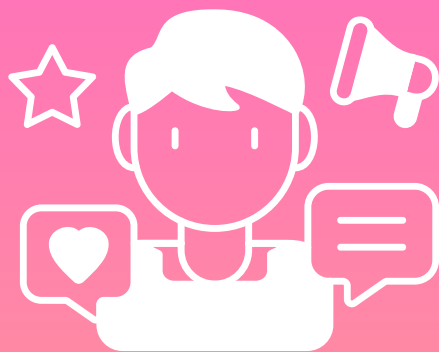
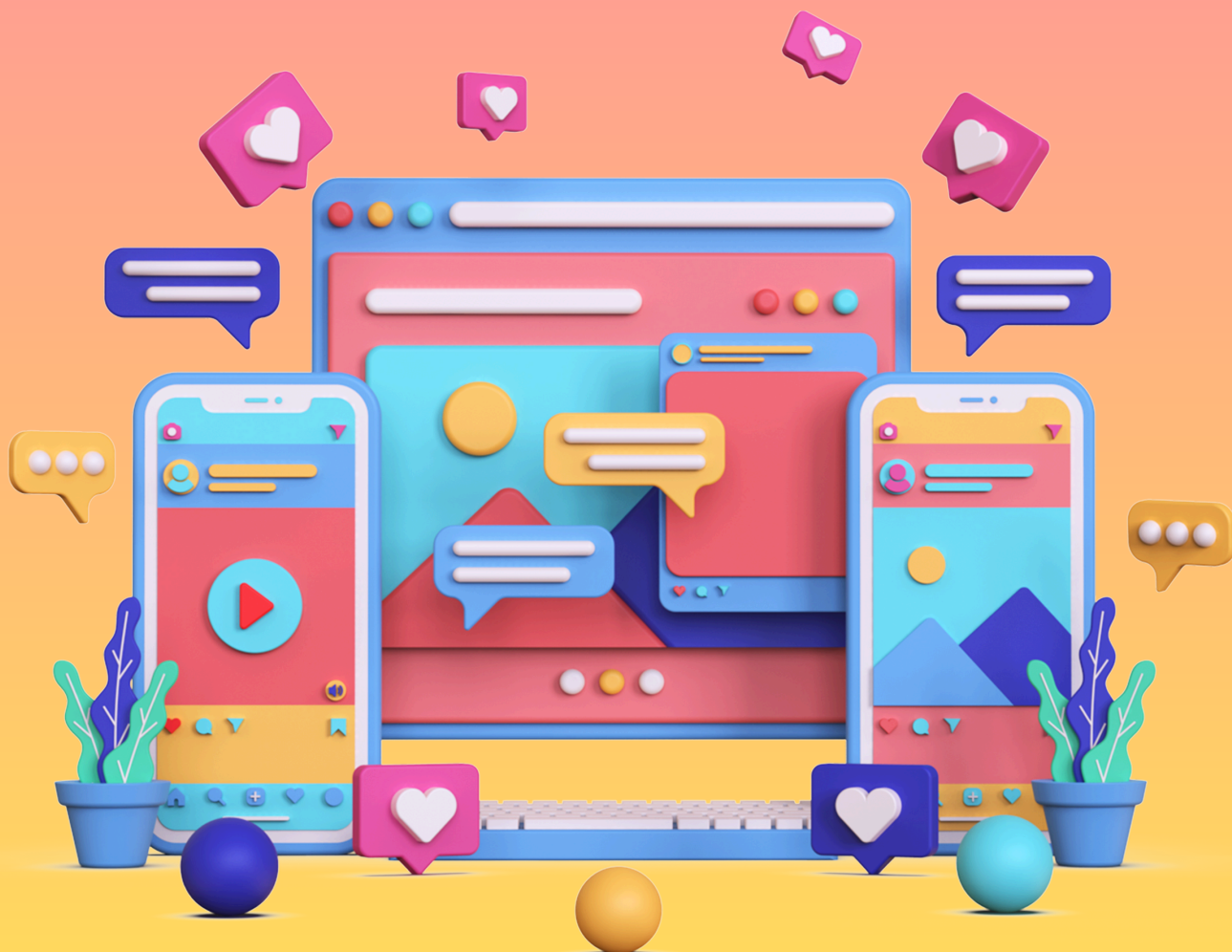




КУРИКУЛУМ

„Оснаживање омладинских радника у креативној методологији за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе”



НАЗИВ:

Курикулум “Оснаживање омладинских радника у креативној методологији за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе”

ПРОЈЕКАТ:

„Креативни омладински рад на превенцији негативног утицаја инфлуенсера са друштвених медија на младе“ финансиран од стране JUGEND für Europa, немачке националне агенције за програм Еразмус+ за младе.

Пројектни партнери су:

- Outreach Hannover e.V., Немачка
- Learning Library OÜ, Естонија
- Центар за неформално образовање и целоживотно учење, Србија
- LINK DMT s.r.l., Италија
- Curiosité Centre de Formation, Француска
- Udruga za unaprjeđivanje suvremenih životnih vještina „Ostvarenje“, Хрватска

ИЗДАВАЧ:

Outreach Hannover e.V., Немачка

УРЕДНИЦА:

Данијела Маторчевић

АУТОРИ:

Данијела Маторчевић
Берна Џемајли
Милица Миловић Киноли
Павле Јевђић
Недим Мичијевић
Стефан Маневски

ПРЕВОД СА ЕНГЛЕСКОГ:

Милица Миловић Киноли

ГРАФИЧКИ ДИЗАЈН:

Никола Радовановић

Напомена: у публикацији се именице граматичког мушког рода подједнако односе на особе мушког и женског рода.

Хановер, Немачка

2024



Садржај

УКРАТКО О ПРОЈЕКТУ	1
УВОД И СТРУКТУРА КУРИКУЛУМА	3
Програм курса	5
ПРЕПОРУКЕ ЗА КОРИШЋЕЊЕ ОВОГ КУРИКУЛУМА И ЗА ОРГАНИЗОВАЊЕ СЛИЧНИХ КУРСЕВА	6
ДЕТАЉАН ОПИС СЕСИЈА КУРСА: „ОСНАЖИВАЊЕ ОМЛАДИНСКИХ РАДНИКА У КРЕАТИВНОЈ МЕТОДОЛОГИЈИ ЗА ПРЕВЕНЦИЈУ НЕГАТИВНОГ УТИЦАЈА ИНФЛУЕНСЕРА СА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА МЛАДЕ“	8
Увод и изградња групе	8
Реалност у земљи: Друштвене мреже и омладинска култура.....	11
Инфлуенсери на друштвеним мрежама - врсте, студије случаја	14
Психолошки и емоционални утицај инфлуенсера са друштвених мрежа на младе	17
Ризици и изазови које друштвене мреже (инфлуенсери) доносе младима	20
Изазови и могућности за рад са младима у дигиталном добу	23
Критичко размишљање и медијска писменост - приступ омладинских радника корисницима	26
Иновативне методе за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе – прилагођавање различитих метода контексту учесника и циљним групама ...	29
Развијање комуникацијских вештина за ефикасну превенцију - Идентификовање ефикасних комуникацијских канала и алата за досезање до младих људи	32
Медијска писменост и њена улога у спречавању негативног утицаја инфлуенсера са друштвених медија на младе	35
Креирање мини медијских кампања – I, II & III	37
Евалуација и завршетак курса.....	40





УКРАТКО О ПРОЈЕКТУ

Док једни тврде да инфлуенсери могу да инспиришу и мотивишу младе људе да следе своје циљеве и тежње, други сугеришу да они могу имати негативан утицај на ментално здравље и добробит младих. Са позитивне стране, неки инфлуенсери користе своје платформе да промовишу позитивне поруке и дају осећај заједнице за своје пратиоце. Они могу бити узор младим људима, инспиришући их да следе своје страсти и постигну своје циљеве, промовишу здрав стил живота или чак деле савете за управљање стресом и анксиозношћу.

Међутим, постоји одређена забринутост у вези са потенцијалним негативним ефектима инфлуенсера са друштвених медија на младе људе. Неки могу да промовишу нереалне стандарде лепоте или нездраву исхрану и навике вежбања, што може допринети одређеном незадовољству тела и поремећајима у исхрани. Поред тога, притисак да се прикаже савршена слика на друштвеним мрежама може довести до анксиозности и депресије, посебно код младих људи који још увек развијају осећај себе.

Мотивација пројектних партнера у овом пројекту је да препознају потенцијалне предности и недостатке инфлуенсера са друштвених медија за младе, али да истовремено ставе акценат да и омладинске организације имају снажну улогу у овом процесу, које би требало да подстичу младе да критички процењују поруке које виде на друштвеним мрежама и развијају здрав однос са технологијом. Такође је важно да шира заједница буде свесна утицаја који друштвени медији могу имати на младе и да одговорно користи њихове платформе.

Циљ нашег пројекта је да спречимо негативан утицај инфлуенсера са друштвених медија на младе. Овај специфични циљ је део свеобухватног напора ка одговорном коришћењу интернета како од стране младих људи, тако и одговорности јавних институција и приватних компанија да обезбеде онлајн безбедност. Улога омладинских радника је да прате младе људе кроз изградњу компетенција критичког мишљења и медијске писмености. Њихова је и улога да се залажу за заштиту младих на интернету на основу ЕУ стандарда.

Специфични циљеви пројекта су:

- Оснажити младе у критичком мишљењу и медијској писмености кроз развој књиге алата са сетом иновативних радионица и алата.
- Оснажити омладинске раднике у креативном приступу за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених медија на младе, кроз израду курикулума.
- Изградити капацитете омладинских радника да према локалним и националним властима заговарају за примену европских стандарда који штите младе на интернету, као што су Директива о аудиовизуелним медијским услугама (енг. *Audiovisual Media Services Directive - AVMSD*), Закон о дигиталним услугама (енг. *Digital services act*) и Европска стратегија за бољи интернет за децу (енг. *European strategy for a better Internet for children*).

Пројектне активности:

- Управљање пројектом
- Онлајн први састанак пројектног тима
- Књига алата
- Пилотирање радионица и соба за бег
- Курикулум





- Локални тренинзи
- Онлајн други састанак пројектног тима
- Онлајн курс
- E1 - ИТ Национална конференција
- E2 - ФР Национална конференција
- E3 - ЕЕ Национална конференција
- E4 - РС Национална конференција
- E5 - ДЕ Национална конференција
- E6 - ХР Међународна конференција
- Онлајн евалуациони састанак пројектног тима





УВОД И СТРУКТУРА КУРИКУЛУМА

Овај курикулум под називом „Оснаживање омладинских радника у креативној методологији за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе“ је иновативни образовни материјал развијен посебно за омладинске раднике и едукаторе са главним циљем да их оснажи у креативном приступу спречавања негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе. Посебно је осмишљен да омладинским радницима пружи знање и вештине за разумевање окружења и утицаја друштвених мрежа (инфлуенсера) на младе и прилагођавања креативне методологије за спречавање негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе.

Курикулум је осмишљен за седмодневни курс. Његова структура је пажљиво организована и састоји се од уводних делова о позадини курикулума, табеле програма, резимеа пројекта и препорука за омладинске раднике који користе овај курикулум у свом омладинском раду. Садржај је даље фокусиран на детаљну презентацију и опис сваке сесије курса, укупно 12 међусобно повезаних сесија током седмодневног курса.

Садржај и приступ курикулума засновани су на НФЕ приступу у образовању и НФЕ методама. Сесије су развијене у формату који објашњава следеће кључне аспекте: циљеве, трајање, потребне материјале, компетенције на које утиче одређена сесија, детаљан опис – ток сесије за сваку активност, питања за дискусију (када је применљиво), препоруке за тренере/едукаторе који спроводе сесију, листе референци и корисних материјала, као и материјале неопходне за спровођење сесије.

Специфични циљеви наставног плана и програма су:

- Упознавање учесника са пројектом, програмом курса и омогућавање да се међусобно упознају, као и да разговарају о очекивањима и изграде темељ поверења за успешно спровођење курса;
- Стварање простора за дељење и размену информација о томе како друштвени медији утичу на културу младих у различитим земљама;
- Повећање разумевања учесника о инфлуенсерима на друштвеним медијима, њиховим врстама и утицају који имају на младе, као и оснаживање да критички анализирају улоге и утицај инфлуенсера;
- Ојачати разумевања учесника о психолошком и емоционалном утицају који инфлуенсери са друштвених медија имају на младе и оспособљавање учесника да се ефикасно носе са овим утицајима у свом раду са младима;
- Истраживање и анализа ризика и изазова које инфлуенсери са друштвених медија представљају младима и опремање учесника стратегијама за решавање ових изазова, уз промоцију здравог ангажовања са садржајем инфлуенсера;
- Истраживање изазова и могућности које дигитално доба доноси омладинском раду, као и опремање учесника стратегијама за претварање дигиталних изазова у могућности за раст;
- Ојачати разумевање и примену критичког мишљења и вештина медијске писмености код учесника, као и разумевање њихове улоге у подршци корисницима у одговорном и аналитичком сналажењу у медијима;





- Опремити учеснике практичним вештинама у коришћењу креативних методологија као алата за спречавање негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа и прилагодити ове методе јединственим потребама њихових циљних омладинских група;
- Опремити учеснике знањем о основним комуникацијским вештинама и стратегијама за ефикасно ангажовање младих људи и истраживање различитих комуникационих канала како би се досегле различите омладинске групе;
- Ојачати разумевање учесника о медијској писмености као алату за спречавање негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе и разговарати о стратегијама за промоцију критичког ангажовања са дигиталним садржајем;
- Створити простор за учеснике да дизајнирају и спроведу утицајне мини-медијске кампање које одражавају вештине и увиде стечене током курса;
- Створити простор за учеснике да размишљају о својим искуствима, процене ефикасност програма и дају повратне информације о структури, логистици и општем окружењу за учење курса.





Програм курса

Дан 1	
Преподне	Долазак учесника
Вече	Вече добродошлице
Дан 2	
Преподне	Увод и изградња групе
Поподне	Реалност у земљи: Друштвене мреже и омладинска култура
Поподне	Рефлексија и евалуација дана
Вече	Интеркултурално вече
Дан 3	
Преподне	Инфлуенсери на друштвеним мрежама - врсте, студије случаја
Поподне	Психолошки и емоционални утицај инфлуенсера са друштвених мрежа на младе
Поподне	Рефлексија и евалуација дана
Дан 4	
Преподне	Ризици и изазови које друштвене мреже (инфлуенсери) доносе младима
Поподне	Изазови и могућности за рад са младима у дигиталном добу
Поподне	Рефлексија и евалуација дана
Дан 5	
Преподне	Критичко размишљање и медијска писменост - приступ омладинских радника корисницима
Поподне	СЛОБОДНО ПОПОДНЕ
Дан 6	
Преподне	Иновативне методе за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе – прилагођавање различитих метода контексту учесника и циљним групама
Поподне	Развијање комуникацијских вештина за ефикасну превенцију - Идентификовање ефикасних комуникацијских канала и алата за досезање до младих људи
Поподне	Рефлексија и евалуација дана
Дан 7	
Преподне	Медијска писменост и њена улога у спречавању негативног утицаја инфлуенсера са друштвених медија на младе
Преподне	Креирање мини медијских кампања – I
Поподне	Креирање мини медијских кампања – II
Поподне	Рефлексија и евалуација дана
Дан 8	
Преподне	Креирање мини медијских кампања – III
Поподне	Евалуација и завршетак курса
Вече	Журка „До поновног виђења“
Дан 9	
Преподне	Одлазак учесника





ПРЕПОРУКЕ ЗА КОРИШЋЕЊЕ ОВОГ КУРИКУЛУМА И ЗА ОРГАНИЗОВАЊЕ СЛИЧНИХ КУРСЕВА

Овај курикулум под називом „Оснаживање омладинских радника у креативној методологији за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе“ осмишљен је као иновативан материјал за омладинске раднике, тренере и едукаторе. Циљ му је да их опреми знањем, вештинама и методологијама/методама потребним за вођење младих људи у одговорном коришћењу и сналажењу на друштвеним мрежама. Курикулум пружа прилагодљив приступ разумевању утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе, подстичући и промовишући критичко размишљање и промовишући позитивно ангажовање у медијима. Његов садржај могу лако реализовати омладински радници и тренери/едукатори који директно раде са младима на локалном и европском нивоу, нудећи структурирани формат за седмодневни курс.

Овај ресурс служи као вредан алат за омладинске раднике, лидере, тренере и едукаторе који директно раде са младима на теме везаним за друштвене мреже и инфуенсере. Обухвата важне области попут медијске писмености, ефикасне комуникације и стратегије за спречавање негативног утицаја друштвених мрежа.

Приликом организовања курса заснованог на овом курикулуму, омладински радници треба да поседују основне вештине у медијској писмености и утицају друштвених медија, као што су:

- Разумевање кључних информација и концепата о инфлуенсерима на друштвеним медијима, укључујући кључне дефиниције, категорије инфлуенсера и њихов утицај на младе.
- Кључне вештине за идентификацију медијских манипулација и техника утицаја, као што је препознавање садржаја који може промовисати материјализам, поређење или недостижне стандарде.
- Знање о критичком размишљању и медијској писмености, укључујући способност вођења младих у преиспитивању и процени медијског садржаја.
- Технике комуникације и ангажовања, укључујући приступе за фацилитирање дискусија и подучавање медијске писмености на интерактиван начин.

Свака сесија у оквиру овог курикулума повезана је са специфичним компетенцијама које омогућавају тренерима да прате исходе учења учесника кроз структуриране активности. Поред тога, свака сесија укључује прилагођене препоруке како би се максимизирала ефикасност. Пажња посвећена специфичностима сесија обезбеђује подстицајно окружење за учење за омладинске раднике и учеснике, што је кључно за постизање образовних циљева курикулума.

Постоји неколико препорука које треба размотрити у различитим фазама организације курса, пре почетка, током реализације и након завршетка курса. У наставку су дате препоруке за сваку од наведених фаза.

Фаза 1: Пре курса

- Учесници би требало да добију информативни пакет који садржи кључне информације о курсу, логистици, улози учесника, условима за учешће и очекиваним доприносима током курса. Ако учесници имају било какве преференције за допринос одређеним сесијама, могу то навести у регистрационом формулару.





- Свака организација која шаље учеснике треба да организује састанке са учесницима пре њиховог путовања како би их упознала са циљевима курса, прешла преко припремних задатака и пружила увид у приступ неформалног образовања (НФО).
- Да би се неговало инклузивно окружење, учесници треба да буду спремни да раде у мултикултуралним групама, наглашавајући разноликост, толеранцију и културну осетљивост. Такође треба да буду информисани о локалном контексту и очекиваним културним нормама.
- Организација која шаље учеснике треба да осигура да су учесници информисани о припремним задацима. Учесници треба да се припреме за курс истраживањем улоге друштвених медија и инфлуенсера у својим заједницама, тренутним изазовима везаним за утицај инфлуенсера са друштвених медија и постојећим ресурсима или програмима за медијску писменост.
- Учесници треба да буду обавештени о интеркултуралној вечери, која је неформална сесија на којој свака група може да представи јединствене културне елементе из своје земље, као што су локална храна, видео снимци, чињенице или да припреми неки занимљив наступ. Требало би да се припреме за ову неформалну сесију као група.

Фаза 2: Током курса

- Курикулум је осмишљен да буде флексибилан и прилагодљив, тако да се може лако мултипликовати за друге омладинске раднике, лидере, тренере и едукаторе. Тренери би требало да се осећају слободно да прилагоде време и ток активности на основу знања и нивоа ангажовања учесника, уз истовремено осигуравање да садржај остане приступачан и релевантан.
- На крају сваке сесије представљене у овом курикулуму, дате су препоруке за друге омладинске раднике, тренере, лидере и едукаторе који могу размотрити организовање ових активности. Тренери би требало да прегледају ове препоруке и прилагоде их како би задовољили специфичне потребе учесника и циљеве учења.
- Дневне евалуације и рефлексije су кључне за повратне информације учесника и побољшање програма. Заказано време за рефлексiju на крају сваког радног дана даје учесницима простор да дају повратне информације о методама, групној динамици и сопственом учењу. Завршна евалуација, која је осмишљена различитим методама (писане, усмене и визуелне методе), мора се спровести на крају курса како би се прикупиле детаљније повратне информације о програму, тренерима и логистици.

Фаза 3: Након курса

- Одржавање контакта са учесницима након курса је суштински процес који додатно доприноси утицају курса. Препоручује се да организација домаћин, тренери и организације које шаљу учеснике понуде континуирану подршку учесницима, траже повратне информације и подстичу их да деле извештаје о активностима спроведеним након курса. Ово ће такође подржати континуирани раст учесника.





ДЕТАЉАН ОПИС СЕСИЈА КУРСА: „ОСНАЖИВАЊЕ ОМЛАДИНСКИХ РАДНИКА У КРЕАТИВНОЈ МЕТОДОЛОГИЈИ ЗА ПРЕВЕНЦИЈУ НЕГАТИВНОГ УТИЦАЈА ИНФЛУЕНСЕРА СА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА МЛАДЕ“

Увод и изградња групе

Назив сесије: Увод и изградња групе

Трајање: 180 минута

Позадина:

Прва сесија курса служи за упознавање са програмом, представљање пројекта и циљева, као и за постављање темеља за предстојећу недељу неговањем инклузивне и сарадничке атмосфере међу учесницима кроз различите активности. Омогућава свима да се информишу о пројекту и позадини других учесника, поделе своје циљеве и бриге и успоставе подстицајно окружење за учење. То се постиже кроз интерактивне активности, од којих учесници почињу да граде поверење, истражују заједничка очекивања и повезују се једни са другима, постављајући темеље отворености и тимског рада. Ове почетне активности су неопходне за ефикасну кохезију групе. Оне осигуравају да се учесници осећају пријатно учествујући у програму и активно доприносећи током целог курса.

Циљ сесије: Да се упознају учесници са пројектом, програмом курса и да им се омогући да се међусобно упознају, као и да разговарају о очекивањима и изградбе темељ поверења за ефикасан рад током курсс.

Специфични подциљеви сесије:

- Упознавање учесника са пројектом и програмом;
- Стварање простора за учеснике да се међусобно упознају и изградбе почетно поверење;
- Неговање групне кохезије и тимског рада кроз интерактивне активности које истичу важност комуникације и сарадње.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Грађанске компетенције;
- Писменост;
- Креативно размишљање;
- Тимски рад.

Методологија и методе:

- Теоријско излагање;
- Активност брзог упознавања;
- Активност на тему очекивања, страхова и доприноса;





- Немогућа мисија;
- Дискусија.

Ток сесије:

I. Увод у курс и добродошлица (20 минута)

Тренер званично отвара курс и поздравља учеснике. Даје сажети преглед пројекта и његових кључних циљева, настављајући даље са циљевима курса и кључним темама које ће бити обрађене. Затим се учесници укратко представљају, делећи своја имена, улоге и нешто што су узбуђени да науче током курса.

II. Брзо упознавање (30 минута)

Учесници се позивају да формирају два концентрична круга окренута један према другом. Тренер наглашава да ће током наредних 30 минута поставити неколико питања/тема о којима учесници могу разговарати са својим паром. Свако питање/тема треба да се дискутује око 3 минута. Након првог круга, тренер ће дати упутства унутрашњем или спољашњем кругу да се помере једно место удесно/лево како би могли да стигну до друге особе и тако формирају нови пар за дискусију о следећој теми/питању. Теме/питања која се користе за ову активност могу бити:

- Поделите неку занимљиву чињеницу о свом родном граду/земљи
- Који је ваш хоби?
- Причајте о свом послу из снова
- Ко су људи које сматрате породицом?
- Да ли постоји филм/ТВ серија коју сте гледали неколико пута? Ако да, који? Ако не, коју бисте размотрили?
- Где бисте волели да живите?
- Да ли имате кућног љубимца?
- Омиљена храна/пиће

III. Очекивања, страхови и доприноси (30 минута)

Тренер најављује да је следећа активност размишљање и дискусија о аспектима очекивања, страхова и доприноса курсу. Припремио је папире А3 формата са овим насловима, а затим сваком учеснику даје три папира различитих боја за писање „Очекивања“, „Страхова“ и „Доприноса“. Учесници имају 15-20 минута да запишу своја очекивања од курса, своје страхове или забринутости и на који начин желе/могу да допринесу курсу. Затим постављају картице на одређене папире А3 формата за сваку категорију. Када сви заврше са првим делом, фасилитатор наглас прегледа сваки одељак и сумира главне тачке и наводи све значајне недоумице.

IV. Немогућа мисија – активност за изградњу групе (100 минута)

Тренер дели учеснике у мале групе и објашњава следећу активност. Сваки тим има 80 минута да заврши што више „мисија“. Задаци су осмишљени тако да буду забавни, помало изазовни и да захтевају тимски рад и креативност. Затим, свакој групи даје списак мисија. Ове мисије могу бити повезане са проналажењем неких историјских чињеница о месту где се организује курс, учењем нечега на локалном језику, интеракцијом са локалном заједницом, групним фотографисањем у смешној пози, креирањем песме за курс и тако даље. Поред тога, тренер објашњава сва правила, укључујући границе кретања и материјале које могу да користе, и обавештава их да морају да заврше у временском року. Групе раде истовремено како би завршиле што више мисија у датом





року. Након што заврше задатке/мисије, враћају до тренера да провере завршетак задатака и представе доказе о завршетку (нпр. фотографије или перформансе).

Када све групе заврше „мисију“, тренер користи преосталих 20 минута да заврши групном рефлексијом, где учесници разговарају о стратегијама које су им помогле да функционишу као група, о евентуалним изазовима са којима су се суочили и о томе како су ефикасно комуницирали као тим.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкале, маркери, флипчарт и флипчарт папири, листа задатака за активност „Немогућа мисија“ за сваку групу, лаптоп, пројектор.

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Тренер треба да подстакне учеснике да отворено поделе своја очекивања, страхове и доприносе у пријатној атмосфери без осуђивања. Важно је од самог почетка поставити тон инклузивности и емпатије, јер ће то створити окружење у којем се сви осећају цењеним и укљученим током целог курса.
- За активност „Немогућа мисија“, тренер треба да нагласи да свака особа у групи треба да буде укључена у извршење задатака, јер је циљ активности управо изградња групе и ефикасна комуникација.





Реалност у земљи: Друштвене мреже и омладинска култура

Назив сесије: Реалност у земљи: Друштвене мреже и омладинска култура

Трајање: 180 минута

Позадина:

Ова сесија долази одмах након уводне сесије и осмишљена је као прва у оквиру дељења и размене информација о реалностима земаља у оквиру истражене теме. Сесија је осмишљена да истражи реалности земаља о томе како друштвене мреже обликују културу младих у различитим земљама. Платформе друштвених мрежа имају значајан утицај на понашање, идентитет и интеракције младих људи, али ефекти се значајно разликују у зависности од културног, регионалног и друштвеног контекста. Испитивањем и упоређивањем ових разлика, учесници стичу дубље разумевање јединствених изазова и могућности које друштвене мреже представљају за младе у свакој земљи. Презентације сваке националне групе, праћене разговором и дискусијом, пружају даљи увид у заједничке и јединствене аспекте утицаја друштвених мрежа на младе људе.

Циљ сесије: Стварање простора за дељење и размену информација о томе како друштвене мреже утичу на културу младих у различитим земљама.

Специфични подциљеви сесије:

- Истраживање реалности земаља у вези са трендовима друштвених мрежа и културном динамиком која обликује понашање и ангажовање младих на мрежи;
- Идентификовање сличности и разлика у утицају друштвених мрежа на младе у различитим земљама;
- Дискусија о заједничким изазовима и стратегијама које могу да се позабаве негативним утицајима друштвених мрежа на младе људе, информисаним јединственим контекстом сваке земље.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Истраживање;
- Грађанске компетенције;
- Писменост;
- Креативно размишљање;
- Тимски рад.

Методологија и методе:

- Рад у малим групама – Национални тимови;
- Презентације;
- Размена – Мешовити тимови;
- Дискусија.





Ток сесије:

I. Увод у сесију (15 минута)

Тренер укратко представља сесију и њен фокус, који је на истраживању тога како друштвене мреже обликују културу младих у различитим земљама. Наглашава да је ова сесија повезана са истраживачким припремним задатком који су требали да ураде пре доласка на курс.

II. Рад у малим групама – Национални тимови (60 минута)

За ову сесију се учесници деле у националне тимове. Тренер им даје задатак да раде заједно и комбинују прикупљене истраживачке податке о теми, како би дискутовали и анализирали улогу друштвених медија у обликовању омладинске културе у својим земљама. Свака група мора да одговори на следећа питања/задатке:

- Популарне платформе друштвених медија и трендови међу младима;
- Уобичајена понашања и утицаји на мрежи (нпр. трендови, изазови);
- Културни или регионални фактори који утичу на коришћење друштвених медија;
- Проблеми или изазови јединствени за њихову земљу, као што су безбедност на мрежи или дезинформације;

Имају 60 минута да заврше овај задатак и припреме се за презентацију свог рада.

III. Презентације (45 минута)

Свака група презентује своје налазе осталим учесницима. Презентације треба да трају између 5 и 7 минута. Након сваке презентације, тренер позива остале учеснике да постављају питања или дају коментаре која ће им помаћи да разумеју културни контекст који стоји иза стварности друштвених медија сваке земље.

IV. Размена – Истраживање сличности и разлика (60 минута)

Након презентација, тренер објављује да учесници треба да се регрупишу за рунде размене. Тренер објашњава да у овим групама мешовитих националности треба да разговарају о сличностима и разликама које се примећују у различитим земљама, као и да истраже како се заједнички трендови и изазови могу решити заједничким путем. За ову дискусију имају 40 минута. Тренер води дискусију питањима као што су:

- Које сличности примећујемо у ангажовању младих на друштвеним мрежама у различитим земљама?
- Који јединствени изазови или могућности су истакнути у различитим регионима?
- Како можемо применити ове увиде да бисмо развили ефикасне стратегије за спречавање негативних утицаја друштвених мрежа?

Након дискусије током рунди размене, тренер користи последњих 20 минута за кратку пленарну дискусију где учесници деле главне налазе из својих дискусија.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири, лаптопови (ако је потребно за неке групе), пројектор.

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Тренер треба да подсети учеснике да групном раду и дискусијама приступе отвореног ума, препознајући да се коришћење друштвених медија и њихов утицај на младе могу разликовати међу културама. Треба да их подстакне да постављају питања и истражују





разлике са radoзналошћу, помажући им да стекну свеобухватно разумевање јединствене динамике друштвених медија сваке земље.





Инфлуенсери на друштвеним мрежама - врсте, студије случаја

Назив сесије: Инфлуенсери на друштвеним мрежама - врсте, студије случаја

Трајање: 180 минута

Позадина:

Инфлуенсери на друштвеним мрежама играју велику улогу у обликовању трендова, понашања и вредности, посебно међу младом публиком. Ова сесија упознаје учеснике са концептом инфлуенсера на друштвеним мрежама, истражујући њихове карактеристике, различите врсте инфлуенсера, студије случаја и утицај на младе. Разумевање различитих врста инфлуенсера као што су мега, макро, микро или нано, омогућава омладинским радницима да препознају широк спектар утицаја и како он може утицати на одлуке, слику о себи и перспективе младих људи. Кроз активност мозгања, теоријски допринос и анализу студије случаја, учесници ће стећи критички поглед на улоге инфлуенсера и развити увид у то како се бавити њиховим утицајем у окружењу омладинског рада.

Циљ сесије: Да се повећа разумевање учесника о инфлуенсерима на друштвеним мрежама, њиховим врстама и утицају који имају на младе, као и да се оснаже да критички анализирају улоге и утицај инфлуенсера.

Специфични подциљеви сесије:

- Дискутовати о значењу инфлуенсера на друштвеним мрежама и њиховом утицају на младе људе;
- Разумети разлике између мега, макро, микро и нано инфлуенсера на друштвеним мрежама;
- Анализирати студије случаја инфлуенсера у различитим земљама и анализирати њихово ангажовање публике;
- Неговати критичко размишљање о инфлуенсерима на друштвеним мрежама, подстичући учеснике да размотре позитивне и негативне ефекте које инфлуенсери могу имати на вредности и понашање младих људи.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Истраживање;
- Дигиталне компетенције;
- Сарадња и комуникација;
- Грађанске компетенције;
- Писменост;
- Креативно и критичко размишљање.

Методологија и методе:

- Мозгање;
- Теоријско излагање;
- Рад у малим групама – Анализа студије случаја;





- Презентације и дискусија.

Ток сесије:

I. Мозгање: Шта су инфлуенсери на друштвеним мрежама? (20 минута)

Тренер позива учеснике да се укључе у активност мозгања. Објашњава да ће у овој активности истражити и разговарати о свом разумевању инфлуенсера са друштвених мрежа и шта дефинише њихову улогу. Тренер поставља следећа специфична питања за активност мозгања:

- Шта су инфлуенсери са друштвених мрежа?
- Које карактеристике имају?
- Зашто их људи прате?

Тренер пролази кроз ова питања једно по једно и записује кључне тачке за дискусију на флипчарт папиру.

II. Теоријско излагање: Врсте инфлуенсера на друштвеним мрежама (20 минута)

Сесија се наставља теоријским излагањем тренера о различитим врстама инфлуенсера са друштвених мрежа. Фокусира се на објашњавање категорија мега, макро, микро и нано инфлуенсера са главним циљем да учесници сазнају о јединственим карактеристикама и распону утицаја сваке наведене врсте.

III. Рад у малим групама: Анализа студија случаја о инфлуенсерима на друштвеним мрежама у нашим земљама (90 минута)

Учесници су сада позвани да се придруже својим националним групама за активност/задатак. Добијају упутства да у наредних 90 минута истраже/пронађу инфлуенсера на друштвеним мрежама у својој земљи и да раде на следећим задацима/питањима:

- Која је врста инфлуенсера она/он (нпр. мега, макро, микро или нано)?
- Које су кључне карактеристике овог инфлуенсера?
- Како се ангажује/интерагује са својом публиком?
- Какве позитивне или негативне утицаје може имати на своје пратиоце?

У оквиру датог времена од 90 минута такође треба да припреме презентације својих налаза.

IV. Презентације и дискусија (50 минута)

Тренер позива све учеснике да се придруже пленарном скупу ради презентација. Свака група представља своју студију случаја и налазе осталим учесницима користећи визуелне приказе, статистику или главне закључке ради бољег разумевања. Након сваке презентације, тренер води дискусију ради разјашњења питања осталих учесника.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири, лаптопови (ако је потребно за неке групе), пројектор, звучници.

Пропратни документи и додатна литература:

- 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/>

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:





- Важно је подсетити учеснике да приступе својој студији случаја отвореног и критичког ума, како би истражили и позитивне и негативне аспекте утицаја инфлуенсера. Тренер треба да подстакне отворени дијалог током дискусија како би се учесници осећали пријатно.





Психолошки и емоционални утицај инфлуенсера са друштвених мрежа на младе

Назив сесије: Психолошки и емоционални утицај инфлуенсера са друштвених мрежа на младе

Трајање: 180 минута

Позадина:

Често се доживљава да инфлуенсери обликују идеале везане за слику о себи, начин живота и успех и да су млади људи све више под утицајем на начине који утичу на њихово ментално здравље, самопоштовање и понашање. Ова сесија се бави значајним психолошким и емоционалним ефектима које инфлуенсери са друштвених мрежа имају на младу публику. Анализирајући ове ефекте, учесници ће имати прилику да стекну разумевање и знање о притисцима са којима се инфлуенсери суочавају и о томе како се они одражавају на животе њихових пратилаца. То ће се постићи кроз видео анализу, дискусије и групни рад. Циљ ове сесије је да припреми учеснике да препознају и решавају ове утицаје у свом раду са младима, неговајући критичнији и уравнотеженији приступ друштвеним мрежама.

Циљ сесије: Ојачати разумевање учесника о психолошком и емоционалном утицају који инфлуенсери са друштвених мрежа имају на младе и оспособити их да ефикасно решавају ове утицаје у свом раду са младима.

Специфични подциљеви сесије:

- Учење о утицају друштвених мрежа на младе;
- Дискусија о специфичним психолошким и емоционалним утицајима културе инфлуенсера на младе, укључујући ефекте на самопоштовање, слику о телу и ментално здравље;
- Дискусија о стратегијама за помоћ младима да се снађу у садржају инфлуенсера са критичке и уравнотежене перспективе, подржавајући позитивну слику о себи и здраво понашање.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Грађанске компетенције;
- Креативно размишљање;
- Тимски рад.

Методологија и методе:

- Гледање видеа;
- Дискусија;
- Рад у паровима;
- Рад у малим групама;
- Презентације и дискусија.





Ток сесије:

I. Гледање видеа: утицај друштвених медија на ментално здравље младих (35 минута)

Тренер је припремио видео пројекцију за ову сесију. Учесници гледају видео који истражује утицај друштвених медија на ментално здравље младих. Овај видео се приказује са главном намером да постави основу за даље истраживање инфлуенсера са друштвених медија и да направи разлику између самог садржаја друштвених медија и садржаја који презентују инфлуенсери. Видео траје око 32 минута. Линк до видеа је:

[The Impact of Social Media on Youth Mental Health: The Good, the Bad and the Ugly \(SCIP Talk 2018\)](#)

II. Дискусија о садржају видеа (25 минута)

Након пројекције видеа, учесници се позивају да учествују у дискусији коју води тренер, фокусирајући се на кључне тачке као што су:

- Које су кључне тачке обрађене у видеу?
- Шта сматрате релевантним или сличним ситуацији младих у вашим земљама?
- Како разумете утицај самих друштвених медија на ментално здравље младих?
- Шта је са садржајем који објављују инфлуенсери? По чему се он разликује од овога?

Дискусија траје око 25 минута.

III. Рад у паровима: Психолошки и емоционални утицај (30 минута)

Тренер позива учеснике да формирају парове за следећу активност. Добијају упутства да разговарају о специфичном психолошком и емоционалном утицају за који верују да инфлуенсери са друштвених мрежа имају на младе у њиховим локалним заједницама. Требало би да размотре аспекте као што су слика тела, самопоштовање, ментално здравље и тежње. Имају 30 минута за ову активност и сваки пар прави кратак списак главног утицаја који идентификују, као и да се припреме да поделе налазе са целом групом.

IV. Дељење налаза и увида (20 минута)

Сваки пар дели своје увиде са целом групом. Тренер подстиче учеснике да упореде и супротставе искуства у различитим локалним реалностима како би продубили своје разумевање о томе како културни, друштвени и економски контексти могу утицати на начин на који млади доживљавају и реагују на садржај инфлуенсера.

V. Рад у малим групама: Како конзумирање садржаја инфлуенсера утиче на понашање тинејџера? (30 минута)

Након дискусије, учесницима се налаже да се прегрупишу у мање групе од по четири, што значи да треба да споје два пара из претходне активности. У овој фази од њих се тражи да анализирају како праћење инфлуенсера директно утиче на понашање тинејџера. Тренер наглашава да свака група треба да има на уму да разговара о специфичним променама у понашању које могу настати из садржаја инфлуенсера, као што су трендови у моди, избори начина живота и куповне навике. Групе имају 30 минута да разговарају и запишу своје налазе, фокусирајући се и на позитивне и на негативне утицаје на понашање.

VI. Презентације и дискусија (40 минута)

Након рада у малим групама, тренер позива сваку групу да представи своје налазе у року од 3-5 минута. Подстиче учеснике да поставе питања након сваке презентације. Када се све презентације заврше, следи кратка дискусија. Током ове дискусије, учесници размишљају о стратегијама које





помажу младима да развију уравнотежену и критичку перспективу према инфлуенсерима са друштвених мрежа.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири.

Пропратни документи и додатна литература:

- 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=OA6qjw1mDOY>
- 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>

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- За ову сесију, тренер може да изабере било који видео за приказивање који је релевантан за актуелне трендове и истиче утицај друштвених медија или инфлуенсера са друштвених медија на ментално здравље младих.
- Током рада у паровима и малим групама, тренер треба да замоли учеснике да размотре конкретне примере из свог локалног контекста. Овај приступ им омогућава да идентификују јединствене начине на које култура инфлуенсера утиче на младе у њиховим заједницама, што олакшава развој стратегија које се баве овим специфичним утицајима.





Ризици и изазови које друштвене мреже (инфлуенсери) доносе младима

Назив сесије: Ризици и изазови које друштвене мреже (инфлуенсери) доносе младима

Трајање: 180 минута

Позадина:

Ова сесија је осмишљена да открије потенцијалне ризике и изазове које инфлуенсери са друштвених мрежа постављају младим људима. Ови потенцијални ризици и изазови укључују нереална очекивања, материјализам, понашање вођено поређењем и дезинформације. Иако је познато да инфлуенсери могу инспирисати и забавити људе, утицај који користе такође може довести до проблема који утичу на ментално здравље, самопоштовање и вредности међу младима. Идентификовањем и анализом ових изазова у овој сесији, учесници имају прилику да стекну уравнотежен поглед на ефекте културе инфлуенсера, припремајући их да воде младе у сналажењу на друштвеним мрежама са критичким, али отвореним начином размишљања. Сесија садржи групне дискусије, истраживање и изградњу стратегије, што учесницима пружа простор да науче приступе који помажу младима да се ангажују са садржајем инфлуенсера на начине који подстичу здраву самоперцепцију, радозналост и ангажовање заједнице.

Циљ сесије: Истражити и анализирати ризике и изазове које инфлуенсери са друштвених мрежа представљају младима и опремити учеснике стратегијама за решавање ових изазова, уз истовремено промовисање здравог ангажовања са садржајем инфлуенсера.

Специфични подциљеви сесије:

- Идентификовати и разговарати о кључним ризицима и изазовима повезаним са инфлуенсерима са друштвених мрежа, укључујући нереална очекивања, материјализам, понашање вођено поређењем и дезинформације;
- Истражити специфичне утицаје ових изазова на самоперцепцију, ментално здравље и вредности младих;
- Разговарати о стратегијама за минимизирање ових ризика, уз истовремено подстицање младих да се позитивно ангажују на друштвеним мрежама и препознавање потенцијала инфлуенсера да инспиришу радозналост, лични раст и укљученост у заједницу.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Грађанске компетенције;
- Критичко размишљање;
- Тимски рад.

Методологија и методе:

- Групна дискусија;
- Истраживање у малим групама;
- Презентације и дискусија.





Ток сесије:

I. Групна дискусија: Ризици и изазови инфлуенсера са друштвених мрежа (20 минута)

Сесија почиње групном дискусијом. Тренер позива учеснике да поделе своја почетна размишљања о ризицима и изазовима које инфлуенсери са друштвених мрежа могу изложити младима. Дискусија се фокусира на питања као што су нереални стандарди, конзумеризам и потенцијални утицаји на ментално здравље. Тренер записује кључне тачке на флипчарту како би створио основу за дубље истраживање.

II. Истраживање у малим групама о различитим ризицима и изазовима (70 минута)

Тренер најављује да ће овај део сесије обухватити мали истраживачки задатак. Учесници су подељени у четири мале групе. Свакој групи је додељен одређени ризик или изазов за истраживање и анализу. Истраживачки задатак за сваку групу је следећи:

- Група 1: Неостварива очекивања
- Група 2: Материјализам
- Група 3: Поређење и опасно понашање
- Група 4: Дезинформације

Свака група је задужена да истражи своју додељену тему, укључујући дискусију о примерима, утицају из стварног живота и факторима који појачавају ове изазове за младе. Генерално, све групе се подстичу да идентификују и негативне ефекте и потенцијалне позитивне намере које стоје иза садржаја инфлуенсера (нпр. мотивација наспрам нереалних стандарда).

III. Презентације (50 минута)

Када групе заврше свој рад, тренер их позива да се придруже пленарном скупу ради презентација. Свака група представља своје налазе у року од 5-10 минута. Представљају како њихов специфичан изазов утиче на младе и све значајне трендове које су идентификовали. Након сваке презентације, тренер отвара сесију питања и одговора где учесници могу поставити питања или пружити додатне увиде на основу својих искустава.

IV. Дискусија: Минимизирање изазова уз подстицање позитивног утицаја (40 минута)

Тренер завршава сесију групном дискусијом о стратегијама за минимизирање претходно поменутих изазова на друштвеним мрежама, истовремено препознајући потенцијал инфлуенсера да инспиришу лични раст, радозналост и заједницу. Кључна питања о којима се расправља у овом делу укључују следећа:

- Како омладински радници могу помоћи младима да се снађу у овим ризицима на друштвеним мрежама?
- На које начине се позитивне особине инфлуенсера могу искористити за промоцију здравог ангажовања?
- Како можемо подстаћи младе да критички процењују садржај, а да притом остану отворени за конструктивне утицаје?

Тренер бележи кључне резултате дискусије који произилазе из доприноса учесника.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири.

Пропратни документи и додатна литература:

- 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>

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Важно је да, када се разговара о ризицима и изазовима, тренер позове учеснике да поделе примере из стварног живота или сценарије релевантне за њихове заједнице. Ово чини ризике релевантнијим за локални контекст и помаже омладинским радницима да директно повежу садржај сесије са искуствима младих људи са којима раде.





Изазови и могућности за рад са младима у дигиталном добу

Назив сесије: Изазови и могућности за рад са младима у дигиталном добу

Трајање: 180 минута

Позадина:

Ова сесија се фокусира на изазове и могућности које дигитално доба представља за омладински рад. Како се технологија и дигитализација брзо развијају, омладински радници се суочавају и са практичним и етичким изазовима. Ови изазови су повезани са праћењем нових дигиталних алата и настављају се све до решавања питања приватности и менталног здравља. Међутим, ови изазови такође доносе могућности за иновације, развој вештина и дубље ангажовање са младима. Стога је важно проактивно размишљати о овој динамици како бисмо могли да истражимо како се нове технологије попут вештачке интелигенције могу позитивно користити. На овај начин, учесници ће имати прилику да стекну разумевање и разговарају о стратегијама за прилагођавање дигиталном окружењу на начине који побољшавају њихов рад са младима.

Циљ сесије: Истражити јединствене изазове и могућности које дигитално доба доноси омладинском раду, као и опремити учеснике стратегијама за претварање дигиталних изазова у могућности.

Специфични подциљеви сесије:

- Размислити о кључним изазовима у омладинском раду повезаним са дигиталном трансформацијом;
- Подстаћи критичко размишљање о импликацијама дигиталног доба како би учесници видели и ризике и користи у оквиру ових промена;
- Развити практичне стратегије за коришћење технолошког напретка, тиме претварајући изазове у могућности.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Дигиталне компетенције;
- Грађанске компетенције;
- Писменост;
- Креативно размишљање;
- Тимски рад.

Методологија и методе:

- Саморефлексија;
- Теоријско излагање;
- Рад у малим групама;
- Презентације;
- Дискусија.





Ток сесије:

I. Саморефлексија: Изазови у омладинском раду у дигиталном добу (15 минута)

Тренер отвара сесију кратком активношћу саморефлексије. Замоли учеснике да у наредних 10-15 минута размисле и запишу специфичне изазове са којима се суочавају у свом омладинском раду у дигиталном добу. Даље их упућује да ова рефлексија може да обухвати аспекте као што су приступ технологији, недостаци у дигиталним вештинама, брзе промене на друштвеним мрежама или забринутост у вези са приватношћу података.

II. Дељење увида (25 минута)

Након активности саморефлексије, учесници се позивају да поделе своје кључне увиде са рефлексије. Тренер води процес истичући заједничке теме, јединствене изазове и сва питања која се појављују у искуствима учесника. Овај део сесије траје 25 минута.

III. Теоријско излагање (20 минута)

Тренер користи наредних 20 минута за теоријско излагање о теми. Пружа увид у шире трендове и изазове у раду са младима у дигиталном добу. Излагање обухвата следеће:

- Брзи темпо технолошких промена;
- Развој дигиталних вештина потребних за рад са младима;
- Етичка разматрања;
- Утицај дигиталних медија на понашање и учење младих.

IV. Рад у малим групама (60 минута)

Учесници су подељени у четири мале групе за ову сесију. Њихов општи задатак је да истраже како се одређени изазови дигиталног доба могу трансформисати у могућности. Обрађена су два специфична питања која су подељена по групама на следећи начин:

- Група 1 и Група 2: Технолошка еволуција и захтеви за вештинама – Како се потреба за сталним технолошким прилагођавањем може претворити у прилику за раст и иновације у омладинском раду?
- Група 3 и Група 4: Утицај вештачке интелигенције (АИ) – Како се успон алата и платформи АИ може искористити као прилика за унапређење омладинског рада и ангажовање младих на смислене начине?

Свака група има задатак да разговара о својој додељеној теми и развије стратегије за решавање свог изазова, док циља на проналажење потенцијалних могућности. Имају 60 минута да заврше овај задатак и припреме се за презентацију након тога.

V. Презентације и дискусија (60 минута)

Свака група је позвана да представи своје налазе целој групи о специфичним стратегијама за претварање изазова дигиталног доба у прилике. Свака презентација траје око 10 минута, након чега следе питања и дискусија како би се створио простор за учеснике да надограде идеје сваке групе и размотре практичне примене у сопственом раду са младима.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири.

Пропратни документи и додатна литература:

- *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>*

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Препоручује се да тренер, током активности саморефлексије и дискусије, подстакне учеснике да поделе конкретне примере о томе како су они или други користили дигиталне алате или се бавили дигиталним изазовима у раду са младима. Практични примери обично чине дискусију релевантнијом и пружају инспирацију за то како се различите стратегије могу прилагодити њиховим специфичним контекстима.





Критичко размишљање и медијска писменост - приступ омладинских радника корисницима

Назив сесије: Критичко размишљање и медијска писменост - приступ омладинских радника корисницима

Трајање: 180 минута

Позадина:

Критичко размишљање и медијска писменост данас постају веома важни како би сви боље анализирали садржај и вести којима су изложени. Ова сесија је фокусирана на улогу коју критичко размишљање и медијске писмености имају у раду са младима. Њен фокус је посебно на истицању како омладински радници могу оснажити кориснике да се одговорно и аналитички сналазе у медијима. У ери брзог протока дигиталних информација, млади људи се често сусрећу са дезинформацијама, предрасудама и убедљивим медијима који могу обликовати њихова уверења и понашање. Развијањем вештина критичког размишљања и разумевањем медијске писмености, омладински радници могу водити кориснике у доношењу информисаних, уравнотежених одлука о садржају којем су изложени. Ова сесија омогућава учесницима да вежбају ове вештине и размотре њихову практичну примену у подржавању развоја младих кроз интерактивне вежбе и сценарије играња улога.

Циљ сесије: Ојачати разумевање и примену критичког мишљења и вештина медијске писмености код учесника, као и разумевање њихове улоге у пружању подршке корисницима у одговорном и аналитичком сналажењу у медијима.

Специфични подциљеви сесије:

- Упознавање са основним концептима критичког мишљења и медијске писмености релевантним за омладински рад;
- Подстицање омладинских радника да негују отворену дискусију о медијском садржају са корисницима;
- Развијање практичних вештина кроз вежбе засноване на сценаријима.

Цомпетенцес адрессед:

- Критичко мишљење;
- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Грађанске компетенције;
- Писменост;
- Креативно мишљење;
- Тимски рад.

Методологија и методе:

- Теоријско излагање;
- Вежба барометра;





- Скеч;
- Пробе, презентације и дискусије.

Ток сесије:

I. Теоријско излагање (20 минута)

Тренер отвара сесију кратким уводом о критичком мишљењу и медијској писмености. Представља концепте критичког мишљења и медијске писмености, а затим наставља са нагласком на њиховом значају у раду са младима. Остале теме које се овде обрађују укључују процену извора информација, идентификовање предрасуда и промовисање аналитичког приступа приликом рада са медијским садржајем. Овај увод служи као основа за вежбе које следе у наставку ове сесије.

II. Вежба барометра: Критичко мишљење и Медијска писменост (30 минута)

Тренер је припремио различите изјаве везане за критичко мишљење и медијску писменост. Даје учесницима информацију да док чита ове изјаве они треба да се померају у различите делове просторије како би показали да ли се слажу, не слажу или су неутрални у вези са сваком изјавом, стварајући „барометар“ мишљења. Десни угао просторије је када се највише слажу, док је леви када се највише не слажу. Када су дата сва упутства, тренер почиње да чита изјаве наглас. Користе се следеће изјаве:

- Омладински радници треба да подстакну кориснике да преиспитују сав медијски садржај који конзумирају
- Платформе друштвених медија су поуздани извори информација
- Бити медијски писмен значи знати како пронаћи истините информације
- Омладински радници треба да избегавају разговор о личним уверењима о медијском садржају са корисницима
- Вештине критичког мишљења су сада важније него што су биле у претходним генерацијама
- Свако има одговорност да провери информације које дели на друштвеним медијима
- Ангажовање са инфлуенсерима може побољшати медијску писменост младих људи
- Млади данас боље откривају дезинформације него старије генерације
- Медијска писменост је неопходна за одговорно сналажење у дигиталним просторима
- Важније је да се омладински радници фокусирају на изградњу вештина критичког мишљења него на подучавање специфичних техника медијске писмености

Након сваке изјаве, тренер позива учеснике да поделе своје образложење за слагање/неслагање, чиме се подстиче дискусија која истиче различите перспективе и продубљује разумевање ових концепата.

III. Скеч (70 минута)

Учесници су подељени у 4 мале групе. Тренер им даје упутства да у наредних 70 минута треба да креирају кратак скеч који приказује сценарио везан за критичко мишљење и медијску писменост. Конкретније, свака група развија причу у којој омладински радници помажу корисницима да се снађу у медијском садржају или га критички анализирају. Ових 70 минута треба да искористе и за припрему за пробе. Скеч не би требало да буде дужи од 5 минута.

IV. Пробе, презентације, дискусија (60 минута)

Када су сви припремили сценарио за свој скеч, окупљају се у просторији за рад како би укратко увежбали своје скичеве пре него што их представе целој групи. Пробе се одржавају једна за





другом. Затим, следи скеч сваке групе који треба да пренесе кључну поруку. Након сваког скеча следи кратка дискусија, где учесници анализирају сценарије и приказане приступе. Тренер започиње завршну дискусију подстичући учеснике да размисле о томе како се ови приступи могу практично применити у њиховом раду са младима и разговарајући о начинима за јачање медијске писмености и критичког размишљања међу младима.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папир, материјали који би могли бити корисни за скечеве.

Пропратни документи и додатна литература:

- 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/>

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Важно је да тренер подстакне учеснике да осмисле сценарије својих скечева о уобичајеним медијским изазовима са којима се млади суочавају, као што је суочавање са дезинформацијама на друштвеним мрежама или утицај инфлуенсера. Ово осигурава да су сценарији релевантни и практични и самим тим помаже учесницима да директно повежу садржај сесије са проблемима из стварног живота са којима се млади сусрећу.





Иновативне методе за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе – прилагођавање различитих метода контексту учесника и циљним групама

Назив сесије: Иновативне методе за превенцију негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе – прилагођавање различитих метода контексту учесника и циљним групама

Трајање: 180 минута

Позадина:

У омладинском раду, постојање и развој различитих иновативних метода и активности је веома важно. Иако постоје развијене различите иновативне методе и активности, кључно је проверити и прилагодити ове активности за ширу групу корисника и за обраду различитих тема. Ова сесија је осмишљена тако да омогући учесницима да истраже креативне приступе ублажавању негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе и фокусира се на иновативне методе као што су гејмификација, методологија собе за бег и дигитално приповедање. Ове иновативне методе пружају омладинским радницима алате који подстичу критичко размишљање, личну рефлексију и тимски рад. Прилагођавањем ових метода специфичним контекстима и потребама својих циљних група, омладински радници могу створити утицајне могућности учења које оснажују младе људе да се одговорно сналазе у утицају друштвених мрежа. Сесија се састоји од групног рада и практичних вежби које омогућавају учесницима да стекну практично искуство у прилагођавању ових метода свом јединственом окружењу омладинског рада.

Циљ сесије: Опремити учеснике вештинама и знањем у коришћењу креативних методологија као алата за спречавање негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа и пружити простор за прилагођавање ових метода потребама њихових циљних група.

Специфични подциљеви сесије:

- Упознати учеснике са иновативним методама за ангажовање младих у критичким дискусијама о утицају друштвених мрежа, као што су гејмификација, соба за бег и дигитално приповедање;
- Развити способност учесника да прилагоде ове методе различитим омладинским контекстима, узимајући у обзир факторе као што су старост, дигитална писменост и културно порекло;
- Подстаћи креативност и практичне вештине примене, као и омогућити учесницима да планирају и имплементирају ове методе у стварним окружењима омладинског рада.

Компетенције које обухвата сесија:

- Критичко мишљење;
- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Грађанске компетенције;
- Креативно мишљење;
- Тимски рад.





Методологија и методе:

- Рад у малим групама;
- Презентација;
- Дискусија.

Ток сесије:

I. Увод у сесију и задатке (10 минута)

Тренер представља фокус сесије који је на коришћењу иновативних метода као што су гејмификација, методологија собе за бег и дигитално приповедање као алата за спречавање негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе. Свака метода је детаљно објашњена учесницима који нису упознати са њом, као и да би се истакла њена релевантност и потенцијал у раду са младима.

II. Рад у малим групама: Истраживање иновативних метода (40 минута)

Учесници су подељени у три групе. Свакој групи је додељена једна метода коју треба детаљно истражити. Њихов задатак је да истраже како се ове методе могу користити за рад на друштвеним мрежама и промоцију критичког мишљења, као и у вези са утицајем друштвених мрежа на младе људе. Задатак за сваку групу је следећи:

- Група 1: Гејмификација – истражити како елементи игре могу ангажовати младе и промовисати критичко мишљење о садржају друштвених мрежа.
- Група 2: Методологија собе за бег – истражити како занимљиви сценарији могу подстаћи тимски рад и рефлексију о утицајима друштвених мрежа.
- Група 3: Дигитално приповедање – истражити и анализирати како наратив и лично изражавање могу помоћи младима да артикулишу и оспоре утицај друштвених мрежа.

Свака група има задатак да разговара о кључним карактеристикама, предностима и изазовима додељене методе, као и о потенцијалним применама у окружењу омладинског рада. Имају 40 минута да заврше први део свог рада, а затим да се окупе ради дељења својих налаза и увида.

III. Дељење налаза и увида (20 минута)

Свака група представља своју методу, фокусирајући се на размену увида и почетних идеја за њену примену. Ово омогућава свим учесницима да се упознају са сваком методом и поставља темеље за фазу адаптације. Процес траје 20 минута.

IV. Наставак рада у малим групама – Прилагођавање методе контексту и циљној групи учесника (60 минута)

Групама настављају да раде на својим додељеним методама. У овом делу треба да се фокусирају на то како да прилагоде ове приступе специфичним омладинским контекстима и циљним групама. У овом делу се подстичу да размотре факторе као што су године, интересовања, дигитална писменост и изазови у заједници, и да размисле о томе како да прилагоде сваку методу за максималан утицај. Свака група креира практичан план о томе како се њихова прилагођена метода може применити у стварном окружењу омладинског рада. За овај задатак имају 60 минута у које је укључена и припрема за завршну презентацију.

V. Презентације и дискусија (50 минута)

Групе се окупљају како би представиле своје прилагођене методе. Описују свој приступ, разматрања циљних група и кораке имплементације. Свака презентација траје отприлике 5-7





минута, након чега следе кратка питања и одговори. Током сесије питања и одговора, учесници се подстичу да разговарају о изводљивости и потенцијалним изазовима сваке адаптације.

Тренер завршава дискусијом о томе како ове иновативне методе могу бити моћни алати у решавању утицаја инфлуенсера са друштвених мрежама и подржавању отпорности младих на те утицаје.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири.

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Тренер треба да подсети учеснике да узму у обзир специфичне потребе, интересовања и порекло својих циљних група младих људи приликом прилагођавања сваке методе. Мали детаљи попут коришћења релевантног језика, сценарија или примера могу направити велику разлику у ефикасности активности.
- Тренер треба да посвети више времена групном раду на прилагођавању метода ако је то потребно. Ове методе су осмишљене да их користи и умножава већа група омладинских радника, стога су детаљна адаптација и темељна објашњења неопходни.





Развијање комуникацијских вештина за ефикасну превенцију - Идентификовање ефикасних комуникацијских канала и алата за досезање до младих људи

Назив сесије: Развијање комуникацијских вештина за ефикасну превенцију - Идентификовање ефикасних комуникацијских канала и алата за досезање до младих људи

Трајање: 180 минута

Позадина:

Ова сесија се фокусира на развој основних комуникацијских вештина које су важне за омладинске раднике како би њихов рад са младима био што ефикаснији. Разумевање како активно слушати, саосећати и пружити јасне повратне информације је кључно за успостављање поверења и отворености. Како омладински рад све више укључује дигиталну интеракцију, идентификовање најприкладнијих канала и алата за досезање до младе публике такође постаје кључно. Ова сесија користи различите методе као што су мозгање, дискусија и практичан групни рад како би учесници побољшали своју способност ефикасне комуникације и изабрали одговарајуће методе за повезивање са младима у различитим контекстима.

Циљ сесије: Опремити учеснике знањем о основним комуникацијским вештинама и стратегијама за ефикасно ангажовање младих и истражити различите комуникацијске канале како би се досегло до различитих омладинских група.

Специфични подциљеви сесије:

- Развити разумевање учесника о кључним комуникацијским вештинама, укључујући активно слушање, емпатију, изградњу односа и јасне повратне информације;
- Идентификовати ефикасне комуникацијске канале и алате који су погодни за повезивање са младима у различитим контекстима;
- Унапредити способност учесника да прилагоде комуникацијске приступе на основу специфичних потреба и преференција младих са којима раде.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Писменост;
- Грађанске компетенције;
- Креативно мишљење;
- Тимски рад.

Методологија и методе:

- Тихо мозгање;
- Дискусија;
- Теоријско излагање;
- Рад у малим групама;





- Презентација.

Ток сесије:

I. Тихо мозгање (30 минута)

Тренер је на под поставио неколико флипчарт папира са следећим написаним питањима:

- Које су најчешће комуникацијске баријере са којима се суочавамо када радимо са младима?
- Који су ефикасни начини за изградњу поверења када радимо са младима?
- Који су комуникацијски алати најкориснији за досезање до младих људи у нашем раду?

Од учесника тражи да у наредних 20-30 минута прошетају по простору са флипчарт папирима, промисле о питањима и запишу своје мисли, идеје или искуства и поставе папире на одговарајуће флипчарт папире. Тренер истиче да овај задатак треба да ураде појединачно и у тишини, без ометања других учесника.

II. Дискусија о добијеном садржају током тихог мозгања (20 минута)

Тренер окупља групу како би прегледали главне идеје и увиде из тихог мозгања. Ставља сваки папир на флипчарт и заједно, један по један, дискутују о доприносу за свако питање. Учесници разговарају о темама и деле додатне мисли, дајући свима прилику да размисле о колективном доприносу и да надограде идеје једни других. Ова дискусија траје 20 минута.

III. Теоријско излагање тренера: Ефикасна комуникација (30 минута)

Након тихе сесије мозгања, тренер држи кратко теоријско излагање које покрива основне комуникацијске вештине за рад са младима. Презентација обухвата следеће тачке:

- Активно слушање
- Саосећање са гледишта младих
- Изградња односа поверења
- Невербална комуникација и изградња рапорта
- Јасно пружање повратних информација и разумевање граница поверљивости

Свака тачка је детаљно објашњена, а у неким случајевима и са практичним примерима, као и са практичним саветима за имплементацију.

IV. Рад у малим групама: Идентификовање ефикасних комуникационих канала и алата (50 минута)

Тренер дели учеснике у 4 мале групе. Задатак сваке групе је да идентификује најефикасније комуникационе канале и алате за досезање до младих људи у њиховом окружењу. Свака група разматра факторе као што су приступачност, дигиталне навике, приватност и ниво ангажовања. Групама се топло препоручује да наведу препоручене канале и алате, као што су платформе друштвених медија, апликације за размену порука, састанци уживо и специфичне технике комуникације. За овај задатак имају 50 минута, а затим се припремају за презентацију.

V. Презентације и дискусија (50 минута)

Учесници се окупљају у соби за рад да би одржали своје кратке презентације. Свака група представља своје налазе и објашњава зашто је одабрала одређене канале и алате за комуникацију са младима. Презентације треба да трају 5 минута. Након сваке презентације, тренер води дискусију о томе како се ови алати могу користити за различите демографске групе





младих, како би се имао инклузиван и приступачан приступ комуникацији у различитим контекстима.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири.

Пропратни документи и додатна литература:

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

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Препоручује се да током уводне сесије о комуникацијским вештинама тренер подстакне учеснике да примењују ове технике (као што су активно слушање и невербална комуникација) у свом групном раду и будућим интеракцијама. Вежбање ових вештина у њиховом раду помаже у јачању њиховог значаја и ефикасности у изградњи поверења и везе са младима.





Медијска писменост и њена улога у спречавању негативног утицаја инфлуенсера са друштвених медија на младе

Назив сесије: Медијска писменост и њена улога у спречавању негативног утицаја инфлуенсера са друштвених медија на младе

Трајање: 90 минута

Позадина:

Млади људи су стално изложени онлајн садржају тако што су део различитих платформи друштвених медија и прате различите налоге који можда деле, али и не деле прави садржај. Ова сесија је фокусирана на значај медијске писмености за младе у дигиталном добу. Сесија је посебно осмишљена тако да покрије ублажавање негативног утицаја инфлуенсера са друштвених медија. Иако се говори о томе да инфлуенсери обликују трендове, мишљења и понашања, изложеност младих садржајима који могу утицати на њихово самопоштовање, вредности и доношење одлука је у порасту. Медијска писменост опрема младе вештинама потребним за анализу и критичку процену медијског садржаја, оснажујући их да доносе информисане изборе. У овој сесији, учесници ће истражити како се медијска писменост може интегрисати у омладински рад како би се подржало одговорно и информисано ангажовање на друштвеним медијима.

Циљ сесије: Ојачати разумевање учесника о медијској писмености као алату за спречавање негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе и разговарати о стратегијама за промоцију критичког ангажовања са дигиталним садржајем.

Специфични подциљеви сесије:

- Разговарати о важности медијске писмености у помагању младима да критички процене садржај на друштвеним мрежама;
- Идентификовати конкретне акције и стратегије које омладински радници могу користити у свом раду како би промовисали медијско писменост међу младима;
- Истражити практичне приступе за интеграцију медијске писмености у омладински рад, као и осигурати да су млади оснажени да доносе информисане одлуке о инфлуенсерима на друштвеним мрежама;
- Подстаћи заједничко размишљање и размену идеја.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Сарадња и комуникација;
- Писменост;
- Грађанске компетенције;
- Креативно мишљење;
- Тимски рад.

Методологија и методе:

- Мозгање;





- Рад у малим групама – акције за медијску писменост;
- Групна дискусија.

Ток сесије:

I. Мозгање: Медијска писменост и њена улога у спречавању негативног утицаја инфлуенсера са друштвених мрежа на младе (20 минута)

Тренер отвара сесију мозгањем. Тражи од учесника да поделе своја размишљања о медијској писмености и њеном значају у помагању младима да критички процене садржај инфлуенсера са друштвених мрежа. Учесници се позивају да допринесу својим идејама и знањем док тренер записује кључне тачке на флипчарт папиру.

II. Рад у малим групама: Предлагање акција за медијску писменост (30 минута)

Учесници су подељени у мале групе. Свака група има задатак да размотри конкретне кораке или стратегије за промоцију медијске писмености у раду са младима. Водећа питања за ову активност укључују следећа:

- Како можемо обучити младе људе да критички процењују медијске изворе?
- Које специфичне вештине могу помоћи младима да идентификују дезинформације инфлуенсера?
- Како се медијска писменост може интегрисати у свакодневне активности младих?

Од сваке групе се очекује да наведе своје практичне идеје, разматрајући и дигиталне и интерактивне приступе за јачање медијске писмености међу младима. За овај задатак имају 30 минута.

III. Размена идеја и дискусија (40 минута)

Све групе се придружују како би поделиле своје идеје. Тренер позива сваку групу да представи предложене акције и стратегије о којима се разговарало у њиховим групама. Затим, започиње дискусију, подстичући учеснике да процене изводљивост сваке идеје и предложи побољшања или адаптације. Сесија се завршава размишљањем о важности медијске писмености као алата за оснаживање младих да се одговорно крећу друштвеним медијима, посебно у вези са садржајем инфлуенсера.

Потребан материјал: А4 и А3 папир, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири.

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Препоручује се да, када се разговара о акцијама медијске писмености, тренер подстакне учеснике да размотре сценарије из стварног живота са којима се млади сусрећу на мрежи. Ово ће помоћи да стратегије буду релевантне и практичне, омогућавајући омладинским радницима да се позабаве ситуацијама са којима се млади људи вероватно могу суочити.





Креирање мини медијских кампања – I, II & III

Назив сесије: Креирање мини медијских кампања – I, II & III

Трајање: 90 + 180 + 180 минута

Позадина:

Током претходних сесија курса, учесници су имали прилику да се укључе у бројне активности које су их опремиле основним знањем, вештинама и перспективама о медијској писмености, критичком размишљању и утицају инфлуенсера са друштвених мрежа на младе. Ова сесија омогућава учесницима да примене своје знање у пракси креирањем мини-медијских кампања које одражавају знање стечено током курса и примену коришћених метода. Овај практични рад ће им омогућити да се позабаве стварним потребама у својим циљним заједницама, користећи креативне методологије и бирајући одговарајуће медијске канале како би ефикасно допрли до младих људи. Кроз сарадњу и повратне информације које ће тренери дати током дела сесије за проверу, учесници ће имати прилику да усаврше своје кампање како би биле релевантне, утицајне и усклађене са својим циљевима. Сесија се завршава групним презентацијама и повратним информацијама, где учесници добијају конструктивне повратне информације од тренера и других учесника како би се боље припремили за спровођење ових кампања у својим заједницама.

Циљ сесије: Створити простор за учеснике да дизајнирају и имплементирају утицајне мини-медијске кампање које одражавају вештине и увиде стечене током курса.

Специфични подциљеви сесије:

- Применити кључне исходе учења са курса у креирању медијских кампања, претварајући знање у практичне и креативне резултате;
- Развити вештине у заједничком планирању и извршењу медијских кампања, укључујући развој порука, идентификацију циљне публике и избор платформе;
- Унапредити способност учесника да ефикасно комуницирају поруке критичког размишљања и медијске писмености, са фокусом на формате прилагођене младима и који активно укључују младе.
- Створити простор за презентовање развијених кампања и добијање конструктивних повратних информација за даља побољшања;
- Даље промовисати и подстаћи тимски рад и комуникацију међу учесницима.

Компетенције које обухвата сесија:

- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Аналитичке вештине;
- Истраживачке компетенције;
- Дигиталне компетенције;
- Сарадња и комуникација;
- Писменост;
- Грађанске компетенције;
- Креативно мишљење;
- Тимски рад.





Методологија и методе:

- Рад у малим групама – национални тимови;
- Презентације;
- Повратне информације и препоруке.

Ток сесије:

I. Увод у задатак и почетни групни рад и планирање (90 минута)

Тренер отвара сесију наглашавајући важност активности планираних у овом делу курса. Наглашава да је сада време када учесници имају прилику да своје знање преточе у практичне акције осмишљавањем медијских кампања које ће се користити у њиховој локалној заједници. Учесници се позивају да се придруже својим националним групама, а свакој групи је додељен задатак да креира мини-медијску кампању. Тренер их даље упућује да кампање треба да буду засноване на кључним исходима учења са курса, као што су медијска писменост, позитивно ангажовање на друштвеним мрежама и критичко размишљање. Групе почињу свој рад на идејама кампање, укључујући циљну публику, кључне поруке и потенцијалне медијске платформе (нпр. објаве на друштвеним мрежама, постери, кратки видео снимци). Такође дефинишу почетне улоге унутар тима и праве потенцијални временски оквир за креирање материјала за кампању. Овај почетни рад траје 90 минута, након чега следи сесија провере.

II. Провера (40 минута)

Након првог дела групног рада, све групе се окупљају на сесији за проверу како би поделиле свој напредак, идеје и све изазове са којима су се до сада суочиле. Тренер даје повратне информације, одговара на питања и пружа смернице како би помогао у усавршавању концепта и циљева кампање сваке групе.

III. Наставак групног рада: Интензиван рад на развоју кампање (210 минута)

Све групе настављају да раде на својим кампањама фокусирајући се на детаљно креирање садржаја. У зависности од свог концепта и идеје, фокусирају се на следеће аспекте као што су дизајнирање визуелних елемената или постера за друштвене мреже, писање сценарија и снимање кратких видео записа, развој занимљивих натписа или текстуалног садржаја и тако даље. Тренери повремено проверавају сваку групу како би пружили даља упутства и смернице, повратне информације и охрабрење, помажући тако групама да остану на правом путу ка својим циљевима. Групе користе ово време и за припрему својих презентација.

IV. Презентације (60 минута)

Све групе се окупљају ради презентација. Свака група представља своју мини-медијску кампању целој групи објашњавајући своју циљну публику, циљеве, стратегију слања порука, избор медија, материјале кампање и описујући процес, изазове са којима се суочавају и коришћене стратегије. Презентације за сваку групу треба да буду одржане у року од 10 минута, остављајући простора другим учесницима да поставе питања.

V. Повратне информације и препоруке тренера (50 минута)

Након презентација, тренери дају конструктивне повратне информације о свакој кампањи. Такође се фокусирају на ефикасност, креативност и потенцијални утицај. Поред тога, дају се препоруке о томе како ојачати сваку кампању, прилагодити је за практичну примену и побољшати будуће пројекте.





Потребни материјали: А4 и А3 папир, оловке, пенкала, маркери, флипчарт и флипчарт папири, лаптопс (уколико учесници немају своје), пројектор, звучници.

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- За ову сесију, важно је напоменути учесницима да полазна тачка треба да буде темељна анализа потреба и постављање јасних циљева за медијску кампању, уместо да се директно прелази на креативне елементе. Веома често је примамљиво почети са привлачним концептом или дизајном без потпуног разумевања сврхе која стоји иза њега. Стога, фокусирајући се прво на дефинисање циљева и разумевање специфичних потреба циљне публике, учесници могу развити релевантније, утицајније и усклађеније кампање са жељеним резултатима.





Евалуација и завршетак курса

Назив сесије: Евалуација и завршетак курса

Трајање: 60 минута

Позадина:

Ова сесија пружа учесницима прилику да размисле о свом путу учења, процене своје искуство и дају повратне информације о програму курса. Важна је сесија и за учеснике и за тренере да процене ефикасност сесија, укупну структуру програма, организацију и логистичке аранжмане. Коришћењем комбинације визуелних, писаних и усмених метода евалуације, ова сесија подстиче учеснике да деле конструктивне повратне информације и препознају колективне доприносе који су обогатили искуство на курсу. Повратне информације и евалуација прикупљене током ове сесије помоћи ће тренерима и организаторима да побољшају програме будућих курсева.

Циљ сесије: Створити простор за учеснике да размисле о својим искуствима, процене ефикасност програма и дају повратне информације о структури, логистици и општем окружењу за учење на курсу.

Специфични подциљеви сесије:

- Користити визуелне методе за прикупљање повратних информација учесника о различитим елементима курса;
- Користити (онлајн) писани образац за евалуацију како би учесници поделили детаљне увиде о организацији и садржају програма;
- Створити простор за размишљање о исходима учења и утицају курса;
- Олакшати завршну дискусију, омогућавајући учесницима да поделе личне запажања и завршне рефлексије.

Компетенције које обухвата сесија:

- Вишејезичне компетенције;
- Тимски рад;
- Дигиталне компетенције;
- Личне, друштвене и компетенције учења;
- Компетенције предузетништва;
- Писменост;
- Грађанске компетенције;
- Културолошка освешћеност и компетенције изражавања.

Методологија и методе:

- Визуелна евалуација – модел пице;
- Писана евалуација;
- Вербална евалуација.

Ток сесије:

- I. **Визуелна евалуација: модел пице (15 минута)**





Тренери отварају сесију помињањем важности евалуације и најављивањем да је ова сесија последња за овај курс. Они припремају велики флипчарт који приказује дијаграм пице, где сваки део представља аспект курса, као што су групна динамика, методе учења, подршка тренера, материјали, место одржавања и општа атмосфера. Учесници се позивају да означе своје евалуације на визуелном приказу пице. Добијају инструкције да позиције/ознаке ближе центру означавају вишу оцену, док позиције/ознаке ближе кори пице означавају нижу оцену. Активност пружа визуелни преглед повратних информација и траје 10 минута. Након што учесници заврше своје евалуације, тренер прегледа визуелне приказе пице и сумира повратне информације. Затим, бележи све јаке тачке за побољшање за будуће курсеве .

II. Писана евалуација - Онлајн (20 минута)

Учесници се обавештавају да ће следећи образац за евалуацију бити у писаној форми. Добијају линк ка онлајн обрасцу за евалуацију. Овај образац покрива детаљне аспекте курса, као што су методе рада, учинке тренера, логистика и општи организациони елементи. За ову евалуацију, учесници се позивају да користе личне уређаје (телефоне, таблете, лаптопове) да би попунили образац, док тренер најављује да су доступне и штампане копије за оне који преферирају папирну верзију. Пушта се музика у позадини како би се створила опуштена и рефлексивна атмосфера.

III. Усмена повратна информација и завршетак курса (25 минута)

Учесници се позивају да поделе своје опште рефлексије у вези са сопственим учењем, енергијом групе, учинком тренера, сопственим доприносом курсу и да дају завршне мисли у рунди усмене евалуације. Тренер позива све да изразе своје опште утиске и прославе свој допринос курсу. Тренери и организациони тим затварају сесију захваљујући учесницима, резимирајући кључна достигнућа током програма и званично завршавајући курс. Сесија се завршава групном фотографијом у знак сећања на заједничко искуство.

Потребни материјали: А4 и А3 папири, оловке, пенкала, маркери, флипчарт папир са нацртаном пицом за визуелну евалуацију, линк ка упитнику за онлајн евалуацију (по потреби и одштампани упитници), лаптоп, пројектор, звучници.

Препоруке за тренере који ће реализовати ову сесију:

- Важно је да тренер унапред припреми образац за евалуацију и тестира га како би избегао потенцијалне техничке проблеме. Такође би могао да задржи неколико штампаних примерака доступних за оне који преферирају писани формат.
- Важно је обезбедити стабилну интернет везу за онлајн образац за писану евалуацију. Тренер такође може у међувремену да пусти неку тиху музику у позадини, како би се створила опуштена атмосфера која доприноси њиховој рефлексији.



ИЗДАВАЧ:



Outreach Hannover



**Sufinansira
Evropska Unija**

Финансирано средствима Европске Уније. Изнесени ставови и мишљења су ставови и мишљења аутора и не мора да се подударају са ставовима и мишљењима Европске Уније или Европске извршне агенције за образовање и културу (ЕАЦЕА). Ни Европска Унија ни ЕАЦЕА не могу да се сматрају одговорнима за њих.