



**Project: Media Literacy**  
**Activity C1 - Joint Staff Training Event**  
**“Digital and Media Literacy ”**

Date: 8th- 10th November 2021 - Baronissi, Italy

Organizzazione Ospitante: Istituto Margherita Hack (formerly ‘IIS Baronissi’)

Indirizzo: Via M. Galdi, 26 - 84081 Baronissi (SA), Italy

Project Number: 2019-1-IT02-KA229-063301



# Stili di Apprendimento e differenti tipi di media

Project Number: 2019-1-IT02-KA229-063301



# Come gli esseri umani percepiscono la parola: il contesto

La nostra comprensione delle parole può variare a seconda di dove le incontriamo.

Il contesto influenza i processi mentali, da come le persone vedono le cose a come si comportano con gli altri.

Tutto ciò che facciamo è influenzato dalla situazione in cui lo facciamo.

La situazione che circonda un'azione è chiamata il suo contesto.

L'analisi del contesto è fondamentale per l'interazione sociale.



# Linguaggio e cultura

La lingua non è solo un modo per comunicare, è una componente della cultura che la rende unica.

La lingua è cultura e la cultura è lingua.



# Differenti tipi di comunicazione

- 1) Verbale
- 2) Non-verbale
- 3) Paraverbale



# Comunicazione

La comunicazione verbale è ciò che diciamo.

Le persone abili come oratori sono dirette, usano un messaggio chiaro.

Spesso si fermano un po' quando chiedi loro qualcosa e poi rispondono direttamente al punto.

Le loro frasi sono ben strutturate e usano la quantità minima di parole per esprimere le loro risposte quando rispondono alla tua domanda.



# Comunicazione non verbale

La comunicazione non verbale è ciò che il corpo e le microespressioni mostrano.

I nostri cervelli sono attenti ai segnali di comunicazione non verbale, poiché questo aiuta a comprendere meglio la persona che ci sta di fronte.

Il tuo cervello sta scansionando la persona che ti sta dicendo qualcosa, alla ricerca di segni di comunicazione non verbale.



# Comunicazione Paraverbale

La comunicazione paraverbale è il modo in cui diciamo ciò che diciamo. È un po' come il veicolo che trasporta la tua parola parlata: tonalità, volume, lunghezza del discorso, accento, fluidità/ritmo, velocità, chiarezza, pause tra frasi o parole.

# Teoria del carico cognitivo di J. Sweller

Nella psicologia cognitiva, il carico cognitivo si riferisce alla quantità utilizzata di risorse di memoria di lavoro.

Esistono tre tipi di carico cognitivo:

- il carico cognitivo germano si riferisce al lavoro svolto nella creazione di un deposito permanente di conoscenza (uno schema);
- il carico cognitivo intrinseco è il livello intrinseco di difficoltà associato a uno specifico argomento didattico;
- Il carico cognitivo estraneo si riferisce al modo in cui le informazioni o i compiti vengono presentati a uno studente.

# Il carico cognitivo estraneo dovrebbe essere ridotto al minimo

Il carico cognitivo estraneo è generato dal modo in cui le informazioni vengono presentate agli studenti ed è sotto il controllo dei progettisti didattici.

Un istruttore può descrivere un quadrato in un mezzo verbale, ma ci vuole solo un secondo e molto meno sforzo per vedere di cosa sta parlando l'istruttore quando a uno studente viene mostrato un quadrato, piuttosto che averne uno descritto verbalmente. In questo caso, l'efficienza del mezzo visivo è preferita e il mezzo verbale rappresenta un carico cognitivo estraneo.

# I differenti stili di apprendimento degli studenti

La teoria dell'autogoverno mentale di RJ Sternberg prevede tre stili di pensiero di apprendimento:

- legislativo (pensiero creativo);
- esecutivo (senso pratico);
- giudiziario (pensiero analitico).



## Stile legislativo (pensiero creativo)

Predilezione per compiti, progetti e situazioni che richiedono creatività, formulazione, pianificazione di idee, strategie, prodotti. A questo tipo di individuo piace decidere cosa fare e come farlo, piuttosto che sentirselo dire.



## Stile esecutivo (senso pratico)

Predilezione per attività, progetti e situazioni che forniscono struttura, procedure o regole con cui lavorare e che, sebbene modificabili, possono servire come linee guida per misurare i progressi. Lo studente con orientamento esecutivo preferirà spesso che gli venga detto cosa fare e quindi farà del suo meglio per farlo bene.



## Stile giudiziario (pensiero analitico)

Predilezione per compiti, progetti e situazioni che richiedono valutazione, analisi, confronto-contrasto e giudizio di idee, strategie e progetti esistenti.



# Per stimolare tutti gli stili di apprendimento

È importante realizzare materiali formativi che coinvolgano e stimolino qualsiasi stile di apprendimento.



# Differenti tipi di comunicazione

- 1) Uno a molti
- 2) Multi-a-molti
- 3) Molti a uno



## Uno-a-molti:

Uno-a-molti: è il tipo di comunicazione che si trova comunemente nei vecchi media come la stampa, la radio e la televisione.

In questo tipo di comunicazione, una singola fonte fornisce informazioni a più destinatari.



# Molti a molti

Molti a molti: è un modello in cui le informazioni sono generate da più fonti e sono ricevute da più fonti.

La condivisione di informazioni multi-a-molti si trova spesso su moderne piattaforme di rete come i social media e altre forme di comunicazione basate su Internet.



# Molti a uno

Molti a uno: è il contrario di Uno a molti. In un modello Molti a uno, diversi punti di informazioni vengono recepiti da un unico ricevente ricezione. Questo è il modello di condivisione delle informazioni comunemente utilizzato per ricevere feedback.



# Il senso che i diversi tipi di media coinvolgono

Print Media utilizza il testo.

La radio usa i suoni.

La TV utilizza suoni e video.

I Media online utilizzano multimedia.



# L' audience

La carta stampata e i media online hanno un pubblico istruito.  
Radio e TV possono avere un pubblico analfabeta.



# Opportunità di «tornare indietro»

Carta stampata e media online: offrono l'opportunità di «tornare indietro».  
Radio e TV: non danno nessuna possibilità «tornare indietro».



# Vincoli

Carta stampata: lo spazio.

Radio e TV: il tempo.

Media online: l'attenzione dei lettori



# Complessità delle frasi

Carta stampata: può includere frasi complesse.

Radio, TV, media online: usano frasi semplici e brevi



# Selezione dei contenuti

Media cartacei e media online: i lettori possono scegliere i contenuti.  
Radio e TV: il pubblico deve attendere i propri contenuti.



# Feedback

Carta stampata, Radio e TV: il pubblico non può dare feedback.  
Media online: il pubblico può fornire feedback.