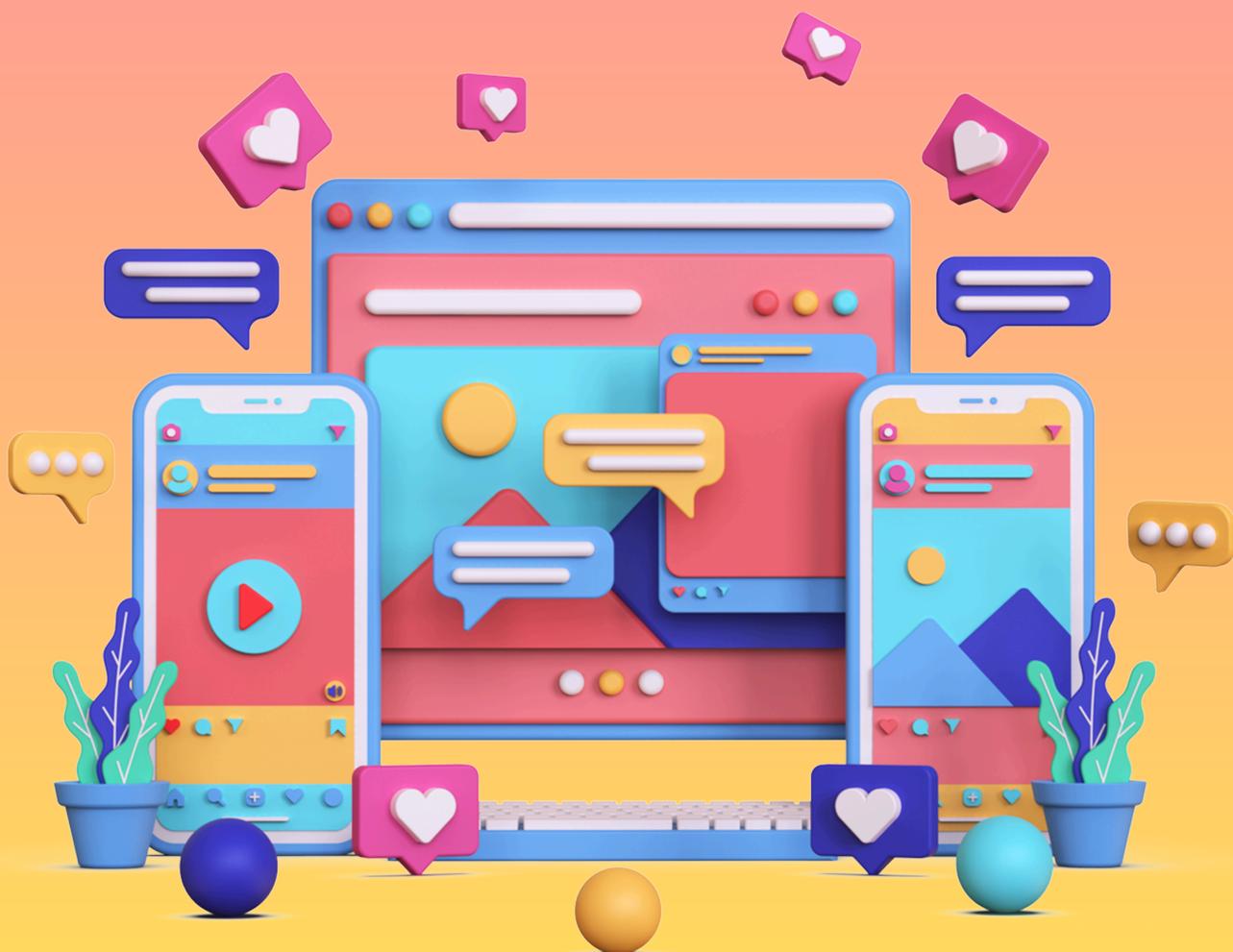




CURRICULUM

"Rafforzare gli operatori giovanili nella metodologia creativa per la prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani"



TITOLO:

Curriculum "Empowering youth workers in creative methodology for prevention of negative impact of social media influencers on youth" (Rafforzare gli operatori giovanili nella metodologia creativa per la prevenzione dell'impatto negativo dei social media sui giovani)

PROGETTO:

"Lavoro creativo per i giovani sulla prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani" finanziato da JUGEND für Europa, l'Agenzia nazionale tedesca per il programma Erasmus+ Gioventù.

I partner del progetto sono:

- Outreach Hannover e.V., Germania
- Biblioteca didattica OÜ, Estonia
- Centro per l'educazione non formale e l'apprendimento permanente, Serbia
- LINK DMT s.r.l., Italia
- Centro di formazione Curiosité, Francia
- Associazione per lo sviluppo delle capacità nella vita moderna "Realization", Croazia

EDITORE:

Outreach Hannover e.V., Germania

EDITORE:

Danijela Matorcevic

AUTORI:

Danijela Matorcevic

Berna Xhemajli

Milica Milović Kinoli

Pavle Jevdic

Nedim Micijevic

Stefan Manevski

TRADOTTO DALL' INGLESE:

Sonja Badjura

PROGETTAZIONE GRAFICA:

Nikola Radovanović

Hannover, Germania

2024



Indice dei contenuti

SINTESI DEL PROGETTO.....	1
INTRODUZIONE E STRUTTURA DEL CURRICULUM.....	3
Programma del corso di formazione	5
RACCOMANDAZIONI PER L'UTILIZZO DI QUESTO CURRICULUM E PER L'ORGANIZZAZIONE DI CORSI DI FORMAZIONE SIMILI	6
SESSIONI SVILUPPATE NEL CORSO DI FORMAZIONE: "POTENZIARE GLI OPERATORI GIOVANILI NELLA METODOLOGIA CREATIVA PER LA PREVENZIONE DELL'IMPATTO NEGATIVO DEI SOCIAL MEDIA INFLUENCER SUI GIOVANI".....	8
Introduzione e costruzione del gruppo	8
Realtà nazionali: Social media e cultura giovanile.....	11
Influencer sui social media: tipi e casi di studio	13
Impatto psicologico ed emotivo degli influencer dei social media sui giovani	16
Rischi e sfide che i social media (influencer) comportano per i giovani.....	19
Sfide e opportunità del lavoro con i giovani nell'era digitale	22
Pensiero critico e alfabetizzazione mediatica: l'approccio degli operatori giovanili ai fruitori....	25
Metodi innovativi per la prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani - Adattare diversi metodi al contesto e ai gruppi target dei partecipanti.....	28
Sviluppare le capacità di comunicazione per una prevenzione efficace - Identificare i canali e gli strumenti di comunicazione efficaci per raggiungere i giovani.....	31
L'alfabetizzazione mediatica e il suo ruolo nella prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani	34
Creazione di mini-campagne mediatiche - I, II e III.....	36
Valutazione e chiusura del corso di formazione	39





SINTESI DEL PROGETTO

Mentre alcuni sostengono che gli influencer possono ispirare e motivare i giovani a perseguire i loro obiettivi e aspirazioni, altri suggeriscono che possono avere un impatto negativo sulla salute mentale e sul benessere dei giovani. Sul versante positivo, alcuni influencer utilizzano le loro piattaforme per promuovere messaggi positivi e fornire un senso di comunità ai loro follower. Possono essere modelli di comportamento per i giovani, ispirandoli a seguire le loro passioni e a raggiungere i loro obiettivi, promuovere stili di vita sani o persino condividere consigli per gestire lo stress e l'ansia.

Tuttavia, esistono alcune preoccupazioni riguardo ai potenziali effetti negativi degli influencer dei social media sui giovani. Alcuni influencer possono promuovere standard di bellezza irrealistici o abitudini alimentari e di esercizio fisico non salutari, che possono contribuire all'insoddisfazione corporea e ai disturbi alimentari. Inoltre, la pressione a presentare un'immagine perfetta sui social media può portare ad ansia e depressione, in particolare per i giovani che stanno ancora sviluppando il senso di sé.

La motivazione dei partner di questo progetto è quella di riconoscere i potenziali benefici e svantaggi degli influencer dei social media sui giovani, ma allo stesso tempo di porre l'accento sul fatto che anche le organizzazioni giovanili hanno un ruolo importante da svolgere all'interno di questo processo, in quanto dovrebbero incoraggiare i giovani a valutare criticamente i messaggi che vedono sui social media e a sviluppare un rapporto sano con la tecnologia. È anche importante che la comunità in generale sia consapevole dell'impatto che i social media possono avere sui giovani e usi le proprie piattaforme in modo responsabile.

L'obiettivo del nostro progetto è prevenire l'impatto negativo e l'influenza dei social media influencer sui giovani. Questo obiettivo specifico fa parte degli sforzi generali per un uso responsabile di Internet da parte dei giovani, ma anche della responsabilità di garantire la sicurezza online da parte delle istituzioni pubbliche e delle aziende private. Il ruolo degli operatori è quello di accompagnare i giovani nella costruzione di competenze di pensiero critico e di alfabetizzazione mediatica. Il loro ruolo è anche quello di fare advocacy sulla base degli standard europei che proteggono i giovani su Internet.

Obiettivi del progetto:

- Potenziare i giovani nel pensiero critico e nell'alfabetizzazione mediatica attraverso lo sviluppo di un kit di strumenti con una serie di strumenti innovativi e la sperimentazione durante i laboratori.
- Rinforzare gli operatori giovanili nella creatività per prevenire l'impatto negativo dei social media influencer sui giovani, attraverso un curriculum articolato e corsi di formazione locali.
- Costruire la capacità degli operatori giovanili di fare pressione sui governi locali e nazionali per l'attuazione delle norme europee che proteggono i giovani su Internet, come la direttiva sui servizi di media audiovisivi (AVMSD), la legge sui servizi digitali e la strategia europea per un Internet migliore per i bambini.

Attività del progetto:

- WP1 - Gestione del progetto
- Riunione di avvio online
- Kit di strumenti
- Pilotare laboratori e escape room
- Curriculum





- Corsi di formazione locali
- Riunione di valutazione intermedia online
- Corso online
- E1 - Conferenza nazionale IT
- E2 - Conferenza nazionale FR
- E3 - Conferenza nazionale EE
- E4 - Conferenza nazionale RS
- E5 - Conferenza nazionale DE
- E6 - Conferenza internazionale HR
- Riunione di valutazione online





INTRODUZIONE E STRUTTURA DEL CURRICULUM

Questo programma di studi intitolato "Empowering youth workers in creative methodology for prevention of negative impact of social media influencers on youth" è un materiale innovativo sviluppato specificamente per gli operatori giovanili e gli educatori con l'obiettivo principale di potenziarli nella creatività per la prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencers sui giovani. In particolare, è stato progettato per fornire agli operatori giovanili le conoscenze e le competenze necessarie per comprendere l'impostazione e l'impatto dei social media (influencer) sui giovani e per adottare una metodologia creativa per la prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani.

Il curriculum è stato progettato per un corso di formazione di 7 giorni. La sua struttura è organizzata in modo meticoloso e comprende sezioni introduttive sulle premesse del programma, la tabella del programma, la sintesi del progetto e le raccomandazioni per gli operatori giovanili che utilizzano questo programma nel loro lavoro con i giovani. Il contenuto si concentra ulteriormente sulla presentazione dettagliata e sulla descrizione di ogni sessione di formazione, per un totale di 12 sessioni interconnesse durante i 7 giorni di corso.

Il contenuto e l'approccio del curriculum si basano sull'approccio NFE nell'educazione e sui metodi NFE. Le sessioni sono sviluppate in un formato che spiega i seguenti aspetti chiave: obiettivi, durata, materiali necessari, competenze relative alla sessione specifica, descrizione dettagliata - flusso della sessione di ogni attività, domande di discussione (quando applicabili), raccomandazioni per i formatori/educatori che moltiplicano la sessione, elenchi di riferimenti e materiali utili, dispense.

Gli obiettivi specifici del curriculum sono:

- Presentare ai partecipanti il progetto, il programma di formazione e permettere loro di conoscersi, nonché di discutere le aspettative e costruire una base di fiducia per il corso di formazione;
- Creare uno spazio per la condivisione e lo scambio di informazioni su come i social media influenzano la cultura giovanile nei diversi Paesi;
- Aumentare la comprensione da parte dei partecipanti: degli influencer dei social media, delle loro tipologie e dell'impatto che hanno sui giovani, oltre a metterli in grado di analizzare criticamente il ruolo e l'influenza degli influencer;
- Rafforzare la comprensione da parte dei partecipanti dell'impatto psicologico ed emotivo che gli influencer dei social media hanno sui giovani e dotarli di strumenti per affrontare efficacemente queste influenze nel loro lavoro con i giovani;
- Esplorare e analizzare i rischi e le sfide che gli influencer dei social media rappresentano per i giovani e dotare i partecipanti di strategie per affrontare queste sfide e promuovere un impegno sano con i contenuti degli influencer;
- Esplorare le sfide e le opportunità che l'era digitale porta con sé nel lavoro con i giovani, nonché dotare i partecipanti di strategie per trasformare le sfide digitali in opportunità di crescita;
- Rafforzare la comprensione e l'applicazione delle capacità di pensiero critico e di alfabetizzazione mediatica da parte dei partecipanti, nonché la comprensione del loro ruolo nel sostenere i fruitori a navigare nei media in modo responsabile e analitico;
- Fornire ai partecipanti competenze pratiche nell'uso di metodologie creative come strumenti per prevenire l'influenza negativa degli influencer dei social media e adattare questi metodi alle esigenze specifiche dei loro gruppi di giovani;





- Fornire ai partecipanti le conoscenze sulle competenze e le strategie di comunicazione essenziali per coinvolgere efficacemente i giovani ed esplorare i vari canali di comunicazione per raggiungere i diversi gruppi di giovani;
- Rafforzare la comprensione dei partecipanti sull'alfabetizzazione mediatica come strumento per prevenire l'impatto negativo dei social media influencer sui giovani e discutere le strategie per promuovere un impegno critico con i contenuti digitali;
- Creare uno spazio per i partecipanti utile a progettare e realizzare mini-campagne mediatiche d'impatto che riflettano le competenze e le intuizioni acquisite durante la formazione;
- Creare uno spazio per i partecipanti al fine di riflettere sulle loro esperienze, valutare l'efficacia del programma e fornire un feedback sulla struttura, la logistica e l'ambiente di apprendimento complessivo del corso di formazione.





Programma del corso di formazione

Giorno 1	
PM	Arrivo dei partecipanti
Sera	Serata di benvenuto
Giorno 2	
AM	Introduzione e costruzione del gruppo
PM	Realtà nazionali: Social media e cultura giovanile
PM	Riflessione e valutazione della giornata
Sera	Serata interculturale
Giorno 3	
AM	Influencer sui social media: tipi e casi di studio
PM	Impatto psicologico ed emotivo degli influencer dei social media sui giovani
PM	Riflessione e valutazione della giornata
Giorno 4	
AM	Rischi e sfide che i social media (influencer) comportano per i giovani
PM	Sfide e opportunità del lavoro con i giovani nell'era digitale
PM	Riflessione e valutazione della giornata
Giorno 5	
AM	Pensiero critico e alfabetizzazione mediatica: l'approccio degli operatori giovanili ai beneficiari
PM	POMERIGGIO LIBERO
Giorno 6	
AM	Metodi innovativi per la prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani - Adattare diversi metodi al contesto e ai gruppi target dei partecipanti (Gamification, metodologia Escape room, Digital storytelling)
AM	Sviluppare le capacità di comunicazione per una prevenzione efficace - Identificare i canali e gli strumenti di comunicazione efficaci per raggiungere i giovani
PM	Riflessione e valutazione della giornata
Giorno 7	
AM	L'alfabetizzazione mediatica e il suo ruolo nella prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani
AM	Creazione di mini-campagne mediatiche - I
PM	Creazione di mini-campagne mediatiche - II
PM	Riflessione e valutazione della giornata
Giorno 8	
AM	Creazione di mini-campagne mediatiche - III
PM	Valutazione e chiusura del corso di formazione
Sera	Festa "Ci rivediamo"
Giorno 9	
AM	Partenza dei partecipanti





RACCOMANDAZIONI PER L'UTILIZZO DI QUESTO CURRICOLO E PER L'ORGANIZZAZIONE DI CORSI DI FORMAZIONE SIMILI

Questo programma di studi, intitolato "Empowering Youth Workers in Creative Methodology for Prevention of Negative Impact of Social Media Influencers on Youth", è stato concepito come una risorsa innovativa per operatori giovanili, formatori ed educatori. L'obiettivo è quello di fornire loro le conoscenze, le competenze e le metodologie necessarie per guidare i giovani nell'uso e nella navigazione responsabile dei social media. Il programma fornisce un approccio adattabile alla comprensione dell'impatto degli influencer dei social media sui giovani, incoraggiando e promuovendo il pensiero critico e promuovendo un impegno positivo nei confronti dei media. Il suo contenuto può essere facilmente riprodotto dagli operatori giovanili e dai formatori che lavorano direttamente con i giovani a livello locale ed europeo, offrendo un formato strutturato per un corso di formazione di 7 giorni.

Questa risorsa è uno strumento prezioso per gli operatori giovanili, i leader, i formatori e gli educatori che sono direttamente impegnati con i giovani su questioni legate ai social media e all'influenza. Offre un quadro di riferimento che copre aree quali l'alfabetizzazione mediatica, la comunicazione efficace e le strategie per prevenire l'influenza negativa dei social media.

Quando si organizza un corso di formazione basato su questo programma, gli operatori giovanili devono possedere competenze fondamentali in materia di alfabetizzazione mediatica e impatto dei social media, come ad esempio:

- Comprendere le informazioni e i concetti chiave sugli influencer dei social media, comprese le definizioni chiave, le categorie di influencer e l'impatto sui giovani.
- Competenze chiave per identificare le tecniche di manipolazione e influenza dei media, come riconoscere i contenuti che possono promuovere il materialismo, il confronto o gli standard irraggiungibili.
- Conoscenza del pensiero critico e dell'alfabetizzazione mediatica, compresa la capacità di guidare i giovani a interrogare e valutare i contenuti dei media.
- Tecniche di comunicazione e coinvolgimento, compresi approcci per facilitare le discussioni e insegnare l'alfabetizzazione mediatica in modo interattivo.

Ogni sessione di questo programma è collegata a competenze specifiche che consentono ai formatori di monitorare i risultati di apprendimento dei partecipanti attraverso attività strutturate. Inoltre, ogni sessione include raccomandazioni personalizzate per massimizzarne l'efficacia. L'attenzione alle specificità delle sessioni assicura un ambiente di apprendimento di supporto per gli operatori giovanili e i partecipanti, che è fondamentale per raggiungere gli obiettivi educativi del programma.

Ci sono diverse raccomandazioni da considerare nelle diverse fasi dell'organizzazione del corso di formazione: nella fase di preparazione/prima dell'inizio della formazione, durante l'organizzazione e lo sviluppo delle sessioni e dopo la chiusura del corso di formazione. Di seguito vengono presentate le raccomandazioni per ciascuna fase.

Fase 1: Prima del corso di formazione

- I partecipanti riceveranno un pacchetto informativo contenente le informazioni chiave sul corso di formazione, la logistica, il ruolo dei partecipanti, i requisiti di partecipazione e i contributi attesi durante il programma di formazione. Se i partecipanti preferiscono contribuire a sessioni specifiche, possono scriverlo nel modulo di iscrizione.





- Ogni organizzazione di invio (sending organization) dovrebbe organizzare incontri con i partecipanti prima del viaggio per presentare loro gli obiettivi del corso, esaminare eventuali compiti preparatori e fornire informazioni sull'approccio dell'Educazione Non-Formale (ENF).
- Per favorire un ambiente inclusivo, i partecipanti devono essere preparati a lavorare in gruppi multiculturali, sottolineando la diversità, la tolleranza e la sensibilità culturale. Devono inoltre essere informati sul contesto locale e sulle norme culturali previste.
- L'organizzazione ospitante (hosting organization) deve assicurarsi che i partecipanti siano informati sulle operazioni preliminari. I partecipanti dovrebbero prepararsi esplorando il ruolo dei social media e degli influencer all'interno delle loro comunità, le sfide attuali legate all'impatto degli influencer sui social media e le risorse o i programmi esistenti per l'alfabetizzazione mediatica.
- I partecipanti devono essere informati della serata interculturale, una sessione informale in cui ogni gruppo può presentare elementi culturali unici del proprio Paese, come cibi locali, video, fatti o spettacoli. I partecipanti devono prepararsi per questa sessione informale come gruppo.

Fase 2: Durante il corso di formazione

- Il programma è stato progettato per essere flessibile e adattabile, in modo da poter essere facilmente replicato per altri operatori giovanili, leader, formatori ed educatori. I formatori devono sentirsi liberi di adattare i tempi e il flusso delle attività in base alle conoscenze e ai livelli di coinvolgimento dei partecipanti, assicurandosi che i contenuti rimangano accessibili e pertinenti.
- Alla fine di ogni sessione presentata in questo curriculum, vengono fornite raccomandazioni per altri operatori giovanili, formatori, leader ed educatori che possono prendere in considerazione l'organizzazione di queste attività. I formatori dovrebbero esaminare queste raccomandazioni e adattare le per soddisfare le esigenze specifiche dei partecipanti e gli obiettivi di apprendimento.
- Le valutazioni e le riflessioni quotidiane sono fondamentali per il feedback dei partecipanti e il miglioramento del programma. I momenti di riflessione programmati alla fine di ogni giornata di lavoro danno ai partecipanti lo spazio per fornire un feedback sui metodi, sulle dinamiche di gruppo e sul proprio apprendimento. Alla fine del corso di formazione è necessario condurre una valutazione finale con metodi diversi (scritti, verbali e visivi) per raccogliere un feedback più approfondito sul programma, sui formatori e sulla logistica.

Fase 3: Dopo il corso di formazione

- Rimanere in contatto con i partecipanti dopo il corso di formazione è un processo essenziale che contribuisce ulteriormente all'impatto della formazione. Si raccomanda che l'organizzazione ospitante, i formatori e le organizzazioni di invio offrano un supporto continuo ai partecipanti, richiedano un feedback e li incoraggino a condividere i rapporti sulle attività realizzate dopo il corso di formazione. In questo modo si favorisce la crescita continua dei partecipanti.





SESSIONI SVILUPPATE NEL CORSO DI FORMAZIONE: "POTENZIARE GLI OPERATORI GIOVANILI NELLA METODOLOGIA CREATIVA PER LA PREVENZIONE DELL'IMPATTO NEGATIVO DEI SOCIAL MEDIA INFLUENCER SUI GIOVANI".

Introduzione e costruzione del gruppo

Titolo della sessione: Introduzione e costruzione del gruppo

Durata: 180 minuti

Contesto:

La prima sessione del corso di formazione serve ad aprire il programma, a presentare il progetto e gli obiettivi e a gettare le basi per la settimana successiva, promuovendo un'atmosfera inclusiva e collaborativa tra i partecipanti attraverso varie attività. Permette a tutti di informarsi sul progetto e sul background degli altri partecipanti, di condividere obiettivi e preoccupazioni e di creare un ambiente di apprendimento favorevole. Ciò avviene attraverso attività interattive, grazie alle quali i partecipanti iniziano a costruire la fiducia reciproca, a esplorare le aspettative condivise e ad entrare in sintonia tra loro, gettando le basi dell'apertura e del lavoro di squadra. Queste attività iniziali sono essenziali per un'efficace coesione del gruppo. Assicurano che i partecipanti si sentano a proprio agio nel programma e contribuiscano attivamente durante il corso.

Obiettivo della sessione: Presentare ai partecipanti il progetto, il programma di formazione e permettere loro di conoscersi, nonché discutere le aspettative e creare una base di fiducia per il corso di formazione.

Obiettivi:

- Presentare ai partecipanti il progetto e il programma;
- Creare uno spazio in cui i partecipanti possano conoscersi e costruire una fiducia reciproca iniziale;
- Promuovere la coesione del gruppo e il lavoro di squadra attraverso attività interattive che evidenzino l'importanza della comunicazione e della cooperazione.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Competenza nell'alfabetizzazione;
- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Ingresso;





- Attività di speed dating;
- Attività su aspettative, paure e contributi;
- Missione impossibile
- Discussione.

Flusso della sessione:

I. Introduzione al corso di formazione e discorso di benvenuto (20 minuti)

Il formatore apre ufficialmente il corso di formazione e dà il benvenuto ai partecipanti. Fornisce una panoramica del progetto e dei suoi obiettivi principali, proseguendo poi con gli obiettivi e i temi chiave del corso di formazione. Successivamente, i partecipanti sono invitati a presentarsi brevemente, condividendo i loro nomi, i loro ruoli e qualcosa che sarebbero entusiasti di imparare durante la formazione.

II. Speed dating (30 minuti)

I partecipanti sono invitati a formare due linee concentriche una di fronte all'altra. Il formatore sottolinea che nei prossimi 30 minuti annuncerà diverse domande/argomenti che i partecipanti potranno discutere con le loro coppie. Ogni domanda/argomento deve essere discusso per circa 3 minuti. Dopo il primo giro, il formatore darà istruzioni al cerchio interno o esterno di spostarsi di un posto alla propria destra/sinistra in modo da poter affrontare un'altra persona/formare una nuova coppia per discutere l'argomento/la domanda successiva. Gli argomenti/domande utilizzati per questa attività possono essere:

- Condividete un fatto divertente sulla vostra città/paese di origine
- Qual è il suo hobby?
- Parlare del lavoro dei propri sogni
- Chi sono le persone che considera una famiglia?
- C'è un film o una serie televisiva che ha rivisto più volte? Se sì, quale? Se no, quale prendereste in considerazione?
- Dove vivreste?
- Avete un animale domestico?
- Cibo/bevanda preferiti

III. Aspettative, paure e contributi (30 minuti)

Il formatore annuncia che la prossima attività consiste nel riflettere e discutere sulle aspettative, le paure e i contributi per il corso di formazione. Ha preparato dei fogli A3 con questi titoli e poi fornisce a ogni partecipante tre cartelloni di colori diversi per scrivere le proprie "aspettative", "paure" e "contributi". I partecipanti sono invitati a dedicare 15-20 minuti a scrivere le loro aspettative per la formazione, eventuali timori o preoccupazioni e il contributo che sperano di dare. Quindi, posizionano i cartoncini sui fogli A3 designati per ogni categoria. Quando tutti hanno finito la prima parte, il facilitatore rivede ogni sezione ad alta voce e riassume i punti principali, riconoscendo eventuali preoccupazioni significative.

IV. Mission Impossible - attività di gruppo (100 minuti)

Il formatore divide i partecipanti in piccoli gruppi e spiega l'attività successiva. Il formatore spiega che ogni gruppo ha a disposizione 80 minuti per completare il maggior numero possibile di "missioni". I compiti sono pensati per essere divertenti, leggermente impegnativi e richiedono un lavoro di squadra e creatività. Poi fornisce a ogni gruppo un elenco di missioni. Queste missioni possono riguardare la ricerca di alcuni punti panoramici storici nel luogo in cui viene organizzato il corso di formazione, imparare qualcosa nella lingua locale, interagire con la comunità locale, fare una foto di gruppo con una posa





sciocca, creare una canzone per il corso di formazione e così via. Inoltre, il formatore spiega tutte le regole, compresi i limiti e i materiali che possono usare, e fa sapere loro che devono finire entro il tempo limite. I gruppi lavorano insieme per completare il maggior numero possibile di missioni entro il tempo stabilito. Dopo aver completato i compiti/missioni, tornano dal formatore per verificare il completamento dei compiti e presentare le prove del completamento (ad esempio, foto o performance).

Quando tutti i gruppi hanno terminato il compito, il formatore utilizza i 20 minuti rimanenti per concludere con una riflessione di gruppo, in cui i partecipanti discutono le strategie che hanno funzionato come gruppo, le eventuali sfide affrontate e il modo in cui hanno comunicato efficacemente come squadra.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, lavagna a fogli mobili e foglietti, elenco di compiti mission impossible per ogni gruppo, computer portatile, proiettore.

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- Il formatore deve incoraggiare i partecipanti a condividere apertamente le loro aspettative, paure e contributi in uno spazio sicuro e non giudicante. È importante stabilire un tono di inclusività ed empatia fin dall'inizio, in modo da creare un ambiente in cui tutti si sentano apprezzati e inclusi durante il corso.
- Per l'attività Missione impossibile il formatore deve sottolineare che ogni persona del gruppo deve essere coinvolta nel completamento del compito, poiché l'importanza dell'attività è quella di promuovere la costruzione del gruppo e una comunicazione efficace.





Realtà nazionali: Social media e cultura giovanile

Titolo della sessione: Realtà nazionali: Social media e cultura giovanile

Durata: 180 minuti

Contesto:

Questa sessione viene subito dopo la sessione introduttiva ed è concepita come la prima per condividere e scambiare le realtà nazionali sul tema esplorato. La sessione è pensata per esplorare le realtà nazionali su come i social media plasmano la cultura giovanile nei diversi Paesi. Le piattaforme dei social media hanno un impatto significativo sul comportamento, l'identità e le interazioni dei giovani, ma gli effetti variano notevolmente in base ai contesti culturali, regionali e sociali. Esaminando e confrontando queste differenze, i partecipanti acquisiscono una comprensione più profonda delle sfide e delle opportunità uniche che i social media presentano per i giovani di ciascun Paese. Le presentazioni di ciascun gruppo nazionale, seguite dai turni di scambio di questa sessione, forniscono ulteriori approfondimenti sugli aspetti comuni e unici dell'influenza dei social media sui giovani.

Obiettivo della sessione: Creare uno spazio per la condivisione e lo scambio di informazioni su come i social media influenzano la cultura giovanile nei diversi Paesi.

Obiettivi:

- Esplorare le realtà nazionali riguardo alle tendenze dei social media e le dinamiche culturali che modellano il comportamento e l'impegno dei giovani online;
- Identificare le somiglianze e le differenze nell'influenza dei social media sui giovani nei diversi Paesi;
- Discutere le sfide e le strategie comuni che possono affrontare gli impatti negativi dei social media sui giovani, tenendo conto del contesto unico di ciascun Paese.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Ricerca;
- Competenza di cittadinanza;
- Competenza nell'alfabetizzazione;
- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Lavoro in piccoli gruppi - Squadre nazionali;
- Presentazioni;
- Turno di scambio - Squadre nazionali miste;
- Discussione.

Flusso della sessione:





I. Introduzione alla sessione (15 minuti)

Il formatore introduce la sessione e il suo obiettivo: esplorare come i social media plasmano la cultura giovanile nei diversi Paesi. Sottolinea che questa sessione è legata alla ricerca preliminare che è stata richiesta ai partecipanti prima del loro arrivo al corso di formazione.

II. Lavoro in piccoli gruppi - squadre nazionali (60 minuti)

Ai partecipanti viene chiesto di unirsi ai gruppi dei rispettivi Paesi. Il formatore li incarica di lavorare insieme e di combinare i dati di ricerca ottenuti sull'argomento, quindi di discutere e analizzare il ruolo dei social media nel plasmare la cultura giovanile nei rispettivi Paesi. Ogni gruppo deve rispondere alle seguenti domande/compiti:

- Piattaforme di social media e tendenze popolari tra i giovani;
- Comportamenti e influenze online comuni (ad esempio, tendenze, sfide);
- Fattori culturali o regionali che influenzano l'uso dei social media;
- Problemi o sfide uniche del loro Paese, come la sicurezza online o la disinformazione;

Hanno 60 minuti per completare il compito e prepararsi alla presentazione del loro lavoro.

III. Presentazioni (45 minuti)

Ogni gruppo di Paesi presenta i propri risultati all'intero gruppo. Le presentazioni dovrebbero durare tra i 5 e i 7 minuti. Dopo ogni presentazione, il formatore invita gli altri partecipanti a fare domande sulla presentazione o altre domande chiarificatrici che aiutino a comprendere il contesto culturale alla base delle realtà dei social media di ciascun Paese.

IV. Turni di scambio - Esplorare le somiglianze e le differenze (60 minuti)

Dopo le presentazioni, il formatore annuncia che i partecipanti devono raggrupparsi per i turni di scambio. Il formatore spiega che in questi gruppi di nazionalità mista si devono discutere le somiglianze e le differenze osservate tra i vari Paesi, nonché esplorare come le tendenze e le sfide comuni possano essere affrontate in modo collaborativo. I partecipanti hanno a disposizione 40 minuti per questa discussione. Il formatore guida la discussione con domande quali:

- Quali somiglianze osserviamo nell'impegno dei giovani con i social media nei vari Paesi?
- Quali sfide o opportunità uniche si evidenziano nelle diverse regioni?
- Come possiamo applicare queste conoscenze per sviluppare strategie efficaci per prevenire le influenze negative dei social media?

Dopo la discussione durante i turni di scambio, il formatore utilizza gli ultimi 20 minuti per una breve discussione plenaria in cui i partecipanti condividono i principali risultati delle loro discussioni.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, fogli per lavagna a fogli mobili, computer portatili (se necessari per alcuni gruppi), proiettore.

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- Il formatore deve ricordare ai partecipanti di affrontare il lavoro di gruppo e le discussioni con una mentalità aperta, riconoscendo che l'uso dei social media e la loro influenza sui giovani possono variare da una cultura all'altra. Dovrebbe incoraggiare i partecipanti a porre domande e a esplorare le differenze con curiosità, aiutandoli a ottenere una comprensione completa delle dinamiche dei social media uniche di ciascun Paese.





Influencer sui social media: tipi e casi di studio

Titolo della sessione: Influencer sui social media - tipi e casi di studio

Durata: 180 minuti

Contesto:

Gli influencer dei social media svolgono un ruolo importante nel plasmare tendenze, comportamenti e valori, soprattutto tra il pubblico giovane. Questa sessione introduce i partecipanti al concetto di influencer dei social media, esplorando le loro caratteristiche, i diversi tipi di influencer, i casi di studio e l'impatto sui giovani. La comprensione dei diversi tipi di influencer, come mega, macro, micro o nano, consente agli operatori giovanili di riconoscere l'ampio spettro dell'influenza e il modo in cui può influenzare le decisioni, l'immagine di sé e le prospettive dei giovani. Attraverso il brainstorming, i contributi teorici e l'analisi di casi di studio, i partecipanti acquisiranno una visione critica del ruolo degli influencer e svilupperanno intuizioni su come affrontare la loro influenza nei contesti di lavoro con i giovani.

Obiettivo della sessione: Aumentare la comprensione dei social media influencer, delle loro tipologie e dell'impatto che hanno sui giovani, oltre a metterli in grado di analizzare criticamente il ruolo e l'influenza degli influencer.

Obiettivi:

- Discutere sul significato degli influencer dei social media e sul loro impatto sui giovani;
- Comprendere le differenze tra i social media influencer, come mega, macro, micro e nano influencer;
- Analizzare casi di studio di influencer in diversi Paesi e analizzare il loro coinvolgimento del pubblico;
- Promuovere il pensiero critico sull'influenza delle personalità dei social media, incoraggiando i partecipanti a considerare gli effetti positivi e negativi che gli influencer possono avere sui valori e sul comportamento dei giovani.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Ricerca;
- Competenze digitali;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Competenza nell'alfabetizzazione;
- Pensiero creativo e critico.

Metodologia e metodi:

- Brainstorming;
- Ingresso teorico;
- Lavoro in piccoli gruppi - Analisi di casi di studio;





- Presentazioni e discussione.

Flusso della sessione:

I. Brainstorming: Cosa sono gli influencer dei social media? (20 minuti)

Il formatore invita i partecipanti a impegnarsi in un'attività di brainstorming. Spiega che in questa attività esploreranno e discuteranno la loro comprensione degli influencer dei social media e di ciò che definisce il ruolo di un influencer. Il formatore pone le seguenti domande specifiche per l'attività di brainstorming:

- Cosa sono gli influencer dei social media?
- Quali caratteristiche hanno gli influencer?
- Perché la gente li segue?

Il formatore esamina le domande una per una e scrive i punti chiave della discussione su una lavagna a fogli mobili.

II. Spunti teorici: Tipi di influencer dei social media (20 minuti)

La sessione prosegue con un contributo teorico fornito dal formatore sui diversi tipi di influencer dei social media. Si concentra sulla spiegazione delle categorie di mega, macro, micro e nano influencer con l'obiettivo principale di far conoscere ai partecipanti le caratteristiche uniche e la portata dell'influenza di ciascun tipo.

III. Lavoro in piccoli gruppi: Esplorazione di casi di studio di influencer dei social media nei nostri paesi (90 minuti)

I partecipanti sono ora invitati a unirsi ai loro gruppi nazionali per l'attività/compito. I partecipanti sono invitati a utilizzare i prossimi 90 minuti per ricercare e trovare un social media influencer nel loro Paese e lavorare sui seguenti compiti/domande:

- Che tipo di influencer è (ad esempio, mega, macro, micro o nano)?
- Quali sono le caratteristiche principali di questo influencer?
- Come si impegna e interagisce con il pubblico?
- Quali impatti positivi o negativi potrebbe avere sui suoi seguaci?

In questi 90 minuti devono anche preparare le presentazioni dei loro risultati - il caso di studio.

IV. Presentazioni e discussione (50 minuti)

Il formatore invita tutti i partecipanti a unirsi alla plenaria per le presentazioni. Ogni gruppo presenta il proprio caso di studio e i risultati agli altri partecipanti utilizzando immagini, statistiche o punti chiave per una migliore comprensione. Dopo ogni presentazione, il formatore conduce una discussione per rispondere alle domande di chiarimento degli altri partecipanti.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, fogli e lavagne a fogli mobili, computer portatili (se necessari per i gruppi), proiettore, altoparlanti.

Documenti di riferimento e ulteriori letture:

- 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/>

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:





- È importante ricordare ai partecipanti di affrontare il loro caso di studio con una mente aperta e critica, al fine di esplorare sia gli aspetti positivi che quelli negativi dell'impatto degli influencer. Il formatore dovrebbe incoraggiare un dialogo aperto nelle discussioni di gruppo per far sì che i partecipanti si sentano più a loro agio.





Impatto psicologico ed emotivo degli influencer dei social media sui giovani

Titolo della sessione: Impatto psicologico ed emotivo degli influencer dei social media sui giovani

Durata: 180 minuti

Contesto:

Spesso si percepisce che gli influencer plasmano ideali legati all'immagine di sé, allo stile di vita e al successo e che i giovani sono sempre più influenzati in modi che hanno un impatto sulla loro salute mentale, sull'autostima e sul comportamento. Questa sessione affronta i significativi effetti psicologici ed emotivi che gli influencer dei social media hanno sul pubblico giovane. Analizzando questi effetti, i partecipanti avranno la possibilità di comprendere e conoscere le pressioni che gli influencer devono affrontare e come queste si riflettono nella vita dei loro follower. Ciò avverrà attraverso l'analisi di video, discussioni e lavori di gruppo. Questa sessione è pensata per preparare i partecipanti a riconoscere e affrontare queste influenze nel loro lavoro con i giovani, promuovendo un approccio più critico ed equilibrato ai social media.

Obiettivo della sessione: Rafforzare la comprensione da parte dei partecipanti dell'impatto psicologico ed emotivo che gli influencer dei social media hanno sui giovani e dotarli di strumenti per affrontare efficacemente queste influenze nel loro lavoro con i giovani.

Obiettivi:

- Conoscere l'impatto dei social media sui giovani;
- Discutere gli impatti psicologici ed emotivi specifici della cultura degli influencer sui giovani, compresi gli effetti sull'autostima, sull'immagine del corpo e sulla salute mentale;
- Discutere le strategie per aiutare i giovani a navigare tra i contenuti degli influencer con una prospettiva critica ed equilibrata, sostenendo un'immagine positiva di sé e un comportamento sano.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Videoproiezione;
- Discussione;
- Lavoro a coppie;
- Lavoro in piccoli gruppi;
- Presentazioni e discussione.





Flusso della sessione:

I. Proiezione del video: l'impatto dei social media sulla salute mentale dei giovani (35 minuti)

Il formatore ha preparato una proiezione video per questa sessione. I partecipanti guardano un video che esplora l'impatto dei social media sulla salute mentale dei giovani. Questo video viene proiettato con l'intento principale di gettare le basi per un'ulteriore esplorazione degli influencer dei social media e di differenziare tra i contenuti dei social media stessi e quelli presentati dagli influencer. Il video dura circa 31-32 minuti. Il link del video è: [L'impatto dei social media sulla salute mentale dei giovani: The Good, the Bad and the Ugly \(SCIP Talk 2018\)](#).

II. Discussione sul video (25 minuti)

Dopo la proiezione del video, i partecipanti sono invitati a partecipare a una discussione guidata dal formatore, concentrandosi su punti chiave quali:

- Quali sono i punti chiave affrontati nel video?
- Cosa avete trovato di rilevante o simile alla situazione dei giovani nei vostri paesi?
- Come si comprende l'impatto dei social media sulla salute mentale dei giovani?
- E i contenuti pubblicati dagli influencer? In cosa differiscono da questi contenuti?

La discussione dura circa 25 minuti.

III. Lavoro a coppie: Impatto psicologico ed emotivo (30 minuti)

Il formatore invita i partecipanti a formare delle coppie per l'attività successiva. Viene chiesto loro di discutere l'impatto psicologico ed emotivo specifico che ritengono abbiano gli influencer dei social media sui giovani delle loro comunità locali. Dovrebbero considerare aspetti come l'immagine del corpo, l'autostima, la salute mentale e le aspirazioni. Hanno a disposizione 30 minuti per questa attività e ogni coppia fa un breve elenco dell'impatto principale che identifica, oltre a prepararsi a condividere i risultati con l'intero gruppo.

IV. Condivisione in plenaria (20 minuti)

Ogni coppia condivide le proprie considerazioni con l'intero gruppo. Il formatore incoraggia i partecipanti a confrontare le esperienze nelle diverse realtà locali per approfondire la comprensione di come i contesti culturali, sociali ed economici possano influenzare il modo in cui i giovani percepiscono e rispondono ai contenuti degli influencer.

V. Lavoro in piccolo gruppo: Come il consumo di contenuti di influencer influenza il comportamento degli adolescenti? (30 minuti)

Dopo la discussione in plenaria, i partecipanti sono invitati a raggrupparsi nuovamente in piccoli gruppi di quattro persone, cioè a unire due coppie dell'attività precedente. In questa fase viene chiesto loro di analizzare come gli influencer abbiano un impatto diretto sul comportamento degli adolescenti che li seguono. Il formatore sottolinea che ogni gruppo deve avere in mente di discutere i cambiamenti comportamentali specifici che possono derivare dai contenuti degli influencer, come le tendenze della moda, le scelte di vita e le abitudini di acquisto. I gruppi hanno 30 minuti per discutere e scrivere i loro risultati, concentrandosi sugli impatti comportamentali positivi e negativi.

VI. Presentazioni e discussione (40 minuti)

Dopo il lavoro in piccoli gruppi, il formatore invita ciascun gruppo a presentare i propri risultati in 3-5 minuti. Incoraggia le domande dopo ogni presentazione. Una volta terminate tutte le presentazioni, segue una breve discussione. Durante questa sessione di discussione i partecipanti riflettono sulle strategie per





aiutare i giovani a sviluppare una prospettiva equilibrata e critica nei confronti degli influencer dei social media.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, lavagna a fogli mobili e fogli per lavagna.

Documenti di riferimento e ulteriori letture:

- 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=OA6gjw1mDOY>
- 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>

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che moltiplicano questa sessione:

- Per questa sessione il formatore può scegliere qualsiasi video da proiettare che sia pertinente con le tendenze attuali e che metta in evidenza l'impatto dei social media o degli influencer dei social media sulla salute mentale dei giovani.
- Durante il lavoro a coppie e a piccoli gruppi, il formatore dovrebbe chiedere ai partecipanti di considerare esempi specifici dei loro contesti locali. Questo approccio permette loro di identificare i modi unici in cui la cultura dell'influenza influenza i giovani nelle loro comunità, facilitando così lo sviluppo di strategie che affrontino queste influenze specifiche.





Rischi e sfide che i social media (influencer) comportano per i giovani

Titolo della sessione: Rischi e sfide che i social media (influencer) comportano per i giovani

Durata: 180 minuti

Contesto:

Questa sessione è stata ideata per scoprire i potenziali rischi e le sfide che gli influencer dei social media pongono ai giovani. Questi rischi e sfide potenziali includono aspettative irrealistiche, materialismo, comportamenti orientati al confronto e disinformazione. Sebbene sia noto che gli influencer possono ispirare e intrattenere le persone, l'influenza che esercitano può anche portare a problemi che riguardano la salute mentale, l'autostima e i valori dei giovani. Identificando e analizzando queste sfide in questa sessione, i partecipanti hanno la possibilità di ottenere una visione equilibrata degli effetti della cultura degli influencer, preparandosi a guidare i giovani nella navigazione dei social media con una mentalità critica ma aperta. La sessione prevede discussioni di gruppo, ricerca e costruzione di strategie che danno spazio ai partecipanti per apprendere approcci che aiutano i giovani a confrontarsi con i contenuti degli influencer in modi che favoriscono una sana percezione di sé, la curiosità e l'impegno nella comunità.

Obiettivo della sessione: Esplorare e analizzare i rischi e le sfide che gli influencer dei social media rappresentano per i giovani e dotare i partecipanti di strategie per affrontare queste sfide, promuovendo al contempo un impegno sano con i contenuti degli influencer.

Obiettivi:

- Identificare e discutere i rischi e le sfide principali associate agli influencer dei social media, tra cui aspettative irrealistiche, materialismo, comportamenti orientati al confronto e disinformazione;
- Esplorare l'impatto specifico di queste sfide sulla percezione di sé, sulla salute mentale e sui valori dei giovani;
- Discutere le strategie per ridurre al minimo questi rischi, incoraggiando i giovani a impegnarsi positivamente con i social media e riconoscendo il potenziale degli influencer nell'ispirare curiosità, crescita personale e coinvolgimento della comunità.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Pensiero critico;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Discussione di gruppo;
- Ricerca in piccoli gruppi;
- Presentazioni e discussione.

Flusso della sessione:





I. Discussione di gruppo: Rischi e sfide dei social media influencer (20 minuti)

La sessione inizia con una discussione di gruppo. Il formatore invita i partecipanti a condividere i loro pensieri iniziali sui rischi e le sfide ai quali gli influencer dei social media possono esporre i giovani. La discussione si concentra su questioni quali standard irrealistici, consumismo e potenziali effetti sulla salute mentale. Il formatore scrive i punti chiave su una lavagna a fogli mobili per creare una base per un'esplorazione più approfondita.

II. Ricerca in piccoli gruppi su diversi rischi e sfide (70 minuti)

Il formatore annuncia che questa parte della sessione consisterà in un piccolo compito di ricerca. I partecipanti vengono divisi in quattro piccoli gruppi. A ogni gruppo viene assegnato un rischio o una sfida specifica da ricercare e analizzare. Il compito di ricerca per ogni gruppo è il seguente:

- Gruppo 1: Aspettative irraggiungibili
- Gruppo 2: Materialismo
- Gruppo 3: Confronto e comportamento pericoloso
- Gruppo 4: Disinformazione

Ogni gruppo viene istruito a esplorare l'argomento assegnatogli, compresa la discussione di esempi, l'impatto sulla vita reale e i fattori che intensificano queste sfide per i giovani. In generale, tutti i gruppi sono incoraggiati a identificare sia gli effetti negativi che le potenziali intenzioni positive dietro i contenuti degli influencer (ad esempio, motivazione o standard irrealistici).

III. Presentazioni (50 minuti)

Quando i gruppi finiscono il loro lavoro, il formatore li invita a unirsi alla plenaria per la presentazione. Ogni gruppo presenta i propri risultati in 5-10 minuti. Presentano il modo in cui la loro sfida specifica colpisce i giovani e tutte le tendenze degne di nota che hanno identificato. Dopo ogni presentazione, il formatore apre una sessione di domande e risposte in cui i partecipanti possono porre domande di chiarimento o fornire ulteriori approfondimenti sulla base delle loro esperienze.

IV. Discussione: Ridurre al minimo le sfide e ispirare un'influenza positiva (40 minuti)

Il formatore conclude la sessione con una discussione di gruppo sulle strategie per ridurre al minimo le sfide dei social media precedentemente menzionate, riconoscendo al contempo il potenziale degli influencer per ispirare la crescita personale, la curiosità e la comunità. Le domande chiave discusse in questa parte includono le seguenti:

- Come possono gli operatori giovanili aiutare i giovani a navigare tra i rischi dei social media?
- In che modo gli attributi positivi degli influencer possono essere utilizzati per promuovere un impegno sano?
- Come possiamo incoraggiare i giovani a valutare criticamente i contenuti rimanendo aperti alle influenze costruttive?

Il formatore annota i principali risultati della discussione che emergono dai contributi dei partecipanti.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, lavagna a fogli mobili e fogli per lavagna,

Documenti di riferimento e ulteriori letture:

- 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>





Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- Quando si parla di rischi e sfide, è importante che il formatore inviti i partecipanti a condividere esempi di vita reale o scenari rilevanti per le loro comunità. Questo rende i rischi più relazionabili al contesto locale e aiuta gli operatori giovanili a collegare il contenuto della sessione direttamente alle esperienze dei giovani con cui lavorano.





Sfide e opportunità del lavoro con i giovani nell'era digitale

Titolo della sessione: Sfide e opportunità del lavoro con i giovani nell'era digitale

Durata: 180 minuti

Contesto:

Questa sessione di formazione si concentra sulle sfide e le opportunità che l'era digitale presenta nel lavoro con i giovani. Con la rapida evoluzione della tecnologia e della digitalizzazione, gli operatori giovanili devono affrontare sfide sia pratiche che etiche. Queste sfide sono legate alla capacità di stare al passo con i nuovi strumenti digitali e proseguono fino alla gestione della privacy e dei problemi di salute mentale. Tuttavia, queste sfide portano anche opportunità per l'innovazione, lo sviluppo di competenze e un impegno più profondo con i giovani. È quindi importante riflettere su queste dinamiche in modo proattivo per poter esplorare come le tecnologie emergenti, come l'IA, possano essere utilizzate in modo positivo. In questo modo i partecipanti avranno la possibilità di comprendere e discutere le strategie per adattarsi al panorama digitale in modo da migliorare il loro lavoro con i giovani.

Obiettivo della sessione: Esplorare le sfide e le opportunità uniche che l'era digitale offre nel lavoro con i giovani e fornire ai partecipanti le strategie per trasformare le sfide digitali in opportunità.

Obiettivi:

- Riflettere sulle sfide principali nel lavoro con i giovani associate alla trasformazione digitale;
- Incoraggiare il pensiero critico sulle implicazioni dell'era digitale affinché i partecipanti vedano sia i rischi che i benefici di questi cambiamenti;
- Sviluppare strategie pratiche per sfruttare i progressi tecnologici e trasformare le sfide in opportunità.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza digitale;
- Competenza di cittadinanza;
- Competenza nell'alfabetizzazione;
- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Auto-riflessione;
- Ingresso teorico;
- Lavoro in piccoli gruppi;
- Presentazioni;
- Discussione.





Flusso della sessione:

I. Auto-riflessione: Sfide del lavoro con i giovani nell'era digitale (15 minuti)

Il formatore apre la sessione con una breve attività di auto-riflessione. Ai partecipanti viene chiesto di utilizzare i 10-15 minuti successivi per riflettere e scrivere le sfide specifiche che devono affrontare nel loro lavoro con i giovani nell'era digitale. Il formatore li informa inoltre che questa riflessione può includere aspetti quali l'accesso alla tecnologia, le lacune nelle competenze digitali, i rapidi cambiamenti nei social media o le preoccupazioni relative alla privacy dei dati.

II. Condivisione in plenaria (25 minuti)

Dopo l'attività di auto-riflessione, i partecipanti sono invitati a condividere i loro punti chiave di riflessione in plenaria. Il formatore guida il processo evidenziando temi comuni, sfide singolari e qualsiasi questione emergente nelle esperienze dei partecipanti. L'intero processo dura 25 minuti.

III. Ingresso teorico (20 minuti)

Il formatore utilizza i 20 minuti successivi per un contributo teorico sull'argomento. Fornisce approfondimenti sulle tendenze e sulle sfide più ampie del lavoro con i giovani nell'era digitale. L'ordine del giorno di questo contributo teorico da parte del formatore comprende quanto segue:

- La rapidità del cambiamento tecnologico;
- L'evoluzione delle competenze digitali necessarie per il lavoro con i giovani;
- Considerazioni etiche;
- L'influenza dei media digitali sul comportamento e sull'apprendimento dei giovani.

IV. Lavoro in piccoli gruppi (60 minuti)

Per questa sessione i partecipanti sono divisi in quattro piccoli gruppi. Il loro compito generale è quello di esplorare come alcune sfide dell'era digitale possano essere trasformate in opportunità. I temi specifici affrontati sono due e sono suddivisi tra i gruppi come segue:

- Gruppo 1 e Gruppo 2: Evoluzione tecnologica e richiesta di competenze - Come trasformare la necessità di un costante adattamento tecnologico in un'opportunità di crescita e innovazione nel lavoro con i giovani?
- Gruppo 3 e Gruppo 4: Impatto dell'intelligenza artificiale (AI) - Come si può sfruttare l'aumento degli strumenti e delle piattaforme di AI come opportunità per migliorare il lavoro con i giovani e coinvolgerli in modo significativo?

Ogni gruppo deve discutere l'argomento assegnatogli e sviluppare strategie per affrontare la sfida, cercando di individuare potenziali opportunità. Hanno a disposizione 60 minuti per completare questo compito e prepararsi per una presentazione successiva.

V. Presentazioni e discussione (60 minuti)

Ogni gruppo è invitato a presentare i propri risultati all'intero gruppo sulle strategie specifiche per trasformare le sfide dell'era digitale in opportunità. Ogni presentazione dura circa 10 minuti ed è seguita da domande e discussioni per dare spazio ai partecipanti di sviluppare le idee di ciascun gruppo e considerare le applicazioni pratiche nel proprio lavoro con i giovani.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, lavagna a fogli mobili e fogli per lavagna,

Documenti di riferimento e ulteriori letture:

- 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>

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- Si raccomanda che per le attività di auto-riflessione e discussione, il formatore incoraggi i partecipanti a condividere esempi concreti di come loro o altri hanno utilizzato gli strumenti digitali o affrontato le sfide digitali nel lavoro con i giovani. Gli esempi pratici di solito rendono la discussione più pertinente e forniscono ispirazione su come le diverse strategie possono essere adattate ai loro contesti specifici.





Pensiero critico e alfabetizzazione mediatica: l'approccio degli operatori giovanili ai fruitori

Titolo della sessione: Pensiero critico e alfabetizzazione mediatica - l'approccio degli operatori giovanili ai fruitori

Durata: 180 minuti

Contesto:

Attualmente il pensiero critico e l'alfabetizzazione mediatica stanno diventando molto importanti per consentire a tutti di analizzare meglio i contenuti e le notizie a cui sono esposti. Questa sessione è incentrata sul ruolo del pensiero critico e dell'alfabetizzazione mediatica nel lavoro con i giovani. Si concentra in particolare sul modo in cui gli operatori giovanili possono mettere i fruitori in condizione di navigare nei media in modo responsabile e analitico. In un'epoca di rapido flusso di informazioni digitali, i giovani si imbattono spesso in disinformazione, pregiudizi e persuasione mediatica che possono plasmare le loro convinzioni e i loro comportamenti. Sviluppando capacità di pensiero critico e comprendendo l'alfabetizzazione mediatica, gli operatori giovanili possono guidare i fruitori a prendere decisioni informate ed equilibrate sui contenuti a cui sono esposti. Questa sessione consente ai partecipanti di mettere in pratica queste abilità e di considerarne l'applicazione pratica nel sostenere lo sviluppo dei giovani attraverso esercizi interattivi e scenari di ruolo.

Obiettivo della sessione: Rafforzare la comprensione e l'applicazione delle capacità di pensiero critico e di alfabetizzazione mediatica da parte dei partecipanti, nonché la comprensione del loro ruolo nel sostenere i fruitori a navigare nei media in modo responsabile e analitico.

Obiettivi:

- Introdurre i concetti essenziali del pensiero critico e dell'alfabetizzazione mediatica rilevanti per il lavoro con i giovani;
- Incoraggiare gli operatori giovanili a promuovere una discussione aperta sui contenuti dei media con i fruitori;
- Sviluppare competenze pratiche attraverso esercizi ambientati in diversi scenari.

Competenze affrontate:

- Pensiero critico;
- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Competenza nell'alfabetizzazione;
- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Ingresso;
- Esercizio barometro;





- Spettacolo teatrale;
- Prove, presentazioni e discussioni.

Flusso della sessione:

I. Input del formatore (20 minuti)

Il formatore apre la sessione con un breve contributo sul pensiero critico e l'alfabetizzazione mediatica. Introduce i concetti di pensiero critico e di alfabetizzazione mediatica e prosegue sottolineando la loro importanza nel lavoro con i giovani. Tra gli altri argomenti trattati vi sono la valutazione delle fonti di informazione, l'identificazione dei pregiudizi e la promozione di un approccio analitico quando ci si confronta con i contenuti dei media. Questo contributo serve come base per gli esercizi che seguiranno in questa sessione.

II. Esercizio barometro: Pensiero critico e alfabetizzazione mediatica (30 minuti)

Il formatore ha preparato diverse affermazioni relative al pensiero critico e all'alfabetizzazione mediatica. Informa i partecipanti che, nel momento in cui legge queste affermazioni, dovranno spostarsi in diverse aree della stanza per mostrare se sono d'accordo, in disaccordo o neutrali su ciascuna affermazione, creando un "barometro" delle opinioni. L'angolo destro della stanza è quello in cui sono più d'accordo, mentre quello sinistro è quello in cui sono più in disaccordo. Quando tutte le istruzioni sono state date, il formatore inizia a leggere ad alta voce le affermazioni. Vengono utilizzate le seguenti affermazioni:

- Gli operatori giovanili dovrebbero incoraggiare i fruitori a mettere in discussione tutti i contenuti mediatici che consumano.
- Le piattaforme dei social media sono fonti affidabili di informazioni
- Essere alfabetizzati ai media significa saper trovare informazioni veritiere.
- Gli operatori giovanili devono evitare di discutere con i fruitori delle loro convinzioni personali sui contenuti dei media.
- Le capacità di pensiero critico sono più importanti oggi di quanto non lo fossero nelle generazioni precedenti
- Tutti hanno la responsabilità di verificare le informazioni che condividono sui social media.
- L'impegno con gli influencer può migliorare l'alfabetizzazione mediatica dei giovani.
- I giovani di oggi sono più bravi a individuare la disinformazione rispetto alle generazioni precedent.
- L'alfabetizzazione mediatica è essenziale per navigare negli spazi digitali in modo responsabile.
- Per gli operatori giovanili è più importante concentrarsi sulla costruzione di capacità di pensiero critico che sull'insegnamento di tecniche specifiche di alfabetizzazione mediatica.

Dopo ogni affermazione, il formatore invita i partecipanti a condividere le loro ragioni di accordo/disaccordo, promuovendo così una discussione che mette in evidenza le diverse prospettive e approfondisce la comprensione di questi concetti.

III. Spettacolo teatrale (70 minuti)

I partecipanti vengono divisi in 4 piccoli gruppi. Il formatore li istruisce sul fatto che nei 70 minuti successivi dovranno creare una breve rappresentazione teatrale che mostri uno scenario legato al pensiero critico e all'alfabetizzazione mediatica. Più specificamente, ogni gruppo sviluppa una trama in cui gli operatori giovanili aiutano i beneficiari a navigare o ad analizzare criticamente i contenuti dei media. Dovrebbero utilizzare questi 70 minuti anche per prepararsi alle prove. Lo spettacolo non dovrebbe essere più lungo di 5 minuti.





IV. Prove e presentazioni, discussione (60 minuti)

Quando tutti sono pronti, i gruppi raggiungono la sala di formazione per provare brevemente le loro opere prima di presentarle all'intero gruppo. Le prove si svolgono una dopo l'altra. Segue poi la presentazione da parte di ciascun gruppo del proprio spettacolo e del messaggio trasmesso. Ogni presentazione è seguita da una breve discussione, in cui i partecipanti analizzano gli scenari e gli approcci rappresentati. Il formatore avvia una discussione conclusiva incoraggiando i partecipanti a riflettere su come questi approcci possano essere applicati praticamente nel loro lavoro con i giovani e discutendo i modi per rafforzare l'alfabetizzazione mediatica e il pensiero critico tra i giovani.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, fogli per lavagna a fogli mobili, materiali per la rappresentazione teatrale (a seconda delle richieste/esigenze dei partecipanti).

Documenti di riferimento e ulteriori letture:

- Mangus, A., & Hirno, 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/>

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- È importante che il formatore incoraggi i partecipanti a progettare i loro scenari teatrali sulle sfide mediatiche comuni affrontate dai giovani, come la gestione della disinformazione sui social media o l'impatto degli influencer. In questo modo si garantisce che gli scenari siano pertinenti e pratici e quindi si aiutano i partecipanti a collegare i contenuti della sessione direttamente ai problemi della vita reale che i giovani incontrano.





Metodi innovativi per la prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani - Adattare diversi metodi al contesto e ai gruppi target dei partecipanti.

Titolo della sessione: Metodi innovativi per la prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani – Adattare diversi metodi al contesto e ai gruppi target dei partecipanti

Durata: 180 minuti

Contesto:

Nel lavoro con i giovani è molto importante l'esistenza e lo sviluppo di diversi metodi e attività innovative. Sebbene siano stati sviluppati diversi metodi e attività innovativi, è fondamentale verificare e adattare queste attività per un gruppo più ampio di fruitori e per approcciare argomenti diversi tra loro. Questa sessione è pensata per esplorare approcci creativi per mitigare l'impatto negativo degli influencer dei social media sui giovani e si concentra su metodi innovativi come la gamification, la metodologia delle Escape Room e il Digital Storytelling. Questi metodi innovativi forniscono agli operatori giovanili strumenti che incoraggiano il pensiero critico, la riflessione personale e il lavoro di squadra. Adattando questi metodi ai contesti e alle esigenze specifiche dei loro gruppi di riferimento, gli operatori giovanili possono creare opportunità di apprendimento di grande impatto che mettono i giovani in grado di gestire responsabilmente l'influenza dei social media. La sessione consisterà in lavori di gruppo ed esercizi pratici che consentiranno ai partecipanti di acquisire esperienza pratica nell'adattare questi metodi ai loro specifici ambienti di lavoro con i giovani.

Obiettivo della sessione: Fornire ai partecipanti competenze e conoscenze sull'uso di metodologie creative come strumenti per prevenire l'influenza negativa degli influencer sui social media e dare spazio all'adattamento di questi metodi alle esigenze dei loro gruppi target.

Obiettivi:

- Presentare ai partecipanti metodi innovativi per coinvolgere i giovani in discussioni critiche sull'influenza dei social media, come la gamification, l'escape room e il digital storytelling;
- Sviluppare la capacità dei partecipanti di adattare questi metodi a diversi contesti giovanili, tenendo conto di fattori quali l'età, l'alfabetizzazione digitale e il background culturale;
- Promuovere la creatività e le capacità di applicazione pratica, nonché consentire ai partecipanti di pianificare e attuare questi metodi in contesti di lavoro reali con i giovani.

Competenze affrontate:

- Pensiero critico;
- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:





- Lavoro in piccoli gruppi;
- Presentazioni;
- Discussione.

Flusso della sessione:

I. Introduzione alla sessione e al compito (10 minuti)

Il formatore introduce l'attenzione della sessione sull'utilizzo di metodi innovativi come la Gamification, la metodologia della Escape Room e il Digital Storytelling come strumenti per prevenire l'influenza negativa degli influencer dei social media sui giovani. Ogni metodo viene spiegato in dettaglio per i partecipanti che non lo conoscono e per evidenziarne la rilevanza e il potenziale nel lavoro con i giovani

II. Lavoro in piccoli gruppi: Esplorazione dei metodi innovativi (40 minuti)

I partecipanti sono divisi in tre gruppi. A ogni gruppo viene assegnato un metodo da approfondire. Il loro compito è quello di esplorare come questi metodi possono essere utilizzati per lavorare sui social media e promuovere il pensiero critico, nonché in relazione all'influenza dei social media sui giovani. Il compito di ogni gruppo è il seguente:

- Gruppo 1: Gamification - esplorare come gli elementi del gioco possono coinvolgere i giovani e promuovere il pensiero critico sui contenuti dei social media.
- Gruppo 2: Metodologia Escape Room - esplorare come gli scenari immersivi possono favorire il lavoro di squadra e la riflessione sulle influenze dei social media.
- Gruppo 3: Digital Storytelling - esplorare e analizzare come la narrazione e l'espressione personale possano aiutare i giovani ad articolare e sfidare l'influenza dei social media.

Ogni gruppo deve discutere le caratteristiche principali, i vantaggi e le sfide del metodo assegnatogli, nonché le potenziali applicazioni nei contesti di lavoro con i giovani. Hanno a disposizione 40 minuti per completare la prima parte del loro lavoro e poi si uniscono alla plenaria per la condivisione.

III. Condivisione in plenaria (20 minuti)

Ogni gruppo presenta il proprio metodo, concentrandosi sulla condivisione di intuizioni e idee iniziali per la sua applicazione. Questo permette a tutti i partecipanti di familiarizzare con ciascun metodo e getta le basi per la fase di adattamento. Il processo dura 20 minuti.

IV. Proseguimento del lavoro in piccoli gruppi - Adattamento del metodo al contesto e al gruppo target dei partecipanti (60 minuti)

Ai gruppi viene chiesto di tornare ai metodi assegnati per proseguire con la fase successiva del lavoro. In questa parte devono concentrarsi su come adattare questi approcci a contesti giovanili e gruppi target specifici. In questa parte sono incoraggiati a considerare fattori come l'età, gli interessi, l'alfabetizzazione digitale e le sfide della comunità, e a fare un brainstorming su come personalizzare ogni metodo per ottenere il massimo impatto. Ogni gruppo crea un piano pratico su come il proprio metodo adattato possa essere implementato in un contesto di lavoro giovanile reale. Per questo compito hanno a disposizione 60 minuti e si preparano per la presentazione finale.

V. Presentazioni e discussione (50 minuti)

I gruppi si uniscono alla plenaria per presentare i loro metodi adattati. Descrivono il loro approccio, le considerazioni sul gruppo target e le fasi di attuazione. Ogni presentazione dura circa 5-7 minuti ed è seguita da una breve sessione di domande e risposte. Durante la sessione di domande e risposte i partecipanti sono incoraggiati a discutere la fattibilità e le potenziali sfide di ciascun adattamento.





Il formatore conclude con una riflessione finale su come questi metodi innovativi possano essere strumenti potenti per affrontare l'influenza degli influencer dei social media e sostenere la resilienza dei giovani.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, lavagna a fogli mobili e fogli per lavagna.

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- Il formatore dovrebbe ricordare ai partecipanti di considerare, quando adattano ogni metodo, le esigenze specifiche, gli interessi e il background dei loro gruppi target di giovani. Piccoli dettagli come l'uso di un linguaggio pertinente, di scenari o di esempi possono fare una grande differenza nell'efficacia dell'attività.
- Il formatore dovrebbe dare più tempo al lavoro di gruppo per adattare i metodi, se necessario. Questi metodi sono pensati per essere utilizzati e riprodotti da un gruppo più numeroso di operatori giovanili, quindi l'adattamento dettagliato e le spiegazioni approfondite sono essenziali.





Sviluppare le capacità di comunicazione per una prevenzione efficace - Identificare i canali e gli strumenti di comunicazione efficaci per raggiungere i giovani

Titolo della sessione: Sviluppare le competenze comunicative per una prevenzione efficace - Identificare i canali e gli strumenti di comunicazione efficaci per raggiungere i giovani

Durata: 180 minuti

Contesto:

Questa sessione si concentra sullo sviluppo di abilità comunicative essenziali che sono importanti per gli operatori giovanili che vogliono impegnarsi efficacemente con i giovani. Capire come ascoltare attivamente, empatizzare e fornire un feedback chiaro è fondamentale per stabilire fiducia e apertura. Poiché il lavoro con i giovani coinvolge sempre più spesso l'interazione digitale, diventa fondamentale identificare i canali e gli strumenti più adatti per raggiungere il pubblico giovane. Questa sessione utilizza diversi metodi come il brainstorming, la discussione e il lavoro pratico di gruppo per consentire ai partecipanti di migliorare la loro capacità di comunicare in modo efficace e di selezionare i metodi più adatti per entrare in contatto con i giovani in contesti diversi.

Obiettivo della sessione: Fornire ai partecipanti le conoscenze sulle competenze e le strategie di comunicazione essenziali per coinvolgere efficacemente i giovani ed esplorare i vari canali di comunicazione per raggiungere i diversi gruppi di giovani.

Obiettivi:

- Sviluppare nei partecipanti la comprensione delle principali abilità comunicative, tra cui l'ascolto attivo, l'empatia, la costruzione di un rapporto e un feedback chiaro;
- Individuare i canali e gli strumenti di comunicazione efficaci e adatti a entrare in contatto con i giovani in diversi contesti;
- Migliorare la capacità dei partecipanti di adattare gli approcci comunicativi in base alle esigenze e alle preferenze specifiche dei giovani con cui lavorano.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza nell'alfabetizzazione;
- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Brainstorming silenzioso;
- Discussione;
- Ingresso;
- Lavoro in piccoli gruppi;





- Presentazioni.

Flusso della sessione:

I. Brainstorming silenzioso (30 minuti)

Il formatore ha messo a terra dei fogli di lavagna a fogli mobili con le seguenti domande:

- Quali sono le barriere comunicative più comuni che incontriamo quando lavoriamo con i giovani?
- Quali sono i modi efficaci per creare fiducia quando si lavora con i giovani?
- Quali sono gli strumenti di comunicazione più utili per raggiungere i giovani nel nostro lavoro?

Chiede ai partecipanti di prendersi 20-30 minuti e di camminare intorno a un'area designata, dove sono stati collocati dei fogli di lavagna a fogli mobili, ciascuno contenente una domanda diversa. I partecipanti sono istruiti a utilizzare questi minuti e a scrivere i loro pensieri, idee o esperienze direttamente sui fogli della lavagna. Il formatore sottolinea che devono svolgere questo compito individualmente e in silenzio, senza disturbare gli altri partecipanti.

II. Discutere i contributi del brainstorming silenzioso (20 minuti)

Il formatore riunisce il gruppo in plenaria per rivedere le idee principali e le intuizioni del brainstorming silenzioso. Il formatore mette sulla lavagna a fogli mobili ogni foglio e tutti discutono uno per uno il contributo per ogni domanda. I partecipanti discutono i temi e condividono ulteriori pensieri, dando a tutti la possibilità di riflettere sul contributo collettivo e di costruire sulle idee degli altri. La discussione dura 20 minuti.

III. Input del formatore: Comunicare in modo efficace (30 minuti)

Dopo la sessione di brainstorming silenzioso, il formatore offre una sessione di input mirata che copre le competenze comunicative essenziali per il lavoro con i giovani. La presentazione comprende i seguenti punti:

- Ascolto attivo
- Empatizzare con il punto di vista del giovane
- Costruire relazioni di fiducia
- Comunicazione non verbale e creazione di rapporti
- Consegna di feedback chiari e comprensione dei confini della riservatezza

Ogni punto è spiegato in dettaglio e in alcuni casi con esempi pratici, oltre a includere consigli pratici per l'attuazione.

IV. Lavoro in piccoli gruppi: Identificazione dei canali e degli strumenti di comunicazione efficace (50 minuti)

Il formatore divide i partecipanti in 4 piccoli gruppi. Il compito di ciascun gruppo è identificare i canali e gli strumenti di comunicazione più efficaci per raggiungere i giovani nei rispettivi ambienti. Ogni gruppo considera fattori quali l'accessibilità, le abitudini digitali, la privacy e i livelli di coinvolgimento. I gruppi sono caldamente incoraggiati a elencare i canali e gli strumenti consigliati, come piattaforme di social media, app di messaggistica, incontri di persona e tecniche di comunicazione specifiche. Hanno a disposizione 50 minuti per questo compito e poi si preparano per la presentazione.

V. Presentazioni e discussione (50 minuti)

I partecipanti si uniscono alla plenaria per le presentazioni. Ogni gruppo presenta i propri risultati e spiega perché ha scelto canali e strumenti specifici per comunicare con i giovani. Le presentazioni devono durare 5 minuti. Dopo ogni presentazione, il formatore conduce una discussione su come questi strumenti





possano essere utilizzati per i vari gruppi giovanili di interesse statistico, al fine di avere un approccio comunicativo inclusivo e accessibile in contesti diversi.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, lavagna a fogli mobili e fogli per lavagna.

Documenti di riferimento e ulteriori letture:

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

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- Si raccomanda che durante la sessione di input sulle abilità comunicative, il formatore incoraggi i partecipanti ad applicare queste tecniche (come l'ascolto attivo e la comunicazione non verbale) nel loro lavoro di gruppo e nelle interazioni future. La pratica di queste abilità nel loro lavoro aiuta a rafforzarne l'importanza e l'efficacia nella costruzione della fiducia e del legame con i giovani.





L'alfabetizzazione mediatica e il suo ruolo nella prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani

Titolo della sessione: L'alfabetizzazione mediatica e il suo ruolo nella prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani

Durata: 90 minuti

Contesto:

I giovani sono costantemente esposti a contenuti online, facendo parte di diverse piattaforme di social media e seguendo vari account che potrebbero o meno condividere contenuti reali. Questa sessione è incentrata sull'importanza dell'alfabetizzazione mediatica per i giovani nell'era digitale. La sessione di formazione è stata progettata specificamente per affrontare l'attenuazione dell'impatto negativo degli influencer sui social media. Se da un lato si discute sul fatto che gli influencer stanno plasmando le tendenze, le opinioni e i comportamenti, dall'altro aumenta l'esposizione dei giovani a contenuti che possono influenzare la loro autostima, i valori e il processo decisionale. L'alfabetizzazione mediatica fornisce ai giovani le competenze necessarie per analizzare e valutare criticamente i contenuti dei media, consentendo loro di fare scelte consapevoli. In questa sessione i partecipanti esploreranno come l'alfabetizzazione mediatica possa essere integrata nel lavoro con i giovani per sostenere un impegno responsabile e informato con i social media.

Obiettivo della sessione: Rafforzare la comprensione dei partecipanti dell'alfabetizzazione mediatica come strumento per prevenire l'impatto negativo dei social media influencer sui giovani e discutere le strategie per promuovere un impegno critico verso i contenuti digitali.

Obiettivi:

- Discutere l'importanza dell'alfabetizzazione mediatica per aiutare i giovani a valutare criticamente i contenuti dei social media;
- Identificare azioni e strategie specifiche che gli operatori giovanili possono utilizzare nel loro lavoro per promuovere l'alfabetizzazione mediatica tra i giovani;
- Esplorare approcci pratici per integrare l'alfabetizzazione mediatica nel lavoro con i giovani e garantire che i giovani siano in grado di fare scelte informate sugli influencer dei social media;
- Incoraggiare il brainstorming collaborativo e la condivisione di idee.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Competenza nell'alfabetizzazione;
- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Brainstorming;





- Gruppi Buzz - azioni per l'alfabetizzazione mediatica;
- Discussione di gruppo.

Flusso della sessione:

I. Brainstorming: L'alfabetizzazione mediatica e il suo ruolo nella prevenzione dell'impatto negativo dei social media influencer sui giovani (20 minuti)

Il formatore apre la sessione con un brainstorming. Chiede ai partecipanti di condividere i loro pensieri sull'alfabetizzazione mediatica e sulla sua importanza nell'aiutare i giovani a valutare criticamente i contenuti degli influencer dei social media. I partecipanti sono invitati a contribuire con le loro idee e conoscenze mentre il formatore scrive i punti chiave su una lavagna a fogli mobili.

II. Gruppi di discussione: Proporre azioni per l'alfabetizzazione mediatica (30 minuti)

I partecipanti vengono divisi in piccoli gruppi di lavoro. Ogni gruppo è incaricato di fare un brainstorming su passaggi o strategie concrete per promuovere l'alfabetizzazione mediatica nel lavoro con i giovani. Le domande guida per questa attività sono le seguenti:

- Come possiamo formare i giovani a valutare criticamente le fonti mediatiche?
- Quali competenze specifiche possono aiutare i giovani a identificare la disinformazione degli influencer?
- Come si può integrare l'alfabetizzazione mediatica nelle attività quotidiane dei giovani?

Ogni gruppo deve elencare le proprie idee attuabili, considerando sia gli approcci digitali che quelli faccia a faccia per rafforzare l'alfabetizzazione mediatica dei giovani. Per questo compito hanno a disposizione 30 minuti.

III. Condivisione in plenaria e discussione (40 minuti)

Tutti i gruppi si uniscono alla plenaria per condividere le loro idee. Il formatore invita ogni gruppo a presentare le azioni proposte e le strategie discusse all'interno del proprio gruppo. Quindi, avvia una discussione di follow-up, incoraggiando i partecipanti a valutare la fattibilità di ogni idea e a suggerire miglioramenti o adattamenti. La sessione si conclude con una riflessione sull'importanza dell'alfabetizzazione mediatica come strumento per mettere i giovani in condizione di navigare responsabilmente sui social media, in particolare in relazione ai contenuti degli influencer.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, lavagna a fogli mobili e fogli per lavagna.

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- Si raccomanda che quando si discutono le azioni di alfabetizzazione mediatica, il formatore incoraggi i partecipanti a prendere in considerazione scenari di vita reale che i giovani incontrano online. Ciò contribuirà a rendere le strategie pertinenti e pratiche, consentendo agli operatori giovanili di affrontare le situazioni che i giovani possono trovarsi ad affrontare.





Creazione di mini-campagne mediatiche - I, II e III

Titolo della sessione: Creazione di campagne mini-mediatiche - I, II e III

Durata: 90 + 180 + 180 minuti

Contesto:

Durante le sessioni precedenti del corso di formazione, i partecipanti hanno avuto la possibilità di impegnarsi in numerose attività e sessioni che li hanno dotati di conoscenze, competenze e prospettive essenziali sull'alfabetizzazione mediatica, sul pensiero critico e sull'impatto dei social media influencer sui giovani. Questa sessione consente ai partecipanti di mettere in pratica il loro apprendimento creando mini-campagne mediatiche che riflettono le conoscenze acquisite durante il corso di formazione e i metodi utilizzati. Questo lavoro pratico consentirà loro di rispondere a esigenze reali all'interno delle loro comunità di riferimento, utilizzando metodologie creative e selezionando canali mediatici appropriati per raggiungere efficacemente i giovani. Attraverso la collaborazione e il feedback fornito dai formatori durante la sessione di check-in e il monitoraggio di gruppo, i partecipanti avranno l'opportunità di perfezionare le loro campagne in modo che siano pertinenti, d'impatto e allineate con i loro obiettivi. La sessione si chiude con presentazioni e feedback di gruppo, in cui i partecipanti ricevono un feedback costruttivo dai formatori e dagli altri partecipanti per prepararsi al meglio all'implementazione di queste campagne nelle loro comunità.

Obiettivo della sessione: Creare uno spazio per i partecipanti per progettare e realizzare mini-campagne mediatiche d'impatto che riflettano le competenze e le intuizioni acquisite durante il corso di formazione.

Obiettivi:

- Applicare i punti chiave della formazione nella creazione di campagne mediatiche, traducendo le conoscenze in risultati pratici e creativi;
- Sviluppare competenze nella pianificazione e nell'esecuzione di campagne mediatiche collaborative, tra cui lo sviluppo del messaggio, l'identificazione del pubblico target e la selezione della piattaforma;
- Migliorare la capacità dei partecipanti di comunicare in modo efficace messaggi di pensiero critico e di alfabetizzazione mediatica, con particolare attenzione a formati coinvolgenti e adatti ai giovani.
- Creare uno spazio per presentare le campagne sviluppate e ottenere un feedback pensato per ulteriori miglioramenti;
- Promuovere e incoraggiare ulteriormente il lavoro di squadra e la comunicazione tra i partecipanti.

Competenze affrontate:

- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenze analitiche;
- Ricerca;
- Competenze digitali;
- Cooperazione e comunicazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Competenza nell'alfabetizzazione;





- Pensiero creativo;
- Lavoro di squadra.

Metodologia e metodi:

- Lavoro in piccoli gruppi - squadre nazionali;
- Presentazioni;
- Feedback e raccomandazioni.

Flusso della sessione:

I. Introduzione al compito, lavoro di gruppo e pianificazione iniziale (90 minuti)

Il formatore apre la sessione sottolineando l'importanza delle attività previste in questa parte del corso di formazione. Sottolinea che ora è il momento in cui i partecipanti hanno la possibilità di mettere in pratica il loro apprendimento progettando campagne mediatiche da utilizzare nella loro comunità locale. I partecipanti sono invitati a unirsi ai loro gruppi nazionali e a ciascun gruppo viene assegnato il compito di creare una mini-campagna mediatica. Il formatore li informa che le campagne devono basarsi sui punti chiave del corso di formazione, come l'alfabetizzazione mediatica, l'impegno positivo sui social media e il pensiero critico. I gruppi iniziano a lavorare sulle idee per la campagna, compresi i destinatari, i messaggi chiave e le potenziali piattaforme mediatiche (ad esempio, post sui social media, poster, brevi video). Inoltre, delineano i ruoli iniziali all'interno del team e abbozzano una potenziale tempistica per la creazione dei materiali della campagna. Questo lavoro iniziale dura 90 minuti ed è seguito da una sessione di check-in.

II. Sessione di check-in (40 minuti)

Dopo la prima parte del lavoro di gruppo, tutti i gruppi si riuniscono in plenaria per una sessione di check-in per condividere i progressi, le idee e le eventuali sfide affrontate finora. Il formatore offre feedback, risponde alle domande e fornisce indicazioni per aiutare a perfezionare il concetto e gli obiettivi della campagna di ciascun gruppo.

III. Proseguimento del lavoro di gruppo: Lavoro intensivo sullo sviluppo della campagna (210 minuti)

Tutti i gruppi continuano a lavorare sulle loro campagne concentrandosi sulla creazione di contenuti dettagliati. A seconda del concetto e dell'idea, si concentrano sui seguenti aspetti: progettazione di immagini o poster per i social media, sceneggiatura e registrazione di brevi video, sviluppo di didascalie o contenuti testuali accattivanti e così via. I formatori controllano di tanto in tanto ogni gruppo per fornire ulteriori istruzioni e indicazioni, feedback e incoraggiamenti, aiutando così i gruppi a rimanere in linea con i loro obiettivi. I gruppi utilizzano questo tempo anche per preparare le loro presentazioni.

IV. Presentazioni (60 minuti)

Tutti i gruppi si riuniscono nella sala di formazione per le presentazioni. Ogni gruppo presenta la propria mini-campagna mediatica all'intero gruppo, spiegando il pubblico di riferimento, gli obiettivi, la strategia di messaggistica, la scelta dei media, i materiali della campagna e descrivendo il processo, le sfide affrontate e le strategie utilizzate. Le presentazioni di ciascun gruppo devono essere fatte entro 10 minuti, lasciando spazio alle domande degli altri partecipanti.

V. Feedback e raccomandazioni dei formatori (50 minuti)





Dopo le presentazioni, i formatori forniscono un feedback costruttivo su ogni campagna. Si concentrano anche sull'efficacia, la creatività e l'impatto potenziale. Inoltre, vengono fornite raccomandazioni su come rafforzare ogni campagna, adattarla all'applicazione pratica e migliorare i progetti futuri.

Materiale necessario: Fogli A4 e A3, penne, matite, pennarelli, fogli per lavagna a fogli mobili, computer portatili (se necessari per il lavoro di alcuni gruppi), proiettore, altoparlanti.

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- Per questa sessione, è importante ricordare ai partecipanti che il punto di partenza dovrebbe essere un'analisi approfondita delle esigenze e la definizione di obiettivi chiari per la campagna mediatica, piuttosto che saltare direttamente agli elementi creativi. Molto spesso si è tentati di iniziare con un concetto o un design accattivante senza comprendere appieno lo scopo che lo sottende. Pertanto, concentrandosi innanzitutto sulla definizione degli obiettivi e sulla comprensione delle esigenze specifiche del pubblico target, i partecipanti possono sviluppare campagne più pertinenti, d'impatto e allineate con i risultati previsti.





Valutazione e chiusura del corso di formazione

Titolo della sessione: Valutazione e chiusura del corso di formazione

Durata: 180 minuti

Contesto:

Questa sessione offre ai partecipanti l'opportunità di riflettere sul loro percorso di apprendimento, di valutare la loro esperienza e di offrire un feedback sul programma di formazione che si sta concludendo. È una sessione importante sia per i partecipanti che per i formatori per valutare l'efficacia delle sessioni, la struttura complessiva del programma, l'organizzazione e le disposizioni logistiche. Utilizzando una combinazione di metodi di valutazione visivi, scritti e verbali, questa sessione incoraggia i partecipanti a condividere feedback costruttivi e a riconoscere i contributi collettivi che hanno arricchito l'esperienza formativa. Il feedback e la valutazione raccolti da questa sessione aiuteranno i formatori e gli organizzatori a migliorare i futuri programmi di formazione.

Obiettivo della sessione: Creare uno spazio per i partecipanti per riflettere sulle loro esperienze, valutare l'efficacia del programma e fornire un feedback sulla struttura, la logistica e l'ambiente di apprendimento complessivo del corso di formazione.

Obiettivi:

- Utilizzare metodi visivi per raccogliere il feedback dei partecipanti sui diversi elementi del corso di formazione;
- Utilizzare un modulo di valutazione scritto (online) per consentire ai partecipanti di condividere informazioni dettagliate sull'organizzazione e sui contenuti del programma;
- Creare uno spazio per riflettere sui risultati dell'apprendimento e sull'impatto del corso di formazione;
- Facilitare una discussione conclusiva, consentendo ai partecipanti di condividere i punti salienti e le riflessioni finali.

Competenze affrontate:

- Competenza multilingue;
- Lavoro di squadra;
- Competenza digitale;
- Competenza personale, sociale e di apprendimento;
- Competenza imprenditoriale;
- Competenza nell'alfabetizzazione;
- Competenza di cittadinanza;
- Consapevolezza culturale e competenza espressiva.

Metodologia e metodi:

- Valutazione visiva - modello pizza;
- Valutazione scritta;
- Valutazione verbale.





Flusso della sessione:

I. Valutazione visiva: il modello "Pizza" (15 minuti)

I formatori aprono la sessione menzionando l'importanza della valutazione e annunciando che questa sessione è l'ultima per questo corso di formazione. Preparano una grande lavagna a fogli mobili con il diagramma della pizza, in cui ogni fetta rappresenta un aspetto del corso di formazione, come le dinamiche di gruppo, i metodi di apprendimento, il supporto del formatore, i materiali, la sede e l'atmosfera generale. I partecipanti sono invitati a segnare le loro valutazioni sul diagramma della pizza. Viene spiegato che le posizioni/segni più vicini al centro indicano una valutazione più alta, mentre le posizioni/segni più vicini alla crosta della pizza indicano una valutazione più bassa. L'attività fornisce una panoramica visiva del feedback e dura 10 minuti. Dopo che i partecipanti hanno completato le loro valutazioni, il formatore rivede le immagini della pizza e riassume il feedback. Quindi prende nota di eventuali punti di forza da migliorare.

II. Valutazione scritta - Online (20 minuti)

I partecipanti vengono informati che il prossimo modulo di valutazione sarà in forma scritta. Viene fornito loro un link a un modulo di valutazione online. Questo modulo riguarda aspetti dettagliati del corso di formazione, come i metodi di lavoro, le prestazioni dei formatori, la logistica e gli elementi organizzativi generali. Per questa valutazione i partecipanti sono invitati a utilizzare i dispositivi personali (telefoni, tablet, computer portatili) per compilare il modulo, mentre il formatore annuncia che sono disponibili copie stampate per coloro che preferiscono una versione cartacea. Viene diffusa una musica di sottofondo per creare un'atmosfera rilassata e riflessiva.

III. Feedback verbale e chiusura del corso di formazione (25 minuti)

I partecipanti sono invitati a condividere le loro riflessioni generali, l'apprendimento personale, l'energia del gruppo, le prestazioni dei formatori, i loro contributi e i pensieri finali in un giro di feedback verbale. Il formatore invita tutti a esprimere le proprie impressioni generali e a celebrare il proprio contributo all'esperienza formativa. I formatori e il team organizzativo chiudono la sessione ringraziando i partecipanti, riassumendo i principali risultati raggiunti durante il programma e concludendo ufficialmente il corso di formazione. La sessione si conclude con una foto di gruppo per ricordare l'esperienza condivisa.

Materiale necessario: Carta A4 e A3, penne, pennarelli, lavagna a fogli mobili con diagramma della pizza per la valutazione visiva, link al modulo di valutazione online (e copie stampate se necessario), computer portatile, proiettore, altoparlanti per la musica di sottofondo.

Raccomandazioni per i futuri operatori giovanili che riproducono questa sessione:

- È importante che il formatore prepari il modulo di valutazione in anticipo e lo testi per evitare potenziali problemi tecnici. Potrebbe anche tenere a disposizione alcune copie stampate per coloro che preferiscono il formato scritto.
- È importante garantire una connessione internet stabile per il modulo di valutazione scritto online. Il formatore può anche mettere della musica di sottofondo per creare un'atmosfera rilassata che contribuisca alla riflessione.



EDITORE:



Outreach Hannover



**Cofinanziato
dall'Unione europea**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agencia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.