

NARRATIVE DIGITALI COME ATTIVITÀ DI SERVICE LEARNING NEL TERRITORIO

CORRADO PETRUCCO
Università di Padova
corrado.petruccho@unipd.it



Framework teorico e obiettivi dell'esperienza didattica

La pervasività dei media digitali nella vita quotidiana, soprattutto dei video, è oggi notevole in tutte le fasce d'età ma è particolarmente significativa in quella dei più giovani: servizi online come Youtube, per la condivisione e fruizione di video, sono divenuti rapidamente punti di riferimento nella loro "dieta mediale" sia in ambito ludico che informativo e comunicativo. Più dell'80% degli studenti dichiara di guardare video su Youtube o altri Social Network più volte al giorno (vedi ad es. Micheli & Gui, 2015). Ad un così alto tasso di "consumo" di video non corrisponde però una adeguata competenza mediale nella creazione dei video stessi: infatti l'opportunità offerta dalle nuove tecnologie che ha permesso l'esplosione del cosiddetto User Generated Content non ha nel contempo consentito lo sviluppo adeguato delle loro abilità comunicative ed espressive.

Problematiche riconosciute da tempo dalla ricerca sul tema della media education o media literacy, ovvero le abilità e competenze utili a promuovere uno sviluppo critico e autonomo nel nuovo ambiente comunicativo digitale, globale e multimediale della società dell'informazione (Jenkins, 2010).

Non è quindi solo un problema di competenze prettamente tecnologiche. Se infatti dal punto di vista tecnico, realizzare un video con uno smartphone e condividerlo sui Social Network è considerata ormai una attività pressoché banale e che si può apprendere in pochi minuti, è molto più difficile ad esempio produrlo rispettando i canoni di base del linguaggio filmico. La facilità e velocità del processo di ripresa/video/condivisione che gli smartphone permettono è purtroppo oggi tale da lasciare ben poco spazio ad attività riflessive, limitandosi generalmente a soddisfare esigenze immediate per lo più di carattere ludico o di relazione sociale. In questo senso i paradigmi educativi e formativi della media education classica rimangono tutt'ora validi e necessari anche nei contesti dei nuovi media (Buckingham, 2013) soprattutto quando è necessario "pensare" quali contenuti si vuole effettivamente comunicare e con quali intenzionalità e a quale audience. È evidente che qui la componente etico-sociale riveste una importanza notevole. Rispetto al passato infatti le responsabilità del singolo sono molto più grandi e articolate visto che oggi la disponibilità di canali di diffusione nei Social Network e nelle piattaforme di condivisione video come Youtube permettono di raggiungere potenzialmente milioni di persone. Oltre a formare quindi ad una decodifica critica delle forme e dei contenuti dei media stessi, è importante

favorire le abilità di scrittura e produzione di testi mediali anche e soprattutto in un'ottica di partecipazione attiva nel sociale.

Su queste considerazioni si è basata la sperimentazione laboratoriale effettuata all'interno dell'insegnamento di Teorie e Pratiche della Comunicazione Educativa e Mediale del Corso di Laurea Triennale di Scienze dell'Educazione presso l'Università di Padova. Il laboratorio è stato strutturato in modo tale che gli studenti potessero apprendere non soltanto competenze tecnologico-mediali ma anche come dare un senso alla loro attività produttiva attraverso una attenta scelta dei contenuti da veicolare con i video in funzione degli obiettivi stabiliti. Trattandosi di un indirizzo di Laurea volto a formare per la maggior parte Educatori Sociali e Culturali, la scelta è stata quella di creare dei video che rispondessero ad obiettivi legati ad una precisa finalità sociale e che potessero in qualche modo incidere positivamente sui comportamenti e sugli atteggiamenti dell'audience a cui erano destinati. Il genere prescelto per la sperimentazione sul campo è stato quello del Digital Storytelling, ovvero dei brevi video narrativi, caratterizzati da una forte componente emozionale e personale.

I riferimenti teorici a sostegno dell'esperienza laboratoriale sono stati essenzialmente l'apprendimento significativo di Jonassen (Jonassen, Howland & Marra, 2007) nel contesto della Engagement Theory (Kearsley & Schniederman, 1998) ed il modello pedagogico del Service Learning. L'apprendimento significativo si basa su un concetto di apprendimento che sia attivo, costruttivo, intenzionale, autentico e cooperativo/collaborativo. Per "attivo" si intende che chi apprende va coinvolto attivamente nella costruzione della sua conoscenza in contesti che siano per lui appunto significativi. Jonassen evidenzia che l'apprendimento dovrebbe essere perciò anche intenzionale finalizzato ad esempio alla soluzione di un problema specifico all'interno di "compiti autentici", della vita quotidiana. L'Engagement Theory conferma sostanzialmente questi presupposti aggiungendo come corollario che la tecnologia può essere un buon catalizzatore per facilitare questi processi, soprattutto se il setting dell'engagement degli studenti si situa al di fuori dei contesti scolastici o formativi tradizionali. Inoltre l'Engagement Theory è molto vicina, come vedremo, al modello pedagogico del Service Learning in quanto, secondo la teoria, i progetti sviluppati dovrebbero essere significativi per la società: infatti i tre principi su cui si fonda sono il "relate," "create," ed il "donate," ovvero gli studenti lavorano assieme in gruppo e con persone in ambito extra-scolastico per creare ("donare") un artefatto o un progetto che sia utile in ambito sociale.

Service Learning: tra apprendimenti curricolari e pratiche concrete

Il modello del "Service Learning" si adatta quindi bene alle attività didattiche progettate nel laboratorio: esso, come vedremo, permette infatti di integrare gli apprendimenti teorici con una pratica concreta al di fuori del contesto scolastico/universitario e quindi aperta ai contesti informali e non formali, e nel nostro caso, finalizzata ad una attività di servizio rivolta ad una comunità o ad un territorio ben definiti. Il Service Learning può essere definito come un metodo pedagogico didattico in cui gli studenti sono considerati soggetti attivi e che unisce due elementi: il "Service" inteso come attività di volontariato per la

comunità ed il “Learning” ovvero l’acquisizione di competenze professionali, metodologiche e sociali appartenenti ad uno specifico curriculum in funzione dell’apprendimento degli studenti (Speck & Hoppe, 2004). È un modo di agganciare la formazione al reale (experiential learning), ma andando oltre un uso strumentale della realtà (Mortari, 2017). Lo sforzo di cercare di riconoscere i problemi e i bisogni di una comunità, può favorire lo sviluppo di comportamenti di cittadinanza attiva, mentre i progetti attivati, in collaborazione con operatori delle organizzazioni locali, creano contesti reali dove gli studenti possono sviluppare le loro competenze professionali, metodologiche e partecipative. È un modo quindi anche per riflettere sui contenuti disciplinari (Bringle, Hatcher & McIntosh, 2006).

Sono concetti certamente non nuovi e sostanzialmente già presenti ad esempio in Dewey con il learning by doing, in cui realizza la possibilità di promuovere una positiva azione nel sociale anche attraverso la scuola, ed in Freire che lo vede egualmente come processo educativo e soprattutto come strumento di trasformazione, presa di coscienza e crescita sociale. Molte scuole ed Università in tutto il mondo che adottano questo interessante modello, permettono quindi agli studenti di sperimentare e sviluppare le proprie conoscenze e competenze grazie a pratiche di servizio nei confronti della comunità (Eyler & Giles, 1999) (Butin, 2010). Recentemente anche in Italia il MIUR ha riconosciuto l’importanza del Service Learning prevedendo una serie di progetti di formazione specifica per gli insegnanti e studenti (vedi l’art.5 DM 663 1/9/2016).

Digital Storytelling e cultura partecipativa

I Digital Storytelling sono brevi storie che assumono la forma mediale di un video della durata di pochi minuti. Una delle caratteristiche peculiari del Digital Storytelling è la forte connotazione emotiva e personale spesso fornita dalla propria voce e da suoni o musica coinvolgenti e adeguati ai contenuti narrati (Ohler, 2006, Lambert, 2013, Petrucco, 2009). La creazione di video narrativi destinati ad un’audience precisa e su tematiche legate al territorio è un esercizio molto efficace sia dal punto di vista dell’acquisizione delle competenze di produzione mediale che per lo sviluppo di abilità sociali-relazionali e riflessive. Infatti non è solo il prodotto che conta (video) ma anche il processo attraverso il quale lo si è realizzato: il processo di realizzazione dei Digital Storytelling è in grado di coinvolgere attivamente gli studenti soprattutto se essi realizzano storie coerenti con la realtà e descrivono problemi e possibili soluzioni in situazioni autentiche (Jonassen et al., 2007) favorendo l’apprendimento situato (Lave & Wenger, 2006) e anche un supporto importante ai processi di apprendimento cognitivo (Collins, Brown e Newman, 1995).

I Digital inoltre nella prospettiva dello user-generated content stimolano la cultura partecipativa (Jenkins, 2010) che sfrutta le tecnologie della Rete come un amplificatore relazionale: nel nostro caso i feedback ai video realizzati sono stati una parte importante delle attività di Service Learning proprio perché permettevano l’interazione con il target individuato e costituivano un indice diretto utile per la valutazione della loro efficacia. Inoltre la struttura narrativa dei video, rappresentando storie problematiche di vita quotidiana, ha permesso di

esplicitare facilmente l'intenzionalità e gli obiettivi perseguiti: la competenza infatti si consegue quando esiste un'intenzione ad agire e un fine ben preciso scegliendo consapevolmente il proprio comportamento (Pellerey, 2004).

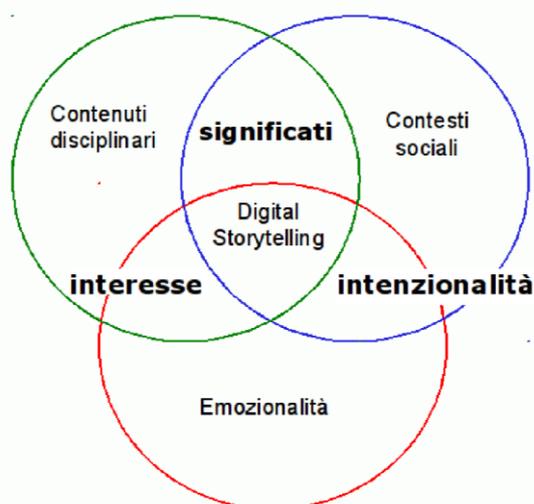


Fig. 1 Il Digital Storytelling come strumento capace di fondere contenuti disciplinari, contesti sociali e emozionalità: strumento ideale per supportare processi di Service Learning (Petrucco, 2014).

Nella fig. 1 possiamo vedere come l'attività di creazione di video narrativi (digital Storytelling) si situi all'interno di un processo di contestualizzazione dei contenuti disciplinari utili a proporre soluzioni alle problematiche sociali/territoriali individuate, attraverso lo stimolo di un forte coinvolgimento emotivo. Quest'ultimo infatti costituisce un buon supporto alla motivazione intrinseca ad apprendere e ad impegnarsi nelle pratiche concrete: le emozioni positive sono molto legate alle finalità per raggiungere un obiettivo specifico (Reeve, 2014; LeDoux, 2003; Brophy, 2010).

Attività della sperimentazione

Hanno partecipato alla sperimentazione N=76 studenti (M=18, F=58) che hanno lavorato in gruppi di tre o quattro persone, cercando di unirsi in gruppi su base territoriale omogenea proprio perché lo sviluppo dei contenuti dei video richiedeva una certa conoscenza delle problematiche del territorio. Dopo aver seguito un laboratorio pratico sugli strumenti e le tecniche per realizzare i Digital Storytelling, agli studenti è stato presentato l'approccio del Service Learning e poi è stato loro chiesto di individuare una specifica problematica sociale rilevata nel territorio di appartenenza da affrontare come tema dei video.

Complessivamente si sono formati 26 gruppi con altrettante tematiche. Come abbiamo visto, la fase della scelta dei temi è stata un elemento importante del processo perché ha sostanzialmente permesso di "sincronizzare" la percezione dell'importanza che la comunità e/o gli enti e associazioni del territorio scelto attribuiva ad essi, con quella degli studenti stessi. Le problematiche affrontate appartengono per la maggior parte alle aree tipiche dell'impegno sociale e sono

state raggruppate in quattro macro-categorie: 1) disabilità (inclusione, barriere architettoniche, famiglie con disabili, esperienze di pet therapy, fattorie sociali), 2) volontariato (educativa di strada, associazioni, case famiglia, famiglie affidatarie, abbandono animali.), 3) animazione sociale e culturale (gioco, animazione giovanile, promozione alla lettura), 4) dipendenze (giovani e dipendenze, droga, vandalismo).

Nella prima fase del progetto gli studenti hanno dovuto scegliere i temi da trattare, individuare l'area territoriale di riferimento ed attivare i contatti con Enti, associazioni, Istituzioni locali a cui proporre il tema e con cui collaborare, come ad esempio Comuni, parrocchie, centri giovani e centri anziani, associazioni, musei, parchi, beni culturali e ambientali in genere. La scelta del tema è stata cruciale e si è molto insistito sulle modalità "ascolto" di una comunità o del gruppo di persone che rappresentavano il target prescelto (Mazzoni & Ubbiali, 2015). Agli studenti è stato raccomandato quindi di chiedere loro quali fossero i problemi più sentiti e di prenderne nota. Non sorprende che da parte delle persone coinvolte, molto spesso la forma di comunicazione scelta sia stata proprio quella narrativa, ovvero il racconto di esperienze problematiche vissute in prima persona. Come aiuto per la stesura del progetto è stata predisposta una breve scheda (vedi tab. 1) che ogni gruppo doveva compilare e sottoporre ad approvazione del docente.

Tabella 1 – Scheda progetto Service Learning/Digital Storytelling

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

Nella seconda fase gli studenti hanno raccolto documentazione scientifica sul tema e contattato le persone a vario titolo coinvolte, ascoltando e trascrivendo le loro storie per poter mettere a punto lo storyboard dei vari video. Successivamente hanno realizzato concretamente il Digital Storytelling coinvolgendo le persone e spesso servendosi di “attori” presi con il loro esplicito consenso, proprio dai contesti reali (ad. es. disabili, persone appartenenti ad associazioni, semplici cittadini) (fig. 2).

Nella terza fase i video sono stati pubblicizzati nei Social Network e presentati alla cittadinanza nell’ambito di eventi ad hoc. Nel caso di tematiche fortemente geo-localizzate (come ad es. problemi di accessibilità di luoghi, centri di riferimento sociale nel territorio, beni culturali, etc.) è stato anche apposto un cartello con un tag QRCode che rimandava al video online. Infine nell’ultima fase gli studenti hanno sottoposto un questionario di gradimento ad almeno a tre persone significativamente rappresentative del target specifico a cui era indirizzato il Digital Storytelling, valutando e discutendo i risultati.

I video realizzati sono stati anche condivisi nella piattaforma del corso e geolocalizzati in una mappa interattiva, in modo che tutti gli studenti potessero vederli in funzione del territorio a cui si riferivano. In particolare, gli studenti hanno avuto occasione di relazionarsi sia online con la cittadinanza e gli attori del territorio coinvolti, che in presenza, in occasione della presentazione pubblica dei video, verificandone così in prima persona l'efficacia. Al termine delle attività, agli studenti è stato sottoposto un questionario conclusivo per verificare le loro percezioni sull'esperienza svolta, in particolare relativo all'efficacia del Digital Storytelling nei contesti di Service Learning e sulle eventuali modifiche avvenute riguardo i loro atteggiamenti e convinzioni sul tema dell'impegno sociale.



Fig. 2 Due esempi di digital realizzati dagli studenti rispettivamente sull'inclusione nel mondo del lavoro e sui problemi di mobilità cittadina dei disabili.

Risultati e considerazioni sull'esperienza

Il questionario rivolto agli studenti cercava di analizzare l'esperienza sulla base di più dimensioni:

- quella tecnologica/mediale delle competenze digitali potenzialmente acquisite e dello strumento utilizzato;
- della qualità e dell'efficacia percepita del prodotto realizzato,
- della soddisfazione complessiva dell'attività svolta con il progetto,
- del loro potenziale coinvolgimento presente e futuro in altre attività sociali,

Dal punto di vista della prima dimensione relativa alle proprie competenze digitali ben l'86% afferma di riconoscere un miglioramento ed il 66% lo indica come molto elevato. Competenze raggiunte non senza uno sforzo percepito come notevole: in effetti più dell'80% degli studenti giudica il lavoro svolto per la realizzazione tecnica dei video come "difficile" o "abbastanza difficile". Generalmente riportano in questo senso difficoltà legate all'utilizzo dei vari software per il montaggio video e non tanto legate ai momenti di ripresa sul campo, confermando da questo punto di vista la loro familiarità nell'utilizzo immediato dello smartphone come videocamera ma appunto di una minor abilità nella editazione di un video.

La percezione della qualità del prodotto e della sua efficacia è risultata molto elevata: ben il 97% pensa che il Digital abbia in qualche modo cambiato l'atteggiamento delle persone che lo hanno visto, dato sostanzialmente

confermato dai questionari rivolti ad un campione qualitativamente significativo delle persone individuate come target ideale di ciascun video (fig. 3). In particolare hanno evidenziato l'immediatezza comunicativa e soprattutto persuasiva dello strumento nei confronti dell'audience individuata.

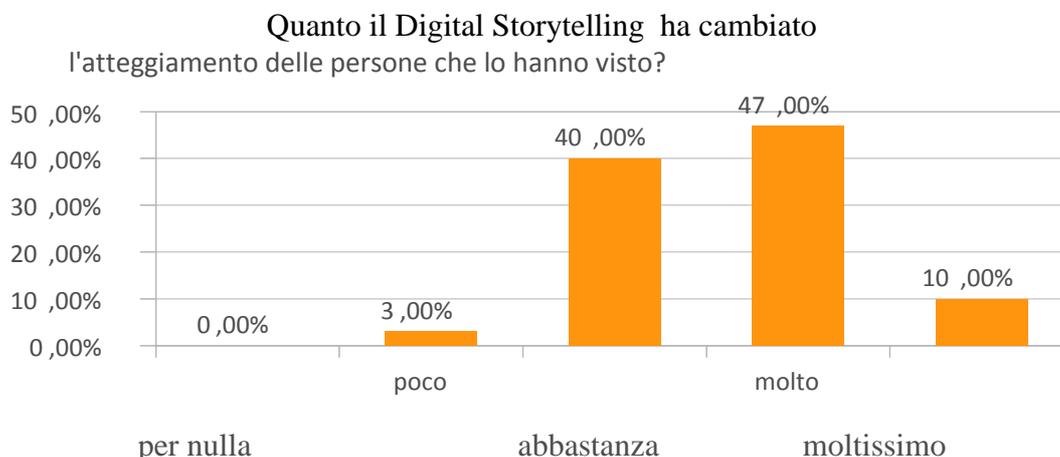


Fig. 3 – La percezione del Digital Storytelling da parte degli studenti inteso come strumento capace di modificare l'atteggiamento delle persone sul tema trattato.

Gli studenti hanno dimostrato un gradimento molto elevato per il Digital Storytelling sia come strumento da utilizzare ancora in futuro con finalità simili: il 41% afferma che lo utilizzerà sicuramente o molto probabilmente; mentre il 36% non sa e solo il 23% non crede di usarlo più. Alcuni studenti così commentano a questo proposito:

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

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

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

Dal punto di vista invece dell'attività di Service Learning, la percezione di aver ottenuto dei buoni risultati con il loro progetto rispetto agli obiettivi prefissi risulta molto elevata (fig. 4) con ben il 76,7% che giudica l'esperienza come utile o molto utile. Interessante il feedback che hanno dato alla domanda se in futuro, grazie anche al progetto svolto, parteciperanno ad attività sociali nel loro territorio: il 90% conferma anche se solo il 53% crede effettivamente di continuare ad avere contatti con le persone, enti o associazioni coinvolte direttamente nella realizzazione del Digital Storytelling.

Visti i risultati ottenuti dal tuo progetto,

di Service Learning come giudichi l'esperienza ?

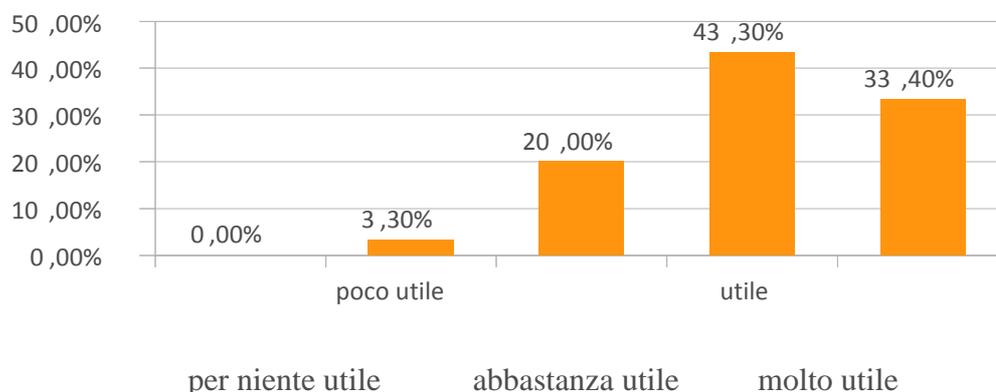


Fig. 4 L'attività svolta con il progetto è stata giudicata dagli studenti molto positivamente e percepita come effettivamente utile.

D'altro canto l'esperienza svolta sembra abbia cambiato l'atteggiamento degli studenti stessi a svolgere azioni a favore del territorio, di persone, o associazioni: ben il 63% degli studenti evidenzia l'importanza di avere una cittadinanza attiva. Interessante la percezione degli studenti della loro auto-efficacia rispetto alle loro possibili azioni nel sociale: alle domande "Penso che il mio contributo potrebbe cambiare qualcosa nella mia comunità / cambiare qualcosa nel mondo al di fuori della mia comunità" si nota come vi sia un forte sbilanciamento verso l'ambito locale (fig. 5). Ciò è confermato anche dalle risposte alla domanda se si sentano informati sui problemi più importanti della propria comunità locale: in totale quasi l'80% afferma di esserlo e solo il 20% di esserlo poco o per nulla. Infine, più del 50% ritiene che continuerà ad avere contatti con persone/enti/associazioni coinvolte nella realizzazione del loro progetto e di aver avuto poca (26,7%) o nessuna difficoltà (53,3%) nella collaborazione con essi, mentre solo il 17% riporta problemi di una qualche entità.

Penso che con il mio contributo potrebbe cambiare qualcosa nella mia comunità/nel mondo

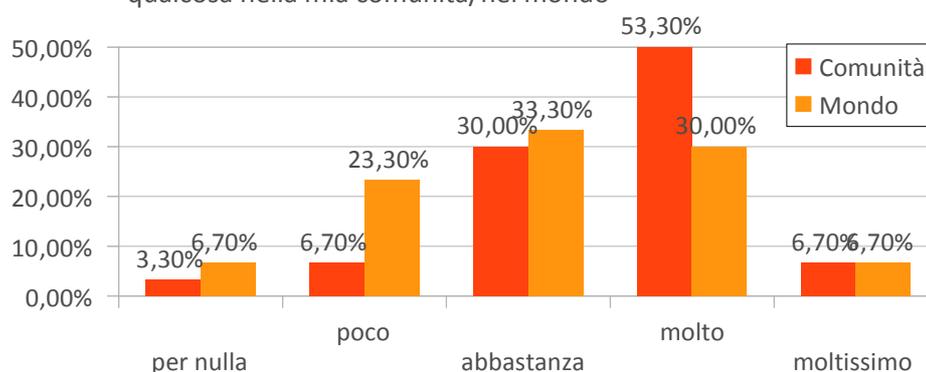


Fig. 5 La percezione degli studenti sul senso di auto-efficacia delle loro azioni risente fortemente del senso di appartenenza a comunità del territorio nettamente più elevata rispetto a prospettive più ampie.

Conclusioni

L'invito che è stato fatto agli studenti di evidenziare problematiche sociali nel loro progetto di Service Learning ha avuto un feedback importante nei due ambiti "critici" dell'apprendimento: quelli del formale e dell'informale. Le attività svolte sul campo hanno rappresentato infatti contesti informali autentici su cui mettere alla prova le competenze sviluppate nei curricoli e i relativi livelli di padronanza raggiunti negli ambiti didattici formali (Ellerani, 2013). Le competenze e abilità messe in gioco dal sono state sicuramente molte: da quelle legate alle competenze digitali a quelle inerenti il curriculum di educatore, sino ad arrivare a quelle trasversali (collaborative, relazionali).

In particolare il processo di ideazione, creazione e condivisione dei vari Digital Storytelling essendo la base su cui sviluppare le attività di Service Learning, li ha aiutati ad acquisire anche competenze di "cittadinanza digitale" che ha come presupposto l'essere un "personally responsible citizen" (Westheimer & Kahne, 2004): ovvero un cittadino responsabile che agisce in modo da rispettare le regole della comunità e al tempo stesso un cittadino partecipativo che si impegna nella vita sociale in modo attivo anche utilizzando gli strumenti che la Rete mette a disposizione (Richards, 2010) (Mossberger, Tolbert, & McNeal, 2007) (Jones & Mitchell, 2016). Vale la pena di ricordare che recentemente nell'aggiornamento del framework europeo DigComp (DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens, 2016), suggerisce politiche educative finalizzate a formare persone capaci di impegnarsi nella cittadinanza attiva attraverso le tecnologie sviluppando, rielaborando e condividendo contenuti digitali (rispettivamente ai punti 2.3, 3.1 e 3.2 del Framework). Un'ultima ma importante considerazione ha a che vedere con la competenza etica e di rispetto della privacy che gli studenti hanno acquisito quando hanno dovuto decidere chi e cosa rappresentare nei video: molti studenti si sono dimostrati sorpresi che non bastasse un semplice consenso verbale e che fosse necessario richiedere una liberatoria scritta alle persone riprese per la successiva pubblicazione dei video online.

La condivisione dei video realizzati su piattaforme come Youtube o siti Web di associazioni o di istituzioni coinvolte, ha favorito l'acquisizione anche di competenze relazionali e partecipative. Infatti la maggior parte delle piattaforme di diffusione dei video realizzati permetteva agli utenti di generare dei feed-back e in non pochi casi gli studenti hanno potuto così discutere direttamente con i cittadini a commento dei temi proposti nei Digital Storytelling: in effetti la collaborazione con i cittadini a livello locale è stata fondamentale per la buona riuscita delle attività (Jameson, Clayton & Jaeger, 2010). In conclusione possiamo dire che l'esperienza di Service Learning nel suo complesso è stata molto apprezzata sia agli studenti che dagli altri attori coinvolti, ed è riuscita in molti casi a portare in evidenza all'opinione pubblica locale le tematiche affrontate e in qualche caso anche a spingere i responsabili politici ed istituzionali ad agire per la loro soluzione. In questo senso, l'utilizzo di video narrativi, che

descrivono le storie personali di cittadini alle prese con problemi concreti ha costituito una significativa differenza, facendo leva sulle potenzialità persuasive dello storytelling stesso e favorendo azioni concrete da parte di chi ha visto il video.

Bibliografia

- Baumann, P. (2012). Civic Engagement through Digital Citizenship: Engaging Youth in Active, Participatory Citizenship through Digital Media. *The Progress of Education Reform*. Volume 13, Number 1. Education Commission of the States.
- Bringle, R., Hatcher, J., & McIntosh, R. (2006). Analyzing Morton's typology of service paradigms and integrity. *Michigan Journal of Community Service Learning*, 13, 5–15.
- Brophy, J. (2010). *Motivating Students to Learn*. New York: Routledge.
- Buckingham, D. (2013). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. John Wiley & Sons.
- Butin, D. W. (2010) *Service-Learning in Theory and Practice: The Future of Community Engagement in Higher Education*. Palgrave Macmillan. 175 Fifth Avenue, New York, 2010.
- Caine G., Caine R. N. (1994), *Making Connections: Teaching and the Human Brain*, AddisonWesley, Menlo Park (CA).
- Collins A., Brown J. S., Newman S. E. (1995), L'apprendimento cognitivo, per insegnare a leggere, scrivere e a far di conto, in C. Pontecorvo, A. Ajello, C. Zuccheromaglio (a cura di), *I contesti sociali dell'apprendimento*, LED, Milano, pp. 181-231.
- DigComp 2.0 (2016) *The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: The Conceptual Reference Model* autori: Vuorikari, R., Punie, Y., Gomez, S. C., & Van Den Brande, G. (No. JRC101254). Joint Research Centre (Seville site).
- Ellerani, P. (2013). *Successo formativo e lifelong learning*. Franco Angeli, Milano.
- Eyler, J. S. (2000). What Do We Most Need To Know about the Impact of Service-Learning on Student Learning?. *Michigan Journal of Community Service Learning*.
- Eyler, J., & Giles Jr, D. E. (1999). *Where's the Learning in Service-Learning?* Jossey-Bass Higher and Adult Education Series. Jossey-Bass, Inc., 350 Sansome St., San Francisco, CA.
- Jameson, J., Clayton, P., & Jaeger, A. (2010). Community engaged scholarship as mutually transformative partnerships. In L. Harter, J. Hamel-Lambert & J. Millesen (eds.), *Participatory partnerships for social action and research* (pp. 259-277).
- Jenkins H. (2010). *Cultura convergente*. Milano: Apogeo.
- Jenkins, H. (2010). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 24(6), 943-958.
- Jonassen D., Howland J. L., Marra R. M. (2007), *Meaningful Learning with Technology*, Allyn & Bacon, Boston, III ed.
- Jones, L. M., & Mitchell, K. J. (2016). Defining and measuring youth digital citizenship. *new media & society*, 18(9), 2063-2079.
- Kearsley, G., and Schneiderman. (1998). Engagement theory. A framework for technology-based teaching and learning. *Educational Technology*, 38(3).
- Lave J., Wenger E., *L'apprendimento situato, Dall'osservazione alla partecipazione attiva nei contesti sociali*, Erickson, 2006.
- LeDoux, J. (2003) *Il cervello emotivo. Alle origini delle emozioni*, Baldini & Castoldi, Milano.
- Mazzoni, V., & Ubbiali, M. (2015). Diventare insegnanti, tra ricerca e servizio. *La pedagogia del Service Learning nella formazione dei futuri docenti*. *Form@ re-Open Journal per la formazione in rete*, 15(3), 243-257.
- Micheli, M., & Gui, M. (2015). *Le tecnologie digitali nella scuola valdostana: una ricerca su studenti e insegnanti delle secondarie di secondo grado*. <http://boa.unimib.it>
- Mortari L. (2017) (a cura di) *Service learning. Per un apprendimento responsabile*. Franco Angeli.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). *Digital citizenship*. Mit Press.
- Ohler, J. (2006). The world of digital storytelling. *Educational leadership*, 63(4), 44-47.
- Pellerey, M. (2004), *Le competenze individuali e il portfolio*, La Nuova Italia, Firenze.
- Petrucchio, C., & De Rossi, M. (2009). *Narrare con il digital storytelling a scuola e nelle organizzazioni*. Carocci.

- Reeve, J. (2014). *Understanding motivation and emotion*. John Wiley & Sons.
- Richards, R. "Digital citizenship and web 2.0 tools." *Journal of Online Learning and Teaching* 6.2 (2010): 516-522.
- Speck, B. W., & Hoppe, S. L. (Eds.). (2004). *Service-learning: History, theory, and issues*. Greenwood Publishing Group.
- Westheimer, J. & Kahne, J. (2004). What Kind of Citizen? The Politics of Educating for Democracy. *American Educational Research Journal* 41(2).