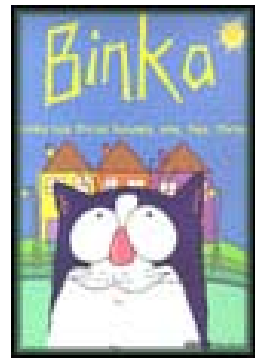


il Divertinglese



“Dal progetto al prodotto”

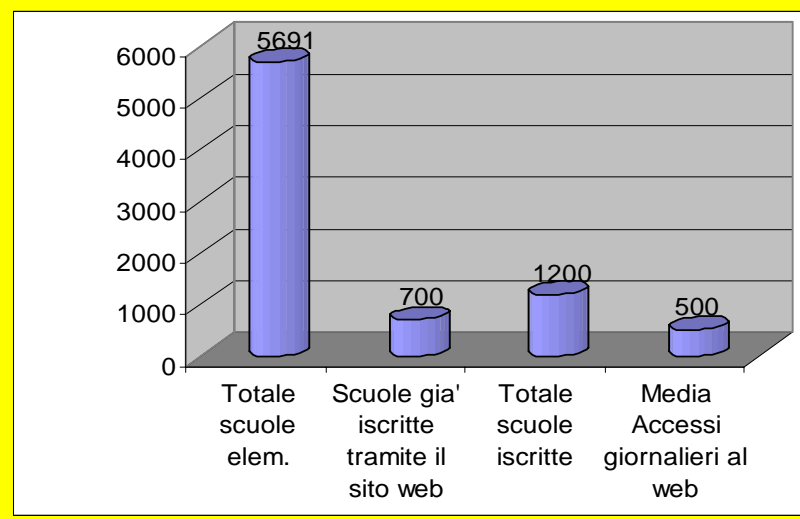
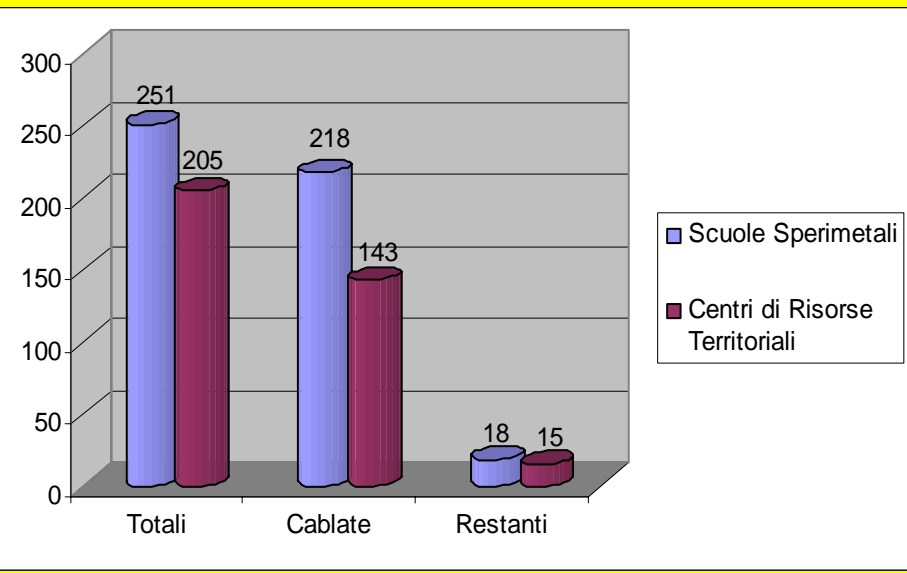
Il modello de “Il Divertinglese”

- Sistema integrato TV digitale + web+ supporti cartacei
- Sistema flessibile nelle modalità d'uso
- Formula edutainment
- Lingua come obiettivo e come veicolo
- Target : 5/ 10 anni con particolare attenzione al primo monoennio e primo biennio.
- Rapporto scuola-famiglia

Il risultato della sperimentazione

A partire dal 10 Febbraio abbiamo provveduto ad installare KIT di ricezione satellitare nelle scuole della Sperimentazione, così come illustrato nel grafico seguente:

Dall'apertura delle iscrizioni a tutte le scuole elementari si sono iscritte circa 700 nuove scuole, per un totale di più di 1200 scuole che seguono trasmissioni:



Totale accessi al sito a partire dall'apertura (3 Febbraio)	Circa 35.000
Media degli accessi giornalieri	Tra i 900 ed i 1.000
Totale documenti scaricati (schede didattiche + copioni)	Circa 25.000

Il modello di lavoro RAI - MIUR

Le Commissioni ministeriali

Per "Il Divertinglese" 

Con il coordinamento **dell'Isp. Petruzzi** il gruppo di lavoro RAI - MIUR vede al suo interno esperti di comunicazione televisiva ed **esperti di didattica della lingua inglese** e **pedagogisti** del MIUR per migliorare l'offerta. In particolare questa commissione ha valutato la proposta RAI ed ha suggerito le soluzioni necessarie a equilibrare in maniera efficace le esigenze didattiche e quelle di intrattenimento.

Per "Il DivertiPC" 

In questo caso la commissione, coordinata **dall'Isp. Marucci**, sta effettuando un percorso congiunto già in partenza. Al momento il gruppo costituito da esperti di didattica multimediale del MIUR, esperti Web e esperti del linguaggio audiovisivo stanno mettendo appunto l'offerta di prodotti che partirà con l'apertura del nuovo anno scolastico.

Collaborazione con



Il Protocollo d'intesa

Nel mese di Febbraio 2003 RAI Educational e INDIRE hanno sottoscritto un accordo ufficiale col quale entrambi gli enti si impegnano a:

- ▶ **Individuare aree tematiche** di interesse specifico per il mondo della scuola.
- ▶ **Progettare congiuntamente** prodotti che siano fruibili nella scuola e/o in famiglia e che siano diffusi su più media: dalla tv alla carta al web.
- ▶ **Monitorare presso la scuola** l'uso dei prodotti realizzati analizzandone il funzionamento dal punto di vista delle metodologie e della qualità didattica espressa.

Il Divertinglese e



La Ricerca

Al fine di valutare in maniera più dettagliata il reale utilizzo dei prodotti de "Il Divertinglese" ed individuare i necessari interventi di miglioramento dell'offerta, è in fase di conclusione una ricerca qualitativa nell'ambito delle scuole della sperimentazione.

Il campione



Estratto secondo il metodo del **campione ragionato**



Rappresentatività non di tipo **probabilistico**, ma di tipo **semantico**



Le informazioni raccolte a partire dal campione ragionato rispondono ad obiettivi strategici con scopi fondamentalmente **esplorativi**

Il Divertinglese e



Regioni coinvolte

Secondo un campionamento ragionato



Lombardia, Emilia R., Veneto, Lazio, Puglia

Strumenti utilizzati



Questionario strutturato a risposte chiuse a partire dalla definizione di una serie di aree problematiche rispetto alle quali raccogliere informazioni;

Modulo di osservazione partecipante in cui si registrano comportamenti e modalità di scambio degli alunni nel corso della visione dei prodotti

Intervista di profondità con alcuni insegnanti al fine di indagare in dettaglio alcune aree problematiche individuate nel corso della ricerca.

**CONSEGNA DEL LAVORO:
30 Giugno 2003**

Il Divertinglese e



I Punti di forza emersi dalla ricerca sono vanno interpretati lungo 3 fronti:

Tecnologico

- Riconoscimento del valore didattico innovativo del progetto (Tv+ Web) fruibile oltre le esigenze del monoennio e primo biennio.
- Riconoscimento del valore della tv come strumento di formazione

Prodotto Lato docenti

- Benefici didattici attesi e inattesi sui bambini
 - Attrazione
 - Stimolo all'attività
 - Divertimento
- Riconoscimento del valore dei programmi sia specializzati che non (Ad es. Le canzoni di Polpetta hanno uno share alto)

Prodotto lato bambini

- Alla fine delle lezioni, con "IIDiv" , prevale un atteggiamento degli alunni in cui si favorisce:
 - controllo tra loro di ciò che hanno appreso
 - lavoro successivo sui contenuti visti

Il Divertinglese e



La Sapienza

Università degli Studi di Roma

Punti di debolezza emersi dalla ricerca ;

- Migliorare gli orari di trasmissione (inizio alle 8,30)
- Predisporre i palinsesti su base annuale
- Aumentare i supporti ludici
- Superare il tentativo di assimilare "Il Divertinglese" ai corsi didattici su VHS
- Percezione di complessità intesa come tempo da dedicare agli strumenti per...

Assunzioni generali:

Su queste basi ci sono le condizioni per un ulteriore sviluppo del progetto che abbia i seguenti obiettivi:

Rafforzamento del Prodotto



PRODOTTO

Estensione della dotazione parabolica



TECNOLOGIA

Informazione ai docenti sull' uso integrato della TV e del WEB e all'uso del materiale didattico



INFORMAZIONI

Prodotto:

Il primo anno di messa in onda ha confermato la bontà d'approccio del prodotto. E' nostra intenzione passare dal progetto al prodotto rafforzandolo secondo direttrici che tengano conto delle indicazioni della ricerca :

PERTANTO..da un primo anno di programmazione incentrato su

- ▶ Offerta di cartoni animati tutti i giorni della settimana inseriti all'interno del programma contenitore "Tracy e Polpetta".
- ▶ Offerta generalizzata dei prodotti

Si passa ad un nuovo anno...

Prodotto:

...in cui l'offerta si articola lungo le seguenti direttrici:

- ▶ Costruzione di una nuova settimana che presenterà un'offerta di moduli variata (anche all'interno dello stesso target) lungo tutto l'arco della settimana.
- ▶ Maggiore equilibrio tra LINGUA / LIVELLO / TARGET nella composizione delle diverse unità di programmazione per semplificare la gestione della complessità linguistica
- ▶ Introduzione di una nuova unità di programmazione che preveda l'utilizzo di nuovi linguaggi televisivi particolarmente adatti ai bambini di 8-10 anni.
- ▶ Introduzione di miniprogrammi tematici che attraverso la lingua inglese veicolano contenuti interdisciplinari.
- ▶ Rafforzamento dell'integrazione tra TV e WEB e estensione delle funzionalità del WEB

Prodotto:

L'offerta per il prossimo anno scolastico

La nuova organizzazione delle unità di programmazione

Unità 1	Unità 2	Unità 3	Unità 4	Unità 5
<p>Offerta di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1/2 cartoni animati particolarmente adatti per il target 5-7 anni nel rispetto del principio dell'esposizione al documento originale. - Sitcom "Tracy e Polpetta" con obiettivi specifici di comunicazione linguistica. - Miniprogramma a tema. 		<p>Offerta di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prodotti specializzati per l'insegnamento a distanza e prodotti per lo sviluppo delle abilità trasversali 		<p>Nuovo contenitore particolarmente adatto per il target 8-10 in grado di contemplare diversità di linguaggi televisivi: animazione, musica, CLIL, ecc...</p>

Il week-end per la famiglia

Anche per il prossimo anno il week-end darà la possibilità di rivedere gli episodi trasmessi nel corso della settimana scolastica, nonché seguire nuovi prodotti.

Informazione:

- ▶ **ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE SUL TERRITORIO:**
 - ▶ Piano di informazione/formazione sul territorio da realizzare con incontri nazionale e/o regionali in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione
- ▶ **STRUMENTI A SOSTEGNO DEL DOCENTE:**
 - ▶ Guida all'uso per "Il Divertinglese" e "Il DivertiPC"
- ▶ **EVOLUZIONE DEL SITO WEB**
 - ▶ Nuova veste grafica e allargamento delle aree di interesse al target: famiglia e bambini

Dotazione tecnologica:

- ▶ **ESTENSIONE DELLA DOTAZIONE TECNOLOGICA:**
 - ▶ È prevista l'estensione della dotazione dalle scuole della sperimentazione a tutte le scuole elementari italiane
 - ▶ L'esperienza maturata nel corso della sperimentazione 2002-2003 ci consentirà di velocizzare i processi operativi connessi alla nuova attività