



Motivazione alla lettura e nuove forme di libro: uno studio di caso

Motivation to read and new reading format: a case study

Arianna Lodovica Morini
Università Roma Tre
arianna.morini@uniroma3.it

ABSTRACT

The aim of this exploratory research is to examine the introduction of high quality illustrated and interactive e-books in the school context, designed to be read on a tablet, in relation to students' motivation to read and to some creativity factors. This research interest emerged due to the new ways of reading developed in the last decades and to the necessity to think about the competences required to successfully face the challenges of the technological innovations of the coming years. The research has been carried out, as a case study, in a 4th grade class in a primary school in Frascati (Rm). This school is involved and committed with a reading incentive program. The tools used to collect qualitative and quantitative data were: the Motivation to Read Profile, (Gambrell, Palmer, Codling, & Mazzoni, 1996), translated and adapted; the Test of creativity thinking, (Williams, 1994); direct observation of participants supported by a check list and a questionnaire, in order to have a framework of the children's reading experience. Early findings suggest the convenience of introducing high quality e-book integrated with the use of paper books into a school context.

L'obiettivo della ricerca di tipo esplorativo è l'analisi dell'introduzione in un contesto educativo di e-book illustrati e interattivi di qualità su dispositivi tablet, in relazione alla motivazione alla lettura e ad alcuni fattori della personalità creativa. La scelta dell'argomento nasce dall'interesse per le nuove forme di lettura, sviluppatesi nelle ultime decadi, e dalla necessità di riflettere sulle competenze che nei prossimi anni saranno sempre più richieste dall'innovazione tecnologica. La metodologia di ricerca utilizzata è stata lo studio di caso. L'analisi è stata condotta in una classe quarta di scuola primaria dell'Istituto Comprensivo di Frascati (Rm), da anni coinvolto e impegnato nella promozione della lettura. I dati sono stati raccolti con strumenti di tipo sia qualitativo che quantitativo: il Motivation to Read Profile, (Gambrell, Palmer, Codling, & Mazzoni, 1996), tradotto e adattato; il Test della personalità creativa, (Williams, 1994); una griglia di osservazione della lettura; un questionario di rilevazione dati sull'esperienza della lettura, costruito appositamente per la ricerca esplorativa. I primi dati emersi suggeriscono l'opportunità di introdurre nelle scuole testi digitali di qualità, integrandoli nella didattica della lettura di libri a stampa.

KEYWORDS

New Reading Practice, Illustrated and Interactive E-Book, Tablet, Motivation, Creativity.
Nuove Pratiche di lettura, E-Book illustrati e interattivi, Tablet, Motivazione, Creatività.

Introduzione

L'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico, analizzando i dati emersi dall'indagine PISA 2009, mette in evidenza il legame tra libri in formato digitale e libri a stampa: «l'interesse e le abilità dei ragazzi nella lettura digitale potrebbero essere utilizzati per avviare un "circolo virtuoso", attraverso il quale la lettura più frequente di testi digitali porterebbe a una migliore competenza nella lettura digitale, che, a sua volta, condurrebbe anche a un maggiore piacere derivante dalla lettura e a una migliore competenza nella lettura di testi stampati» (OCSE, 2012, p.4).

La letteratura scientifica di settore, nazionale e internazionale, sta affrontando questioni relative alla lettura di testi in versione digitale in ambito educativo. (Rotta, Bini, & Zamperlin., 2010; Banzato, 2011; Yokota & Teale, 2014). Le ricerche si sono concentrate in particolare sullo studio delle competenze della lettura di testi non-lineari, ipertesti o testi on-line (Coiro & Dobler, 2007; Cardullo, Zygouris-Coe, Wilson, Craanen, & Stafford, 2012). Sono invece ancora poco estese le ricerche sulle pratiche di lettura su e-book illustrati e interattivi. Questa tipologia di libri offre illustrazioni animate, suoni, musiche, con la possibilità di ascoltare la storia da una voce narrante. È caratterizzata da una forte interazione con il testo e con le immagini. È progettata per dispositivi elettronici quali i tablet e gli smartphone. Alcune ricerche hanno evidenziato il potenziale di questi e-book che «forniscono un mezzo dinamico attraverso il quale esplorare, visualizzare e comprendere l'informazione e i concetti del testo in un modo coinvolgente e tattile che aiuterà gli studenti ad interiorizzare ciò che leggono» (Anderson, 2012, p.3), evidenziando aspetti quali il coinvolgimento del lettore e il rischio di distrazione in quanto «hanno la potenzialità di cambiare il modo in cui gli studenti leggono un testo, grazie alla loro interattività. Sicuramente queste caratteristiche addizionali possono distrarre dalla lettura, ad ogni modo i benefici per coinvolgere il lettore e per un'istruzione individualizzata sono immensi» (Schugar, Smith & Schugar, 2013, p.616). Queste ricerche rilevano l'importanza di dedicare attenzione alle caratteristiche che attribuiscono qualità al libro, infatti, come sottolineano Cahill & McGill-Franzen (2013) «l'interazione di qualità comincia con la qualità del libro. Per massimizzare l'utilizzo degli e-book illustrati interattivi, bisognerebbe selezionare solo e-book di alta qualità» (p.31). Si avverte quindi un interesse ad approfondire maggiormente i criteri utili a individuare le principali caratteristiche che permettano di riconoscere la qualità di un e-book illustrato e interattivo. La selezione dovrebbe essere particolarmente accurata soprattutto se si intende introdurre gli e-book nel contesto scolastico al fine di migliorare l'attività didattica.

Il ruolo della motivazione alla lettura, come elemento chiave per incentivare gli studenti a diventare lettori, è stato ampiamente analizzato per evidenziare le possibili strategie utili a far nascere e a coltivare il piacere della lettura dentro e fuori la scuola (Lumbelli, 1988; Moretti, 1993; De Naeghel, Van Keer, Vansteenkiste & Rosseel, 2012; Wigfield & Guthrie, 2013). I lettori molto motivati hanno autodeterminazione e si creano le loro proprie occasioni di lettura. Vogliono leggere e scegliere cosa leggere per diversi motivi personali come la curiosità, il coinvolgimento, l'interscambio sociale e la soddisfazione emotiva (Gambrell et al. 1996). Gli aspetti che caratterizzano la motivazione a leggere degli studenti sono molteplici: Guthrie, Wigfield & You (2012) ne prendono in considerazione diversi tra cui: il raggiungimento di obiettivi, la motivazione intrinseca ed estrinseca, i valori, l'autoefficacia e la motivazione sociale.

Medford e Mcgeown (2012) nelle loro ricerche ipotizzano che la motivazione alla lettura, oltre a essere influenzata dalle competenze di lettura e dalla consapevolezza che i bambini hanno delle loro capacità, può dipendere anche da fattori sottostanti, quali le caratteristiche della personalità. Gli autori sottolineano la mancanza di ricerche sulla relazione tra i tratti della personalità dei bambini e la motivazione intrinseca alla lettura.

1. Disegno della ricerca

L'obiettivo della ricerca è verificare l'impatto delle nuove pratiche di lettura sul piacere della lettura, sulla motivazione, sul coinvolgimento e sullo sviluppo della creatività.

L'ipotesi da verificare è l'esistenza di una relazione tra il modo in cui i bambini leggono un e-book illustrato e interattivo e i fattori della creatività e della motivazione.

La metodologia scelta per la ricerca di tipo esplorativo è lo studio di caso (Stake, 1995; Yin, 2005) con l'utilizzo di strumenti di indagine qualitativi e quantitativi. Lo studio è stato condotto in una classe quarta di scuola primaria dell'Istituto Comprensivo di Frascati (Rm), una scuola nella quale da anni viene dedicata un'attenzione particolare alla didattica della lettura con diverse attività di promozione tra cui l'adozione alternativa ai libri di testo (art. 277 del Decreto Legislativo n. 297/1994).

Per la raccolta dati sono stati scelti i seguenti strumenti: il *Motivation to Read Profile*, (Gambrell et al., 1996), tradotto e adattato; il *Test della personalità creativa*, (Williams, 1994); una griglia di osservazione della lettura di un e-book illustrato e interattivo; un questionario di rilevazione dati sull'esperienza della lettura, costruito appositamente per questa ricerca.

Il *Motivation to Read Profile* (Gambrell et al., 1996) è un test di autovalutazione composto da 20 items, con scala Likert a 4 punti. Il test misura due specifiche dimensioni della motivazione alla lettura: il "concetto di sé come lettore" rilevando le "informazioni sulle competenze di lettura auto-percepite dallo studente e sulla auto-percezione delle proprie performance in relazione ai pari" e il "valore della lettura", individuando "informazioni sul valore che gli studenti attribuiscono ai compiti di lettura e alle attività, in particolare in termini di frequenza di coinvolgimento in attività legate alla lettura". Il test viene compilato individualmente e autonomamente. Il tempo medio di somministrazione è di 20 minuti. Il *Motivation to Read Profile* è stato tradotto dalla versione originale in inglese e adattato al contesto italiano.

Il *Test della personalità creativa*, individuato dal *Test della creatività e pensiero divergente* (Williams, 1994), è volto a identificare e a valutare i fattori di creatività presenti nei bambini e ragazzi tra i 6 e i 18 anni. Si tratta di una successione di 50 items, a scelta multipla, attraverso cui è possibile rilevare alcuni tratti della personalità creativa quali la curiosità, l'immaginazione, la complessità e la disponibilità ad assumere rischi. Questi aspetti sono considerati da Williams i quattro fattori di creatività dell'ambito emozionale. Il test dà un punteggio totale e quattro sottopunteggi relativi ai diversi fattori. Il tempo di somministrazione è di 30 minuti. La tabella n. 1 riporta la descrizione dell'autore relativa ai quattro fattori.

Disponibilità ad assumersi rischi (13 item)	Complessità (13 item)	Curiosità (12 item)	Immaginazione (12 item)
<i>Avere il coraggio di ...</i>	<i>Sentirsi sfidati a ...</i>	<i>Aver voglia di ...</i>	<i>Avere il poter di ...</i>
esporsi al fallimento e alle critiche; tentare di indovinare; operare bene anche in condizioni destrutturate.	cercare numerose alternative; ripristinare l'ordine partendo dal caos; muoversi in idee o problemi intricati.	essere indagatori e fantasticare; giocare con un'idea; essere aperti a situazioni sconcertanti; meditare sul mistero delle cose.	visualizzare e costruire immagini mentali; sognare cose che non sono mai accadute; sentire intuitivamente; andare al di là dei limiti sensoriali o delle caratteristiche reali.

Tabella 1. Fattori del Test della personalità creativa (Williams, 1994)

A seguito della somministrazione dei questionari sono state svolte due sessioni di lettura con e-book illustrati e interattivi. La prima sessione ha avuto come finalità quella di far familiarizzare gli alunni con il dispositivo tablet e con i libri in formato e-book. Nella seconda sessione è stata proposta la lettura individuale di un e-book illustrato e interattivo, monitorata attraverso una griglia di osservazione. Infine è stato chiesto agli alunni di rispondere alle domande di un questionario conclusivo, per rilevare dati sull'esperienza.

Per raccogliere il numero di interazioni attivate dal lettore in ciascuna pagina dell'e-book e il tempo di lettura è stata utilizzata una griglia di osservazione. Il questionario che è stato somministrato è costituito da 11 domande a risposta multipla che hanno l'obiettivo di rilevare informazioni sulla nuova esperienza di lettura. In particolare alcune domande vertono su: la modalità con cui i bambini hanno scelto di leggere la storia (con la musica di sottofondo, con la narrazione audio, con la presenza del testo); sul modo in cui desidererebbero rileggere la storia o una storia simile (nel formato a stampa, nel formato digitale o in entrambi i formati); sull'impatto che hanno avuto le varie funzioni dell'e-book (audio, musica, testo, interazione) sulla lettura; sulla descrizione delle emozioni provate durante la lettura.

2. Alcuni risultati

L'unità di analisi è costituita da 21 bambini di età compresa tra i 9 e i 10 anni, tutti frequentanti la classe quarta primaria nell'Istituto Comprensivo di Frascati (Rm).

Dall'elaborazione dei dati emerge che i bambini, da anni coinvolti in attività di promozione della lettura, si considerano per la maggior parte dei "buoni lettori", a cui piace leggere, sia a scuola che a casa, per motivi personali e a prescindere dagli impegni scolastici. I bambini conoscono diverse tipologie di libro e sono soliti variare tra i generi e gli argomenti. La maggioranza dei bambini della classe ha avuto esperienze precedenti nell'utilizzo dei tablet; meno della metà ha avuto occasione di leggere un e-book. Per tutti è stata una novità l'introduzione

di e-book di narrativa illustrati e interattivi. Nella fase di familiarizzazione i bambini hanno mostrato la tendenza a voler scoprire autonomamente le modalità di lettura del testo, anche se spesso hanno avuto bisogno di un confronto con il ricercatore per superare alcune difficoltà legate all'interazione con l'e-book. Nella sessione individuale di lettura, gli alunni hanno chiesto di poter leggere la storia più volte per cercare di scoprire maggiori dettagli.

Dall'analisi dei dati raccolti attraverso il *Motivation to Read Profile*, emerge che dei 21 bambini: 14 sono "motivati" a leggere, 4 "molto motivati" e 3 "poco motivati". Indagando sui due fattori risulta che rispetto alla *Consapevolezza di sé come lettore*, 14 risultano "nella media", 4 "sopra la media" e 3 "sotto la media", mentre per quanto riguarda il *Valore attribuito alla lettura*, 4 bambini attribuiscono un valore "nella media", 17 bambini un valore "alto" e nessuno indica un valore "basso".

Rispetto al *Test della personalità creativa* si evince che il gruppo classe ha valori relativi alla creatività medio-alti.

Mettendo a confronto i dati raccolti è possibile identificare la relazione esistente tra la motivazione alla lettura e la creatività. Dalla tabella n. 2 emerge che solo un bambino risulta avere un'alta motivazione e un'alta creatività. La maggior parte dei bambini si collocano esattamente al centro, ottenendo punteggi nella media in entrambi i questionari.

Motivazione	Alta	0	3	1
	Media	0	11	3
	Bassa	0	3	0
		Bassa	Media	Alta
		Creatività		

Tabella 2. Relazione tra Motivazione e Creatività dell'intero gruppo classe

Dall'analisi della griglia di osservazione è stato possibile individuare i bambini che hanno interagito di più con la storia rispetto ai loro compagni e con dei tempi di lettura più lunghi, dimostrando – ipoteticamente – un interesse maggiore per la nuova pratica di lettura. Sono 7 su 21 i bambini che hanno avuto questo comportamento e sui quali si è voluto focalizzare un ulteriore approfondimento.

Nella tabella n. 3 vengono riportati i profili dei 7 bambini, (4 maschi e 3 femmine) in relazione ai dati raccolti con il questionario somministrato a conclusione della nuova esperienza di lettura. La maggioranza dei bambini rileggerebbe la storia, o una storia simile, nel formato digitale mentre 2 bambini si sono mostrati interessati a conoscere la storia in entrambi i formati (stampa e digitale), mettendo in luce l'importanza dell'integrazione tra le due tipologie. Alla domanda riferita all'impatto che le caratteristiche dell'e-book (audio, musica, testo e la possibilità di interagire con le illustrazioni) hanno avuto sull'esperienza di lettura, i bambini si sono concentrati su due risposte in particolare: le caratteristiche dell'e-book hanno "arricchito l'esperienza di lettura" e hanno "aiutato a capire meglio la storia", ritenendo positiva l'introduzione della multimedialità nella storia; nessuno di loro sceglie come risposta a questa domanda: "reso più complessa la

lettura” o “richiesto più attenzione al lettore”, dimostrando di non aver avvertito difficoltà aggiuntive. Anche dalla scelta degli aggettivi per descrivere le sensazioni provate durante la lettura emergono principalmente termini positivi quali: “incuriosito”, “divertito” e “stupito”; in nessun caso i bambini hanno scelto le altre possibili risposte, quali: “annoiato”, “intimidito”, “affaticato” o “fatto sentire a disagio”.

Infine un dato importante emerge dall’informazione circa le esperienze pregresse: si evidenzia che tutti i bambini presi in analisi hanno avuto la possibilità in precedenza di leggere una storia in formato di testo digitale su un tablet. Questo dato riflette l’importante dalla familiarità con il dispositivo.

Nella tabella n. 3 che segue sono riportate con una “X” le risposte affermative indicate nel questionario da ciascun bambino alla conclusione della lettura.

Bambini Domande	M1	M2	M3	M4	F1	F2	F3
Rileggeresti la storia nel formato digitale?	X	X	X		X	X	
Rileggeresti la storia in entrambi i formati?				X			X
Le caratteristiche dell’e-book hanno arricchito l’esperienza di lettura?		X	X			X	X
Le caratteristiche dell’e-book hanno aiutato a capire meglio la storia?	X			X	X		
Durante la lettura è stato sei stato incuriosito?		X		X	X	X	
Durante la lettura ti sei divertito?			X				X
Durante la lettura ti sei stupito?	X						
Ha avuto esperienze precedenti di lettura di e-book ?	X	X	X	X	X	X	X

Tabella 3. Profili bambini con livello di interazione e tempi di lettura sopra la media

A seguito di questa analisi è stato interessante riscontrare quali punteggi avessero ottenuto questi 7 bambini relativamente alla creatività e alla motivazione a leggere: 4 di loro hanno ottenuto punteggi medio alti in entrambi i questionari ma 3 di loro risultano avere una motivazione alla lettura “bassa” e una creatività “media”. Si può ipotizzare quindi che la nuova pratica di lettura di e-book illustrati e interattivi sia riuscita a coinvolgere positivamente anche quei bambini che, pur considerandosi scarsamente motivati a leggere, con una bassa considerazione di sé come lettori e un valore della lettura medio-basso, hanno una creatività nella media (punteggi nella media nei fattori della curiosità, dell’immaginazione, della complessità e della disponibilità ad assumersi rischi). Sarebbe quindi che i fattori della personalità incidano positivamente favorendo la lettura dei nuovi formati di testo anche in quei bambini che risultano avere una motivazione bassa a leggere. Le ricerche di Medford e Mcgeown (2012) che rilevano l’influenza delle caratteristiche della personalità sulla motivazione alle letture sono state quindi confermate anche nel caso di lettura di e-book illustrati e interattivi che si ipotizza possano coinvolgere il bambino lettore anche grazie alle caratteristiche proprie di questo formato.

Riflessioni conclusive

L'ipotesi iniziale, secondo la quale esiste una relazione tra i fattori della creatività, quelli della motivazione e il modo in cui i bambini leggono un e-book illustrato e interattivo, è stata confermata dai dati raccolti attraverso questo studio di caso.

Il potenziale degli e-book emerge dalla ricerca confermando il coinvolgimento e il piacere che deriva dalla nuova pratica di lettura, grazie soprattutto alla forte interazione che arricchisce l'esperienza personale del bambino lettore.

Selezionando e-book di alta qualità è quindi possibile considerare il nuovo formato di libro come una risorsa potenziale per qualificare la didattica della lettura.

Sono emerse alcune aree che potrebbero essere maggiormente approfondite con ricerche future. La ricerca è stata condotta proponendo la lettura individuale dell'e-book: sarebbe interessante verificare se una lettura collettiva a piccoli gruppi incida sul piacere e sulla motivazione alla lettura. Inoltre sarebbe importante riscontrare, con uno studio longitudinale e un'unità di analisi maggiormente estesa, se la lettura di e-book illustrati e interattivi incide positivamente e in maniera significativa sulla motivazione alla lettura e se è possibile attivare il "circuito virtuoso" tra libri digitali e libri a stampa ipotizzato dall'OCSE.

Riferimenti bibliografici

- Anderson, J. (2012). Explor-eBook: Explore, Read, Interact, Assess. *Teacher created materials*. Available at: https://www.teachercreatedmaterials.com/estore/files/research/explor_ebook_white_paper.pdf. [Ultima consultazione 19/4/2015].
- Banzato, M. (2011). *Digital literacy: cultura ed educazione per la società della conoscenza*. Milano: Mondadori.
- Cahill, M., McGill-Franzen, A. (2013). Selecting "App" ealing and "App" ropriate Book Apps for Beginning Readers, *The Reading Teacher*, 67, 1, 30–39.
- Cardullo, V., Zygouris-Coe, V., Wilson, N. S., Craanen, P.M., Stafford, T.R. (2012). How students comprehend using e-readers and traditional text: suggestions from the classroom. *American Reading Forum Annual Yearbook*, [Online], 32.
- Coiro, J., Dobler, E. (2007). Exploring the online comprehension strategies used by sixth-grade skilled readers to search for and locate information on the Internet. *Reading Research Quarterly*, 42, 214-257.
- De Naeghel, J., Van Keer, H., Vansteenkiste, M., Rosseel, Y. (2012). The relation between elementary students' recreational and academic reading motivation, reading frequency, engagement, and comprehension: A self-determination theory perspective. *Journal of educational psychology*, 104, 4, 1006.
- Gambrell, L., Palmer, B. M., Codling, R.M., Mazzoni, S. A. (1996). Assessing motivation to read, *The Reading Teacher*, 49, 7, pp. 518-533.
- Guthrie, J. T., Wigfield, A. & You, W. (2012). Instructional contexts for engagement and achievement in reading. *Handbook of research on student engagement*. Springer US, 601-634.
- Lumbelli, L. (a cura di) (1988). *Incoraggiare a leggere. Intenzione e comportamento verbale degli insegnanti*. Scandicci: La Nuova Italia.
- Medford, E., McGeown, S.P. (2012). The influence of personality characteristics on children's intrinsic reading motivation. *Learning and Individual Differences*, 22, 6 786-791.
- Moretto, G. (1993). *Il piacere della lettura. Seduzione e comprensione del testo nella scuola dell'obbligo*, Roma: Anicia.
- OCSE, (2012). *I ragazzi e le ragazze sono pronti per l'era digitale?* Pisa in Focus, consultabile sulla pagina web www.oecd.org. [Ultima consultazione 19/4/2015].
- Rotta, M., Bini, M., Zamperlin, P. (2010). *Insegnare e apprendere con gli ebook. Dall'evoluzione della tecnologia del libro ai nuovi scenari educativi*. Roma: Garamond.

- Schugar, H. R., Smith, C. A., Schugar, J. T. (2013). Teaching With Interactive Picture E-Books in Grades K–6. *The Reading Teacher*, 66.
- Stake, R. E., (1995). *The art of case study research*, London: SAGE.
- Sun, J., Flores J. (2012). E-Textbooks and Students' Learning Experiences. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 10.
- Wigfield, A., Guthrie, J., (2013). Motivation for reading: An overview. *Motivation for Reading: Individual, Home, Textual, and Classroom Perspectives: A Special Issue of Educational Psychologist* 32, 2, 57-58.
- Williams, F. (1994). *TCD. Test della creatività e del pensiero divergente*. Trento: Edizioni Erickson.
- Yin, R. K. (2005). *Lo studio di caso nella ricerca scientifica*. Roma: Armando Editore.
- Yokota, J. & Teale, W. H. (2014). Picture books and the digital world: Educators making informed choices. *The Reading Teacher*, 67 (8) 577-585.