

1

NEW MEDIA

Formazione, Educazione e Nuove Tecnologie

a cura di

Alfonso Sciara e Filippo Cammarata

 **Cammarata**
editore

Anno 2008

© Copyright 2008 by Cammarata s.r.l, Bivona

Prima edizione maggio 2008
Anno 1 n. 1

Curatori editoriali

Alfonso Sciara
Filippo Cammarata

L'editore è a disposizione degli eventuali aventi causa per eventuali inesattezze e/o omissioni nelle citazioni.

Gli autori e l'editore di questo volume non si assumono alcuna responsabilità per incidenti o danni che derivino o siano causati dall'uso dei programmi e/o dei testi contenuti in questo volume. Nomi e marchi citati nel testo sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici.

Traduzioni e riproduzioni totali o parziali anche a uso interno e didattico con qualsiasi mezzo effettuati sono vietati in tutti i paesi.

Cammarata Editore

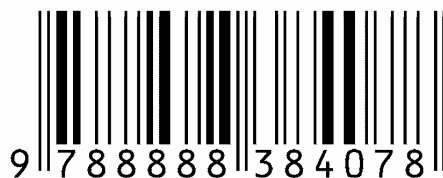
Via Avicario, 2 92010 BIVONA (AG)
Tel. 199 443855 Fax 178 4415144
Tel. 0922 1835591 Fax 0922 1835592

www.cammarata.it

ordini.cammarata.it

info@cammarata.it

ISBN 978-88-88384-07-8



€ 2,00

Premessa

Argomentando di *nuovi media*, il più delle volte, si pensa ad una forte contrapposizione con i *vecchi*, ipotizzandone la sostituzione a favore dei nuovi sistemi di comunicazione. E' estremamente chiarificatrice la riflessione pedagogica del Prof. Maragliano, quando individua nel processo di *rimediazione* cioè dei "meccanismi, attraverso i quali un nuovo strumento, inizialmente, ricalca e riproduce elementi del vecchio (*lo rimedia*), per differenziarsene, poi e costringere il *vecchio* a riallinearsi nei suoi confronti (e dunque a rimediarlo)"¹. Stiamo infatti assistendo, nel nostro tempo, proprio a questo *processo di rimediazione*: le nuove tecnologie utilizzano codici, linguaggi iconici e linguistici riorganizzati e riproposti in modalità diverse; noi siamo, per così dire, costretti a *rimediarli* per interpretarli e per dare, a questi, significati ulteriori. Le nuove forme di comunicazione, basate sulle nuove tecnologie, non agiscono solamente come strumenti di concentrazione di vecchi modelli di comunicazione: è il caso dei telefonini di ultima generazione, in cui troviamo la possibilità di guardare la televisione, ascoltare la radio, navigare su internet, gestire gli impegni personali, vigilare a distanza la propria abitazione, telefonare, ma anche a superare quel legame topologico consueto, tipo "vado a casa per vedere la TV, o in ufficio, per aggiornare la rubrica telefonica". Le nuove tecnologie della comunicazione e, in particolare, la rete Internet ci propongono infinite opportunità di accesso alla *conoscenza* e al *sapere*; ognuno di noi è costretto ad elaborare e rielaborare nuove strategie di accesso al sapere: è proprio il tema del *Knowliege Management*, è proprio, il caso delle costosissime enciclopedie diventate oggetti di arredamento e dalle già superate enciclopedie su cd rom a favore di quelle on-line. Capacità di selezione dei materiali proposti dai motori di ricerca, web semantico,

¹ R. Maragliano, Il sistema dei media, senza e con il computer, www.puntoeduindire.it 2008

documenti certificati sono proprio i temi ricorrenti con cui tutti noi continuamente ci confrontiamo e a cui la scuola, oggi, prova a dare risposte e riscontro. Il lavoro proposto vuole proprio rappresentare una ulteriore occasione di riflessione sulla varietà di contenuti e temi che caratterizzano le nuove tecnologie della comunicazione. Gli autori di questo lavoro che presentiamo sono impegnati in settori di lavoro diversi e questo *e-book* vuole, per un solo attimo, diventare un ulteriore luogo di incontro, non “virtuale”, ma *reale*, in cui ognuno di noi prenda consapevolezza delle mille sfaccettature con cui si propongono le nuove tecnologie. Il grande legame con la struttura a libro, tomi, capitoli, paragrafi, ecc., lo studio delle discipline a scuola, ognuna con un proprio docente con le proprie quote orarie molto spesso ci porta erroneamente a distinguere, per esempio, quello che appartiene all’ingegneria informatica con quello che è oggetto di riflessione della formazione multimediale e così via dicendo. Chi avrà la pazienza di leggere fino in fondo il testo forse individuerà una propria chiave di lettura “reticolare” capace di mettere insieme il tema della formazione con quello della progettazione informatica.

Alfonso Sciara

SOMMARIO

PREMESSA	3
COMUNICARE IN RETE: LA PROGETTAZIONE DI UN SITO WEB DIDATTICO IN LINEA CON GLI OBIETTIVI DELLO STAKEHOLDER PRINCIPALE DI FILIPPO CAMMARATA	5
INTRODUZIONE	5
DATI DI PROGETTO	6
<i>Lista Stakeholder principali</i>	7
<i>Profili utente</i>	8
SCENARIO D'USO	8
<i>Goal</i>	9
<i>Obiettivi dello stakeholder principale</i>	10
<i>Key Values</i>	11
REQUISITI	12
<i>Requisiti di contenuto</i>	12
<i>Requisiti di operazioni degli utenti</i>	12
<i>Requisiti di grafica</i>	13
CONCLUSIONI	13
BIBLIOGRAFIA	14
PERCHÉ UN E-BOOK DI ALFONSO SCIARA	15
VERSO UN APPROCCIO UMANISTICO-MULTIMEDIALE DELL'INSEGNAMENTO DELLA LINGUA INGLESE DI JAANA HELENA SIMPANEN	18
INTRODUZIONE	18
IL METODO SITUAZIONALE	18
IL METODO NOZIONALE-FUNZIONALE	20
L'APPROCCIO COMUNICATIVO	21
CREATIVITÀ LINGUISTICA	22
LANGUE E PAROLE	24
LA POLITICA EUROPEA PER APPRENDIMENTO DELLE LINGUE	25
L'APPROCCIO UMANISTICO-AFFETTIVO	25
LEARN TO LEARN	26
PRIMI PASSI DELLA TECNOLOGIA IN AULA	27
MULTIMEDIALITÀ E APPRENDIMENTO	28
PROFILO DELL'INSEGNANTE NELL'ERA MULTIMEDIALE	29
PROJECT WORK	31
COLLABORATIVE LEARNING	33
VERSO UN APPROCCIO UMANISTICO-MULTIMEDIALE	34
CONCLUSIONE	37
BIBLIOGRAFIA E SITI INTERNET:	37
PUBBLICAZIONI E SITI DEL CONSIGLIO D'EUROPA	41

**AUTENTICAZIONE PER L'ACCESSO AD UNA PIATTAFORMA DI APPRENDIMENTO A DISTANZA
TRAMITE IL SISTEMA DI RICONOSCIMENTO BIOMETRICO DELLE IMPRONTE DIGITALI (PARTE
PRIMA): DALL'IMMAGINE AL VETTORE DELLE INFORMAZIONI. DI CARMELO FERRARA 42**

INTRODUZIONE 42

L'IMPRONTA DIGITALE 43

Caratteristiche di un'impronta digitale. 44

DAL PRELIEVO AL MATCHING: I PROCESSI DI ELABORAZIONE DI UN'IMPRONTA DIGITALE 49

Preprocessing 49

Postprocessing 51

Il confronto 52

BIBLIOGRAFIA 54

**MARKETING E FUND RAISING, RISORSE PER LA DIDATTICA NELLE FACOLTÀ UMANISTICHE DI
SERGIO BELLUCCIA 56**

LA TRIADE INSCINDIBILE 56

UN' EPOCA DI TRANSIZIONI 56

IL RUOLO DEGLI ORGANI ISTITUZIONALI 57

LE CONDIZIONI CHE CONDUCONO AD UN APPROCCIO SCIENTIFICO 57

L'ARTICOLAZIONE DELL'ANALISI DEL FENOMENO *IMPRESA CULTURALE* 58

LA FORMAZIONE COME SEME DELLA STRATEGIA EVOLUTIVA 59

IL PRODOTTO CULTURALE 60

IL FUND RAISING 61

IL CIRCOLO VIRTUOSO DELL'EVOLUZIONE 62

BIBLIOGRAFIA 63