

Agency in una comunità di apprendimento online: dall'Agency Individuale all'Agency Collettiva

Maria Antonietta Impedovo

Aix-Marseille University, Francia

Maria Beatrice Ligorio

Università degli Studi di Bari, Italia

V Congresso CKBG

Trieste, 9-12 Settembre 2015

Agency

Definizioni:

- Abilità di una persona di essere un agente trasformativo nel suo ambiente (Ahearn, 2001; Billet, 2006)
- Consapevolezza individuale di essere attivi nel mondo, sottolineando l'abilità e il bisogno del soggetto di agire (Bruner, 1990; Kaptelinin & Nardi, 2006).

Concetto rilevante in educazione per comprendere i processi di apprendimento (Archer, 2000; Bandura, 2006; Edwards & Protheroe, 2004; Engeström, 2009; Kumpulainen & Lipponen, 2012) ma...

..... poco esplorato in contesti online e collaborativi

Ricerca

- **Obiettivo della ricerca:**

Esplorare il ruolo dell'Agency in un ambiente di apprendimento online

Comprendere come la natura collaborativa del corso influenza l'attivazione dell'Agency

- **Domande di ricerca:**

1) Quale tipo di agency esprimono gli studenti universitari in un corso online quando discutono sul materiale didattico?

2) Come cambia l'agency in un corso online basato su principi socio-costruttivistici?

- **Contesto della ricerca:**

Corso universitario di tipo « blended »

18 studenti (14 femmine e 4 maschi)



- **Corpus dei dati:**

10 discussioni online (per un totale di 745 note)

Grosso	Modulo 1	Modulo 2	Modulo 3	Modulo 4	Modulo 5	TOTALE
Grosso 1	32	45	95	90	123	385
Grosso 2	19	52	70	89	130	360
TOTALE	51	97	165	179	253	745

- **Aspetti metodologici:**

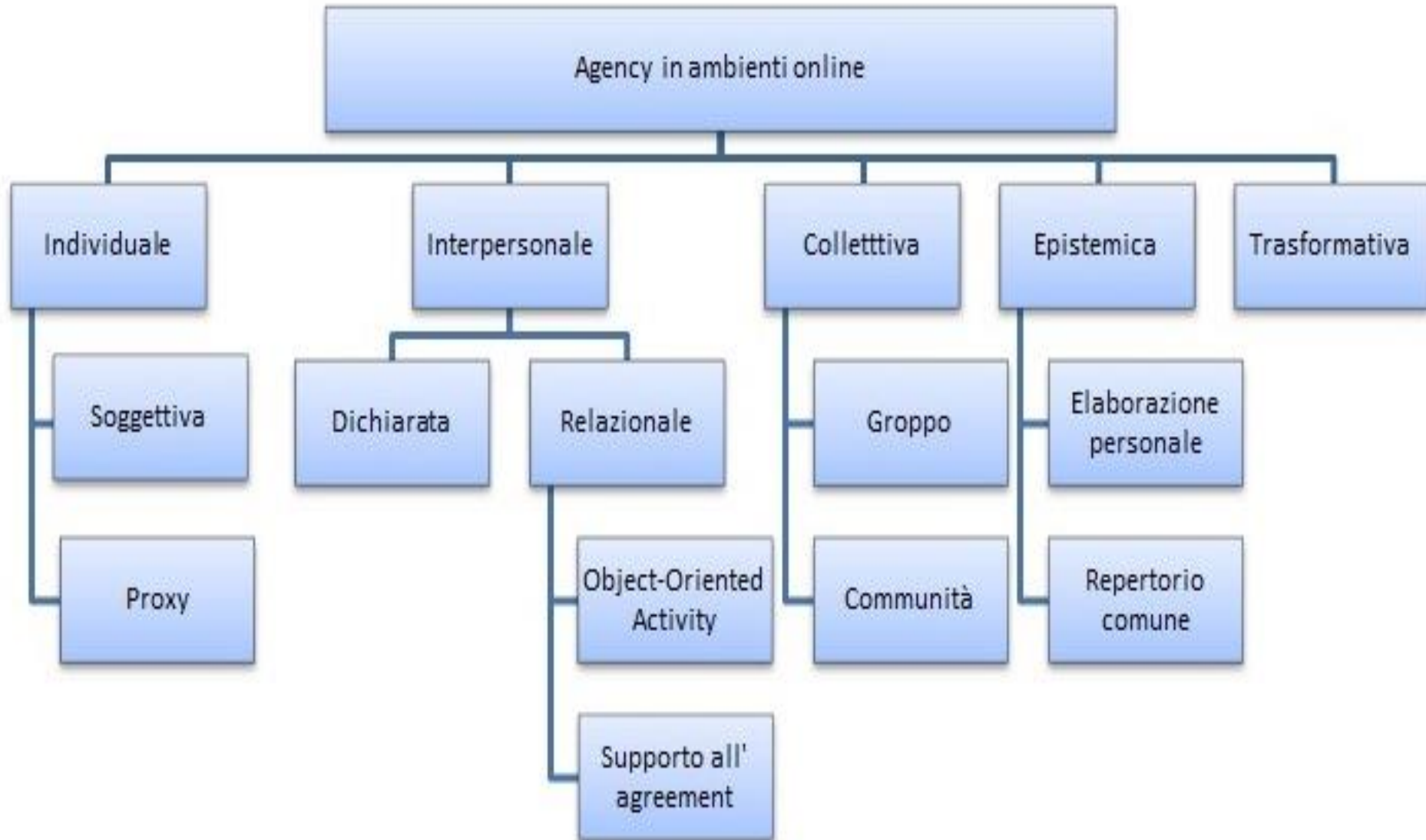
Approccio qualitativo e quantitativo, usando una prospettiva di tipo “grounded”

Analisi

Costruzione del codebook: tipi di agency

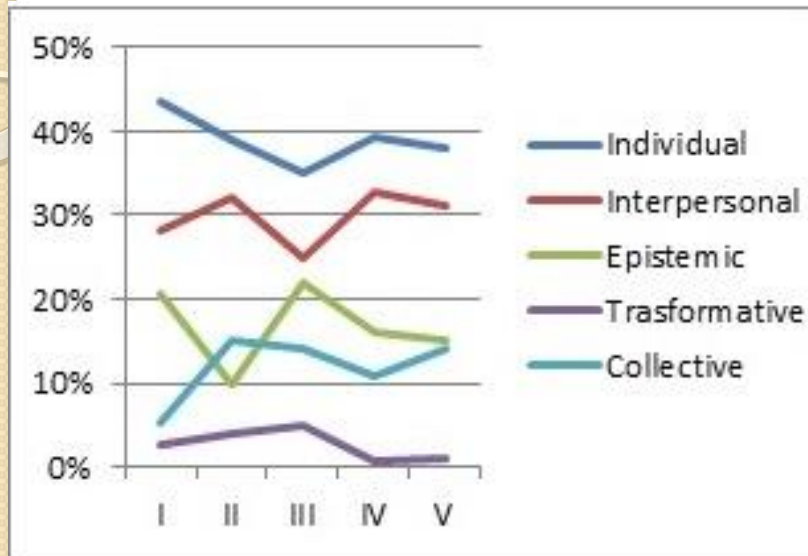
- I. **Fase esplorativa:** orientata ad ottenere una prima versione del codebook
- II. **Prova del codebook:** l'iniziale versione del codebook è stata testata categorizzando una discussione (32 posts)
- III. **Uso e finalizzazione del codebook:** usato in maniera sistematica per analizzare tutto il corpus dei dati
- IV. **Analisi statistica:** dopo aver categorizzati i dati, si è proceduto all'analisi delle frequenze considerando le occorrenze di ciascuna categoria e sotto-categoria. Uso del coefficiente di Spearman's.

CODEBOOK

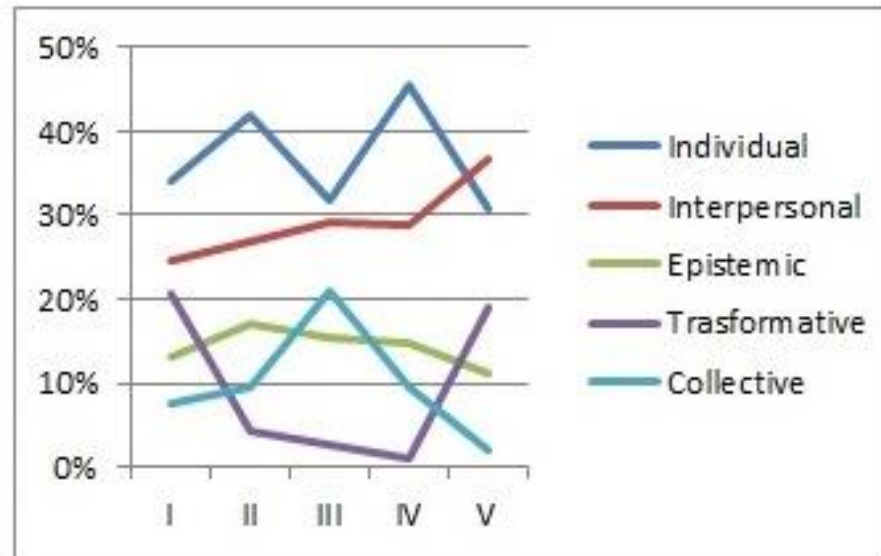


Risultati - Gruppi durante il corso

Gruppi I

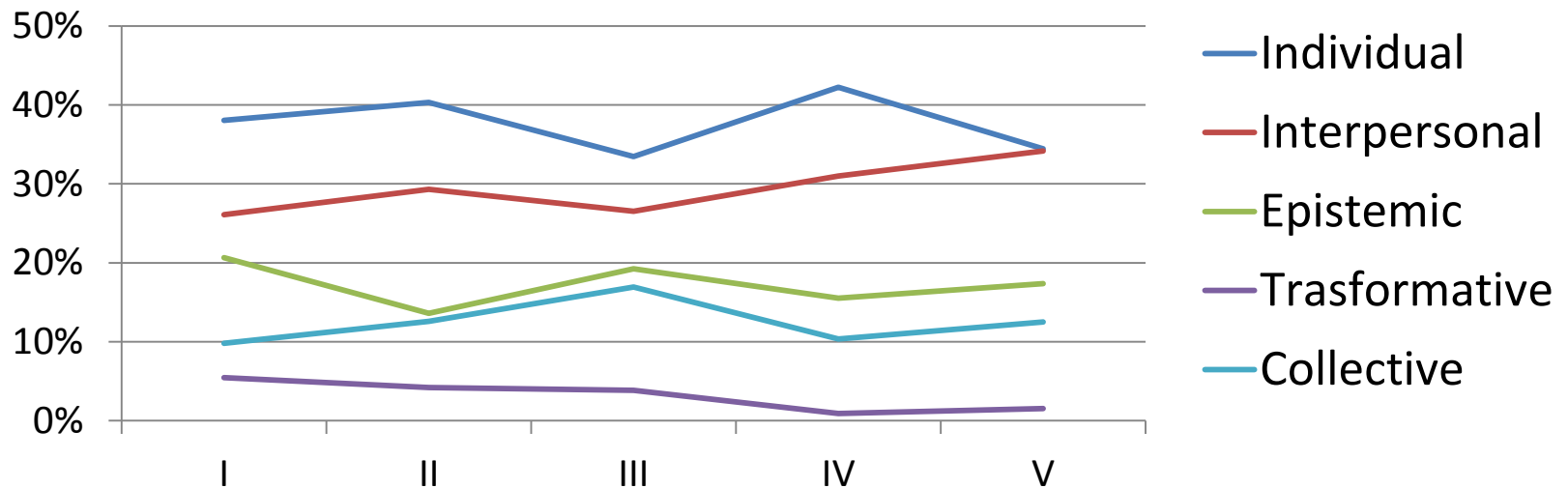


Gruppo 2



- I due gruppi esprimono diverse dinamiche dell'agency
- L'Agency Individuale è simile nei due gruppi, con stessa dinamica di diminuzione/aumento in corrispondenza del rimescolamento dei gruppi (tra il modulo 3 e 4)
- L'Agency Interpersonale aumenta in maniera significativa durante il corso.
- Nel Gruppo 2 si esprime una significativa correlazione dell'Agency Interpersonale ($r=0,900$, $p<0,05$)
- Significativa correlazione negativa dell'Agency Trasformativa ($r=-.900$, $p<0,05$), che diminuisce durante il corso

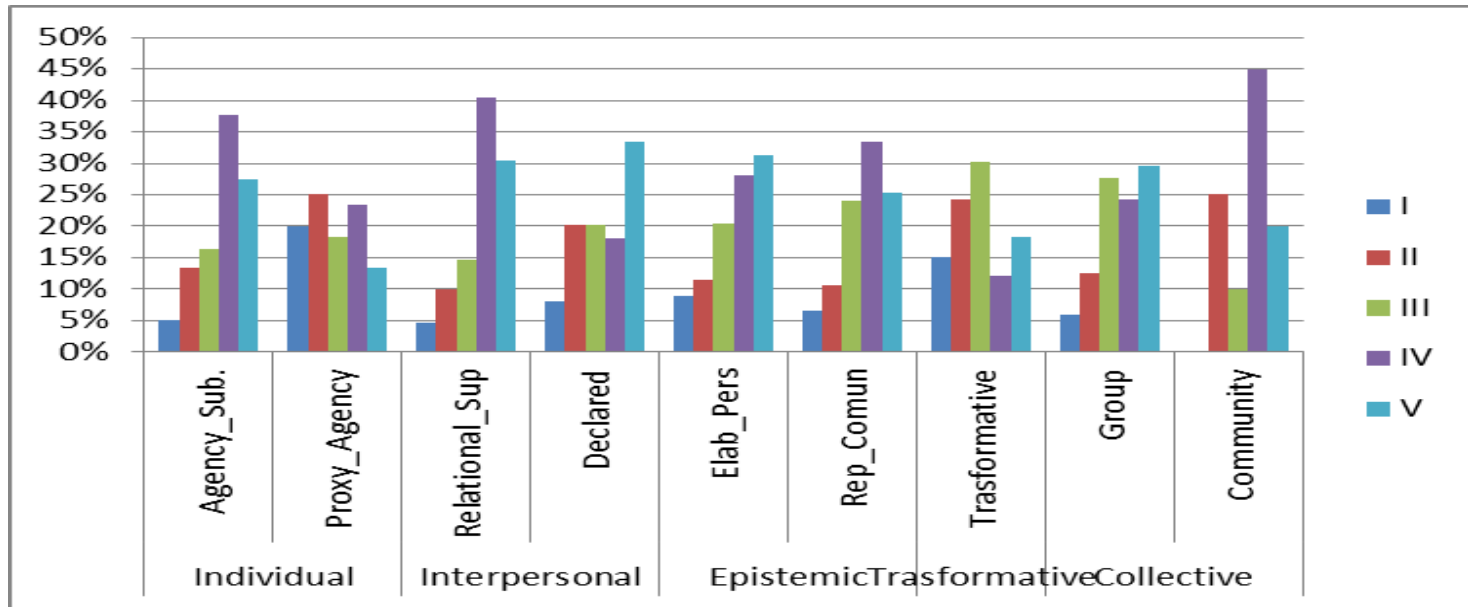
Risultati – Agency durante il corso



- L'Agency Individuale è la categoria più frequente, con una dinamica di diminuzione/aumento prima e dopo il rimescolamento dei gruppi.
- L'Agency Interpersonale aumenta verso la fine del corso
- L'Agency Epistemica e Collettiva hanno un percorso irregolare (con stessa dinamica di aumento/riduzione in corrispondenza del rimescolamento)
- Una leggero aumento dell'Agency Collettiva al termine dei corso
- L'Agency Trasformativa diminuisce durante con il passare da un modulo all'altro

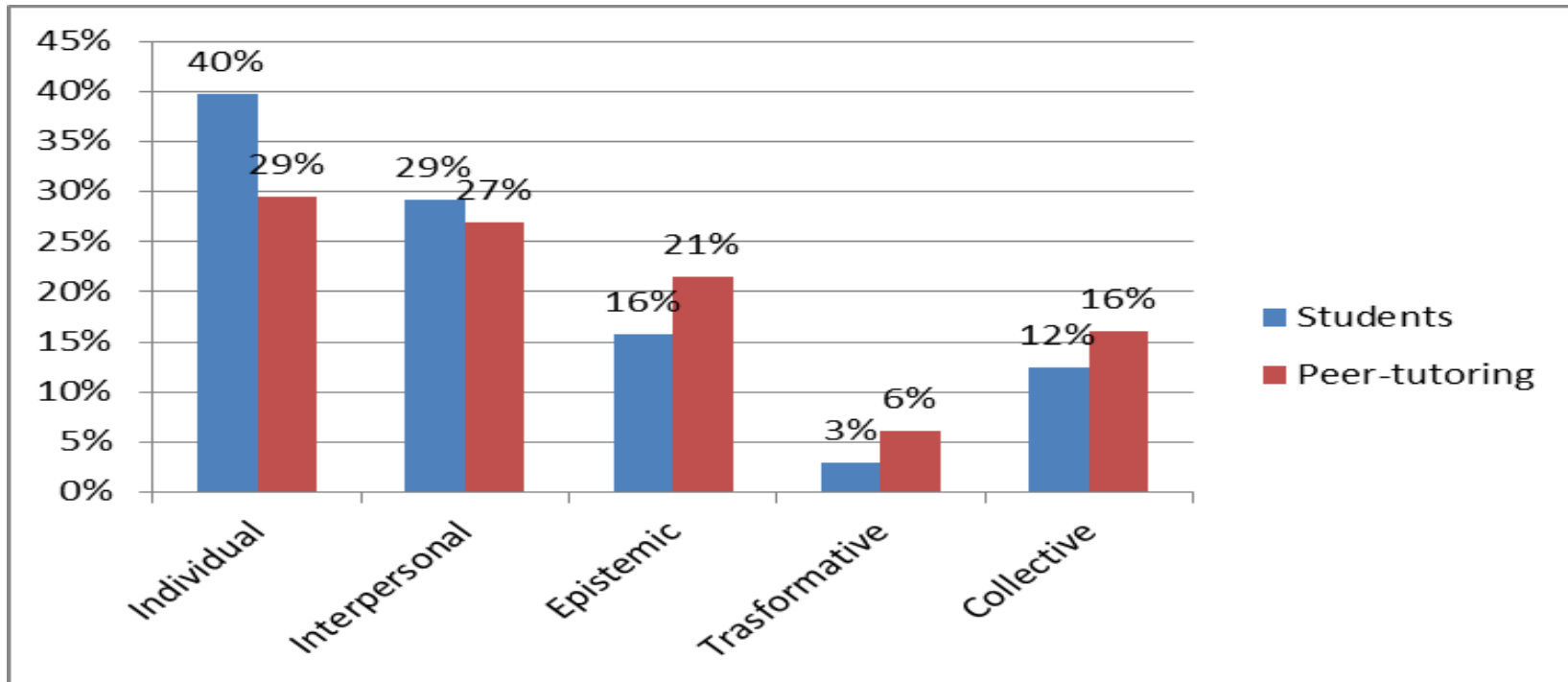
Risultati –

Sub-categorie dell'Agency durante il corso



- Tutte le sotto-categorie sono sensibili al rimescolamento dei gruppi, realizzato tra il 3 e il 4 Modulo.
- La sotto-categoria Comunità (Agency Collettiva) raggiunge la maggiore frequenza nel modulo 4, quando la nuova comunità si è formata dopo il rimescolamento.
- Le sottocategorie Soggettiva, Relazionale, Elaborazione personale, Repertorio Comune e Gruppi sono positivamente correlate ($p < 0,05$), aumentando la loro frequenza durante il corso.

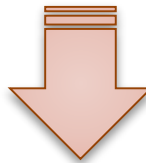
Risultati – Studenti e ruolo del peer-tutor



- Nel ruolo di peer tutor, gli studenti più frequentemente esprimono Agency Epistemica, Trasformativa e Collettiva.
- Gli student ch enon svolgono questo ruolo, invece, esprimono soprattutto Agency Individuale e Interpersonale

Conclusioni

- Due influenze principali: 1) Il rimescolamento dei gruppi; 2) l'assunzione del ruolo di peer tutor.
- L'orientamento verso un Agency Collettiva é solo parzialmente rintracciabile indicando che la relazione tra questo tipo di agency e l'apprendimento collaborativo non si instaura facilmente
- L' Agency in un ambiente di apprendimento online assume molte dimensioni grazie anche dalla dimensione collaborativa del corso



L'agentività è co-costruita e consolidata all'interno della comunità.

Bibliografia

- Ahearn, L. M. (2001). Agency. In A. Duranti (Ed.), *Key Terms in Language and Culture* (pp. 7-10). Malden: Blackwell.
- Archer, M. (2000). *Being human: The problem of agency*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency perspectives. *Psychological Science, 1*, 164-180.
- Billett, S. (2006). Relational interdependence between social and individual agency in work and working life. *Mind, Culture and Activity, 13*, 5-69.
- Bruner, J. (1990). *Acts of Meaning*. Cambridge: Harvard University Press.
- Edwards, A., & Protheroe, L. (2004). Teaching by proxy: Understanding how mentors are positioned in partnerships. *Oxford Review of Education, 30*(2), 183-197.
- Engeström, Y. (2009). The future of activity theory: A rough draft. In A. Sannino, H. Daniels & K. D. Gutierrez (Eds.). *Learning and Expanding with Activity Theory* (pp. 303–328). Cambridge University Press.
- Kaptelinin, V. & Nardi, B.A. (2006). *Acting with technology: activity theory and interaction design* Cambridge, MA: MIT Press, 333.
- Kumpulainen, K., & Lipponen, L. (2013). The dialogic construction of agency in classroom communities. In M. B. Ligorio & M. César (Eds.), *Interplays between dialogical learning and dialogical self* (p. 193-217). Charlotte: Information Age Publishing.