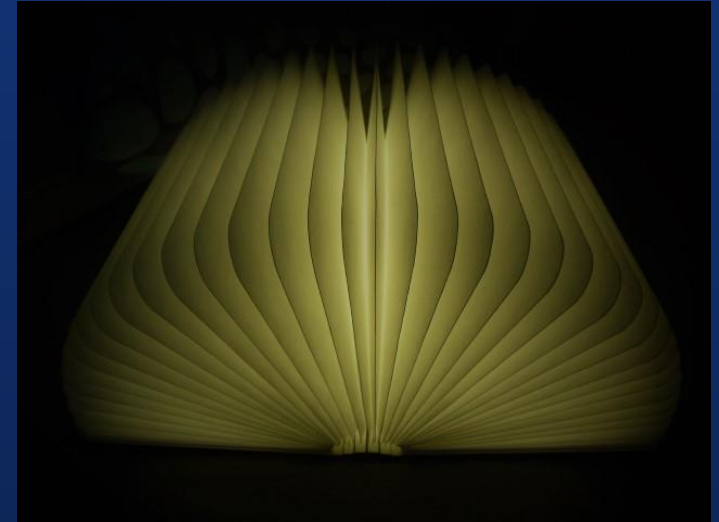
Digitale
Storytelling



Storytelling

L'umanità racconta storie fin dagli albori. Le storie permettono alle persone di condividere e interpretare esperienze, conoscenze, riflessioni. Sono stati lo strumento per raccogliere, conservare, arricchire la saggezza e il significato della vita e pagarla di generazione in generazione.

La gente raccontava storie intorno ai fuochi, cantava storie, ballava storie... Cominciarono a disegnare immagini e più tardi a scrivere parole nelle grotte e sulle pietre, sui papiri, sulla carta... Innumerevoli parole. Alcune di esse svanirono nell'oscurità. Alcune hanno cambiato le vite individuali. Alcune hanno cambiato le società. Alcune hanno fatto la storia.



Storytelling



Le storie possono giocare diversi ruoli potenti nella nostra vita e questi ruoli derivano da rispettive ragioni psicologiche, tra cui le seguenti delineate da Pamela Rutledge, Ph.D., M.B.A., è direttore del Media Psychology Research Center e docente nel programma di psicologia dei media alla Fielding Graduate University:

"Le storie sono la via per coinvolgere il nostro cervello destro e **innescare la nostra immaginazione. Coinvolgendo la nostra immaginazione, **diventiamo partecipanti alla narrazione**. Possiamo uscire dai nostri panni, vedere in modo diverso e aumentare la nostra empatia per gli altri. Attraverso l'immaginazione, attingiamo alla creatività che è il **fondamento dell'innovazione, della scoperta di noi stessi e del cambiamento.**"**

Maggiori informazioni sulla connessione tra psicologia e narrazione si possono trovare in The Psychological Power of Storytelling. Le storie saltano la tecnologia, portandoci all'esperienza autentica.

([https://www.psychologytoday.com/us/blog/positively-media/201101/the-](https://www.psychologytoday.com/us/blog/positively-media/201101/the-psychological-power-of-storytelling)

[psychological-power-of-storytelling](https://www.psychologytoday.com/us/blog/positively-media/201101/the-psychological-power-of-storytelling))



Storytelling




Avendo in mente il ruolo dello storytelling come promotore dell'immaginazione e quindi della possibilità di auto-scoperta e di cambiamento, si possono considerare le eccezionali possibilità che lo storytelling può fornire nel processo di **motivazione degli studenti**, in particolare sia a considerare il C-VET come un percorso di carriera significativo e di valore sia a rimanere motivati durante il processo di apprendimento.

Di cosa avete bisogno per questo?

Una **buona storia** e un **narratore carismatico**...

Conoscenze e abilità per renderla una **storia che gli studenti saranno disposti ad ascoltare**.

Una **storia "intorno al desiderio di fare le cose perché sono importanti, perché ci piace, sono interessanti, o parte di qualcosa di importante"** (Don Pink, Il puzzle della motivazione)

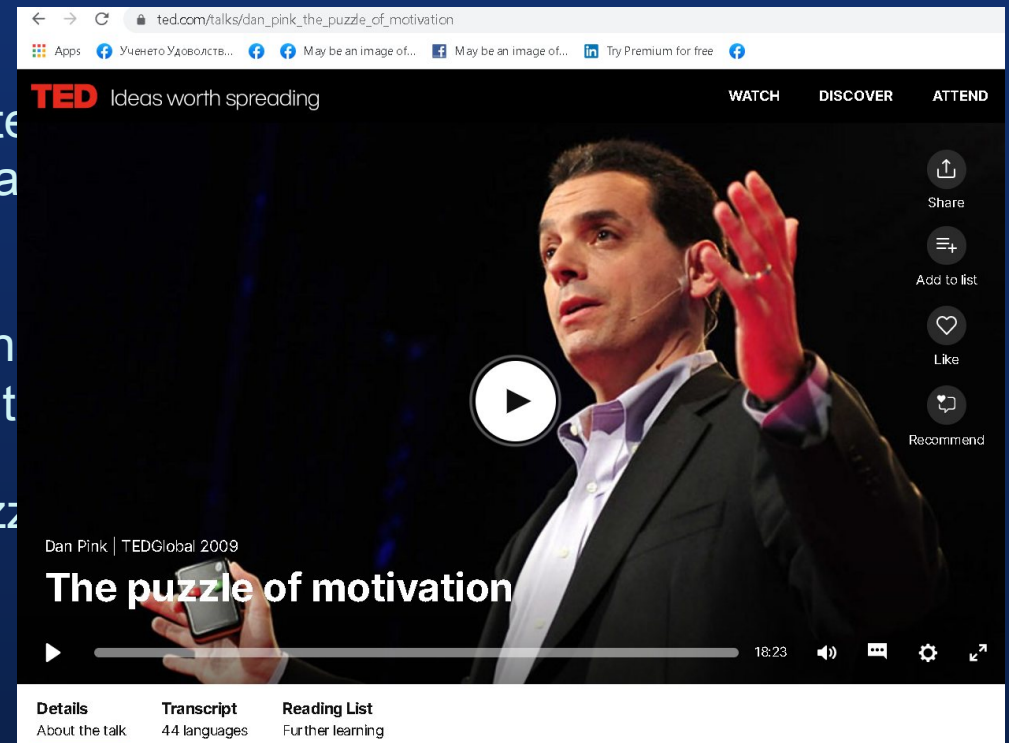


Storytelling

Citando Dan Pink e il suo TED Talk The viaggio verso una conoscenza davvero interiore alla motivazione intrinseca - quella che arriva dal storytelling.

Guardate il TEDGlobal 2009 Talk che vi con... riflettete sull'importanza della motivazione intrinseca.

https://www.ted.com/talks/dan_pink_the_puzzle_of_motivation




Storytelling - Storytelling digitale



TED Talks (<https://www.ted.com/>) sono tesori di video ispiratori e d'impatto di brillanti professionisti di diversi campi e su diversi argomenti. Sono tra i più importanti narratori e possono sostenerti enormemente nel tuo lavoro. Tra i loro vantaggi c'è il fatto che i video sono disponibili con trascrizione in 30-40 e alcuni di loro anche 100 lingue.

E nel nostro caso sono il ponte che abbiamo fatto tra lo Storytelling e il Digital Storytelling. Il Digital Storytelling è già entrato nelle vostre vite in molti modi. Ed è ora di invitarlo e integrarlo nella vostra vita professionale in modo più pratico.

Al di là delle definizioni di Digital Storytelling, partiamo dal fatto che i tirocinanti con cui lavori lo praticano già ogni giorno creando contenuti per i social media che preferiscono e che usano attivamente. E questa è un'eccellente opzione per voi per imparare a "parlare la loro lingua".






Storytelling digitale

Allora, cos'è il Digital Storytelling? Ci sono molte definizioni, articoli, risorse sull'argomento. Una delle più concise e chiare è fornita dalla Biblioteca McLaughlin dell'Università di Guelph (<https://www.youtube.com/user/UoGLibrary/about>):

"Il Digital Storytelling usa strumenti multimediali per dare vita alle narrazioni.

Le storie digitali possono essere usate per spiegare un concetto, per riflettere su un'esperienza personale, per raccontare un evento storico o per fare un'argomentazione.

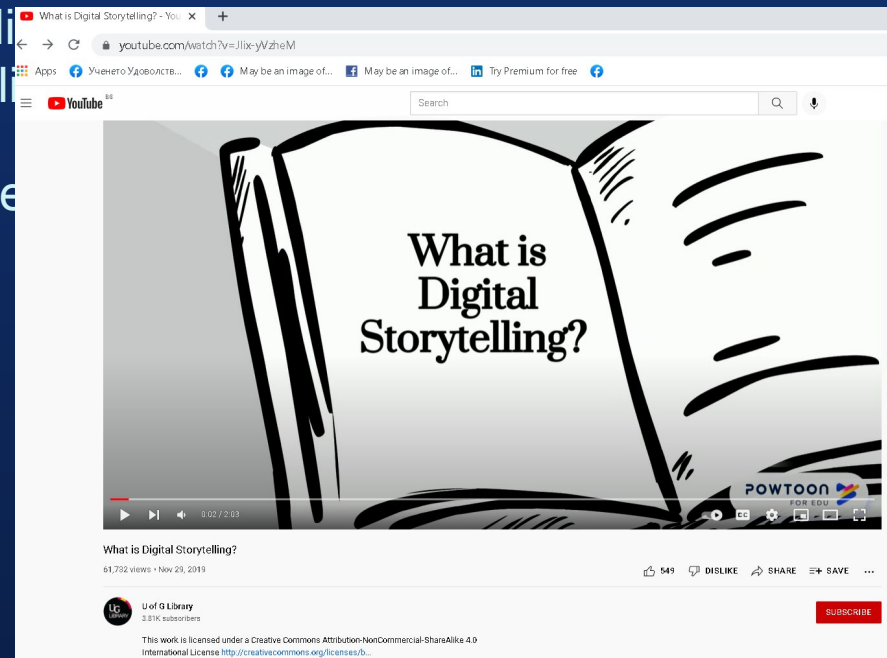
Le storie digitali sono tipicamente video che combinano audio, immagini e video clip per raccontare una storia".



Storytelling digitale

Guarda il video della Biblioteca McLaughlin
nella descrizione puoi trovare altri link e risorse utili

<https://www.youtube.com/watch?v=Jlix-yVzhe>



U.

3
Carl Gustav Jung

carattere
archetipi
e narrazione
digitale






Carl Gustav Jung

Lo psicologo e psichiatra svizzero Carl Gustav Jung è uno dei professionisti più influenti nel campo della psicologia analitica. È una di quelle grandi menti che causano notevoli controversie tra le loro comunità di professionisti - alcuni lo considerano uno dei più grandi pensatori del suo tempo, altri rifiutano lui e il suo lavoro.

La sua vita professionale per un certo periodo di tempo lo aveva collegato a Freud e anche se Freud era stato impressionato dalle sue idee e dal suo lavoro e lo riconosceva addirittura come il suo lascito nella psicoanalisi, le loro strade si separarono.

Carl Gustav Jung è stato riconosciuto come il fondatore della psicologia analitica e ha lasciato un'eccezionale e ricca eredità di concetti e opere che influenzano campi ben oltre il confine della psicologia.






Carl Gustav Jung

Come riassume il Dr. Saul Mcleod (<https://www.simplypsychology.org/carl-jung.html>):

Gli archetipi junghiani sono definiti come immagini e temi che derivano dall'inconscio collettivo, come proposto da Carl Jung. **Gli archetipi hanno significati universali attraverso le culture e possono apparire nei sogni, nella letteratura, nell'arte o nella religione.**

Jung (1947) ritiene che i simboli di diverse culture sono spesso molto simili perché sono emersi da archetipi condivisi da tutta la razza umana che fanno parte del nostro inconscio collettivo.

Per Jung, il nostro passato primitivo diventa la base della psiche umana, dirigendo e influenzando il comportamento presente. Jung sosteneva di identificare un gran numero di archetipi, ma prestava particolare attenzione a quattro.







Dr. Carol S. Pearson


Basandosi sul lavoro di Jung sugli archetipi, la dottoressa Carol S. Pearson (<https://www.carolspearson.com/>) ha creato un quadro di 12 modelli che ricorrono più spesso: l'Innocente (Idealista), l'Orfano (Realista), il Guerriero, il Custode, il Cercatore, l'Amante, il Distruttore (Rivoluzionario), il Creatore, il Governatore, il Mago, il Saggio, e il Matto (Buffone).

Ha poi collaborato con Hugh Marr, PhD per creare uno strumento affidabile e convalidato per aiutare le persone a utilizzare le sue teorie nella loro vita - Pearson-Marr Archetype Indicator® (PMAI®). Se volete approfondire la vostra conoscenza su questo argomento potete approfittare delle informazioni nella seguente fonte: <https://www.carolspearson.com/about/archetypal-assessment-pearson-marr-archetype-indicator-r>





**Il sistema dei 12
archetipi della
dottorressa Carol S.
Pearson**




The Pearson 12-Archetype System

carolspearson.com/about/the-pearson-12-archetype-system-human-development-and-evolution#12-Archetypes

Carol S Pearson
Author & Thought Leader on
Archetypal Narrative Intelligence

THE 12 ARCHETYPES

HOME ABOUT PUBLICATIONS BLOG NEWS & EVENTS CONNECT



59 Shares

59 Shares

f

t

p

e

in

IDEALIST

REALIST

WARRIOR

CAREGIVER

SEEKER

LOVER

REVOLUTIONARY

CREATOR

SAGE

JESTER

MAGICIAN

RULER

STAY CONNECTED!

ENG US

14:51

23.11.2021 г.

<https://www.carolspearson.com/about/the-pearson-12-archetype-system-human-development-and-evolution#12->

Archetypes




Connessione tra archetipi e storytelling digitale

La profonda connessione tra il concetto di archetipi e l'impatto delle storie digitali è stata evidenziata da Connected-UK.Com LLP (<https://www.connected-uk.com/5-common-archetypes-in-the-age-of-digital-storytelling/>):

"Dai film ai giochi, dai libri alle opere teatrali, la gente non ne ha mai abbastanza delle storie. Ma come un viaggio al cinema locale dimostrerà chiaramente, non tutte sono create uguali. Allora, cos'è che fa sì che alcune ci facciano perdere la cognizione del tempo e che altre si appiattiscano e facciano scorrere Twitter?"

Questo fenomeno è stato per la prima volta esplorato seriamente dal famoso psichiatra e psicoanalista Carl Jung. Jung notò che certe storie appaiono sempre di nuovo nel corso della storia - attraverso l'arte, i sogni, i miti e le religioni - portandolo a trarre la conclusione che devono essere manifestazioni di elementi intrinseci dell'inconscio collettivo".






Connessione tra Archetipi e Digital Storytelling

Basandosi sul concetto di Jung e sul sistema dei 12 archetipi della dottoressa Carol S. Pearson, si sono informati ulteriormente su come i narratori di successo innescano la risposta emotiva e l'impatto sui loro ascoltatori.

Hanno identificato ed esplorato **cinque archetipi di personaggi** "che si stanno mostrando con forza nell'era digitale dello storytelling. Che sia il desiderio di distruzione o l'impulso di salvare il mondo, tutti dicono qualcosa sulle persone oggi, e sono, quindi, strumenti inestimabili per raggiungere un pubblico". ("5 archetipi comuni nell'era dello storytelling digitale").





Connessione tra Archetipi e Digital Storytelling

Per le esigenze della nostra formazione vi invitiamo a concentrarvi sui primi due tipi - l'Eroe e il Mentore. Questi sono i due tipi che vi sosterranno meglio quando cercherete di aumentare l'interesse e la motivazione degli studenti a scegliere il C-VET come loro percorso professionale. Avere in mente questi due archetipi vi aiuterà a identificare gli eroi più rilevanti delle vostre storie iniziali.

Maggiori informazioni su di loro e sugli altri tre - l'Everyperson, l'Innocent e il Villain - possono essere riviste su:

<https://www.connected-uk.com/5-common-archetypes-in-the-age-of-digital-storytelling/>






Connessione tra archetipi e storytelling digitale

#1. L'eroe

L'eroe è di gran lunga il **personaggio archetipico più diffuso** nella narrazione contemporanea. Basta guardare i più grandi film degli ultimi decenni: Star Wars, Il Signore degli Anelli, Harry Potter, Rocky, Fight Club. Tutti seguono un protagonista moralmente buono che riceve una chiamata all'azione, supera immensi ostacoli e torna a casa con il premio.

La chiave per **creare un potente viaggio dell'**eroe è, come mostrato da Harry Potter e Frodo Baggins, che il personaggio mantenga la sua dignità morale e rimanga fedele a se stesso nonostante le prove e le tribolazioni che può affrontare. Questa integrità è ciò che li rende eroici.

<https://www.connected-uk.com/5-common-archetypes-in-the-age-of-digital-storytelling/>






Connessione tra Archetipi e Digital Storytelling

#2. Il Mentore

Nessun eroe è completo senza il suo mentore. E così un archetipo altrettanto comune nella letteratura e nel cinema è la figura del mentore, di solito vecchio e **sempre molto saggio.**

Il mentore aiuta l'eroe lungo il suo viaggio nel modo che non solo è meglio per il suo successo nel raggiungere il suo risultato, ma nel diventare una persona più forte e indipendente. Gandalf aiuta Frodo mostrandogli il modo migliore per aiutare se stesso. Hagrid ricorda a Harry la cosa giusta da fare rivelandosi un umano imperfetto e fornendo una voce della ragione.

In questo modo, il mentore ha un approccio rude e pronto, senza stronzate, nel dare consigli. Per questo, e per il fatto che una volta sono stati nei loro panni, **l'eroe sa che può sempre contare su di loro.**



<https://www.connected-uk.com/5-common-archetypes-in-the-age-of-digital-storytelling/>



U.

4

I 7 elementi
del Digital
Storytelling





I 7 elementi dello storytelling digitale

Il Center for Digital Storytelling (CDS) di Berkeley, California (<https://digitalstorytelling.coe.uh.edu/index.cfm>) è noto per aver sviluppato e diffuso i Seven Elements of Digital Storytelling, che sono spesso citati come un utile punto di partenza quando si inizia a lavorare con le storie digitali. Il suo co-fondatore Joe Lambert è un riconosciuto pioniere dello storytelling digitale e formatore e attraverso l'approccio dei 7 elementi condurrà anche voi verso la creazione di storie digitali significative e di valore aggiunto.

1. Punto di vista


Qual è il punto principale della storia e qual è la prospettiva dell'autore?

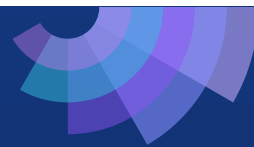
2. Una domanda drammatica

Una domanda chiave che mantiene l'attenzione dello spettatore e che avrà una risposta alla fine della storia.

3. Contenuto emotivo

Questioni serie che prendono vita in un modo personale e potente e collegano il pubblico alla storia.





I 7 elementi dello storytelling digitale

4. Il dono della tua voce

Un modo di personalizzare la storia per aiutare il pubblico a capire il contesto.

5. Il potere della colonna sonora

Musica o altri suoni che supportano e abbelliscono la storia.

6. Economia

Usare abbastanza contenuti per raccontare la storia senza sovraccaricare lo spettatore.

7. Ritmo

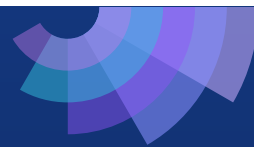
Il ritmo della storia e quanto lentamente o velocemente procede.

<https://digitalstorytelling.coe.uh.edu/page.cfm?id=27&cid=27&sublinkid=31>





Passo 1: Il punto di vista



I 7 elementi dello storytelling digitale

Punto di vista:

"... l'obiettivo del digital storytelling è di permettere a uno scrittore di sperimentare il potere dell'espressione personale. Pertanto, le storie digitali degli studenti devono essere costruite a partire dalla loro esperienza e comprensione. Usare il pronome "io" in prima persona piuttosto che il più distante punto di vista in terza persona è essenziale."

https://paws.wcu.edu/ncluke/digital_literacy/sevenelementsdigitalstory.htm





Passo 2: una domanda drammatica



I 7 elementi dello storytelling digitale

Una domanda drammatica:

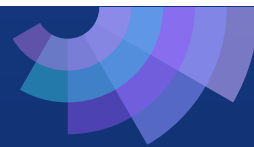
"Una storia che tiene l'attenzione del pubblico ha una domanda drammatica che si risolve alla fine della storia. Questa caratteristica distingue la storia digitale da un diario di viaggio. Le narrazioni che portano il lettore ad essere investito tipicamente perseguono una domanda avvincente che evoca interesse e impegno."

https://paws.wcu.edu/ncluke/digital_literacy/sevenelementsdigitalstory.htm





Passo 3: Conteúdo emotivo



I 7 elementi dello storytelling digitale

Contenuto emotivo:

"Le storie digitali più efficaci evocano un'emozione da parte del pubblico. Spesso vediamo risate, lacrime ed espressioni di piacere da parte del pubblico quando le storie digitali vengono proiettate. Questo può essere tremendamente gratificante per gli studenti scrittori, convalidando lo sforzo e l'investimento che hanno fatto".

https://paws.wcu.edu/ncluke/digital_literacy/sevenelementsdigitalstory.htm





Passo 4: Il dono della tua voce



I 7 elementi dello storytelling digitale

Il dono della tua voce:

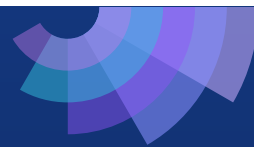
"L'intonazione, l'inflessione e il timbro della voce dello storyteller trasmettono il significato e l'intento in un modo molto personale. Questo ha dimostrato di essere uno degli elementi più essenziali che contribuiscono all'efficacia di una storia digitale. **Non c'è sostituto all'uso della propria voce per raccontare la propria storia.** "

https://paws.wcu.edu/ncluke/digital_literacy/sevenelementsdigitalstory.htm





Passo 5: Il potere della colonna sonora



I 7 elementi dello storytelling digitale

Il potere della colonna sonora:

"La musica usata correttamente può migliorare e sottolineare la storia che la accompagna, aggiungendo complessità e profondità alla narrazione".

https://paws.wcu.edu/ncluke/digital_literacy/sevenelementsdigitalstory.htm



Passo 6: Economia





I 7 elementi dello storytelling digitale

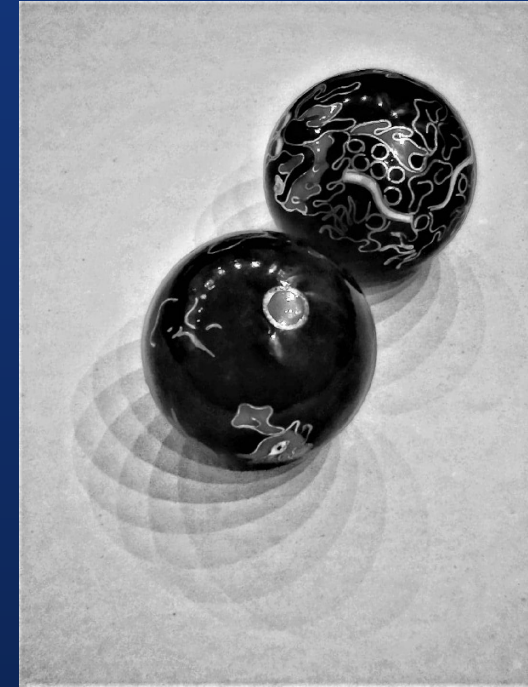
Economia:

"I moderni editor digitali offrono una pletera di effetti speciali e transizioni. Si può essere tentati di replicare l'assalto visivo dei video musicali su MTV. Abbiamo scoperto che la storia digitale efficace usa solo poche immagini, poche parole e ancora meno effetti speciali per comunicare in modo chiaro e potente il significato desiderato".

https://paws.wcu.edu/ncluke/digital_literacy/sevenelementsdigitalstory.htm



Fase 7: il ritmo





I 7 elementi dello storytelling digitale

Pacing:

"Monotono" si riferisce a un'inflessione e un ritmo non variati. La parola è diventata sinonimo di noioso perché un ritmo invariato non manterrà l'attenzione del pubblico. Per gli studenti scrittori, ritmo significa tirare indietro o correre in avanti quando la storia lo richiede, invece che quando il tempo limite si avvicina".

https://paws.wcu.edu/ncluke/digital_literacy/sevenelementsdigitalstory.htm





U.

5
Essenziale
gratuito
Strumenti per
Organizzazioni
non profit e
educatori




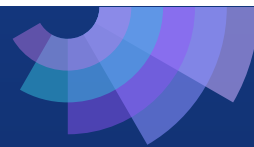


Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Condividiamo con voi una lista di risorse e software interessanti e utili: <https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>, disponibili gratuitamente o a prezzo scontato per le ONG. Grazie a Georgi Todorov di [ThriveMyWay.com](https://thrivemyway.com) per averla compilata e condivisa con tutti coloro che ne approfittano.

"Oggi abbiamo strumenti con cui possiamo aiutarci al lavoro o divertirci, continuano ad evolversi e sono sempre di più. Ce ne sono così tanti che si può facilmente perdere uno strumento utile, che è anche gratuito. Abbiamo una selezione di oltre 100 applicazioni gratuite per voi (o con sconti per le organizzazioni non profit) che vale la pena provare."





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Hemingway (<https://hemingwayapp.com/>)

Hemingway è perfetto per identificare frasi lunghe e complesse ed errori grammaticali. I problemi sono evidenziati in diversi colori in modo da poter migliorare rapidamente la vostra scrittura per ottenere i migliori risultati. Incollate semplicemente il vostro lavoro nel sito, o iniziate a scrivere da zero.

Condizioni d'uso: Uso gratuito online Scarica l'app per \$19.99

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

CANVA (<https://www.canva.com/>)

Usa **CANVA** per creare bellissimi disegni. Tutto, dai biglietti da visita ai loghi e alle presentazioni, può essere creato usando il loro strumento di drag-and-drop.

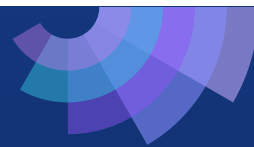
Condizioni d'uso: Canva Pro è gratuito per le organizzazioni non profit. Con la versione gratuita, è possibile progettare, collaborare con i membri del team su progetti e accedere a 5GB di cloud storage. Per gli altri utenti i piani a pagamento partono da \$30.00.

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Visme (<https://www.visme.co/>)

Crea e collabora alla creazione di contenuti visivi. Dalle presentazioni ai video e altro ancora, **Visme** aiuta a dare vita alle tue idee e a centralizzare le risorse della tua azienda.

Condizioni d'uso: Piani speciali per gli utenti non profit e di istruzione, basta contattarli e ottenere un'offerta. Gli utenti gratuiti hanno accesso limitato ma possono creare fino a 5 progetti e scaricare risorse come JPG Per gli altri utenti i piani a pagamento partono da \$15/mese

Leggi di più su:

[https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/?](https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/)

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Pixlr (<https://pixlr.com/>)

Pixlr è un editor fotografico online gratuito con una configurazione simile a quella di Photoshop. Modifica foto e grafica direttamente nel tuo browser web. Non è richiesto alcun download.

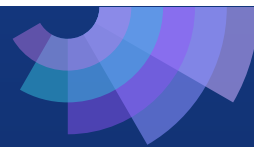
Condizioni d'uso: Pixlr for Education offre gratuitamente Pixlr per scuole, educatori, studenti e organizzazioni non profit. Gli utenti Premium possono beneficiare di migliaia di sovrapposizioni, opzioni di testo e tutorial video esclusivi per 4,90 dollari al mese

Leggi di più su:

[https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/?](https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/)

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Gimp (<https://krita.org/en/>)

Con **Gimp**, fotografi, illustratori o scienziati possono creare o manipolare contenuti. Il software open-source e gratuito è disponibile per tutti e offre strumenti sofisticati per aiutarvi a fare il vostro lavoro.

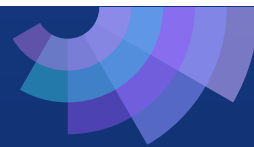
Condizioni d'uso: Richiede il download Gratis da usare

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Krita (<https://krita.org/en/>)

Fatto da artisti, per artisti. Questo software open-source permette a professionisti e principianti di accedere a un mondo di pittura digitale.

Condizioni d'uso: Richiede il download Gratis da usare

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

DaVinci

(<https://www.blackmagicdesign.com/ua/products/davinciresolve/fusion>)

Combinando effetti visivi, fotoritocco, motion graphics e produzione audio, **DaVinci** è uno strumento all-in-one per i creativi.

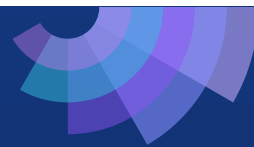
Condizioni d'uso: Versione gratuita da scaricare Studio 17 disponibile per \$295

Leggi di più su:

[https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/?](https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/)

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Scorciatoia (<https://shotcut.org/download/>)

Shotcut è un altro software di editing per immagini, video e audio. È uno strumento gratuito ma è aperto alle donazioni.

Condizioni d'uso: Gratis da scaricare

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Blender (<https://www.blender.org/>)

Software gratuito per la creazione in 3D. Tutto, dalla modellazione, animazione e simulazione al rendering, motion tracker e video editing, può essere fatto con **Blender**.

Condizioni d'uso: Gratis da scaricare

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Photoshop Express

Da Adobe stessa, **Photoshop Express** è una versione più semplice della suite completa di Adobe per il ritaglio, il ridimensionamento e semplici ritocchi.

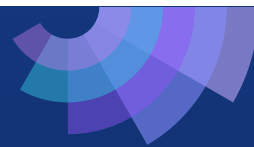
Condizioni d'uso: Disponibile di libero nel tuo browser Adobe offre sconti di prezzo nonprofit in VIP (Value Incentive Plan) e TLP (Transactional Licensing Program) programmi a livello globale. Photoshop completo è disponibile per \$20.99/mese con una prova gratuita di 7 giorni

Leggi di più su:

[https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/?](https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/)

[fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY](https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/?fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY)





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Be Funky (<https://www.befunky.com/>)

L'editor di foto di **BeFunky** permette di modificare le foto con strumenti semplici come il ritaglio, il ridimensionamento e l'esposizione, nonché effetti unici come Cartoonizer, arte digitale e DLX enhancer.

Condizioni d'uso: Gratis da usare online

Leggi di più su:

[https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/?](https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/?fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY)

[fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY](https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/?fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY)





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

HitFilm Express (<https://fxhome.com/product/hitfilm-express>)

Uno strumento di editing video gratuito con strumenti VFX di livello professionale. Se amate fare film o video di gioco, questo è il software perfetto per voi.

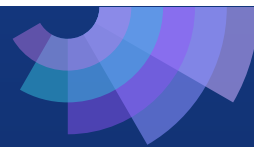
Condizioni d'uso: Gratis da scaricare

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Krisp.Ai (<https://krisp.ai/>)

Krisp.Ai è perfetto sia per i principianti che per i professionisti dell'audio. Lo strumento permette agli editor di rimuovere il rumore di fondo dall'audio registrato o dal vivo.

Condizioni d'uso: Download gratuito

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





Strumenti gratuiti essenziali per organizzazioni non profit ed educatori

Pexels (<https://www.pexels.com/>)

Pexels sostiene di avere "le migliori foto stock gratuite in un unico posto". Perfetto per chi cerca di creare materiale di marketing senza la propria fotografia.

Condizioni d'uso: Libero di usare

Leggi di più su:

<https://thrivemyway.com/tools-nonprofits/>

fbclid=IwAR2yWfeMUUtms6Le7ZK6uvVj94PsneF8e2v2GsTsH95MxuhfwyYEoeuZFFY





U.

6
Creare una
Storia digitale -
Valutazione
Scenario






Crea la tua storia digitale

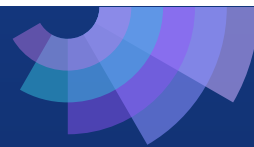
Compito: una storia digitale motivazionale sulla propria esperienza personale con i benefici dell'istruzione e della formazione professionale.

Il tuo compito è quello di elaborare una storia digitale. La storia deve essere stimolante e motivante per gli studenti. Deve renderli disposti a considerare il C-VET come un'opzione di carriera o a rimanere motivati una volta che si sono iscritti in qualsiasi formato di apprendimento.

Ci sono diversi approcci. Il tuo compito è quello di utilizzare la storia di successo di una persona con esperienza di formazione professionale che ha sfruttato ciò che ha appreso.

Ricordate quello che abbiamo detto sulla motivazione degli apprendisti e dei formatori, sulla psicologia dietro la motivazione e gli archetipi, sugli strumenti disponibili per gli educatori, ecc.





Crea la tua storia digitale


Leggi alcuni **consigli aggiuntivi**, pianifica la tua esperienza di digital storytelling e rendila una storia che ispira!

- ▮ Identificare gli obiettivi principali della storia e i suoi principali beneficiari.
- ▮ Identificate i partecipanti più rilevanti della vostra storia. Puoi trovare queste persone tra gli alunni del tuo ente di istruzione o formazione, i tuoi colleghi, annunciare che cerchi queste persone attraverso i tuoi canali di social media, ecc.






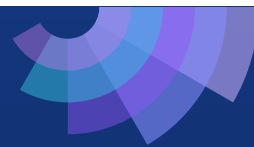
Crea la tua storia digitale

- ▮ Elenca le tappe principali della tua storia e prepara una lista di domande su cui lavorare durante la sua elaborazione.
 - ▮ Ricordatevi di rimanere concentrati sul vostro obiettivo principale e mantenete la sceneggiatura e la storia chiare e concrete.
 - ▮ Scrivi il tuo script il più dettagliatamente possibile e pianifica anche i dettagli come il messaggio principale, la durata, la visualizzazione, la distribuzione dei compiti, il calendario, ecc. Guarda/esplora buoni esempi di storie digitali e cerca di capire il loro script. Aggiorna il tuo se necessario.
- 



Crea la tua storia digitale

- Pianifica come visualizzerai la tua idea - video, foto, immagini, ecc. Cerca tra gli strumenti suggeriti in U.5, nel Modulo 4 - Strumenti digitali e strategie correlate per sostenere nuovi approcci per promuovere l'educazione aperta e le pratiche innovative nell'era digitale e coinvolgi alcuni dei tuoi studenti. Sarete sorpresi di quanto imparerete da loro e di quanto sarà bello attirare tra loro gli ambasciatori delle vostre storie digitali.
 - Pianifica come promuoverai la tua storia una volta pronta - attraverso quali social media - quelli del tuo posto di lavoro, i tuoi, i canali dei tuoi tirocinanti, ecc.
- 



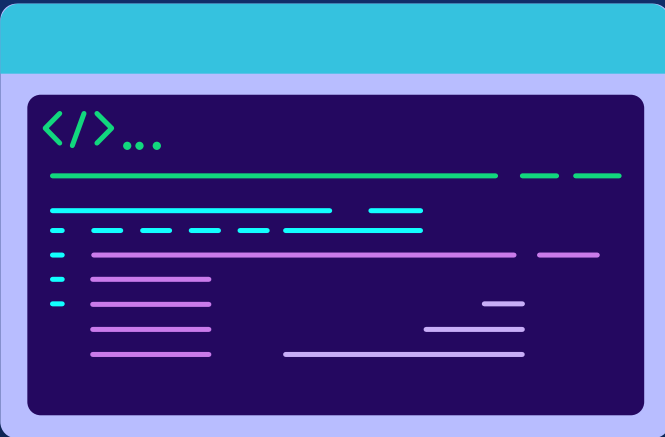
Crea la tua storia digitale

- ▮ Prestate attenzione a tutti i feedback che riceverete attraverso i canali promozionali. Inoltre, discutetene con i vostri colleghi e tirocinanti e chiedete il loro feedback costruttivo.
- ▮ Godetevi il momento e pianificate come migliorare il prossimo in base al feedback/

Ora inizia a seguire il tuo piano e rendi la tua prima storia digitale una vera ispirazione!



GRAZIE



CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, infographics & images by **Freepik**