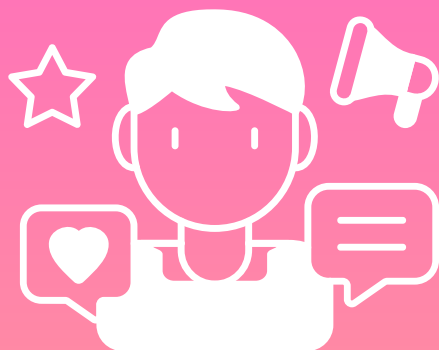
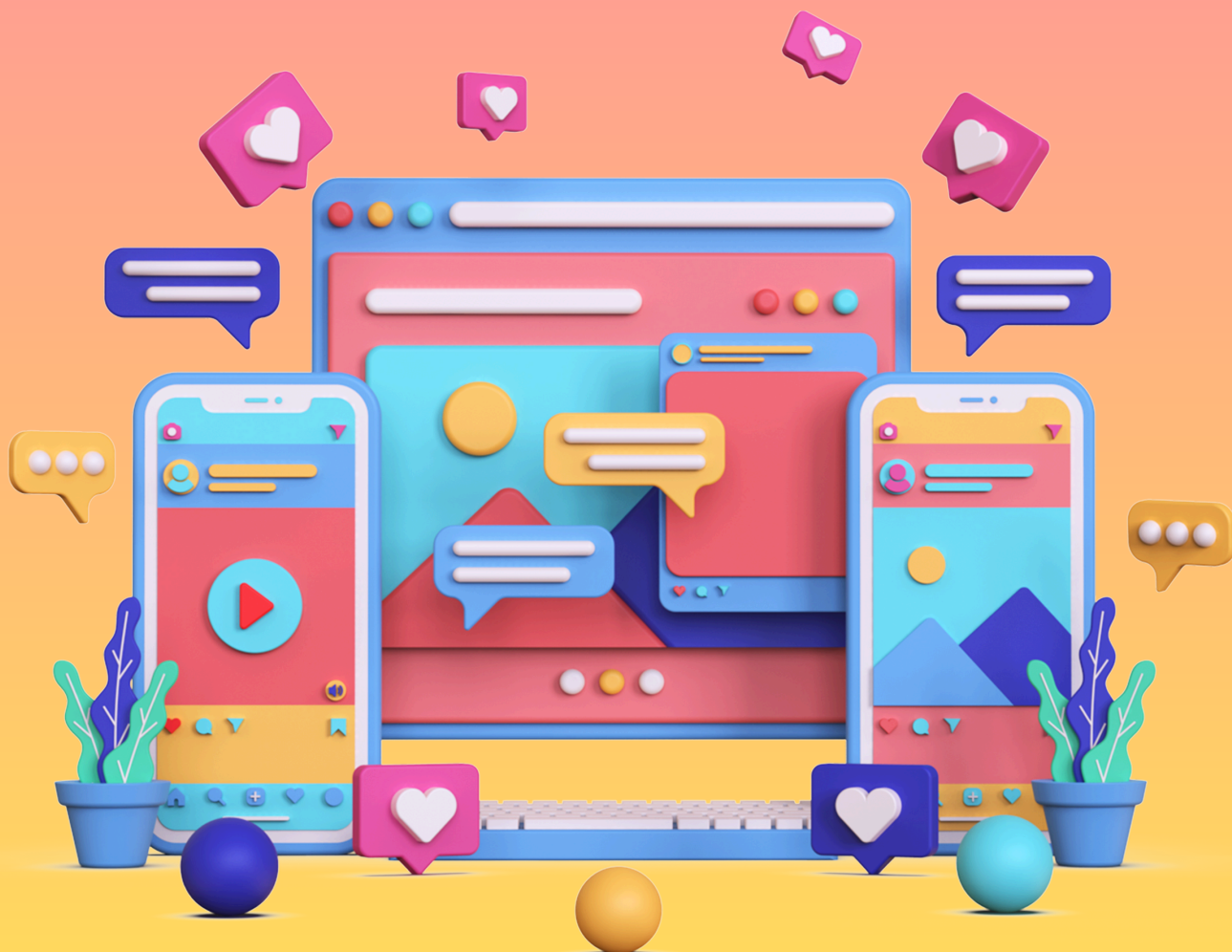




KURIKULUM

„Osnaživanje osoba koje rade s mladima u kreativnoj metodologiji za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade“



NASLOV:

Kurikulum „Osnaživanje osoba koje rade s mladima u kreativnoj metodologiji za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade“

PROJEKT:

„Kreativni rad s mladima na sprječavanju negativnog utjecaja influencera s društvenih mreža na mlade“ financiran od strane JUGEND für Europa, njemačke nacionalne agencije za program Erasmus+ za mlade.

Projektni partneri su:

- Outreach Hannover e.V., Njemačka
- Learning Library OÜ, Estonija
- Centar za neformalno obrazovanje i celoživotno učenje, Srbija
- LINK DMT s.r.l., Italija
- Curiosité Centre de Formation, Francuska
- Udruga za unaprjeđivanje suvremenih životnih vještina „Ostvarenje“, Hrvatska

IZDAVAČ:

Outreach Hannover e.V., Njemačka

UREDNIKA:

Danijela Matorcevic

AUTORI:

Danijela Matorcevic
Berna Xhemajli
Milica Milović Kinoli
Pavle Jevdić
Nedim Micijević
Stefan Manevski

PRJEVOD S ENGLESKOG JEZIKA:

Marija Bumbak

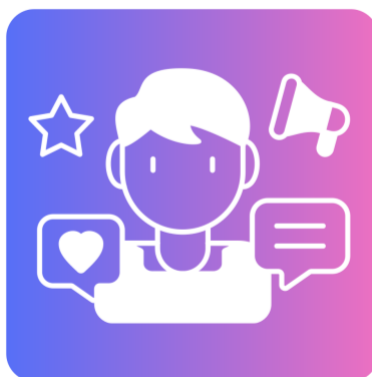
GRAFIČKI DIZAJN:

Nikola Radovanović

Napomena: U publikaciji se gramatičke imenice muškog roda jednako odnose na osobe muškog i ženskog roda.

Sadržaj

UKRATKO O PROJEKTU.....	1
UVOD I STRUKTURA KURIKULUMA.....	3
Program obuke.....	5
PREPORUKE ZA KORIŠTENJE OVOG KURIKULUMA I ORGANIZIRANJE SLIČNIH OBUKA.....	6
DETALJAN OPIS SESIJA OSPOSOBLJAVANJA: „OSNAŽIVANJE OSOBA KOJE RADE S MLADIMA U KREATIVNOJ METODOLOGIJI ZA SPRJEČAVANJE NEGATIVNOG UTJECAJA INFLUENCERA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA NA MLADE“	8
Uvod i izgradnja grupe	8
Stvarnost u zemlji: Društvene mreže i kultura mladih.....	11
Influenceri na društvenim mrežama - vrste, studije slučaja.....	13
Psihološki i emocionalni utjecaj influencerica na društvenim mrežama na mlade	15
Rizici i izazovi koje društvene mreže (influenceri) donose mladima	18
Izazovi i prilike u radu s mladima u digitalnom dobu	21
Kritičko razmišljanje i medijska pismenost - pristup osoba koje rade s mladima korisnicima.....	24
Inovativne metode za sprječavanje negativnog utjecaja influencerica na društvenim mrežama na mlade – prilagođavanje različitih metoda kontekstu sudionika i ciljnim skupinama	27
Razvoj komunikacijskih vještina za učinkovitu prevenciju - Identificiranje učinkovitih komunikacijskih kanala i alata za doseg do mladih ljudi.....	30
Medijska pismenost i njezina uloga u sprječavanju negativnog utjecaja influencerica na društvenim mrežama na mlade	33
Izrada mini medijskih kampanja– I, II & III.....	35
Evaluacija i završetak obuke	38





UKRATKO O PROJEKTU

Dok neki tvrde da influenceri mogu nadahnuti i motivirati mlade ljude da slijede svoje ciljeve i težnje, drugi predlažu da mogu imati negativan utjecaj na mentalno zdravlje i dobrobit mladih. S pozitivne strane, neki influenceri koriste svoje platforme za promicanje pozitivnih poruka i pružanje osjećaja zajednice svojim pratiteljima. Oni mogu biti uzori mladim ljudima, nadahnjujući ih da slijede svoje strasti i postignu svoje ciljeve, promiču zdrav stil života ili čak dijele savjete za upravljanje stresom i tjeskobom.

Međutim, postoji određena zabrinutost zbog potencijalnih negativnih učinaka influencera s društvenih medija na mlade ljude. Neki mogu promicati nerealne standarde ljepote ili nezdrave prehrabene navike i navike vježbanja, što može doprinijeti nezadovoljstvu tijelom i poremećajima prehrane. Osim toga, pritisak za predstavljanjem savršene slike na društvenim mrežama može dovesti do tjeskobe i depresije, osobito kod mladih ljudi koji tek razvijaju osjećaj sebe.

Motivacija projektnih partnera u ovom projektu je prepoznati potencijalne prednosti i nedostatke influencera na društvenim mrežama za mlade, ali istovremeno naglasiti da snažnu ulogu u ovom procesu imaju i organizacije mladih i za mlade koje bi trebale potaknuti mlade na kritičko procjenjivanje poruke koje vide na društvenim mrežama i razvijanje zdravog odnosa s tehnologijom. Također je važno da šira zajednica bude svjesna utjecaja koji društveni mediji mogu imati na mlade te da njihove platforme koriste odgovorno.

Cilj našeg projekta je spriječiti negativan utjecaj influencera društvenih mreža na mlade. Ovaj specifični cilj dio je sveobuhvatnog nastojanja prema odgovornom korištenju interneta od strane mladih i odgovornosti javnih institucija i privatnih tvrtki da osiguraju online sigurnost. Uloga osoba koje rade s mladima je pratiti mlade kroz razvoj kompetencija kritičkog mišljenja i medijske pismenosti. Njihova je uloga i zagovaranje zaštite mladih na internetu na temelju standarda EU.

Specifični ciljevi projekta su:

- Osnažiti mlade u kritičkom razmišljanju i medijskoj pismenosti kroz izradu knjige alata s nizom inovativnih radionica i alata.
- Osnažiti osobe koje rade s mladima u kreativnom pristupu za sprječavanje negativnog utjecaja influencera društvenih medija na mlade ljude, kroz razvoj kurikuluma.
- Izgraditi kapacitet osoba koje rade s mladima za zagovaranje kod lokalnih i nacionalnih vlasti za provedbu europskih standarda koji štite mlade ljude na internetu, kao što su Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama (eng. *Audiovisual Media Services Directive - AVMSD*), Zakon o digitalnim uslugama (eng. *Digital services act*) i Europska strategija za bolji internet za djecu (eng. *European strategy for a better Internet for children*).

Aktivnosti projekta:

- WP1 – Upravljanje projektom
- Prvi online sastanak projektnog tima
- Knjiga alata
- Radionice pilotiranja i sobe za bijeg
- Kurikulum
- Lokalne obuke
- Drugi online sastanak projektnog tima
- Online tečaj





- E1 – IT Nacionalna konferencija
- E2 – FR Nacionalna konferencija
- E3 – EE Nacionalna konferencija
- E4 – RS Nacionalna konferencija
- E5 – DE Nacionalna konferencija
- E6 – HR Međunarodna konferencija
- Online evaluacijski sastanak projektnog tima





UVOD I STRUKTURA KURIKULUMA

Ovaj kurikulum pod nazivom „Osnaživanje osoba koje rade s mladima u kreativnoj metodologiji za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade“ inovativan je resursni materijal razvijen posebno za osobe koje rade s mladima i edukatore s glavnim ciljem osnaživanja njihove kreativnosti u sprječavanju negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade. Posebno je osmišljen kako bi osobama koje rade s mladima pružio znanje i vještine razumijevanja okruženja i utjecaja društvenih mreža (influencera) na mlade te prilagodbe kreativnoj metodologiji za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade.

Kurikulum je osmišljen za sedmodnevnu obuku. Njegova struktura organizirana je pomno i sastoji se od uvodnih dijelova o pozadini kurikuluma, tablice programa, sažetka projekta i preporuka za osobe koje rade s mladima i koriste ovaj kurikulum u svom radu s mladima. Sadržaj je dalje usmjeren na detaljnu prezentaciju i opis svake sesije, što ukupno čini 12 međusobno povezanih sesija tijekom sedmodnevne obuke.

Sadržaj i pristup kurikulumu temelje se na NFE (*non-formal education*) pristupu u obrazovanju i NFE metodama. Sesije su razvijene u formatu koji objašnjava sljedeće ključne aspekte: ciljeve, trajanje, potrebne materijale, kompetencije na koje utječe određena sesija, detaljan opis – tijekom sesije za svaku aktivnost, pitanja za raspravu (kad je primjenjivo), preporuke za trenere/edukatore koji umnožavaju sesiju, popise literature i korisnih materijala, edukativni materijali koji se koriste tokom sesija.

Specifični ciljevi kurikuluma su:

- Upoznati sudionike s projektom i programom obuke te im omogućiti međusobno upoznavanje, raspravu o očekivanjima i izgradnju temelja povjerenja za osposobljavanje;
- Stvoriti prostor za dijeljenje i razmjenu informacija o tome kako društveni mediji utječu na kulturu mladih u različitim zemljama;
- Povećati razumijevanje sudionika o influencerima na društvenim mrežama, njihovim vrstama i utjecaju koji imaju na mlade, kao i osnažiti ih da kritički analiziraju uloge i utjecaj influencera;
- Ojačati razumijevanje sudionika o psihološkom i emocionalnom utjecaju influencera na društvenim mrežama na mlade i opremiti ih za učinkovito rješavanje tih utjecaja u radu s mladima;
- Istražiti i analizirati rizike i izazove koje influenceri na društvenim mrežama predstavljaju mladima te opremiti sudionike strategijama za rješavanje tih izazova, uz istovremeno promicanje zdravog angažmana sa sadržajem influencera;
- Istražiti izazove i prilike koje digitalno doba donosi radu s mladima, kao i opremiti sudionike strategijama za pretvaranje digitalnih izazova u prilike za rast;
- Ojačati razumijevanje i primjenu kritičkog mišljenja i medijske pismenosti sudionika, kao i razumijevanje njihove uloge u podršci korisnicima u odgovornom i analitičkom snalaženju u medijima;
- Opremiti sudionike praktičnim vještinama korištenja kreativnih metodologija kao alata za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama te prilagoditi te metode jedinstvenim potrebama njihovih ciljanih skupina mladih;
- Opremiti sudionike znanjem o bitnim komunikacijskim vještinama i strategijama za učinkovito angažiranje mladih i istraživanje različitih komunikacijskih kanala za doseganje raznolikih skupina mladih;





- Ojačati razumijevanje sudionika o medijskoj pismenosti kao alatu za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade i raspraviti o strategijama za promicanje kritičkog angažmana s digitalnim sadržajem;
- Stvoriti prostor za sudionike da osmisle i provedu utjecajne mini-medijske kampanje koje odražavaju vještine i uvide stečene tijekom obuke;
- Stvoriti prostor za sudionike da razmišljaju o svojim iskustvima, procjene učinkovitosti programa i daju povratne informacije o strukturi, logistici i cjelokupnom okruženju za učenje tijekom obuke.





Program obuke

Dan 1	
Poslijepodne	Dolazak sudionika
Večer	Večer dobrodošlice
Dan 2	
Prijepodne	Uvod i izgradnja grupe
Poslijepodne	Stvarnost u zemlji: Društvene mreže i kultura mladih
Poslijepodne	Samopromišljanje i evaluacija dana
Večer	Interkulturalna večer
Dan 3	
Prijepodne	Influenceri na društvenim mrežama - vrste, studije slučaja
Poslijepodne	Psihološki i emocionalni utjecaj influencerica na društvenim mrežama na mlade
Poslijepodne	Samopromišljanje i evaluacija dana
Dan 4	
Prijepodne	Rizici i izazovi koje društvene mreže (influenceri) donose mladima
Poslijepodne	Izazovi i prilike u radu s mladima u digitalnom dobu
Poslijepodne	Samopromišljanje i evaluacija dana
Dan 5	
Prijepodne	Kritičko razmišljanje i medijska pismenost - pristup osoba koje rade s mladima korisnicima
Poslijepodne	SLOBODNO POSLIJEPODNE
Dan 6	
Prijepodne	Inovativne metode za sprječavanje negativnog utjecaja influencerica na društvenim mrežama na mlade – prilagođavanje različitih metoda kontekstu sudionika i ciljnim grupama
Prijepodne	Razvijanje komunikacijskih vještina za učinkovitu prevenciju – Identificiranje učinkovitih komunikacijskih kanala i alata dosezanja do mladih ljudi
Poslijepodne	Samopromišljanje i evaluacija dana
Dan 7	
Prijepodne	Medijska pismenost i njezina uloga u sprječavanju negativnog utjecaja influencerica na društvenim medijima na mlade
Prijepodne	Izrada mini medijskih kampanja – I
Poslijepodne	Izrada mini medijskih kampanja – II
Poslijepodne	Samopromišljanje i evaluacija dana
Dan 8	
Prijepodne	Izrada mini medijskih kampanja – III
Poslijepodne	Evaluacija i završetak obuke
Večer	Zabava „Vidimo se opet“
Dan 9	
Prijepodne	Odlazak sudionika





PREPORUKE ZA KORIŠTENJE OVOG KURIKULUMA I ORGANIZIRANJE SLIČNIH OBUKA

Ovaj kurikulum pod nazivom "Osnaživanje osoba koje rade s mladima u kreativnoj metodologiji za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade" osmišljen je kao inovativan pomoćni materijal za osobe koje rade s mladima, trenere i edukatore. Cilj mu je opremiti ih znanjem, vještinama i metodologijama/metodama potrebnim za vođenje mladih u odgovornom korištenju i snalaženju u društvenim mrežama. Kurikulum pruža prilagodljiv pristup razumijevanju utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade, potičući i promičući kritičko razmišljanje, kao i promičući pozitivan angažman u medijima. Njegov sadržaj mogu lako umnožiti osobe koje rade s mladima i treneri koji izravno rade s mladima na lokalnoj i europskoj razini, nudeći strukturirani format za 7-dnevnu obuku.

Ovaj resurs služi kao vrijedan alat za osobe koje rade s mladima, lidere, trenere i edukatore koji su izravno uključeni u rad s mladima na pitanjima vezanim uz društvene medije i influencere. Nudi okvir koji pokriva područja poput medijske pismenosti, učinkovite komunikacije i strategija za sprječavanje negativnog utjecaja društvenih medija.

Prilikom organiziranja obuke/osposobljavanja temeljene na ovom kurikulumu, osobe koje rade s mladima trebale bi posjedovati osnovne vještine u medijskoj pismenosti i utjecaju društvenih medija, kao što su:

- Razumijevanje ključnih informacija i koncepata o influencerima na društvenim medijima, uključujući ključne definicije, kategorije influencera i utjecaj na mlade.
- Ključne vještine za prepoznavanje medijske manipulacije i tehnika utjecaja, kao što je prepoznavanje sadržaja koji može promovirati materijalizam, usporedbu ili nedostizne standarde.
- Znanje o kritičkom mišljenju i medijskoj pismenosti, uključujući sposobnost vođenja mladih u propitivanju i procjeni medijskog sadržaja.
- Tehnike komunikacije i angažmana, uključujući pristupe za vođenje rasprava i poučavanje medijske pismenosti na interaktivan način.

Svaka sesija unutar ovog kurikulumu povezana je sa posebnim kompetencijama koje omogućuju trenerima praćenje ishoda učenja sudionika putem strukturiranih aktivnosti. Osim toga, svaka sesija uključuje prilagođene preporuke koje pomažu u maksimiziranju učinkovitosti. Pažnja posvećena specifičnostima sesije osigurava podržavajuće okruženje za učenje za osobe koje rade s mladima i sudionike, što je ključno za postizanje obrazovnih ciljeva kurikulumu.

Postoji nekoliko preporuka koje treba uzeti u obzir u različitim fazama organizacije obuke, prije početka, tijekom organizacije i razvoja sesija, te nakon završetka obuke. U nastavku su predstavljene preporuke za svaku fazu.

Faza 1: Prije obuke

- Sudionici bi trebali dobiti info paket koji sadrži ključne informacije o obuci, logistici, ulozi sudionika, uvjetima sudjelovanja i očekivanim doprinosima tijekom programa osposobljavanja.





Ako sudionici imaju bilo kakve preferencije za doprinos određenim sesijama, to mogu navesti u prijavnom obrascu.

- Svaka organizacija pošiljateljica trebala bi organizirati sastanke sa sudionicima prije njihovog putovanja kako bi ih upoznala s ciljevima obuke, prošla kroz sve pripremne zadatke i pružila uvid u pristup neformalnog obrazovanja (NFE).
- Kako bi se potaknulo uključivo okruženje, sudionici bi trebali biti spremni raditi u multikulturalnim skupinama, naglašavajući raznolikost, toleranciju i kulturnu osjetljivost. Također bi trebali biti informirani o lokalnom kontekstu i očekivanim kulturnim normama.
- Organizacija domaćin trebala bi osigurati da su sudionici informirani o predzadacima. Sudionici bi se trebali pripremiti za to istraživanjem uloge društvenih medija i influencera unutar svojih zajednica, trenutnih izazova povezanih s utjecajem influencera na društvenim medijima te postojećih resursa ili programa za medijsku pismenost.
- Sudionike treba obavijestiti o interkulturalnoj večeri, neformalnoj sesiji na kojoj svaka grupa može predstaviti jedinstvene kulturne elemente iz svoje zemlje, poput lokalne hrane, videa, činjenica ili nastupa. Trebali bi se pripremiti za ovu neformalnu sesiju kao grupa.

Faza 2: Tijekom obuke

- Kurikulum je osmišljen kao fleksibilan i prilagodljiv, tako da se može lako multiplicirati za druge osobe koje rade s mladima, voditelje, trenere i edukatore. Treneri bi trebali prilagoditi vrijeme i tijek aktivnosti na temelju znanja i razine angažmana sudionika, a istovremeno osigurati da sadržaj ostane pristupačan i relevantan.
- Na kraju svake sesije predstavljene u ovom kurikulumu daju se preporuke za druge osobe koje rade s mladima, trenere, voditelje i edukatore koji bi mogli razmotriti organiziranje ovih aktivnosti. Treneri bi trebali pregledati ove preporuke i prilagoditi ih kako bi zadovoljili specifične potrebe i ciljeve učenja sudionika.
- Dnevne evaluacije i samopromišljanje ključne su za povratne informacije sudionika i poboljšanje programa. Planirana vremena za samopromišljanje na kraju svakog radnog dana daju sudionicima prostor za davanje povratnih informacija o metodama, grupnoj dinamici i vlastitom učenju. Završna evaluacija, osmišljena s različitim metodama (pisane, verbalne i vizualne metode), mora se provesti na kraju obuke kako bi se prikupile temeljitije povratne informacije o programu, trenerima i logistici.

Faza 3: Nakon obuke

- Održavanje kontakta s sudionicima nakon obuke ključan je proces koji dodatno doprinosi učinku. Preporučuje se da organizacija domaćin, treneri i organizacije pošiljatelji nude kontinuiranu podršku sudionicima, traže povratne informacije i potiču ih na dijeljenje izvješća o aktivnostima provedenim nakon obuke. To će također podržati kontinuirani rast sudionika.





DETALJAN OPIS SESIJA OSPOSOBLJAVANJA: „OSNAŽIVANJE OSOBA KOJE RADE S MLADIMA U KREATIVNOJ METODOLOGIJI ZA SPRJEČAVANJE NEGATIVNOG UTJECAJA INFLUENCERA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA NA MLADE“

Uvod i izgradnja grupe

Naziv sesije: Uvod i izgradnja grupe

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

Prva sesija obuke služi za uvod u program, predstavljanje projekta i ciljeva, kao i za postavljanje temelja za nadolazeći tjedan poticanjem uključive i suradničke atmosfere među sudionicima kroz razne aktivnosti. Omogućuje svima da se informiraju o projektu i pozadini drugih sudionika, razmjene svoje ciljeve i brige te uspostave podržavajuće okruženje za učenje. To se postiže interaktivnim aktivnostima, na osnovu kojih sudionici počinju graditi povjerenje, istraživati zajednička očekivanja i međusobno se povezivati, postavljajući temelje otvorenosti i timskog rada. Ove početne aktivnosti ključne su za učinkovitu koheziju grupe. One osiguravaju da se sudionici osjećaju ugodno sudjelujući u programu i aktivno doprinoseći tijekom cijelog osposobljavanja.

Cilj sesije: Upoznati sudionike s projektom i programom obuke te im omogućiti međusobno upoznavanje, raspravu o očekivanjima i izgradnju temelja povjerenja za osposobljavanje.

Specifični podciljevi sesije:

- Upoznati sudionike s projektom i programom;
- Stvoriti prostor za međusobno upoznavanje sudionika i izgradnju početnog povjerenja;
- Poticati grupnu koheziju i timski rad kroz interaktivne aktivnosti koje ističu važnost komunikacije i suradnje.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kompetencije pismenosti;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Teorijski uvod;
- Aktivnost brzog upoznavanja;
- Aktivnost na temu očekivanja, strahova i doprinosa;





- Nemoguća misija;
- Rasprava.

Tijek sesije:

I. Uvod u obuku i dobrodošlica (20 minuta)

Trener službeno otvara obuku i pozdravlja sudionike. Daje pregled projekta i njegovih ključnih ciljeva, nastavljajući dalje s ciljevima i ključnim temama obuke. Zatim se sudionici pozivaju da se ukratko predstave, dijeleći svoja imena, uloge i nešto čemu se raduju naučiti tijekom obuke.

II. Brzo upoznavanje (30 minuta)

Sudionici su pozvani formirati dva koncentrična kruga okrenuta jedan prema drugom. Trener naglašava da će tijekom sljedećih 30 minuta postaviti nekoliko pitanja/tema o kojima sudionici mogu raspravljati sa svojim parom. O svakom pitanju/temi raspravlja se oko 3 minute. Nakon prvog kruga, trener će dati upute unutarnjem ili vanjskom krugu da se pomaknu jedno mjesto u desno/lijevo kako bi se mogli okrenuti prema drugoj osobi/formirati novi par za raspravu o sljedećoj temi/pitanju. Teme/pitanja koja se koriste za ovu aktivnost mogu biti:

- Podijelite neku zanimljivu činjenicu o svom rodnom gradu/zemlji
- Koji je vaš hobi?
- Razgovarajte o svom poslu iz snova
- Koje ljude smatrate obitelji?
- Postoji li film/TV serija koju ste ponovno gledali nekoliko puta? Ako da, koji? Ako ne, koji biste uzeli u obzir?
- Gdje biste živjeli?
- Imate li kućnog ljubimca?
- Omiljena hrana/piće

III. Očekivanja, strahovi i doprinosi (30 minuta)

Trener najavljuje da je sljedeća aktivnost razmišljanje i rasprava o očekivanjima, strahovima i doprinosima za obuku. Pripremio je A3 papire s tim naslovima, a zatim svakom sudioniku daje tri papirića različitih boja za pisanje „Očekivanja“, „Strahova“ i „Doprinosa“. Sudionici se pozivaju da u 15-20 minuta zapišu svoja očekivanja od obuke, sve strahove ili brige te što se nadaju doprinijeti. Zatim kartice postavljaju na određene A3 papire za svaku kategoriju. Kad svi završe s prvim dijelom, voditelj naglas pregledava svaki odjeljak i sažima glavne točke te uzima u obzir sve značajne nedoumice.

IV. Nemoguća misija – aktivnost za izgradnju grupe (100 minuta)

Trener dijeli sudionike u male grupe i objašnjava sljedeću aktivnost. Upućuje da svaki tim ima 80 minuta za dovršetak što više „misija“. Zadaci su osmišljeni da budu zabavni, pomalo izazovni i da zahtijevaju timski rad i kreativnost. Zatim svakoj grupi daje popis misija. Ove misije mogu biti povezane s pronalaženjem nekih povijesnih gledišta na mjestu gdje se organizira obuka, učenjem nečega na lokalnom jeziku, interakcijom s lokalnom zajednicom, grupnim fotografiranjem u smiješnoj pozi, stvaranjem pjesme za obuku, itd. Nadalje, trener objašnjava sva pravila, uključujući ograničenja i materijale koje mogu koristiti, te ih obavještava da moraju završiti unutar vremenskog ograničenja. Grupe rade zajedno kako bi izvršile što više misija unutar zadanog vremena. Nakon što završe zadatke/misije, vraćaju se treneru kako bi provjerili dovršetak zadataka i predstavili dokaze o dovršetku (npr. fotografije ili izvedbe).





Kad sve grupe završe zadatak, trener koristi preostalih 20 minuta za završetak grupnom refleksijom, gdje sudionici raspravljaju o strategijama koje su funkcionirale kao grupa, o svim izazovima s kojima su se suočili i kako su učinkovito komunicirali kao tim.

Potrebni materijali: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, olovke, markeri, flipchart stalak i papiri, popis zadataka nemoguće misije za svaku grupu, prijenosno računalo, projektor.

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Trener bi trebao poticati sudionike na otvorenu razmjenu svojih očekivanja, strahova i doprinosa u sigurnom, neosuđujućem prostoru. Važno je od samog početka postaviti ton uključenosti i empatije jer će to stvoriti okruženje u kojem se svi osjećaju cijenjenima i uključenima tijekom cijelog osposobljavanja.
- Za aktivnost Nemoguća misija trener bi trebao naglasiti da svaka osoba u grupi treba biti uključena u izvršavanje zadatka jer je cilj aktivnosti poticanje izgradnje grupe i učinkovite komunikacije.





Stvarnost u zemlji: Društvene mreže i kultura mladih

Naziv sesije: Stvarnost u zemlji: Društvene mreže i kultura mladih

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

Ova sesija slijedi odmah nakon uvodne sesije i osmišljena je kao prva u dijeljenju i razmjeni informacija o stvarnostima pojedinih zemalja u okviru istražene teme. Sesija je osmišljena kako bi se istražile stvarnosti pojedinih zemalja o tome kako društveni mediji oblikuju kulturu mladih u različitim zemljama. Platforme društvenih medija imaju značajan utjecaj na ponašanje, identitet i interakcije mladih, ali učinci se uvelike razlikuju ovisno o kulturnim, regionalnim i društvenim kontekstima. Ispitivanjem i uspoređivanjem tih razlika, sudionici stječu dublje razumijevanje jedinstvenih izazova i prilika koje društveni mediji predstavljaju mladima u svakoj zemlji. Prezentacije svake nacionalne skupine, nakon kojih slijede krugovi razmjene informacija u ovoj sesiji, pružaju daljnji uvid u zajedničke i jedinstvene aspekte utjecaja društvenih medija na mlade.

Cilj sesije: Stvoriti prostor za dijeljenje i razmjenu informacija o tome kako društveni mediji utječu na kulturu mladih u različitim zemljama.

Specifični podciljevi sesije:

- Istražiti stvarnost pojedinih zemalja o trendovima društvenih medija i kulturnoj dinamici koja oblikuje ponašanje i angažman mladih na internetu;
- Utvrditi sličnosti i razlike u utjecaju društvenih medija na mlade u različitim zemljama;
- Raspraviti o zajedničkim izazovima i strategijama koje mogu riješiti negativne utjecaje društvenih medija na mlade, uzimajući u obzir jedinstven kontekst svake države.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Istraživanje;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kompetencije pismenosti;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Rad u malim grupama – Nacionalni timovi;
- Prezentacije;
- Razmjena – Miješani nacionalni timovi;
- Rasprava.

Tijek sesije:





I. Uvod u sesiju (15 minuta)

Trener predstavlja sesiju i njezin fokus, a to je istraživanje kako društveni mediji oblikuju kulturu mladih u različitim zemljama. Naglašava da je ova sesija povezana s pripremnim istraživanjem koje su trebali uraditi prije dolaska na obuku.

II. Rad u malim grupama – Nacionalni timovi (60 minuta)

Sudionici se grupiraju u nacionalne timove s ostalim predstavnicima iz svojih zemalja. Zadatak im je raditi zajedno i kombinirati prikupljene podatke istraživanja o temi, te raspraviti i analizirati ulogu društvenih medija u oblikovanju kulture mladih u svojim zemljama. Svaka grupa mora odgovoriti na sljedeća pitanja/zadatke:

- Popularne platforme društvenih medija i trendovi među mladima;
- Uobičajena online ponašanja i utjecaji (npr. trendovi, izazovi);
- Kulturni ili regionalni čimbenici koji utječu na korištenje društvenih medija;
- Problemi ili izazovi jedinstveni za njihovu zemlju, poput online sigurnosti ili dezinformacija.

Imaju 60 minuta za dovršetak ovog zadatka i pripremu za prezentaciju svog rada.

III. Prezentacije (45 minuta)

Svaka nacionalna grupa predstavlja svoje nalaze ostalim sudionicima. Prezentacije bi trebale trajati između 5 i 7 minuta. Nakon svake prezentacije, trener poziva ostale sudionike da postave pitanja o prezentaciji ili druga pojašnjenja koja će im pomoći razumjeti kulturni kontekst stvarnosti društvenih medija u svakoj zemlji.

IV. Krug razmjene – Istraživanje sličnosti i razlika (60 minuta)

Nakon prezentacija, trener objavljuje da se sudionici trebaju pregrupirati za razmjenu. Trener objašnjava da bi u tim grupama mješanih nacionalnosti trebali raspravljati o sličnostima i razlikama uočenim u različitim zemljama, kao i istražiti kako bi se zajednički trendovi i izazovi mogli zajednički pristupiti. Za ovu raspravu imaju 40 minuta. Trener vodi raspravu pitanjima kao što su:

- Koje sličnosti uočavamo u angažmanu mladih na društvenim mrežama u različitim zemljama?
- Koji su jedinstveni izazovi ili prilike istaknuti u različitim regijama?
- Kako možemo primijeniti ove uvide za razvoj učinkovitih strategija za sprječavanje negativnih utjecaja društvenih mreža?

Nakon rasprave tijekom razmjene, trener koristi posljednjih 20 minuta za kratku plenarnu raspravu u kojoj sudionici dijele glavne nalaze iz svojih rasprava.

Potrebni materijali: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, flomasteri, flipchart stalak i papiri, prijenosna računala (ako su potrebna za neke grupe), projektor.

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Trener bi trebao podsjetiti sudionike da grupnom radu i raspravama pristupe otvorenog uma, prepoznajući da se korištenje društvenih medija i njihov utjecaj na mlade mogu razlikovati među kulturama. Trebao bi ih poticati da postavljaju pitanja i istražuju razlike sa znatiželjom, pomažući im da steknu sveobuhvatno razumijevanje jedinstvene dinamike društvenih medija svake zemlje.





Influenceri na društvenim mrežama - vrste, studije slučaja

Naziv sesije: Influenceri na društvenim mrežama - vrste, studije slučaja

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

Influenceri na društvenim mrežama igraju veliku ulogu u oblikovanju trendova, ponašanja i vrijednosti, posebno među mladom publikom. Ova sesija upoznaje sudionike s konceptom influencera na društvenim mrežama, istražujući njihove karakteristike, različite vrste influencera, studije slučaja i utjecaj na mlade. Razumijevanje različitih vrsta influencera poput mega, makro, mikro ili nano, omogućuje osobama koje rade s mladima prepoznati širok spektar utjecaja i koji učinak može imati na odluke mladih, sliku o sebi i perspektive. Kroz brainstorming, teorijski uvod i analizu studije slučaja, sudionici će steći kritički pogled na uloge influencera i razviti uvide u to kako se pozabaviti njihovim utjecajem u okruženju rada s mladima.

Cilj sesije: Povećati razumijevanje sudionika o influencerima na društvenim mrežama, njihovim vrstama i utjecaju koji imaju na mlade, kao i osnažiti ih da kritički analiziraju uloge i utjecaj influencera.

Specifični podciljevi sesije:

- Raspraviti o značenju influencera na društvenim mrežama i njihovom utjecaju na mlade;
- Razumjeti razlike influencera na društvenim mrežama poput mega, makro, mikro i nano influencera;
- Analizirati studije slučaja influencera u različitim zemljama i analizirati njihov angažman publike;
- Poticati kritičko razmišljanje o utjecaju influencera na društvenim mrežama, potičući sudionike da razmotre pozitivne i negativne učinke koje influenceri mogu imati na vrijednosti i ponašanje mladih.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Istraživanje;
- Digitalne kompetencije;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kompetencije pismenosti;
- Kreativno i kritičko razmišljanje.

Metodologija i metode:

- Brainstorming;
- Teorijski uvod;
- Rad u malim grupama – Analiza studije slučaja;
- Prezentacije i rasprava.





Tijek sesije:

I. Brainstorming: Što su influenceri na društvenim mrežama? (20 minuta)

Trener poziva sudionike da se uključe u aktivnost brainstorminga. Objašnjava da će u ovoj aktivnosti istražiti i raspravljati o svom razumijevanju influencera na društvenim mrežama i što definira ulogu influencera. Trener postavlja sljedeća specifična pitanja za aktivnost brainstorminga:

- Što su influenceri na društvenim mrežama?
- Koje karakteristike imaju influenceri?
- Zašto ih ljudi prate?

Trener prolazi kroz ova pitanja jedno po jedno i zapisuje ključne točke rasprave na flipchart papir.

II. Teorijski uvod: Vrste influencera na društvenim mrežama (20 minuta)

Sesija se nastavlja teorijskim uvodom koji trener daje o različitim vrstama influencera na društvenim mrežama. Usredotočuje se na objašnjavanje kategorija mega, makro, mikro i nano influencera s glavnim ciljem da sudionici nauče o jedinstvenim karakteristikama i rasponu utjecaja svake vrste.

III. Rad u malim grupama: Analiza studija slučaja o influencerima na društvenim mrežama u našim zemljama (90 minuta)

Sudionici su sada pozvani pridružiti se svojim nacionalnim grupama za aktivnost/zadatak. Uputa im je da sljedećih 90 minuta iskoriste za istraživanje/pronalaženje influencera na društvenim mrežama u svojoj zemlji i da raprave/odgovore na sljedeće zadatke/pitanja:

- Koji je tip influencera (npr. mega, makro, mikro ili nano)?
- Koje su ključne karakteristike ovog influencera?
- Kakvu imaju interakciju sa svojom publikom?
- Kakav pozitivan ili negativan utjecaj mogu imati na svoje pratitelje?

Unutar ovih 90 minuta također trebaju pripremiti prezentacije svojih nalaza – studiju slučaja.

IV. Prezentacije i rasprava (50 minuta)

Trener poziva sve sudionike da se pridruže plenarnoj raspravi radi prezentacija. Svaka grupa predstavlja svoju studiju slučaja i rezultate rasprave i analize u malim grupama ostalim sudionicima koristeći vizualne materijale, statistiku ili ključne točke radi boljeg razumijevanja. Nakon svake prezentacije, trener facilitira raspravu kako bi razjasnio pitanja drugih sudionika.

Potrebni materijali: A4 i A3 papiri, kemijske olovke, flomasteri, flipchart stalak i papiri, prijenosna računala (ako su potrebna grupama), projektor, zvučnici.

Prpratni dokumenti i dodatna literatura:

- Hawley, M., & Ismail, K. (2024, October 3). Types of social media influencers: mega, macro, micro and nano. CMSWire.com. <https://www.cmswire.com/digital-marketing/social-media-influencers-mega-macro-micro-or-nano/>

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Važno je podsjetiti sudionike da svojoj studiji slučaja pristupe otvorenog i kritičkog uma kako bi istražili i pozitivne i negativne aspekte utjecaja influencera. Trener bi trebao poticati otvoreni dijalog u grupnim raspravama kako bi se sudionici osjećali ugodnije.





Psihološki i emocionalni utjecaj influencera na društvenim mrežama na mlade

Naziv sesije: Psihološki i emocionalni utjecaj influencera na društvenim mrežama na mlade

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

Često se smatra da influenceri oblikuju ideale vezane uz sliku o sebi, način života i uspjeh te da su mladi ljudi sve više pod utjecajem na načine koji utječu na njihovo mentalno zdravlje, samopoštovanje i ponašanje. Ova sesija bavi se značajnim psihološkim i emocionalnim učincima koje influenceri na društvenim mrežama imaju na mladu publiku. Analizirajući te učinke, sudionici će imati priliku steći razumijevanje i znanje o pritiscima s kojima se influenceri suočavaju i o tome kako se oni odražavaju na živote njihovih pratitelja. To će se postići putem video analize, rasprava i grupnog rada. Ova je sesija osmišljena kako bi pripremila sudionike za prepoznavanje i rješavanje tih utjecaja u svom radu s mladima, potičući kritičniji i uravnoteženiji pristup društvenim mrežama.

Cilj sesije: Ojačati razumijevanje sudionika o psihološkom i emocionalnom utjecaju koji influenceri na društvenim mrežama imaju na mlade i osposobiti ih za učinkovito rješavanje tih utjecaja u svom radu s mladima.

Specifični podciljevi sesije:

- Učiti o utjecaju društvenih mreža na mlade;
- Raspravljati o specifičnim psihološkim i emocionalnim utjecajima kulture influencera na mlade, uključujući učinke na samopoštovanje, sliku tijela i mentalno zdravlje;
- Raspraviti strategije za pomoć mladima u snalaženju u sadržaju influencera s kritičke i uravnotežene perspektive, podržavajući pozitivnu sliku o sebi i zdravo ponašanje.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Video projekcija;
- Rasprava;
- Rad u parovima;
- Rad u malim grupama;
- Prezentacije i rasprava.

Tijek sesije:





I. Video projekcija: utjecaj društvenih medija na mentalno zdravlje mladih (35 minuta)

Trener je pripremio video projekciju za ovu sesiju. Sudionici gledaju video koji istražuje utjecaj društvenih medija na mentalno zdravlje mladih. Ovaj video se prikazuje s glavnom namjerom da postavi osnovu za daljnje istraživanje influencera na društvenim medijima i razlikuje sadržaj društvenih medija od sadržaja koji influenceri predstavljaju. Video traje oko 31-32 minute. Poveznica na video je: [The Impact of Social Media on Youth Mental Health: The Good, the Bad and the Ugly \(SCIP Talk 2018\)](#)

II. Rasprava o sadržaju videa (25 minuta)

Nakon projekcije videa, sudionici su pozvani uključiti se u raspravu koju vodi trener, s naglaskom na ključne točke kao što su:

- Koje su ključne točke obrađene u videu?
- Što ste smatrali relevantnim ili sličnim situaciji mladih u vašim zemljama?
- Kako razumijete utjecaj samih društvenih medija na mentalno zdravlje mladih?
- Što je sa sadržajem koji objavljuju influenceri? Po čemu se ovo razlikuje od ovoga?

Rasprava traje oko 25 minuta.

III. Rad u parovima: Psihološki i emocionalni utjecaj (30 minuta)

Trener poziva sudionike da formiraju parove za sljedeću aktivnost. Uputa im je da rasprave o specifičnom psihološkom i emocionalnom utjecaju za koji vjeruju da influenceri na društvenim mrežama imaju na mlade u njihovim lokalnim zajednicama. Trebali bi razmotriti aspekte poput slike tijela, samopoštovanja, mentalnog zdravlja i težnji. Za ovu aktivnost imaju 30 minuta, a svaki par sastavlja kratak popis glavnog utjecaja koji identificiraju, kao i priprema se podijeliti nalaze s cijelom grupom.

IV. Dijeljenje nalaza i uvida (20 minuta)

Svaki par dijeli svoje uvide s cijelom grupom. Trener potiče sudionike da uspoređuju i suprotstavljaju iskustva u različitim lokalnim stvarnostima kako bi produbili svoje razumijevanje o tome kako kulturni, društveni i ekonomski konteksti mogu utjecati na način na koji mladi percipiraju i reagiraju na sadržaj influencera.

V. Rad u malim grupama: Kako konzumiranje sadržaja influencera utječe na ponašanje tinejdžera? (30 minuta)

Nakon plenarne rasprave, sudionici se upućuju da se pregrupiraju u male grupe od četiri osobe, što znači da bi trebali spojiti dva para iz prethodne aktivnosti. U ovoj fazi od njih se traži da analiziraju kako praćenje influencera izravno utječe na ponašanje tinejdžera. Trener naglašava da svaka grupa treba imati na umu raspravu o specifičnim promjenama u ponašanju koje mogu proizaći iz sadržaja influencera, kao što su trendovi u modi, izboru načina života i kupovne navike. Grupe imaju 30 minuta za raspravu i zapisivanje svojih nalaza, fokusirajući se i na pozitivne i na negativne utjecaje na ponašanje.

VI. Prezentacije i rasprava (40 minuta)

Nakon rada u malim grupama, svaka grupa predstavlja svoje nalaze u 3-5 minuta. Trener potiče ostale sudionike na postavljanje pitanja nakon svake prezentacije. Nakon što su sve prezentacije završene, slijedi kratka rasprava. Tijekom ove rasprave sudionici razmišljaju o strategijama koje pomažu mladima da razviju uravnoteženu i kritičku perspektivu prema influencerima na društvenim mrežama.

Potrebni materijali: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, olovke, markeri, flipchart stalak i papiri.





Pratni dokumenti i dodatna literatura:

- LNKTV Health. (2018). The Impact of Social Media on Youth Mental Health: The Good, the Bad and the Ugly (SCIP Talk 2018) [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=OA6giw1mDOY>
- Hayes, H. (2024, February 2). The impact of influencers on young adults and teens. Heather Hayes & Associates.
<https://www.heatherhayes.com/the-impact-of-influencers-on-young-adults-and-teens/#:~:text=How%20Influencers%20Affect%20Teens,model%20the%20actions%20they%20see>

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Za ovu sesiju trener može odabrati bilo koji videozapis za prikazivanje koji je relevantan s trenutnim trendovima i ističe utjecaj društvenih mreža ili influencera na društvenim mrežama na mentalno zdravlje mladih.
- Tijekom rada u parovima i malim grupama, trener bi trebao zamoliti sudionike da razmotre konkretne primjere iz svojih lokalnih zajednica. Ovaj pristup im pomaže identificirati jedinstvene načine na koje kultura influencera utječe na mlade u njihovim zajednicama, što olakšava razvoj strategija koje se bave tim specifičnim utjecajima.





Rizici i izazovi koje društvene mreže (influenceri) donose mladima

Naziv sesije: Rizici i izazovi koje društvene mreže (influenceri) donose mladima

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

Ova sesija osmišljena je kako bi se otkrili potencijalni rizici i izazovi koje influenceri na društvenim mrežama predstavljaju mladima. Ti potencijalni rizici i izazovi uključuju nerealna očekivanja, materijalizam, ponašanje vođeno usporedbom i dezinformacije. Iako je poznato da influenceri mogu inspirirati i zabavljati ljude, utjecaj koji koriste također može dovesti do problema koji utječu na mentalno zdravlje, samopoštovanje i vrijednosti među mladima. Identificiranjem i analizom ovih izazova u ovoj sesiji, sudionici imaju priliku steći uravnotežen pogled na učinke kulture influencera, pripremajući ih da vode mlade u snalaženju na društvenim mrežama s kritičnim, ali otvorenim načinom razmišljanja. Sesija sadrži grupne rasprave, istraživanje i izgradnju strategija koje sudionicima daju prostor za učenje pristupa koji pomažu mladima da se uključe u sadržaj influencera na načine koji potiču zdravu samopercepciju, znatiželju i angažman u zajednici.

Cilj sesije: Istražiti i analizirati rizike i izazove koje influenceri na društvenim mrežama predstavljaju mladima te opremiti sudionike strategijama za rješavanje tih izazova, uz istovremeno promicanje zdravog angažmana sa sadržajem influencera.

Specifični podciljevi sesije:

- Identificirati i raspraviti ključne rizike i izazove povezane s influencerima na društvenim mrežama, uključujući nerealna očekivanja, materijalizam, ponašanje usmjereno na usporedbu i dezinformacije;
- Istražiti specifične utjecaje ovih izazova na samopercepciju, mentalno zdravlje i vrijednosti mladih;
- Raspraviti o strategijama za minimiziranje ovih rizika, uz poticanje mladih na pozitivno uključivanje u društvene mreže i prepoznavanje potencijala influencera da potaknu znatiželju, osobni rast i uključivanje u zajednicu.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kritičko razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Grupna rasprava;
- Istraživanje u malim grupama;
- Prezentacije i rasprave.





Tijek sesije:

I. Grupna rasprava: Rizici i izazovi influencera na društvenim mrežama (20 minuta)

Sesija započinje grupnom raspravom. Trener poziva sudionike da podijele svoja početna razmišljanja o rizicima i izazovima koje influenceri na društvenim mrežama mogu izložiti mladima. Rasprava se usredotočuje na pitanja poput nerealnih standarda, konzumerizma i potencijalnih učinaka na mentalno zdravlje. Trener zapisuje ključne točke na flipchart kako bi stvorio temelj za dublje istraživanje.

II. Istraživanje u malim grupama o različitim rizicima i izazovima (70 minuta)

Trener najavljuje da će se ovaj dio sesije sastojati od malog istraživačkog zadatka. Sudionici su podijeljeni u četiri male grupe. Svakoj grupi dodjeljuje se određen rizik ili izazov za istraživanje i analizu. Istraživački zadatak za svaku grupu je sljedeći:

- Grupa 1: Nedostižna očekivanja
- Grupa 2: Materijalizam
- Grupa 3: Usporedba i opasno ponašanje
- Grupa 4: Dezinformacije

Svaka grupa dobiva upute da istraži svoju zadanu temu, uključujući raspravu o primjerima, utjecaju iz stvarnog života i čimbenicima koji pojačavaju te izazove za mlade. Općenito, sve se grupe potiču da identificiraju i negativne učinke i potencijalne pozitivne namjere iza sadržaja influencera (npr. motivacija naspram nerealnih standarda).

III. Prezentacije (50 minuta)

Kad grupe završe svoj rad, trener ih poziva da se pridruže plenarnoj raspravi radi prezentacija. Svaka grupa predstavlja svoje nalaze u roku od 5-10 minuta. Predstavljaju kako njihov specifični izazov utječe na mlade i sve značajne trendove koje su uočili. Nakon svake prezentacije, trener otvara sesiju pitanja i odgovora gdje sudionici mogu postavljati pitanja ili pružiti dodatne uvide na temelju svojih iskustava.

IV. Rasprava: Minimiziranje izazova uz poticanje pozitivnog utjecaja (40 minuta)

Trener završava sesiju grupnom raspravom o strategijama za minimiziranje prethodno spomenutih izazova društvenih medija, a istovremeno prepoznaje potencijal influencera da potaknu osobni rast, znatiželju i zajednicu. Ključna pitanja o kojima se raspravlja u ovom dijelu uključuju sljedeća:

- Kako osobe koje rade s mladima mogu pomoći mladima da se snađu u ovim rizicima društvenih medija?
- Na koje se načine pozitivne osobine influencera mogu iskoristiti za promicanje zdravog angažmana?
- Kako možemo potaknuti mlade da kritički procjenjuju sadržaj, a istovremeno ostanu otvoreni za konstruktivne utjecaje?

Trener bilježi ključne ishode rasprave koji proizlaze iz doprinosa sudionika.

Potrebni materijali: A4 i A3 papiri, kemijske olovke, flomasteri, flipchart stalak i papiri.

Propratni dokumenti i dodatna literatura:

- Rafi, P. S. (2024, January 23). How do social media influencers impact youth? - Review Zone. Review Zone.





<https://reviewzone.media/how-do-social-media-influencers-impact-youth/#:~:text=supported%20and%20amplified.-,Our%20Takeaway,%2C%20curiosity%2C%20and%20community%20building>

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Važno je da prilikom rasprave o rizicima i izazovima trener pozove sudionike da podijele primjere iz stvarnog života ili scenarije relevantne za njihove zajednice. To čini rizike bliskijima lokalnom kontekstu i pomaže osobama koje rade s mladima izravno povezati sadržaj sesije s iskustvima mladih s kojima rade.





Izazovi i prilike u radu s mladima u digitalnom dobu

Naziv sesije: Izazovi i prilike u radu s mladima u digitalnom dobu

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

Ova sesija obuke usredotočuje se na izazove i prilike koje digitalno doba predstavlja radu s mladima. Kako se tehnologija i digitalizacija nastavljaju brzo razvijati, osobe koje rade s mladima suočavaju se i s praktičnim i etičkim izazovima. Ti su izazovi povezani s praćenjem novih digitalnih alata i nastavljaju se sve do rješavanja pitanja privatnosti i mentalnog zdravlja. Međutim, ovi izazovi također donose prilike za inovacije, razvoj vještina i dublji angažman s mladima. Stoga je važno proaktivno razmišljati o toj dinamici kako bismo mogli istražiti kako se nove tehnologije poput umjetne inteligencije mogu pozitivno koristiti. Na taj će način sudionici imati priliku steći razumijevanje i raspravljati o strategijama za prilagodbu digitalnom krajoliku na načine koji poboljšavaju njihov rad s mladima.

Cilj sesije: Istražiti jedinstvene izazove i prilike koje digitalno doba donosi radu s mladima, kao i opremiti sudionike strategijama za pretvaranje digitalnih izazova u prilike.

Specifični podciljevi sesije:

- Razmišljati o ključnim izazovima u radu s mladima povezanim s digitalnom transformacijom;
- Poticati kritičko razmišljanje o implikacijama digitalnog doba kako bi sudionici vidjeli i rizike i koristi unutar tih promjena;
- Razviti praktične strategije za korištenje tehnološkog napretka, te tako pretvoriti izazove u prilike.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Digitalne kompetencije;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kompetencije pismenosti;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Samopromišljanje;
- Teorijski uvod;
- Rad u malim grupama;
- Prezentacije;
- Rasprava.

Tijek sesije:





I. Samopromišljanje: Izazovi u radu s mladima u digitalnom dobu (15 minuta)

Trener otvara sesiju kratkom aktivnošću samopromišljanja. Sudionici se mole da sljedećih 10-15 minuta iskoriste za razmišljanje i zapisivanje specifičnih izazova s kojima se suočavaju u radu s mladima u digitalnom dobu. Nadalje ih upućuje da to promišljanje može uključivati aspekte poput pristupa tehnologiji, nedostataka digitalnih vještina, brzih promjena na društvenim mrežama ili zabrinutosti oko privatnosti podataka.

II. Dijeljenje uvida (25 minuta)

Nakon aktivnosti samopromišljanja, sudionici su pozvani podijeliti svoje ključne točke promišljanja na plenarnoj sjednici. Trener vodi proces ističući zajedničke teme, jedinstvene izazove i sva nova pitanja u iskustvima sudionika. Cijeli proces traje 25 minuta.

III. Teorijski uvod (20 minuta)

Trener sljedećih 20 minuta koristi za teorijski uvod u temu. Pruža uvide u šire trendove i izazove u radu s mladima u digitalnom dobu. Dnevni red ovog teorijskog uvoda trenera uključuje sljedeće:

- Brz tempo tehnoloških promjena;
- Razvoj digitalnih vještina potrebnih za rad s mladima;
- Etička razmatranja;
- Utjecaj digitalnih medija na ponašanje i učenje mladih.

IV. Rad u malim grupama (60 minuta)

Sudionici su za ovu aktivnost podijeljeni u četiri male grupe. Njihov je opći zadatak istražiti kako se određeni izazovi digitalnog doba mogu pretvoriti u prilike. Obrađuju se dva specifična pitanja koja su podijeljena u grupe na sljedeći način:

- Grupa 1 i Grupa 2: Tehnološka evolucija i zahtjevi za vještinama – Kako se potreba za stalnom tehnološkom prilagodbom može pretvoriti u priliku za rast i inovacije u radu s mladima?
- Grupa 3 i Grupa 4: Utjecaj umjetne inteligencije (UI) – Kako se porast alata i platformi umjetne inteligencije može iskoristiti kao prilika za poboljšanje rada s mladima i njihovo smisleno angažiranje?

Svaka grupa ima zadatak raspraviti o zadanoj temi i razviti strategije za rješavanje izazova, a istovremeno nastojati pronaći potencijalne prilike. Sudionici imaju 60 minuta za dovršetak ovog zadatka i pripremu za prezentaciju.

V. Prezentacije i rasprava (60 minuta)

Svaka mala grupa pozvana je predstaviti svoje nalaze cijeloj grupi o specifičnim strategijama za pretvaranje izazova digitalnog doba u prilike. Svaka prezentacija traje oko 10 minuta, nakon čega slijede pitanja i rasprava kako bi se stvorio prostor za sudionike da nadgrade ideje svake skupine i razmotre praktične primjene u vlastitom radu s mladima.

Potrebni materijali: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, flomasteri, flipchart stalak i papiri.

Propratni dokumenti i dodatna literatura:

- Youth in the Digital Age: Challenges and opportunities. (2024). Ius Laboris. <https://iuslaboris.com/insights/youth-in-the-digital-age-challenges-and-opportunities/>





- Digital Youth Work: Navigating Opportunities and challenges. (2024). In MYNGO. MYNGO. <https://myngo.eu/wp-content/uploads/2024/01/Digital-Youth-Work-Navigating-Opportunities-and-Challenges.pdf>

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Trener bi u aktivnostima samopromišljanja i rasprave trebao poticati sudionike da podijele konkretne primjere o tome kako su oni ili drugi koristili digitalne alate ili se suočili s digitalnim izazovima u radu s mladima. Praktični primjeri obično čine raspravu relevantnijom i pružaju inspiraciju za to kako se različite strategije mogu prilagoditi njihovim specifičnim kontekstima.





Kritičko razmišljanje i medijska pismenost - pristup osoba koje rade s mladima korisnicima

Naziv sesije: Kritičko razmišljanje i medijska pismenost - pristup osoba koje rade s mladima korisnicima

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

Kritičko razmišljanje i medijska pismenost danas postaju izuzetno važni kako bi svi bolje analizirali sadržaj i vijesti kojima su izloženi. Ova sesija usmjerena je na ulogu koju kritičko razmišljanje i medijska pismenost imaju u radu s mladima. Njezin je fokus posebno na naglašavanju kako osobe koje rade s mladima mogu osnažiti korisnike da se odgovorno i analitički snalaze u medijima. U eri brzog protoka digitalnih informacija, mladi se često susreću s dezinformacijama, predrasudama i uvjerljivim medijima koji mogu oblikovati njihova uvjerenja i ponašanja. Razvijanjem vještina kritičkog razmišljanja i razumijevanjem medijske pismenosti, osobe koje rade s mladima mogu voditi korisnike u donošenju informiranih, uravnoteženih odluka o sadržaju kojem su izloženi. Ova sesija omogućuje sudionicima da vježbaju te vještine i razmotre njihovu praktičnu primjenu u podršci razvoju mladih kroz interaktivne vježbe i scenarije igranja uloga.

Cilj sesije: Ojačati razumijevanje i primjenu kritičkog razmišljanja i medijske pismenosti sudionika, kao i razumijevanje njihove uloge u podršci korisnicima u odgovornom i analitičkom snalaženju u medijima.

Specifični podciljevi sesije:

- Raspraviti bitne koncepte kritičkog razmišljanja i medijske pismenosti relevantne za rad s mladima;
- Potaknuti osobe koje rade s mladima da potiču otvorenu raspravu o medijskom sadržaju s korisnicima;
- Razviti praktične vještine kroz vježbe temeljene na scenarijima.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Kritičko mišljenje;
- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kompetencije pismenosti;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Teorijski uvod;
- Vježba barometra;
- Igra uloga;
- Probe, prezentacije i rasprave.





Tijek sesije:

I. Teorijski uvod (20 minuta)

Trener otvara sesiju kratkim uvodom o kritičkom mišljenju i medijskoj pismenosti. Predstavlja koncepte kritičkog mišljenja i medijske pismenosti, a zatim nastavlja s naglaskom na njihovu važnost u radu s mladima. Druge teme koje se ovdje istražuju uključuju procjenu izvora informacija, identificiranje pristranosti i promicanje analitičkog pristupa pri radu s medijskim sadržajem. Ovaj uvod služi kao temelj za vježbe koje slijede u ovoj sesiji.

II. Vježba baromentra: Kritičko mišljenje i Medijska pismenost (30 minuta)

Trener je pripremio različite izjave vezane uz kritičko mišljenje i medijsku pismenost. Upućuje sudionike da se, kad pročitaju svaku izjavu, trebaju pomaknuti u različite dijelove prostorije kako bi pokazali slažu li se, ne slažu li se ili su neutralni u vezi sa svakom izjavom, stvarajući „barometar“ mišljenja. Desni kut prostorije je kad se najviše slažu, dok se lijevi najviše ne slažu. Kad su dane sve upute, trener počinje naglas čitati izjave. Koriste se sljedeće izjave:

- Osobe koje rade s mladima trebaju poticati korisnike da propituju sav medijski sadržaj koji konzumiraju
- Platforme društvenih medija pouzdani su izvori informacija
- Biti medijski pismen znači znati pronaći istinite informacije
- Osobe koje rade s mladima trebaju izbjegavati raspravu o osobnim uvjerenjima o medijskom sadržaju s korisnicima
- Vještine kritičkog mišljenja danas su važnije nego što su bile u prethodnim generacijama
- Svatko ima odgovornost provjeriti informacije koje dijeli na društvenim mrežama
- Suradnja s influencerima može poboljšati medijsku pismenost mladih
- Mladi danas bolje otkrivaju dezinformacije od starijih generacija
- Medijska pismenost ključna je za odgovorno snalaženje u digitalnim prostorima
- Važnije je da se osobe koje rade s mladima usredotoče na izgradnju vještina kritičkog mišljenja nego na podučavanje specifičnih tehnika medijske pismenosti

Nakon svake izjave, trener poziva sudionike da podijele svoje obrazloženje za slaganje/neslaganje, potičući tako raspravu koja ističe različite perspektive i produbljuje razumijevanje tih koncepata.

III. Igra uloga (70 minuta)

Sudionici su podijeljeni u 4 male grupe. Trener ih upućuje da u sljedećih 70 minuta trebaju stvoriti kratku kazališnu predstavu koja prikazuje scenarij vezan uz kritičko razmišljanje i medijsku pismenost. Točnije, svaka grupa razvija priču u kojoj osobe koje rade s mladima pomažu korisnicima da se snađu ili kritički analiziraju medijski sadržaj. Trebali bi iskoristiti ovih 70 minuta i za pripremu za probe. Predstava ne bi trebala biti dulja od 5 minuta.

IV. Probe, prezentacije, rasprava (60 minuta)

Kad su svi spremni, grupe se pridružuju prostoriji za obuku kako bi kratko uvježbale svoje predstave prije nego što ih predstave cijeloj grupi. Probe se održavaju jedna za drugom. Zatim slijedi prezentacija svake grupe o svojoj predstavi i poruci koju je prenijela. Nakon svake prezentacije slijedi kratka rasprava u kojoj sudionici analiziraju scenarije i prikazane pristupe. Trener započinje završnu raspravu potičući sudionike da razmisle o tome kako se ovi pristupi mogu praktično primijeniti u njihovom radu s mladima i raspravljajući o načinima jačanja medijske pismenosti i kritičkog razmišljanja među mladima.





Potrebni materijali: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, olovke, markeri, flipchart stalak i papiri, materijali za kazališnu predstavu (ovisno o tome što sudionici traže/trebaju).

Pratni dokumenti i dodatna literatura:

- Mangus, A., & Hirmo, M. (2021, July 13). Critical Thinking and Media Literacy in Youth Work. SALTO. <https://participationpool.eu/2021/07/13/critical-thinking-and-media-literacy-in-youth-work/>

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Trener treba potaknuti sudionike u osmišljavanju scenarija kazališne predstave o uobičajenim medijskim izazovima s kojima se suočavaju mladi, poput rješavanja dezinformacija na društvenim mrežama ili utjecaja influencera. To osigurava da su scenariji relevantni i praktični te stoga pomaže sudionicima da izravno povežu sadržaj sesije sa stvarnim problemima s kojima se mladi susreću.





Inovativne metode za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade – prilagođavanje različitih metoda kontekstu sudionika i ciljnim skupinama

Naziv sesije: Inovativne metode za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade – prilagođavanje različitih metoda kontekstu sudionika i ciljnim skupinama

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

U radu s mladima, postojanje i razvoj različitih inovativnih metoda i aktivnosti izuzetno su važni. Iako postoje razvijene razne inovativne metode i aktivnosti, ključno je provjeriti i prilagoditi te aktivnosti i široj skupini korisnika i za rješavanje različitih tema. Ova sesija osmišljena je kako bi se istražili kreativni pristupi ublažavanju negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade, a usredotočuje se na inovativne metode poput gamifikacije, metodologije sobe za bijeg i digitalnog pripovijedanja. Ove inovativne metode pružaju osobama koje rade s mladima alate koji potiču kritičko razmišljanje, osobno promišljanje i timski rad. Prilagođavanjem ovih metoda specifičnim kontekstima i potrebama njihovih ciljnih skupina, osobe koje rade s mladima mogu stvoriti utjecajne prilike za učenje koje osnažuju mlade ljude da se odgovorno snalaze u utjecaju društvenih mreža. Sesija će se sastojati od grupnog rada i praktičnih vježbi koje će sudionicima omogućiti stjecanje praktičnog iskustva u prilagođavanju ovih metoda njihovim jedinstvenim okruženjima rada s mladima.

Cilj sesije: Opremiti sudionike vještinama i znanjem o korištenju kreativnih metodologija kao alata za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama i dati prostor za prilagodbu tih metoda potrebama njihovih ciljnih skupina.

Specifični podciljevi sesije:

- Upoznati sudionike s inovativnim metodama za uključivanje mladih u kritičke rasprave o utjecaju društvenih medija kao što su gamifikacija, soba za bijeg i digitalno pripovijedanje;
- Razviti sposobnost sudionika da prilagode ove metode različitim kontekstima mladih, uzimajući u obzir čimbenike poput dobi, digitalne pismenosti i kulturne pozadine;
- Poticati kreativnost i vještine praktične primjene, kao i osposobljavati sudionike za planiranje i provedbu ovih metoda u stvarnim okruženjima rada s mladima.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Kritičko mišljenje;
- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Rad u malim grupama;
- Prezentacije;





- Rasprava.

Tijek sesije:

I. Uvod u sesiju i zadatke (10 minuta)

Trener predstavlja fokus sesije na korištenju inovativnih metoda poput gamifikacije, metodologije sobe za bijeg i digitalnog pripovijedanja kao alata za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade. Svaka metoda je detaljno objašnjena za sudionike koji nisu upoznati s njom, kao i kako bi se istaknula njezina relevantnost i potencijal u radu s mladima.

II. Rad u malim grupama: Istraživanje inovativnih metoda (40 minuta)

Sudionici su podijeljeni u tri grupe. Svakoj grupi dodijeljena je jedna metoda za dubinsko istraživanje. Njihov je zadatak istražiti kako se te metode mogu koristiti za rad na društvenim mrežama i promicanje kritičkog mišljenja, kao i u odnosu na utjecaj društvenih mreža na mlade. Zadatak za svaku grupu je sljedeći:

- Grupa 1: Gamifikacija – istražiti kako elementi igre mogu angažirati mlade i promicati kritičko razmišljanje o sadržaju društvenih mreža.
- Grupa 2: Metodologija sobe za bijeg – istražiti kako imerzivni scenariji mogu potaknuti timski rad i promišljanje o utjecajima društvenih mreža.
- Grupa 3: Digitalno pripovijedanje – istražiti i analizirati kako narativno i osobno izražavanje mogu pomoći mladima da artikuliraju i osporavaju utjecaj društvenih medija.

Svaka grupa ima zadatak raspraviti ključne značajke, prednosti i izazove dodijeljene metode, kao i potencijalne primjene u okruženju rada s mladima. Dobivaju 40 minuta za dovršetak prvog dijela svog rada, a zatim se pridružuju plenarnoj raspravi radi dijeljenja rezultata.

III. Dijeljenje nalaza i uvida (20 minuta)

Svaka grupa predstavlja svoju metodu, fokusirajući se na dijeljenje uvida i početnih ideja za njezinu primjenu. To omogućuje svim sudionicima upoznati se sa svakom metodom te postavlja temelje za fazu prilagodbe. Proces traje 20 minuta.

IV. Nastavak rada u malim grupama – Prilagođavanje metode kontekstu i ciljnoj skupini sudionika (60 minuta)

Grupe se upućuju da se vrate svojim dodijeljenim metodama kako bi nastavile sa sljedećim korakom svog rada. U ovom dijelu trebaju se usredotočiti na to kako prilagoditi ove pristupe specifičnim kontekstima mladih i ciljnim skupinama. U ovom dijelu potiče ih se da razmotre čimbenike poput dobi, interesa, digitalne pismenosti i izazova zajednice te da razmisle o tome kako prilagoditi svaku metodu za maksimalan učinak. Svaka grupa izrađuje praktičan plan o tome kako se njihova prilagođena metoda može primijeniti u stvarnom okruženju rada s mladima. Za ovaj zadatak imaju 60 minuta i pripremaju se za svoju završnu prezentaciju.

V. Prezentacije i rasprava (50 minuta)

Grupe se pridružuju plenarnoj sjednici kako bi predstavile svoje prilagođene metode. Opisuju svoj pristup, razmatranja ciljne skupine i korake provedbe. Svaka prezentacija traje otprilike 5-7 minuta, nakon čega slijedi kratka sesija pitanja i odgovora. Tijekom sesije pitanja i odgovora sudionici se potiču da raspravljaju o izvedivosti i potencijalnim izazovima svake prilagodbe.





Trener završava s konačnim osvrtom na to kako ove inovativne metode mogu biti moćni alati u rješavanju utjecaja influencera na društvenim mrežama i podršci otpornosti mladih.

Potrebni materijali: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, olovke, markeri, flipchart stalak i papiri.

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Trener bi trebao podsjetiti sudionike da prilikom prilagodbe svake metode uzmu u obzir specifične potrebe, interese i pozadine svojih ciljnih skupina mladih. Mali detalji poput korištenja relevantnog jezika, scenarija ili primjera mogu uvelike utjecati na učinkovitost aktivnosti.
- Trener bi trebao posvetiti više vremena grupnom radu pri prilagodbi metoda, ako je potrebno. Ove su metode osmišljene za korištenje i umnožavanje od strane veće skupine osoba koje rade s mladima, stoga su detaljna prilagodba i temeljita objašnjenja bitni.





Razvoj komunikacijskih vještina za učinkovitu prevenciju - Identificiranje učinkovitih komunikacijskih kanala i alata za doseganje do mladih ljudi

Naziv sesije: Razvoj komunikacijskih vještina za učinkovitu prevenciju - Identificiranje učinkovitih komunikacijskih kanala i alata za doseganje do mladih ljudi

Trajanje: 180 minuta

Pozadina:

Ova sesija usmjerena je na razvoj bitnih komunikacijskih vještina koje su važne za osobe koje rade s mladima kako bi se učinkovito angažirali s mladima. Razumijevanje aktivnog slušanja, empatije i pružanja jasnih povratnih informacija ključno je za uspostavljanje povjerenja i otvorenosti. Kako rad s mladima sve više uključuje digitalnu interakciju, identificiranje najprikladnijih kanala i alata za doseganje mlade publike također postaje ključno. Ova sesija koristi različite metode poput brainstorminga, rasprave i praktičnog grupnog rada kako bi sudionici poboljšali svoju sposobnost učinkovite komunikacije i odabrali odgovarajuće metode za povezivanje s mladima u različitim kontekstima.

Cilj sesije: Opremiti sudionike znanjem o bitnim komunikacijskim vještinama i strategijama za učinkovito angažiranje mladih te istražiti različite komunikacijske kanale kako bi se doseglo raznolike skupine mladih.

Specifični podciljevi sesije:

- Razviti razumijevanje sudionika o ključnim komunikacijskim vještinama, uključujući aktivno slušanje, empatiju, izgradnju odnosa i jasne povratne informacije;
- Identificirati učinkovite komunikacijske kanale i alate koji su prikladni za povezivanje s mladima u različitim kontekstima;
- Poboljšati sposobnost sudionika da prilagode komunikacijske pristupe na temelju specifičnih potreba i preferencija mladih s kojima rade.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Kompetencije pismenosti;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Brainstorming u tišini;
- Rasprava;
- Teorijski uvod;
- Rad u malim grupama;
- Prezentacije.





Tijek sesije:

I. Brainstorming u tišini (30 minuta)

Trener je na pod stavio nekoliko flipchart papira sa sljedećim pitanjima:

- Koje su najčešće komunikacijske prepreke s kojima se suočavamo u radu s mladima?
- Koji su učinkoviti načini izgradnje povjerenja u radu s mladima?
- Koji su komunikacijski alati najkorisniji za doseganje mladih u našem radu?

Traži od sudionika da odvoje 20-30 minuta i prošetaju određenim područjem gdje su na podu postavljeni flipchart papiri, a svaki sadrži različito pitanje. Sudionici se upućuju da ove minute koriste i zapišu svoje misli, ideje ili iskustva izravno na flipchart papire. Trener naglašava da bi ovaj zadatak trebali obaviti individualno i u tišini, bez ometanja drugih sudionika.

II. Rasprava o doprinosu iz tihog brainstorminga (20 minuta)

Trener okuplja grupu u plenarnoj raspravi kako bi pregledao glavne ideje i uvide iz tihog brainstorminga. Trener stavlja na flipchart stalak svaki papir i zajedno raspravljaju jedan po jedan o doprinosu za svako pitanje. Sudionici raspravljaju o temama i dijele dodatne misli, dajući svima priliku da razmisle o kolektivnom doprinosu i nadograde međusobne ideje. Ova aktivnost traje 20 minuta.

III. Teorijski uvod trenera: Učinkovita komunikacija (30 minuta)

Nakon sesije tihog brainstorminga na podu, trener drži kratko teorijsko izlaganje koje pokriva bitne komunikacijske vještine za rad s mladima. Presentacija uključuje sljedeće točke:

- Aktivno slušanje
- Suosjećanje s gledištem mladih
- Izgradnja odnosa povjerenja
- Neverbalna komunikacija i izgradnja odnosa
- Jasno davanje povratnih informacija i razumijevanje granica povjerljivosti

Svaka točka je detaljno objašnjena, a u nekim slučajevima s praktičnim primjerima, kao i praktičnim savjetima za provedbu.

IV. Rad u malim grupama: Identificiranje učinkovitih komunikacijskih kanala i alata (50 minuta)

Trener dijeli sudionike u 4 male grupe. Zadatak svake grupe je identificirati najučinkovitije komunikacijske kanale i alate za doseganje mladih u njihovom okruženju. Svaka grupa uzima u obzir čimbenike poput pristupačnosti, digitalnih navika, privatnosti i razine angažmana. Grupe se potiču da navedu preporučene kanale i alate, kao što su platforme društvenih medija, aplikacije za razmjenu poruka, sastanci uživo i specifične tehnike komunikacije. Za ovaj zadatak imaju 50 minuta, a zatim se pripremaju za prezentaciju.

V. Prezentacije i rasprava (50 minuta)

Sudionici se pridružuju plenarnoj sjednici za prezentacije. Svaka grupa predstavlja svoje nalaze gdje objašnjava zašto je odabrala određene kanale i alate za komunikaciju s mladima. Prezentacije bi trebale trajati 5 minuta. Nakon svake prezentacije, trener vodi raspravu o tome kako se ti alati mogu koristiti za različite demografske skupine mladih, kako bi se imao uključiv i pristupačan komunikacijski pristup u različitim kontekstima.





Potrebni materijali: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, flomasteri, flipchart stalak i papiri.

Pratni dokumenti i dodatna literatura:

- Communicating effectively with children and young people | Fostering and Adoption. (n.d.). <https://fosteringandadoption.rip.org.uk/topics/communicating-effectively/>

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Preporučuje se da tijekom uvodne sesije o komunikacijskim vještinama trener potiče sudionike na primjenjivanje ove tehnike (poput aktivnog slušanja i neverbalne komunikacije) u svom grupnom radu i budućim interakcijama. Vježbanje ovih vještina u njihovom radu pomaže u jačanju njihove važnosti i učinkovitosti u izgradnji povjerenja i povezanosti s mladima.





Medijska pismenost i njezina uloga u sprječavanju negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade

Naziv sesije: Medijska pismenost i njezina uloga u sprječavanju negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade

Trajanje: 90 minuta

Pozadina:

Mladi su stalno izloženi online sadržaju sudjelovanjem na različitim platformama društvenih medija i praćenjem raznih računa koji možda dijele stvarni sadržaj, ali i ne. Ova sesija usmjerena je na važnost medijske pismenosti za mlade u digitalnom dobu. Sesija je posebno osmišljena kako bi obuhvatila ublažavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama. Iako se raspravlja o tome da influenceri oblikuju trendove, mišljenja i ponašanja, izloženost mladih sadržaju koji može utjecati na njihovo samopoštovanje, vrijednosti i donošenje odluka sve je veća. Medijska pismenost oprema mlade vještinama potrebnim za analizu i kritičku procjenu medijskog sadržaja, osnažujući ih da donose informirane odluke. U ovoj sesiji sudionici će istražiti kako se medijska pismenost može integrirati u rad s mladima kako bi se podržalo odgovorno i informirano sudjelovanje na društvenim mrežama.

Cilj sesije: Ojačati razumijevanje sudionika o medijskoj pismenosti kao alatu za sprječavanje negativnog utjecaja influencera na društvenim mrežama na mlade i raspravljati o strategijama za promicanje kritičkog angažmana s digitalnim sadržajem.

Specifični podciljevi sesije:

- Raspraviti o važnosti medijske pismenosti u pomaganju mladima da kritički procjenjuju sadržaj na društvenim mrežama;
- Identificirati specifične akcije i strategije koje osobe koje rade s mladima mogu koristiti u svom radu za promicanje medijske pismenosti među mladima;
- Istražiti praktične pristupe za integriranje medijske pismenosti u rad s mladima, kao i osigurati da su mladi osnaženi za donošenje informiranih odluka o influencerima na društvenim mrežama;
- Poticati suradničko razmišljanje i razmjenu ideja.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kompetencije pismenosti;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:

- Brainstorming;
- Buzz grupe – akcije za medijsku pismenost;
- Grupna rasprava.





Tijek sesije:

I. Brainstorming: Medijska pismenost i njezina uloga u sprječavanju negativnog utjecaja influencerica na društvenim mrežama na mlade (20 minuta)

Trener otvara sesiju brainstormingom. Traži od sudionika da podijele svoja razmišljanja o medijskoj pismenosti i njezinoj važnosti u pomaganju mladima da kritički procijene sadržaj influencerica na društvenim mrežama. Sudionici se pozivaju da doprinesu svojim idejama i znanjem dok trener zapisuje ključne točke na flipchart papir.

II. Buzz grupe: Predlaganje akcija za medijsku pismenost (30 minuta)

Sudionici su podijeljeni u male buzz grupe. Svaka grupa ima zadatak raspraviti o konkretnim koracima ili strategijama za promicanje medijske pismenosti u radu s mladima. Vodeća pitanja za ovu aktivnost uključuju sljedeće:

- Kako možemo osposobiti mlade ljude da kritički procjenjuju medijske izvore?
- Koje specifične vještine mogu pomoći mladima da prepoznaju dezinformacije influencerica?
- Kako se medijska pismenost može integrirati u svakodnevne aktivnosti mladih?

Očekuje se da će svaka grupa navesti svoje praktične ideje, uzimajući u obzir i digitalne i osobne pristupe jačanju medijske pismenosti među mladima. Za ovaj zadatak imaju 30 minuta.

III. Razmjena ideja i rasprava (40 minuta)

Sve grupe pridružuju se plenarnoj sjednici kako bi podijelile svoje ideje. Trener poziva svaku grupu da predstavi predložene akcije i strategije o kojima se raspravljalo unutar njihovih grupa. Zatim započinje grupnu raspravu, potičući sudionike da procijene izvedivost svake ideje i predlože poboljšanja ili prilagodbe. Sesija završava promišljanjem o važnosti medijske pismenosti kao alata za osnaživanje mladih da odgovorno koriste društvene mreže, posebno u odnosu na sadržaj influencerica.

Potreban materijal: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, flomasteri, flipchart stalak i papiri.

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Preporučuje se da prilikom rasprave o akcijama medijske pismenosti trener potiče sudionike da razmotre scenarije iz stvarnog života s kojima se mladi susreću na internetu. To će pomoći da strategije budu relevantne i praktične, omogućujući osobama koje rade s mladima da se pozabave situacijama s kojima se mladi vjerojatno suočavaju.





Izrada mini medijskih kampanja– I, II & III

Naziv sesije: Izrada mini medijskih kampanja– I, II & III

Trajanje: 90 + 180 + 180 minuta

Pozadina:

Tijekom prethodnih sesija obuke, sudionici su imali priliku sudjelovati u brojnim aktivnostima i sesijama koje su ih opremile bitnim znanjem, vještinama i perspektivama o medijskoj pismenosti, kritičkom mišljenju i utjecaju influencera na društvenim mrežama na mlade. Ova sesija omogućuje sudionicima da primijene svoje učenje u praksi stvaranjem mini medijskih kampanja koje odražavaju i znanje stečeno tijekom obuke i korištene metode. Ovaj praktični rad omogućit će im da se pozabave stvarnim potrebama unutar svojih ciljanih zajednica, koristeći kreativne metodologije i odabirući odgovarajuće medijske kanale kako bi učinkovito doprli do mladih. Kroz suradnju i povratne informacije koje će treneri dati tijekom dijela sesije za provjeru i grupnog praćenja, sudionici će imati priliku usavršiti svoje kampanje kako bi bile relevantne, utjecajne i usklađene s njihovim ciljevima. Sesija završava grupnim prezentacijama i povratnim informacijama, gdje sudionici dobivaju konstruktivne povratne informacije od trenera i drugih sudionika kako bi se bolje pripremili za provedbu ovih kampanja unutar vlastitih zajednica.

Cilj sesije: Stvoriti prostor za sudionike da osmisle i provedu utjecajne mini-medijske kampanje koje odražavaju vještine i uvide stečene tijekom obuke;

Specifični podciljevi sesije:

- Primijeniti ključne ishode učenja s obuke u stvaranju medijskih kampanja, prevodeći znanje u praktične i kreativne rezultate;
- Razviti vještine u zajedničkom planiranju i provedbi medijskih kampanja, uključujući razvoj poruka, identifikaciju ciljne publike i odabir platforme;
- Poboljšati sposobnost sudionika da učinkovito komuniciraju poruke kritičkog mišljenja i medijske pismenosti, s naglaskom na interaktivne formate prilagođene mladima.
- Stvoriti prostor za predstavljanje razvijenih kampanja i dobivanje konstruiranih povratnih informacija za daljnja poboljšanja;
- Daljnje promicanje i poticanje timskog rada i komunikacije među sudionicima.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Analitičke kompetencije;
- Istraživanje;
- Digitalne kompetencije;
- Suradnja i komunikacija;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kompetencije pismenosti;
- Kreativno razmišljanje;
- Timski rad.

Metodologija i metode:





- Rad u malim grupama – nacionalni timovi;
- Prezentacije;
- Povratne informacije i preporuke.

Tijek sesije:

I. Uvod u zadatak i početni rad u grupama i planiranje (90 minuta)

Trener otvara sesiju naglašavajući važnost aktivnosti planiranih u ovom dijelu obuke. Naglašava da je sad vrijeme kad sudionici imaju priliku primijeniti svoje znanje u praktične akcije osmišljavanjem medijskih kampanja koje će se koristiti u njihovoj lokalnoj zajednici. Sudionici se pozivaju da se pridruže svojim nacionalnim grupama, a svaka grupa ima zadatak izraditi mini-medijsku kampanju. Trener ih dalje upućuje da se kampanje trebaju temeljiti na ključnim ishodima učenja s obuke, kao što su medijska pismenost, pozitivan angažman na društvenim mrežama i kritičko razmišljanje. Grupe započinju svoj rad na idejama kampanje, uključujući ciljanu publiku, ključne poruke i potencijalne medijske platforme (npr. objave na društvenim mrežama, poster, kratki videozapisi). Također definiraju početne uloge unutar tima i izrađuju potencijalni vremenski okvir za izradu materijala za kampanju. Ovaj početni rad traje 90 minuta, nakon čega slijedi sesija provjere.

II. Sesija provjere (40 minuta)

Nakon prvog dijela grupnog rada, sve grupe se pridružuju plenarnoj sjednici na sesiji provjere kako bi podijelile svoj napredak, ideje i sve izazove s kojima su se do sada suočile. Trener nudi povratne informacije, odgovara na pitanja i pruža smjernice kako bi pomogao u usavršavanju koncepta i ciljeva kampanje svake grupe.

III. Nastavak rada u grupama: Intenzivan rad na razvoju kampanje (210 minuta)

Sve grupe nastavljaju raditi na svojim kampanjama koncentrirajući se na detaljno stvaranje sadržaja. Ovisno o svom konceptu i ideji, usredotočuju se na sljedeće aspekte kao što su dizajniranje vizualnih elemenata ili plakata za društvene mreže, pisanje scenarija i snimanje kratkih videa, razvoj zanimljivih natpisa ili tekstualnog sadržaja, itd. Treneri s vremena na vrijeme provjeravaju svaku grupu kako bi pružili daljnje upute i smjernice, povratne informacije i ohrabrenje, pomažući grupama da ostanu na pravom putu sa svojim ciljevima. Grupe koriste ovo vrijeme i za pripremu svojih prezentacija.

IV. Prezentacije (60 minuta)

Sve grupe pridružuju se plenarnoj prostoriji obuke radi prezentacija. Svaka grupa predstavlja svoju mini-medijsku kampanju cijeloj grupi objašnjavajući svoju ciljanu publiku, ciljeve, strategiju poruka, izbor medija, materijale kampanje te opisuje proces, izazove s kojima se suočavaju i korištene strategije. Prezentacije za svaku grupu trebale bi se održati u roku od 10 minuta, ostavljajući prostor za pitanja drugih sudionika.

V. Povratne informacije i preporuke trenera (50 minuta)

Nakon prezentacija, treneri daju konstruktivne povratne informacije o svakoj kampanji. Također se usredotočuju na učinkovitost, kreativnost i potencijalni utjecaj. Nadalje, daju se preporuke o tome kako ojačati svaku kampanju, prilagoditi je za praktičnu primjenu i poboljšati buduće projekte.





Potrebni materijali: papiri A4 i A3 formata, kemijske olovke, flomasteri, flipchart stalak i papiri, prijenosna računala (ako je potrebno za rad nekih grupa), projektor, zvučnici.

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Za ovu sesiju važno je spomenuti sudionicima da bi početna točka trebala biti temeljita analiza potreba i postavljanje jasnih ciljeva za medijsku kampanju, umjesto da se odmah pređe na kreativne elemente. Vrlo često je primamljivo započeti s privlačnim konceptom ili dizajnom bez potpunog razumijevanja svrhe koja stoji iza njega. Stoga, fokusirajući se prvo na definiranje ciljeva i razumijevanje specifičnih potreba ciljane publike, sudionici mogu razviti relevantnije, utjecajnije i usklađenije kampanje sa željenim rezultatima.





Evaluacija i završetak obuke

Naziv sesije: Evaluacija i završetak obuke

Trajanje: 60 minuta

Pozadina:

Ova sesija pruža priliku sudionicima da razmisle o svom putu učenja, procijene svoje iskustvo i daju povratne informacije o programu obuke. Važna je sesija i za sudionike i za trenere da procijene učinkovitost sesija, cjelokupnu strukturu programa, organizaciju i logističke aranžmane. Korištenjem kombinacije vizualnih, pisanih i usmenih metoda evaluacije, ova sesija potiče sudionike da podijele konstruktivne povratne informacije i prepoznaju kolektivne doprinose koji su obogatili iskustvo osposobljavanja. Povratne informacije i evaluacija prikupljene s ove sesije pomoći će trenerima i organizatorima da poboljšaju buduće programe sličnih osposobljavanja.

Cilj sesije: Stvoriti prostor za sudionike da razmisle o svojim iskustvima, procijene učinkovitost programa i daju povratne informacije o strukturi, logistici i cjelokupnom okruženju za učenje tijekom obuke.

Specifični podciljevi sesije:

- Koristiti vizualne metode za prikupljanje povratnih informacija sudionika o različitim elementima obuke;
- Koristiti (online) pisani obrazac za evaluaciju kako bi sudionici podijelili detaljne uvide o organizaciji i sadržaju programa;
- Stvoriti prostor za promišljanje o ishodima učenja i utjecaju osposobljavanja;
- Olakšati završnu raspravu, omogućujući sudionicima da podijele osobna zapažanja i završna promišljanja.

Kompetencije koje obuhvaća sesija:

- Višejezične kompetencije;
- Timski rad;
- Digitalne kompetencije;
- Osobne, društvene i kompetencije učenja;
- Poduzetničke kompetencije;
- Kompetencije pismenosti;
- Kompetencije aktivnog građanstva;
- Kulturna svijest i kompetencija izražavanja.

Metodologija i metode:

- Vizualna evaluacija - pizza;
- Pismena evaluacija;
- Usmena evaluacija.

Tijek sesije:





I. Vizualna evaluacija: pizza model (15 minuta)

Treneri otvaraju sesiju spominjanjem važnosti evaluacije i najavom da je ova sesija posljednja za ovo osposobljavanje. Pripremaju veliki flipchart papir s dijagramom pizze, pri čemu svaki komad predstavlja aspekt obuke, kao što su grupna dinamika, metode učenja, podrška trenera, materijali, mjesto održavanja i opća atmosfera. Sudionici se pozivaju da označe svoje evaluacije na vizualu pizze. Dobijaju uputu da položaji/oznake bliže sredini označavaju višu ocjenu, dok položaji/oznake bliže kori pizze označavaju nižu ocjenu. Aktivnost pruža vizualni pregled povratnih informacija i traje 10 minuta. Nakon što sudionici završe svoje evaluacije, trener pregledava vizuale pizze i sažima povratne informacije. Zatim bilježi sve jake točke za poboljšanje za buduće slične obuke.

II. Pisana evaluacija - Online (20 minuta)

Sudionici se obavještavaju da će sljedeći obrazac za evaluaciju biti u pisanom obliku. Dobijaju poveznicu na online obrazac za evaluaciju. Ovaj obrazac pokriva detaljne aspekte obuke, kao što su metode rada, učinak trenera, logistika i opći organizacijski elementi. Za ovu evaluaciju sudionici se pozivaju da koriste osobne uređaje (telefone, tablete, prijenosna računala) za ispunjavanje obrasca, dok trener objavljuje da su dostupne tiskane kopije za one koji preferiraju papirnatu verziju. Svira se glazba u pozadini kako bi se stvorila opuštena i ugodna atmosfera za promišljanje.

III. Usmena povratna informacija i završetak obuke (25 minuta)

Sudionici se pozivaju da podijele svoja općenita razmišljanja, osobno učenje, energiju grupe, učinak trenera, vlastite doprinose i završne misli u krugu usmene povratne informacije. Trener poziva sve da izraze svoje opće dojmove i proslave svoj doprinos obuci. Treneri i organizacijski tim zatvaraju sesiju zahvaljivanjem sudionicima, sažimanjem ključnih postignuća tijekom programa i službenim završetkom obuke. Sesija završava grupnom fotografijom u spomen na zajedničko iskustvo.

Potrebni materijali: papir A4 i A3 formata, olovke, markeri, papir za flipchart s dijagramom pizze za vizualnu evaluaciju, poveznica na online obrazac za evaluaciju (i tiskane kopije ako je potrebno), prijenosno računalo, projektor, zvučnici za glazbu u pozadini.

Preporuke za trenere koji će provoditi ovu sesiju:

- Važno je da trener unaprijed pripremi obrazac za evaluaciju i testira ga kako bi se izbjegli potencijalni tehnički problemi. Također bi mogao imati nekoliko tiskanih primjeraka dostupnih za one koji preferiraju pisani format.
- Važno je osigurati stabilnu internetsku vezu za online obrazac za pisanu evaluaciju. Trener također može u međuvremenu pustiti laganu glazbu u pozadini kako bi se stvorila opuštena atmosfera koja doprinosi samopromišljanju sudionika.



IZDAVAČ:



Outreach Hannover



**Sufinancira
Europska unija**

Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.