



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



EDUSTORYTELLING

EDUSTORYTELLING



Manuale educativo

**Pubblicato nel 2022 da Comparative Research Network e.V.,
Berlin**

Un libretto edito nel quadro della Partnership Erasmus+ Edustorytelling.

Da Martin Barthel & Zélie Cam (editori)

Autori & Collaboratori:

Petra Tomljanović, Zélie Cam, Martin Barthel, Katarzyna Kowalska, Katarzyna Łuczak, Silvia Casotto, Martina Verza, Dario Dessanai, Pedro Muñoz, Rocio Rosa, Dayana Armenteros, Clara Rallo, Andrea Sebastianelli, Maria Grazia Pirina, Robert Solinas.

Istituzioni partner:

MV International, Sassari, Italy (co-ordinator)
Comparative Research Network, Berlin,
Germany

FUNDACJA AUTOKREACJA (Poland) VISOKA
POSLOVNA SKOLA PAR (Croatia) EDUFORMA SRL
(Italy)

AJ Intercambia (Spain)

Contatto:

Comparative Research Network e.V.

www.crnonline.de

central@comparative-research.net

Belziger Str. 60

10823 Berlin, Germany

ISBN 978-3-946832-29-4 (ebook)

Ultimo update: 23 Aprile 2022

Il libretto è pubblicato nel quadro della Erasmus+ Strategic Partnership Edustorytelling. 2019-1-IT02-KA204-062493

Disclaimer

Erasmus Plus è finanziato dall'Unione Europea. Il supporto della Commissione Europea nella produzione di questa pubblicazione non costituisce un endorsement dei contenuti, che riflettono solo i punti di vista degli autori, quindi la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni qui contenute.

I link esterni all'interno dell'e-book sono stati forniti per praticità a soli scopi informativi; essi non costituiscono un endorsement nè un'approvazione da parte dei partner del progetto dei prodotti, servizi o opinioni delle aziende, organizzazioni o individui.

Il project team non si assume alcuna responsabilità per quanto riguarda l'accuratezza, legalità o il contenuto dei siti esterni o dei link successivi.

Si contattino i siti esterni per chiarimenti riguardo i contenuti trovati in essi.

Le immagini contenute in questo libretto sono di proprietà dei rispettivi fotografi e creators. **LE IMMAGINI NON POSSONO ESSERE RIPRODOTTE SENZA IL PERMESSO DEL FOTOGRAFO O CREATOR.** Si prega di contattare il fotografo o creator se si desidera ottenere una riproduzione di un'immagine o se si desidera ottenere il permesso di riprodurre un'immagine su un altro sito web. Per ulteriori informazioni riguardante i creator si contatti il project coordinator attraverso l'indirizzo sopracitato.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Open Educational Resources

MODULO 1

Capire i fabbisogni

Interviste di empatizzazione

L'intervista di empatizzazione è un approccio progettato per indagare il più possibile l'esperienza di una persona come "utente" di uno spazio, un processo, un obiettivo o un ambiente. Questo approccio aiuta a comprendere le scelte che le persone fanno e le ragioni sottostanti. "Entrando" nei pensieri, sentimenti e motivazioni di un'altra persona, l'intervistatore può comprendere le scelte che questa persona fa, i suoi tratti comportamentali e può identificare i suoi bisogni. Tutto ciò aiuta, in un secondo successivo step, ad innovare e a creare prodotti e servizi che si adattino al meglio alla persona. L'intervista di empatizzazione è quindi il primo elemento del metodo del *design thinking*.

Attraverso le tecniche di ricerca etnografica come le Interviste approfondite (IDI) o attraverso lo storytelling possiamo apprendere come si sentono i differenti target group/clienti relativamente ad un problema che stiamo cercando di risolvere e possiamo capire come loro stessi lo risolverebbero, se potessero.

Gli elementi principali delle Interviste di empatizzazione sono i seguenti:

- Si fanno domande aperte, invece di domande che prevedono solo sì/no come risposte;
- Si evita di fare domande tendenziose, per esempio: pensi che sia importante installare un allarme?
- Si deve preparare l'intervista, ma bisogna essere pronti anche all'evenienza che la conversazione possa "cambiare rotta";
- Si devono superare le proprie assunzioni chiedendo direttamente all'intervistato;
- Ci si assicura di annotare precisamente e testualmente ciò che la persona intervistata dice, non quello che si pensa che lei possa intendere.
- Ci si assicura di osservare i comportamenti, il tono, le pause e le interazioni della persona col contesto esterno e vedere cosa si può imparare da tutto ciò. Se la persona intervistata acconsente, si possono anche fare fotografie.

L'intervista di empatizzazione è uno strumento basato sullo storytelling perchè:

- Aiuta ad ascoltare le esperienze reali delle persone
- Le domande aperte permettono alle persone di raccontare le loro attività ed esperienze nel concreto, ma anche i loro pensieri e sentimenti (sfera conscia ed inconscia della realtà)

Per comprendere le necessità delle persone, si deve andare oltre le semplici parole e comprendere le reali sfide.

Obiettivi

Insegnare ai partecipanti gli elementi principali e i principi dell' intervista di empatizzazione:

- Contesto: il ruolo di questo approccio all'interno del metodo del *design thinking* e non solo; l'approccio dello storytelling; i principali elementi e principi.
- Metodo: in una sessione di apprendimento pratico si insegna alle persone a progettare le interviste di empatizzazione in contesti on- e off-line.
- Empathy Map: in conclusione il corso fornisce anche questo tool per l'analisi delle interviste di empatizzazione.

Preparazione del trainer

- Creazione di una presentazione PPT, con buoni esempi di intervista di empatizzazione;
- Identificazione di un buon argomento/sfida per simulare le interviste di empatizzazione durante il corso pratico del training;
- Disponibilità di post-it e altri materiali;
- Creazione di una grande board per la Mappa di empatia da usare nella sessione comune;
- Preparazione di una board online, per esempio MIRO, se il training si svolge online.

Preparazione dei partecipanti

- Pensare ai bisogni dei propri gruppi target
- Portare uno smartphone o tablet

Approccio educativo

Il corso è interattivo e basato sulla co-creazione. Si alternano sessioni plenarie e lavori di gruppo. L'uso di tools digitali (smartphone o tablet) per la registrazione delle interviste e per prendere appunti è parte integrante del training. In modalità online, il lavoro di co-creazione è realizzato con l'aiuto di una comune digital board (per esempio MIRO).

Gruppo Target

Trainers, community leaders, cittadini, richiesta alfabetizzazione digitale di base, specialmente nel caso in cui il training si svolga in modalità online.

Learning Check/ Valutazione

L'ultima sessione del training contiene la valutazione: i partecipanti discuteranno dei principali outcome del corso e degli insegnamenti che porteranno con sé nella loro vita professionale e personale.

Riferimenti

<https://webdesign.tutsplus.com/articles/techniques-of-empathy-interviews-in-design-thinking--cms-31219>

<https://medium.com/@StaceyDyer/design-thinking-what-is-an-empathy-interview-25f71bd496d7>

ICEBREAKING: QUESTIONI DI CONTESTO

OBIETTIVI

I bisogni del nostro target group dipendono altamente dal contesto in cui si trovano: il loro ambiente socio-culturale, il loro linguaggio, i loro eventuali traumi, i loro obiettivi e fini etc.

La prima sessione di *icebreaking* serve quindi a presentare ai partecipanti alcune pratiche che li aiutino a riconoscere quanto conta il contesto. Questa attività dovrà essere divertente, stimolante e sorprendente.

PROCEDURA

Il trainer mostra una o più foto con un messaggio nascosto che provi l'importanza del contesto, per esempio: foto di eventi che possono essere spiegati in modi diversi o foto di oggetti inutili. Il trainer non deve fornire ulteriori spiegazioni e i partecipanti sono invitati a scrivere sui post-it (se online: usando la board MIRO) i loro pensieri riguardo le fotografie.

Alla fine i partecipanti spiegheranno i propri commenti e gli insegnamenti comuni verranno discussi con l'aiuto del trainer.

STRUMENTI

Utilizzo di foto da qualsiasi open-source (per esempio: Freepik) oppure foto proprie.

DURATA

15-20 minuti

LEARN CHECK

I partecipanti sono invitati a dare le loro opinioni e commenti alla fine della sessione.

OUTCOME

Una comune comprensione delle nozioni di "bisogno" e "contesto".

RIFERIMENTI

N/A

**INTERVISTE DI EMPATIZZAZIONE
SESSIONE**

**COMPRENSIONE
DEL TOPIC**

OBIETTIVI

Presentare ai partecipanti il concetto e gli elementi principali delle Empathy Interview.

PROCEDURA

Sessione plenaria, presentazione del trainer e discussione in plenaria.

STRUMENTI

Una presentazione
PPT preparata dal
trainer

DURATA

30-40 minuti

LEARN CHECK

Domande/Risposte

OUTCOME

I partecipanti impareranno la metodologia e gli step successivi del training.

RIFERIMENTI

N/A



INTERVISTE DI EMPATIZZAZIONE: CREAZIONE - PARTE 1

OBIETTIVI

Apprendimento di come mettere in pratica la creazione di Interviste di empatizzazione. Pratica simulazione delle Interviste di empatizzazione in piccoli gruppi, basate su un topic identificato in precedenza dal trainer in collaborazione con gli studenti.

PROCEDURA

Step 1: (15-20 min) in sessione plenaria i partecipanti riceveranno dispense e istruzioni basandosi sulla proposta del trainer, prenderanno una decisione comune sul topic principale della simulazione dell'analisi dei bisogni (per esempio: i bisogni delle persone di un quartiere relativamente ad una riforma del sistema di parcheggio etc.)

Vengono creati gruppi di minimo 3 e massimo 5 persone.
Si vedano gli step successivi nella pagina seguente.

STRUMENTI

Conoscenza dei partecipanti relativamente ai bisogni e ai contesti dei propri target group.

Dispensa: template per l' "Analisi dei Bisogni" sugli step principali delle Interviste di empatizzazione.

DURATA

80-100 minuti

LEARN CHECK

Domande/Risposte

OUTCOME

Aver realizzato almeno 3 interviste e aver preso appunti.

I partecipanti hanno compreso il processo di creazione dell'intervista di empatizzazione.

RIFERIMENTI

N/A

OBIETTIVI

Apprendimento di come mettere in pratica la creazione di Interviste di empatizzazione. Pratica simulazione delle Empathy Interview in piccoli gruppi, basate su un topic identificato in precedenza dal trainer in collaborazione con gli studenti.

PROCEDURA

Step 1 (60min): i partecipanti decidono all'interno dei gruppi la/le domanda/e principale/i per l'intervista.

Si prepareranno almeno 2-3 interviste con scambi di ruolo: un partecipante fa da intervistato, un altro (o 2) è (o sono) l'intervistatore (o intervistatori), e un altro (o 2) prenderà (o prenderanno) appunti.

Un'intervista sarà lunga circa 3-5 minuti. Le interviste verranno registrate (audio o video) (in caso di training online verranno registrate attraverso la piattaforma).

Step 2: alla fine, i partecipanti discuteranno per un breve tempo relativamente ai propri rilevamenti e conclusioni, in base agli appunti presi.

STRUMENTI

Conoscenza dei partecipanti relativamente ai bisogni e ai contesti dei propri gruppi target.

Dispensa: template per il "Analisi dei bisogni" sugli step principali delle Interviste di empatizzazione.

DURATA

80-100 minuti

LEARN CHECK

Domande/Risposte

OUTCOME

Aver realizzato almeno 3 interviste e aver preso appunti.

I partecipanti hanno compreso il processo di creazione dell'Intervista di empatizzazione.

RIFERIMENTI

N/A

OBIETTIVI

Analisi e mappatura dei bisogni, sulla base dei risultati delle Interviste di empatizzazione, con l'aiuto del tool della *Mappa dell'empatia*.

PROCEDURA

Step 1 (10min): spiegazione da parte del trainer del processo di "mappatura dell'empatia".

Step 2 (20min): i partecipanti tornano nei rispettivi gruppi e riempiono la Mappa dell'empatia con dei post-it.

Step 3 (10-15min): discussione in plenaria relativamente ai risultati della Mappa dell'empatia.

STRUMENTI

Dispensa: la Mappa dell'empatia – su un foglio grande o su una digital board (MIRO).
Un esempio per completare la Mappa dell'empatia.

DURATA

40-50 minuti

LEARN CHECK

Durante la discussione in plenaria i partecipanti danno un loro feedback sull'utilizzo del tool.

OUTCOME

I partecipanti imparano ad analizzare le Interviste sull'empatizzazione e come usare il tool della Mappa dell'empatia.

I risultati delle interviste vengono inseriti nella mappa dell'empatia.

RIFERIMENTI

<https://www.uxbooth.com/articles/empathy-mapping-a-guide-to-getting-inside-a-users-head/>

OBIETTIVI

L'ultima sessione sarà dedicata alla valutazione del metodo delle Interviste sull'empatizzazione e dei risultati di apprendimento del corso.

“Questo metodo è utile per la vita professionale – ed eventualmente quella personale – dei partecipanti?”

“I partecipanti hanno idea di come potrebbero utilizzare questo metodo?”

PROCEDURA

La valutazione sarà fatta in una sessione plenaria.

Step 1 (10 min): i partecipanti applicano i post-it su una lavagna a fogli mobili o lavagna digitale individualmente

Step 2 (10-20 min): discussione in plenaria

STRUMENTI

Lavagna a fogli mobili/lavagna digitale preparata dal trainer con 2-3 domande, per esempio: “Come puoi utilizzare le interviste sull'empatizzazione all'interno della tua comunità?”

“Come userai le interviste sull'empatizzazione nella tua vita professionale?”

“Hai già qualche idea concreta di utilizzo della Mappa dell'empatia?”

“Lo strumento della Mappa dell'empatia contribuisce come valore aggiunto alle tue pratiche di Analisi dei bisogni?” ecc.

DURATA

20-30 minuti

LEARN CHECK

La sessione è essa stessa una valutazione.

OUTCOME

I post-it e la discussione permetteranno ai partecipanti di pianificare l'utilizzo futuro degli strumenti della Intervista di empatizzazione e della Mappa dell'empatia all'interno delle loro comunità o della loro vita professionale; questo li incoraggerà anche a dare dei feedback ai trainer riguardo al training e contribuirà alla valutazione.

RIFERIMENTI

N/A

MODULO 2

Tecniche di Storytelling

Sketch Notes

La metodologia delle Sketchnotes aiuta a realizzare contenuti visivi, combinando testi e immagini.

Aiuta a memorizzare, riassumere ed ottenere una miglior comprensione di un certo topic. L'uso delle Sketchnotes permette di godere dei vantaggi di mettere insieme testi e semplici schizzi per memorizzare velocemente, realizzare riassunti grafici, chiarire concetti e spiegare ed esporre progetti.

Questa metodologia permette di sottolineare la struttura e i collegamenti di una narrazione attraverso il linguaggio visivo.

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Imparare a riassumere attraverso il linguaggio visivo.
- Acquisire maggior sicurezza di se stessi attraverso il linguaggio visivo.
- Imparare a progettare e gestire le skill di comunicazione attraverso le Sketchnotes, coerentemente con la comunicazione personale e gli obiettivi di management.

Preparazione Trainer

Il trainer dovrebbe preparare i seguenti materiali:

- Lavagna
- Fogli
- Penne
- Penne colorate

Approccio educativo

Tutti i partecipanti dovrebbero avere un livello minimo di speaking e listening nella lingua usata durante l'attività. Il trainer dovrebbe fornire tutti i tools e i materiali per i partecipanti.

Gruppo Target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Il formatore, prima di iniziare l'incontro, valuterà la conoscenza dei partecipanti attraverso dei test. Alla fine dell'incontro, lo stesso test verrà riproposto, per verificare la conoscenza teorica appresa.

I disegni saranno valutati in ordine cronologico, per comprendere come siano cambiati nel corso dell'attività.

PROCEDURA

Attraverso la tecnica delle Sketchnotes, i partecipanti racconteranno una storia arricchita di elementi suggeriti dal gruppo.

Lavoro individuale:

Una persona sceglie un oggetto che la rappresenti, lo disegna in una forma stilizzata. Poi disegna se stesso, l'oggetto e una sua interazione con esso.

Durante il processo, ognuno deve descrivere cosa fa e poi deve esporlo attraverso l'uso di disegni.

Group sharing:

Le altre persone partecipano all'attività mettendo in campo l'elemento AMBIENTE/CONTESTO per fornire ulteriore ispirazione per lo sviluppo della narrativa e la contestualizzazione della storia.

Ogni narratore deve seguire le indicazioni apportate dal gruppo, riuscendo ad inserirle all'interno della propria storia.

STRUMENTI

-
- Lavagna
- Fogli
- Penne
- Penne colorate
- Altro

DURATA

45-60 minuti

LEARN CHECK

Test pre e post attività per la valutazione

OUTCOME

I risultati per il target group sono:

- Miglioramento dei propri appunti, perchè essi siano più efficaci, piacevoli da leggere e veloci da memorizzare;
- Apprendimento di una tecnica che permetta loro di riorganizzare le idee e chiarirle;
- Presentare progetti in modo chiaro.

Outcomes:

- Facilitazione della conoscenza del gruppo attraverso le loro passioni;
- Creazione di un'iniziale Sketchnote nella quale il partecipante identifica gli elementi di base per lo sviluppo di una narrazione.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

Ad ognuno viene dato un foglio con alcuni elementi (forme, persone, oggetti) che rappresentino un dizionario in Sketchnotes e che servano come base per lo sviluppo di una storia.

I gruppi di elementi vengono raffigurati in *carte* da pescare: personaggi - oggetti - azioni.

Ogni partecipante pesca una carta da ognuno dei 3 gruppi e la mette insieme alle altre, creando una storia collegata all'attività precedente.

STRUMENTI

Gli strumenti da usare sono: visual notes combinate con testi, disegni/schizzi, font, forme ed altri elementi visivi come frecce, box e linee.

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Produzione di una storia contenente almeno 6 elementi disegnati.

OUTCOME

Ogni partecipante mostra la propria storia realizzata con il metodo Sketchnote e la racconta ai propri compagni di gruppo.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

Pianificazione: il primo step include la pianificazione di come prendere appunti e il ragionamento su quali componenti possano incidere sulle Sketchnotes. Altre cose da considerare: inclusione di materiali per prendere appunti, agenda della presentazione, speaker.

Ascolto: lo step successivo è ascoltare e fare molta attenzione allo speaker. Da ascoltare con particolare attenzione le frasi che riassumono idee-chiave e dettagli importanti.

Processo: dopo aver ascoltato, si inizia a processare il contenuto delle parole e decidere cosa vale la pena di essere appuntato. Questo step deve includere del tempo che permetta di dare un senso alle informazioni ascoltate prima di appuntarle. Gli appunti non dovrebbero riflettere ogni cosa detta dallo speaker, né devono essere totalmente comprensibili.

Scrittura: dopo aver processato il contenuto e aver deciso quali informazioni siano rilevanti, si inizia a scrivere quelle idee-chiave. Questo deve essere fatto velocemente, mantenendo coerenza e leggibilità.

Disegno: illustrazione ed altri elementi visivi possono essere aggiunti al contenuto scritto.

STRUMENTI

Gli strumenti da usare sono: visual notes combinate con testi, disegni/schizzi, font, forme ed altri elementi visivi come frecce, box e linee.

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Produzione di una storia contenente almeno 6 elementi disegnati.

OUTCOME

Ogni partecipante mostra il riassunto della storia ascoltata e successivamente gli elementi che ha utilizzato per creare le Sketchnotes.

RIFERIMENTI

N/A

MODULO 3

Introduzione alle Narrazioni

Lego Play

LEGO Serious Play è un approccio che punta allo sviluppo del pensiero, della comunicazione e del problem solving.

I Lego, attraverso la manualità, permettono di costruire elementi che servono a sviluppare una narrazione: si tratta di una connessione manuale narrativa.

È uno strumento che potenzia la creatività, che è una delle basi dello storytelling.

Obiettivi

Gli obiettivi del Lego Serious Play sono:

- miglioramento skills di problem solving
- miglioramento tecniche di storytelling
- sviluppo creatività

Preparazione del Trainer

Il trainer dovrebbe preparare i seguenti materiali:

- Lego serious play kit individuale per partecipanti
- Fogli di carta
- Lavagna

Approccio educativo

La classe costituisce un luogo privilegiato per fare esperienza della diversità linguistica e culturale in quanto risorsa. Tutti i partecipanti dovrebbero avere un livello minimo di speaking e listening della lingua utilizzata durante l'attività.

I formatori dovrebbero fornire i Lego kit per i partecipanti. Almeno un lego kit per ogni classe.

Gruppo Target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Gli insegnanti svolgeranno esercizi prima del training al fine di verificare e valutare le conoscenze dei partecipanti. Al termine dell'intervento verrà riproposto lo stesso test per accertare le conoscenze teoriche acquisite con la formazione.

PROCEDURA

I partecipanti costruiscono con i mattoncini Lego modelli tridimensionali delle loro idee e raccontano delle storie sui loro modelli. Durante il workshop ogni partecipante è invitato a costruire una risposta/ soluzione ad una domanda con i mattoncini Lego. Tale workshop è supportato da un trainer certificato che sappia combinare in modo unico un approccio strutturato con il gioco e la narrazione.

Il metodo si basa sulla creazione di metafore visive 3D volte a rappresentare i principali temi su cui si vuole ragionare e le possibili vie per risolverli, coinvolgendo tutti gli aspetti della dimensione umana (razionale, emozionale, istintiva) semplicemente costruendo modelli e raccontando storie (*storymaking*) con l'aiuto del trainer.

Ogni partecipante con il suo kit deve costruire un oggetto che lo rappresenti e presentarsi alla classe attraverso la costruzione del suo Lego.

Ogni partecipante può utilizzare una buona varietà di pezzi e mattoncini in modo da poter esprimere le proprie idee. Quando i partecipanti costruiscono i propri modelli, gli attribuiscono un significato, metafore e storie.

STRUMENTI

Lego Serious Play kit, che include: una selezione di mattoncini Lego standard combinati con alcuni elementi DUPLO e una selezione di elementi speciali come ruote, pneumatici, finestre, alberi, parti di mini figure, tubi, globi e piccole basi di appoggio.

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Produzione di un oggetto composto da almeno 5 pezzi.

OUTCOME

Il metodo Lego Serious Play (LSP) è una tecnica per la facilitazione del pensiero, della comunicazione e del problem solving, da utilizzare con organizzazioni, team e individui.

Risultato: L'oggetto che si crea deve essere connesso ad una storia.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

Ogni partecipante, con il proprio kit, deve costruire la sua stanza ideale e poi raccontare agli altri perché ha usato quei determinati elementi. Durante la presentazione della stanza, ognuno deve dire ciò che farebbe in un giorno se si trovasse all'interno della stanza.

L'incipit della storia deve essere: "C'era una volta, la possibilità di aprire la porta di una stanza magica. Ora sono qui davanti alla porta con la chiave in mano e..."

STRUMENTI

Lego Serious Play kit, che include: una selezione di mattoncini LEGO standard combinati con alcuni elementi DUPLO e una selezione di elementi speciali come ruote, pneumatici, finestre, alberi, parti di mini figure, tubi, globi e piccole basi di appoggio.

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Produzione di un oggetto composto da almeno 5 pezzi.

OUTCOME

L'oggetto che si crea deve essere connesso ad una storia.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

4 categorie:

- Personaggi
- Animali
- Oggetti
- Luogo-scenario

Ognuno sceglie una categoria e costruisce una cosa appartenente a ciascuna di esse. Il trainer sceglie casualmente un partecipante e gli chiede di iniziare a raccontare una storia usando uno degli elementi che ha costruito. Mentre la narrazione è in corso, il trainer ferma il primo partecipante e sceglie casualmente un altro che deve aggiungere un altro elemento costruito alla storia interrotta, mantenendone il significato. L'attività continua fino a quando ogni partecipante ha aggiunto almeno un elemento. Dopo un primo turno guidato dal trainer, i partecipanti autoregolano l'attività con l'obiettivo di creare una storia collettiva con un significato.

STRUMENTI

Lego Serious Play kit, che include: una selezione di mattoncini LEGO standard combinati con alcuni elementi DUPLO e una selezione di elementi speciali come ruote, pneumatici, finestre, alberi, parti di mini figure, tubi, globi e piccole basi di appoggio.

DURATA

2 ore

LEARN CHECK

Produzione di elementi delle categorie usando i Lego kit.

OUTCOME

La creazione di elementi delle categorie da parte di ogni partecipante.
La creazione di una storia con un significato.

RIFERIMENTI

N/A

MODULO 4

Tecniche di Storytelling

Offline

Il presente Curriculum sul Digital Storytelling in Adult Education è progettato come uno strumento per migliorare le competenze digitali dei formatori dell'Adult Education che lavorano con adulti che hanno un background svantaggiato.

L'uso corretto della metodologia di Digital Storytelling nei contesti di apprendimento per adulti aumenterà la motivazione degli studenti adulti a continuare il proprio percorso educativo e ricercare risultati migliori. La motivazione e l'orientamento degli studenti adulti sono direttamente collegati alle abilità degli educatori, che influenzano il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento degli studenti, nonché la loro motivazione a rimanere all'interno del percorso educativo e l'orientamento nella scelta del corso di formazione più adatto a loro.

Pertanto, la formazione dei trainer per l'adozione di strategie di sensibilizzazione, orientamento e motivazione non solo migliorerà le loro skill e le competenze al fine di guidare e motivare gli studenti adulti, ma incoraggerà anche adulti qualificati o poco qualificati a sviluppare e aggiornare la loro alfabetizzazione e le competenze digitali.

Obiettivi

Mentre il curriculum è focalizzato sul miglioramento delle competenze attraverso la metodologia del Digital Storytelling, il presente modulo si concentra sull'approccio allo storytelling attraverso i molti modi e forme possibili, con particolare attenzione alla forma digitale.

Attraverso questo modulo, infatti, gli studenti potranno conoscere cosa è il Digital Storytelling e quali sono gli strumenti e le tecniche che possono essere utilizzati per realizzarlo, per esempio la fotografia o il video, con un focus specifico su come raccontare una storia attraverso questi ultimi, a partire da una sceneggiatura e/o attraverso didascalie e altri tipi di testi.

Preparazione Trainer

Il trainer preparerà il terreno per le attività da svolgere, con anche i materiali necessari.

Approccio educativo

Il trainer dovrebbe essere sempre di supporto e dovrebbe assicurarsi che tutti siano a proprio agio, controllando di volta in volta che i partecipanti abbiano colto le nozioni date e lo scopo di ogni attività.

Il formatore dovrebbe anche invitare i partecipanti a condividere, senza forzarli a fare qualcosa che non si sentono di fare, ma provando a trovare delle soluzioni alternative.

Target group

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

OBIETTIVI

L'obiettivo di queste attività è far sì che i partecipanti si conoscano e condividano storie, scoprendo somiglianze o interessi comuni tra loro, incoraggiando al contempo il pensiero creativo.

PROCEDURA

Ogni partecipante si presenta e racconta la storia dietro al proprio nome, quindi indica un'altra persona e le chiede "che cosa mi dici su di te/ sul tuo nome?".

Ad es. "Io sono A, e il mio nome viene da un antico greco. I miei genitori, tuttavia, mi hanno dato questo nome solo perché era il nome del loro cantante preferito. La cosa divertente è che non lo ascoltano più da quando io sono nato. E tu?"

STRUMENTI

Carta, penne, post-it.

DURATA

50-60 minuti (o meno, dipende da quanti turni si giocano).

LEARN CHECK

Il trainer dovrebbe chiedere alle persone di spiegare perché hanno scelto quelle storie particolari o perché hanno scelto quel particolare modo di descrivere l'uso dell'oggetto che gli è stato assegnato/che hanno scelto, e come ciò rispecchia i loro punti di forza. Il trainer deve evidenziare ai partecipanti che ora hanno alcune nuove informazioni e una nuova prospettiva sui loro compagni di squadra. Può anche incoraggiare la discussione ponendo domande come:

- Come ti sei sentito mentre svolgevi l'attività?
- Qual è stata una delle sfide di questa attività?
- Cosa ha dovuto fare il gruppo per avere successo?

OUTCOME

Imparare a conoscersi a vicenda.
Il gruppo inizia a interagire e va d'accordo.

RIFERIMENTI

N/A



GAME OF POSSIBILITIES

OBIETTIVI

L'obiettivo di queste attività è quello di ottenere che i partecipanti si conoscano e condividano storie, scoprendo somiglianze o interessi comuni tra di loro, incoraggiando al contempo il pensiero creativo.

PROCEDURA

1. Dividere i partecipanti in piccoli gruppi.
2. Assegnare un oggetto ad una persona in ogni gruppo.
3. Uno alla volta, ogni partecipante deve andare davanti al proprio gruppo e dimostrare un uso per l'oggetto assegnato. Il resto della squadra deve indovinare l'oggetto dimostrato. Chi fa la dimostrazione non può parlare e le dimostrazioni devono essere idee originali, anche stravaganti.
4. Si possono giocare più round, assegnando nuovi oggetti.

STRUMENTI

Carta, penne, post-it.

DURATA

50-60 minuti (o meno, dipende da quanti turni si giocano)

LEARN CHECK

Il trainer dovrebbe chiedere alle persone di spiegare perché hanno scelto quelle storie particolari o perché hanno scelto quel particolare modo di descrivere l'uso dell'oggetto che gli è stato assegnato/che hanno scelto, e come ciò rispecchia i loro punti di forza. Il trainer deve evidenziare ai partecipanti che ora hanno alcune nuove informazioni e una nuova prospettiva sui loro compagni di squadra.

Può anche incoraggiare la discussione ponendo domande come:

- Come ti sei sentito mentre svolgevi l'attività?
- Qual è stata una delle sfide di questa attività?
- Cosa ha dovuto fare il gruppo per avere successo?

OUTCOME

Imparare a conoscersi a vicenda.
Il gruppo inizia a interagire e va d'accordo.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

1. Il trainer disegna un grande cerchio su una lavagna bianca (o lavagna a fogli mobili) e poi dice: *"Questo cerchio rappresenta tutte le cose che faremo oggi. Inizieremo da qui (dalle ore dodici del cerchio) e percorreremo il Viaggio di un Eroe"*.
2. Si spiega cos'è il Viaggio dell'Eroe. Si può dire così, per esempio: *"Qualsiasi storia, qualsiasi avventura epica segue questo format di base. Questo è un concetto che ha inventato Joseph Campbell. Campbell ha scritto un libro intitolato "L'eroe dei mille volti", a cui si può far riferimento. Fondamentalmente, il Viaggio dell'Eroe funziona così. Inizi nella vita ordinaria. È qui che tutti arrivano ad incontrarsi. Attualmente ci troviamo a vivere ordinariamente e facendo un lavoro speciale ci muoveremo al di fuori della quotidianità."*
3. Il trainer disegna una figura stilizzata alle ore dodici del cerchio, dicendo: *"Il Viaggio dell'Eroe ha fondamentalmente due grandi componenti. Una è il mondo conosciuto, composto dalle cose di cui già abbiamo fatto esperienza, il lavoro regolare e la vita quotidiana. Poi c'è l'ignoto, composto dalle cose che speriamo di scoprire ed esplorare nel corso di questo workshop."*
4. Il trainer traccia una linea ondulata per rappresentare il confine tra il conosciuto e l'ignoto. *"Questa si chiama soglia. È la soglia tra il conosciuto e l'ignoto."*
5. Poi si dice: *"Eccoci arrivati nel Viaggio dell'Eroe. La prima cosa nel Viaggio dell'Eroe è la chiamata all'avventura. Qui affrontiamo questioni come: Cosa faremo? Qual è la missione che affronteremo? Perché è importante? Cosa ci porta a questo punto?"*
6. Il trainer scrive "La Chiamata" alle ore una del cerchio, e parla dello scopo del workshop. Si consiglia di chiedere ai presenti perché siano venuti e quali siano le loro aspettative.
7. Poi il trainer disegna un paio di figure stilizzate intorno alle ore due, e dice, per esempio: *"All'inizio di ogni storia, troverai gli aiutanti e i mentori. Che sia Albus Silente, un parente o il tuo migliore amico, chiunque sia, questi sono i personaggi che ti aiuteranno a trovare la tua strada."*
8. Il trainer deve sottolineare che gli aiutanti potrebbero essere strumenti, o persone, o esperti. Potrebbe essere un oratore, o qualcuno che ti insegni ad usare i post-it con uno scopo.
9. Successivamente si parlerà di attraversare la soglia tra il conosciuto e l'ignoto. *"Ora, il momento in cui attraversiamo la soglia, di solito è un buon momento per una pausa caffè. È la fine della mattinata, si prende il caffè o il tè, a seconda del paese in cui ti trovi. Forse entrambi. Faremo una pausa."* A questo punto si potrebbe disegnare una tazza di caffè o una tazza da tè.
10. Ora si dice: *"Poi inizieremo ad entrare nelle prove e nelle tribolazioni. Che chiameremo problemi e insidie. Questa sarà la parte del viaggio in cui si esplora lo spazio del problema."*
Qui ci possono essere tutti i vari tipi di attività o metodo. Si potrebbe fare brainstorming, si potrebbe provare a risolvere le cose, si potrebbe disegnare una mappa, sviluppando una sessione di formazione. Ci sono un sacco di cose che si possono fare per esplorare questo spazio del problema. In una storia, troverai ogni tipo di sfida: scalare montagne, combattere i troll, e tutto il resto delle cose che devono succedere per l'avanzare della storia.
11. Il trainer scrive le parole "Problemi e insidie" e disegna alcune esplosioni, o filo spinato, o qualcosa che rappresenta i problemi e le insidie, alle ore quattro e cinque del cerchio.

PROCEDURA

12. Ora il trainer scrive la parola "Fossato" e disegna un buco alle sei del cerchio. Il "fossato", all'interno di un meeting della durata di un giorno intero, rappresenta la pausa pranzo.

"Ogni storia ha il suo fossato. Qui abbiamo toccato il fondo. Questo può essere un luogo difficile, perché abbiamo appena aperto tutti questi spazi problematici, problemi e cose in generale che dobbiamo affrontare. Può sembrare che non torneremo mai a casa. Il fossato è anche il luogo in cui può avvenire la riflessione profonda, il vero e proprio apprendimento. La pausa pranzo potrebbe essere un buon momento per esplorare ciò che c'è nel fondo. Come ci sentiamo? Quali sono le emozioni che proviamo?"

13. Ora il trainer scrive la parola "Poteri" e disegna alcune stelle, o una figura stilizzata di un supereroe con un mantello, qualcosa che rappresenti i superpoteri, questo intorno alle ore sette o otto. Poi il trainer racconta questo: *"Usciamo dal fossato dopo pranzo e creiamo nuovi poteri. Ora risolviamo i problemi, creiamo soluzioni, lavoriamo insieme. I tipi di strumenti che potremmo usare qui sarebbero i metodi e gli strumenti che abbiamo imparato e impareremo nel corso della settimana. Qui è dove stiamo effettivamente ottenendo risultati interessanti dal workshop, ma ora dobbiamo tornare al lavoro."*

14. Ora il trainer scrive "Il ritorno" alle ore dieci del cerchio, e dice *"Anche questo fa parte del Viaggio dell'Eroe, il ritorno alla vita ordinaria. Dobbiamo tornare indietro e attraversare di nuovo la soglia. Ora ci si concentra sui poteri da recuperare. Vogliamo tornare sul posto di lavoro con dei doni. Pensiamo, nuove idee, nuove riflessioni. Vogliamo passare un po' di tempo a pensare: Come facciamo a portare tutto ciò a lavoro?"*

15. Questa è la parte della sessione in cui si lavora in gruppo per pensare insieme a come portare le nuove idee ispirate da questo workshop all'interno dell'organizzazione. Cosa farò nel mio prossimo meeting? Come spiegherò questo al mio team? Si potrebbe lavorare su ciò che effettivamente è stato fatto durante l'incontro con PowerPoint o altri tipi di documenti in condivisione.

16. A questo punto il trainer può chiudere l'esercitazione chiedendo ai partecipanti se abbiano qualche pensiero o commento prima di passare alla sessione successiva.

STRUMENTI

Si potrebbe preparare una presentazione PPT o almeno un paio di foto come esempi. Penne o matite, carta, computer portatile, proiettore, una lavagna a fogli mobili, pennarelli, post-it.

DURATA

60-90 minuti

LEARN CHECK

Si può iniziare il debriefing ribadendo gli obiettivi che stiamo cercando di raggiungere.

Si può, poi, discutere con i partecipanti di ciò che hanno imparato: è quello che si aspettavano?

Chiedere loro se qualcosa non è ancora chiaro e nel caso, cercare di far sì che il gruppo lo possa spiegare.

OUTCOME

- Identificare alcuni modi creativi per lavorare con foto/ video.
- Comprendere il potere delle parole e delle didascalie.

RIFERIMENTI

Ecco un esempio dello schema completo:



Questo è un modo molto potente per impostare un ordine del giorno per una sessione di lavoro su scala relativamente ampia. Prepararsi in anticipo su tutto questo. Disegnare lo schema e parlare con le parti interessate prima della riunione o all'inizio dell'incontro. È anche una buona cartina di tornasole per riflettere attraverso gli obiettivi dell'incontro. Se non si riesce a rispondere a domande come "Qual è la chiamata all'avventura? Quali sono i problemi che vogliamo esplorare? Quali sono le cose che vogliamo trovare? Quali sono le cose che vogliamo portarci a lavoro da questa esperienza?" e se non si riescono ad elaborare delle risposte all'inizio dell'incontro, allora è legittimo chiedersi: "Dovremmo davvero fare questo incontro?".

Lo schema del Viaggio dell'Eroe è stato creato da Dave Gray. È ispirato al Viaggio dell'Eroe reso popolare da Joseph Campbell, e allo schema fatto a grafico a torta, di James Macanujo, co-autore di "Game storming".

RACCONTARE (ED ASCOLTARE) UNA STORIA

PROCEDURA

1. Chiedere ai partecipanti di prendersi un paio di minuti per scrivere lo schema di una storia che vorrebbero raccontare.
2. Una volta fatto, formare delle coppie e spiegare il compito successivo.
3. Ogni partecipante racconterà la propria storia, mentre l'altro partner - di volta in volta - dovrebbe dire "zoom in" se volesse avere più dettagli della storia o al contrario "zoom out".
4. I partecipanti dovrebbero ascoltare con entusiasmo la storia dei loro partner e poi raccontare la propria.
5. Una volta che entrambi hanno raccontato le loro storie, si formano nuove coppie.
6. Dopo essersi scambiati 3 o 4 volte (o più, a seconda del numero dei partecipanti), bisogna formare dei gruppi e chiedere a ciascuno di essi di trovare elementi comuni nelle narrazioni di tutte le persone che hanno ascoltato.

Ad esempio, cosa l'ha resa un'esperienza positiva?

STRUMENTI

Carta, penne, matite

Assicurarsi che i partecipanti abbiano abbastanza spazio per muoversi facilmente nella stanza.

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

In quanto momento di debriefing, il trainer può sottolineare l'abilità dei partecipanti di focalizzarsi su ciò che anche gli altri stanno dicendo e discutere con gli altri gruppi su alcuni suggerimenti per essere migliori ascoltatori.

Altre domande possono essere:
Come vi siete sentiti durante l'attività?

Queste attività sono state difficili per voi?

Avete imparato qualcosa che può essere applicato alla vostra vita personale o professionale? Se sì, come?

OUTCOME

- Costruire connessioni tra i partecipanti attraverso la condivisione attiva.
- Sviluppare l'abilità di identificare dei pattern nelle strutture delle storie.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

1. Suddividere i partecipanti in coppie e chiedere loro di aprire l'ultima foto che hanno scattato con i loro cellulari e pensare alla storia dietro questa foto. Possono porsi domande come "Dove è stata scattata? Perché? Perché è stata scattata in questo modo? Come ti sentivi quando l'hai scattata?". Invitare i partecipanti a usare l'ultima foto che hanno scattato, anche se sembra noiosa o irrilevante. Incoraggiarli a vedere storie interessanti in situazioni apparentemente noiose.
2. Dopo aver pensato alla storia, i partecipanti condividono l'immagine attraverso una board virtuale (ad esempio Padlet, Awwapp). Poi vengono suddivisi in coppie e, guardando la foto del partner, si faranno domande l'un l'altro per scoprire maggiori dettagli sulla storia dietro a quell'immagine.
3. Una volta che tutte le coppie hanno terminato la condivisione, si raccolgono i partecipanti in plenaria e si discute con loro riguardo alle storie dietro le loro foto. È stato difficile trovare una storia? Qualcosa potrebbe averli aiutati a creare la storia? Se dovessero scattare una nuova foto per raccontare la stessa storia, che foto scatterebbero?

STRUMENTI

Carta, penne, matite

Se lo si desidera, è possibile informare i partecipanti in anticipo che verrà chiesto loro di condividere una foto con il gruppo per evitare che qualcuno non voglia farlo.

Tenete a mente però che questo potrebbe minare le skill di improvvisazione su cui l'attività si basa. Sarà necessario impostare una board virtuale (Padlet, Awwapp o simili) che può essere aperta anche sui cellulari, in modo che i partecipanti possono condividere le loro foto.

DURATA

45 minuti

LEARN CHECK

È possibile utilizzare la discussione dello Step 3 come punto di partenza per il debriefing.

Si può iniziare il debriefing ribadendo gli obiettivi che stiamo cercando di raggiungere.

Chiedete ai partecipanti se hanno imparato qualcosa. Se sì, cosa? È quello che si aspettavano? È stato difficile condividere qualcosa su se stessi? Su cosa è difficile condividere i propri commenti?

Chiedere ai partecipanti se qualcosa non è ancora chiaro e nel caso, cercare di far sì che il gruppo lo possa spiegare.

OUTCOME

- Capire cosa può essere comunicato attraverso una foto
- Capire le basi del racconto di una storia attraverso la fotografia

RIFERIMENTI

Per variazioni, vedere le pagine 10-11 del documento "What's the PhotoStory?" del Youth Work Ireland Tipperary's.

PROCEDURA

1. Spiegare ai partecipanti come creare una bozza di una sceneggiatura per un video.
2. Dovranno creare la bozza di una storia, che di solito è composto da:
Introduzione - che deve saper attirare l'attenzione del pubblico, dare informazioni di base e impostare il tono della storia.
Corpo - in cui i punti principali della storia sono sviluppati, ed è incluso il materiale di supporto.
Fine - che riassume il punto principale e dà un forte messaggio conclusivo.
3. Si danno ai partecipanti 10 minuti per pensare ad una storia e per produrre una prima bozza. Se stanno facendo fatica a trovare una storia, ricordare loro quelle che hanno condiviso nelle attività precedenti (in alternativa, si potrebbe giocare a Photostory, menzionato nei riferimenti dell'attività 1.4).
4. Suddividere in coppie i partecipanti in modo che possano leggere la loro prima bozza e scambiarsi dei feedback.
5. Dare ai partecipanti altri 15 minuti per lavorare sulle loro sceneggiature, integrando i feedback ricevuti.
Dopo 15 minuti, chiedere ai partecipanti di condividere le loro idee di sceneggiatura con tutto il gruppo e discutere insieme su grammatica, sintassi e altri feedback che i partecipanti potrebbero voler dare o ricevere su un punto particolare.

STRUMENTI

Penne, matite, carta (foto stampate nel caso in cui si decide di giocare a Photostory)

Se si desidera, è possibile preparare dei fogli per i partecipanti con una tabella-schema per delineare la storia.

Assicurarsi che ci sia abbastanza spazio per tutti per lavorare comodamente sulle sceneggiature, senza essere disturbati.

DURATA

45 - 50 minuti

LEARN CHECK

A partire dalla discussione dello Step 6, chiedere ai partecipanti come si sentivano nello scrivere la loro sceneggiatura, nel condividerla con qualcun altro e nell'ascoltare quelle altrui.

OUTCOME

- - Miglioramento delle capacità di scrittura
- - Apprendimento sullo storytelling e su come raccontare una storia in modo efficiente
- Organizzazione di idee e pensieri

RIFERIMENTI

Si possono avere più informazioni su Photovoice qui:

- <https://photovoiceproject.it/>
- <https://www.photovoice.eu/>

PROCEDURA

1. Fornire ai partecipanti alcune informazioni di base sull'uso del video nel Digital Storytelling.
2. Alcuni punti chiave:
Con i programmi di Digital Storytelling, anche gli utenti con poca o nessuna esperienza tecnica dovrebbero essere in grado di creare storie digitali.
 - Una storia digitale di solito inizia con una sceneggiatura, quindi il narratore assembla i mezzi per esprimere le idee e le emozioni di quella sceneggiatura, per esempio la musica o altri effetti audio, immagini personali o pubbliche, animazioni o video, ecc. Dopodiché, lei/lui mette tutto insieme e edita la storia digitale, creando un cortometraggio, di solito lungo da 2 a 4 minuti.
3. Fare brainstorming con i partecipanti sulle regole di base per la video ripresa e l'editing video (vedi sotto per ulteriori riferimenti) e tieni traccia delle risposte su una lavagna a fogli mobili (o lavagna virtuale).
4. Dividere i partecipanti in gruppi più piccoli (3-4 persone per gruppo) e spiegare il compito successivo.
5. Fornire a ciascun gruppo un account Adobe Spark creato in precedenza e assicurarsi che tutti conoscano le basi dello strumento.
6. Chiedere a ciascun gruppo di scegliere un hashtag, tra alcuni che sono segnati precedentemente su alcune cards (se possibile, far pescare alla cieca).
Gli hashtag definiranno gli argomenti delle scene da girare, ad esempio #atschool, #touristlife, #partyng, #workinghard, ecc.
7. Mettere tutti i materiali (cipolle/arance, costumi, ecc) su un tavolo e dare 15-20 minuti ai gruppi per pensare 1-2 scene che creeranno secondo gli hashtag pescati, creare il setting, ideare i costumi per le cipolle, ecc e poi girare le scene. Ricordare ai partecipanti che i video non devono essere perfetti, ma dovrebbero raccontare una storia in modo abbastanza chiaro.
8. Una volta che tutti hanno girato le scene, lasciate che i gruppi lavorino per 15 minuti su Adobe Spark per creare un video di 2-4 minuti. Possono utilizzare tutte le immagini e la musica che vogliono, a condizione che siano materiali liberi da copyright.
9. Una volta che i video sono pronti, chiedere ad ogni gruppo di mostrare il loro video in plenaria e chiedere agli altri partecipanti di indovinare qual è stato l'hashtag che ha ispirato la loro storia.

STRUMENTI

- Cipolle/arance (1-2 per gruppo)
- Pennarelli, carta colorata, nastri, forbici, colla e tutto ciò che potrebbe essere utilizzato per creare un costume per le cipolle/arance
- Qualsiasi altro tipo di materiale per trasformare le cipolle/arance in personaggi: piume, piccoli occhi, cappellini, ecc
- account Adobe Spark già pronti
- computer portatili/smartphone
- proiettore

DURATA

90 minuti

LEARN CHECK

Partendo dallo Step 9, iniziare a fare un resoconto con i partecipanti.

- Che idea ti sei fatto di Brian la Cipolla?
- Che cosa gli piace e cosa non gli piace?

Altre domande possono essere :

- Come ti sei sentito durante l'attività? È stata un'attività difficile per te?
- Hai imparato qualcosa di nuovo?
- Se sì, cosa?

OUTCOME

- Mettere in piedi una storia
- Migliorare le skill di sintesi
- Essere in grado di editare un breve video
- Produrre un cortometraggio su un argomento

RIFERIMENTI

Tips sul video shooting e l'editing: pag. 60-65, "GUIDE STORYTELLING FOR TRAINING".

Più info sull'attività "Brian the onion": MY STORY MAP booklet, Salto Toolbox (https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-2367/IO2-03_MyStoryMap_EN.pdf)



SESSIONE DI VALUTAZIONE

PROCEDURA

Questa sessione può essere svolta usando gli strumenti di Compass, come per esempio Points of view, Weather report, Hit the headlines, Rucksack.

In alternativa, si possono raccogliere i feedback attraverso dei tools per sondaggi digitali (PollsGo, Answer Garden), attraverso mini-surveys (Type form, Mentimeter) o board virtuali (Padlet, Mirò, Awwapp) e usare i risultati come punto di partenza per una discussione.

In base al metodo scelto, si può aver bisogno di preparare un sondaggio oppure una board virtuale.

STRUMENTI

Lavagna a fogli mobili, penne, matite, carta, pennarelli e altro in base al metodo scelto

DURATA

30 minuti max

LEARN CHECK

Il trainer dovrebbe leggere i feedback dei partecipanti e le loro eventuali domande di fronte al gruppo ed incoraggiare la discussione.

Lei/ lui potrebbe trovare utile raccogliere tutte le risposte al termine dell'attività. Le risposte dei partecipanti probabilmente forniranno feedback in merito alla comprensione dei partecipanti e a quali domande potrebbero avere.

OUTCOME

- Valutazione della comprensione dei partecipanti degli obiettivi di apprendimento
- ♦
- ♦ - Raccolta di insights riguardo ai progressi di apprendimento dei partecipanti

RIFERIMENTI

MODULO 5

Tecniche di Storytelling

Online

Il presente Curriculum sul Digital Storytelling in Adult Education è progettato come uno strumento per rafforzare le digital skills dei trainer della adult education che lavorano con adulti dal background svantaggiato.

L'uso corretto della metodologia di Digital Storytelling nei contesti di apprendimento per adulti aumenterà la motivazione degli studenti adulti a continuare il loro percorso educativo e ricercare risultati migliori. La motivazione e l'orientamento degli studenti adulti sono direttamente connessi alle capacità dei trainer, che influenzano il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento degli studenti, nonché la loro motivazione a rimanere nel percorso educativo e l'orientamento nella scelta del corso di formazione che può essere più adatto a loro.

Pertanto, la formazione dei trainer per adottare strategie di sensibilizzazione, orientamento e motivazione non solo migliorerà le skill e le competenze degli educatori nel guidare e motivare gli studenti adulti, ma incoraggerà anche studenti adulti qualificati o poco qualificati a sviluppare e aggiornare la loro alfabetizzazione digitale e le competenze digitali.

*

Obiettivi

Mentre il curriculum è focalizzato sul miglioramento delle competenze attraverso la metodologia del Digital Storytelling, il presente modulo si concentra sull'approccio allo storytelling in molti dei suoi modi e forme, con particolare attenzione al digitale.

Attraverso questo modulo, infatti, gli studenti potranno imparare cos'è il Digital Storytelling e quali sono gli strumenti e le tecniche che possono essere utilizzati per realizzarlo, come fotografia, video, con un focus specifico su come raccontare una storia attraverso questi mezzi a partire da una sceneggiatura e/o attraverso didascalie e altri testi.

Preparazione del Trainer

Il formatore preparerà il campo per le attività, con i materiali necessari per ogni attività.

Approccio educativo

Il trainer dovrebbe sempre essere di supporto e assicurare che ognuno si senta a proprio agio, controllando di volta in volta che i partecipanti abbiano colto le nozioni date e gli scopi di ogni attività.

Lui/lei dovrebbe anche invitare i partecipanti a condividere, senza forzarli a fare qualcosa che non si sentono di fare, ma cercando di trovare delle soluzioni alternative.

In quanto il workshop si terrà online, il trainer dovrebbe essere particolarmente attento al livello di attenzione dei partecipanti, prevedendo eventuali cambiamenti e coinvolgendoli durante tutta la sessione.

Gruppo Target

Trainer, community leaders, cittadini e attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Alla fine di ogni attività, il trainer avrà un momento di debriefing con tutti i partecipanti, mentre alla fine del giorno, si terrà una sessione di valutazione per ricevere feedback riguardo alle attività (e per monitorare i progressi di apprendimento dei partecipanti).

LA STORIA DIETRO AL MIO NOME

OBIETTIVI

Rompere il ghiaccio

PROCEDURA

Ogni partecipante si presenta e racconta la storia dietro al proprio nome, quindi indica un'altra persona e le chiede "che cosa mi dici su di te/ sul tuo nome?".

Ad es. "Io sono A, e il mio nome viene da un antico greco. I miei genitori, tuttavia, mi hanno dato questo nome solo perché era il nome del loro cantante preferito. La cosa divertente è che non lo ascoltano più da quando io sono nato. E tu?"

STRUMENTI

N/A

DURATA

15 minuti (più o meno)

LEARN CHECK

Assicurarsi che tutti i partecipanti abbiano la possibilità di parlare e creare una piacevole atmosfera per l'attuazione di ulteriori attività, in cui tutti si sentano rilassati e pronti a collaborare.

OUTCOME

Imparare a conoscersi a vicenda
Il gruppo inizia a interagire e va d'accordo

-
-

RIFERIMENTI

N/A

RACCONTARE (E ASCOLTARE) UNA STORIA

OBIETTIVI

L'obiettivo di questa attività è di far sì che i partecipanti si conoscano e condividano storie, scoprendo somiglianze o interessi comuni tra loro, incoraggiando al contempo il pensiero creativo.

PROCEDURA

1. Il trainer chiede ai partecipanti di prendersi un paio di minuti per scrivere la bozza di una storia che vorrebbero condividere.
 2. Una volta fatto, formare gruppi più piccoli (3-4 max) e spiegare il compito da fare.
 3. Un partecipante racconterà la propria storia, mentre gli altri - di volta in volta - dovrebbero dire "zoom in" se volessero più dettagli o, al contrario, "zoom out".
 4. I partecipanti dovrebbero ascoltare con entusiasmo la storia e poi raccontare la propria.
- Dopo essersi scambiati le storie, chiedere ai gruppi di trovare elementi comuni nelle narrazioni che hanno ascoltato.

STRUMENTI

Per questa attività è possibile utilizzare le sale relax e spostarsi da un gruppo all'altro per facilitare l'attività.

I partecipanti possono scrivere la bozza delle loro storie sul loro computer portatile o su un foglio.

DURATA

45 minuti

LEARN CHECK

Il trainer potrebbe chiedere alle persone di spiegare perché hanno scelto quella particolare storia. Sottolineare ai partecipanti che ora hanno alcune nuove informazioni e una nuova prospettiva sui loro compagni di squadra.

Si può incoraggiare la discussione ponendo domande come:

- Come ti sei sentito mentre svolgevi l'attività?
- Qual è stata una delle sfide di questa attività?

Si potrebbe sottolineare anche la capacità di focalizzarsi su ciò che gli altri stanno dicendo e discutere con il gruppo alcune trucchi per essere migliori ascoltatori.

OUTCOME

- Costruire connessioni tra i partecipanti attraverso la condivisione attiva
- Sviluppo delle abilità di identificare pattern nelle strutture delle storie

RIFERIMENTI

N/A

INTRODUZIONE ALLO STORYTELLING

OBIETTIVI

PROCEDURA

- Preparare un'introduzione al Digital Storytelling per i partecipanti.
- Si può partire da questa definizione: "Il Digital Storytelling, di base, è la pratica di utilizzare strumenti basati su computer per raccontare storie. L'idea è quella di combinare l'arte di raccontare storie con una varietà di media, tra cui la computer grafica, audio, video e pubblicazione web."
- Brainstorming con i partecipanti sulle diverse tecniche/mezzi che possono utilizzare nello storytelling/digital storytelling.
- Per tenere traccia delle risposte, puoi scriverle su una board digitale, come Miro, Awwapp o Padlet. Chiedere ai partecipanti se hanno mai usato la narrazione nella loro vita quotidiana o lavorativa. Se sì, si sono resi conto che lo stavano facendo?

STRUMENTI

Lavagna virtuale, (presentazione PPT)

DURATA

30 minuti

LEARN CHECK

Vedi step 4.

OUTCOME

Comprendere cos'è il Digital Storytelling e quali strumenti e tecniche possono essere usati per realizzarlo

RIFERIMENTI

- Sul digital storytelling:
- "GUIDE STORYTELLING FOR TRAINING", Salto Toolbox (https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-1914/Guide%20Storytelling%20for%20Training_EN.pdf).
 - "Digitale. The booklet.", Salto Toolbox (https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-2061/Digitale_PL_booklet_compressed.pdf)

OBIETTIVI

PROCEDURA

1. Dividere i partecipanti in gruppi più piccoli, chiedere loro di aprire l'ultima foto che hanno scattato con i loro smartphone e pensare alla storia dietro queste immagini. Possono porsi domande come "Dove è stata scattata? Perché è stata scattata? Perché l'hai scattata in questo modo? Come ti sei sentito?". Invita i partecipanti a usare l'ultima foto che hanno scattato, anche se sembra noiosa o irrilevante. Incoraggiali a vedere storie interessanti in situazioni apparentemente noiose.
2. Dopo aver pensato alla storia, i partecipanti condividono all'interno del loro gruppo e si pongono domande per scoprire maggiori dettagli sulla storia.
3. Una volta che ogni gruppo ha terminato la condivisione, raccogliere i partecipanti in plenaria e discutere e commentare con loro le storie dietro alle loro foto. È stato difficile trovare una storia? Qualcosa potrebbe averli aiutati a creare la storia? Se dovessero fare una nuova foto per raccontare la stessa storia, che foto scatterebbero?

STRUMENTI

Lavagna virtuale. Per questa attività, è possibile utilizzare le breakout room su Zoom.

Potrebbe essere meglio informare i partecipanti in anticipo che sarà loro chiesto di condividere una foto con il gruppo per evitare che qualcuno non voglia farlo, anche se ciò potrebbe minare le abilità di improvvisazione su cui è basata l'attività, fornendo le informazioni necessarie per eseguire l'attività senza problemi.

DURATA

30 minuti

LEARN CHECK

Si può usare la discussione dello Step 3 come punto di partenza. Si può iniziare ribadendo gli obiettivi che si vogliono raggiungere. Chiedere ai partecipanti se hanno imparato qualcosa. Cosa? È quello che si aspettavano? È stato difficile condividere qualcosa su se stessi? Su cosa è difficile esprimere commenti? Chiedere ai partecipanti se qualcosa non è ancora chiaro e se è così, cercare di far sì che il gruppo lo spieghi.

OUTCOME

Comprendere cosa può essere comunicato attraverso una fotografia

- Comprendere le basi del racconto di una storia attraverso la fotografia
-

RIFERIMENTI

<https://miro.com/signup/>
<https://www.awwapp.com/>
<https://padlet.com/>

-
-
-

SCRIVERE UNA SCENEGGIATURA

OBIETTIVI

PROCEDURA

1. Spiegare ai partecipanti che stanno lavorando sulla creazione di una bozza di una sceneggiatura per un video.
2. Avranno bisogno di creare la bozza di una storia, che di solito è fatto di: vedi riferimenti
3. Dare loro 10 minuti per pensare a una storia e produrre una prima bozza. Se stanno avendo difficoltà nel trovare una storia, ricorda loro quelle che hanno condiviso nelle attività precedenti (in alternativa, si potrebbe giocare a Photo Story menzionato nei riferimenti dell'attività 1.4).
4. Dividere i partecipanti in gruppi più piccoli in modo che possano leggere la loro prima bozza e scambiarsi feedback.
5. Dare ai partecipanti altri 10-15 minuti per lavorare sulle loro sceneggiature, integrando i feedback ricevuti.
6. Dopo 10-15 minuti, chiedere ai partecipanti di condividere le loro idee di sceneggiature con l'intero gruppo e discutere insieme riguardo grammatica, sintassi e altri feedback che i partecipanti potrebbero voler dare o ricevere su qualche punto particolare.

STRUMENTI

Se si desidera, è possibile preparare un foglio per i partecipanti con una tabella per delineare la storia e condividerla tramite Google Drive o un'altra lavagna virtuale (Miro, Awwapp, Padlet). Come per le attività precedenti, è possibile formare gruppi tramite breakout rooms su Zoom.

DURATA

30-45 minuti

LEARN CHECK

A partire dalla discussione dello Step 6, chiedere ai partecipanti come si sentono nello scrivere la propria storia, nel condividerla con gli altri e nell'ascoltarne di diverse.

OUTCOME

- Miglioramento delle abilità di scrittura
- Approfondimento dell'apprendimento dello storytelling e di come raccontare una storia in modo efficace
- Organizzazione di idee e pensieri

RIFERIMENTI

Struttura del testo:

- Intro - qui bisogna catturare l'attenzione dell'audience, dare delle informazioni di contesto e impostare il tono della storia;
- Corpo - dove i punti principali della storia si sviluppano, incluso il materiale di supporto;
- Fine - qui si riassume il punto principale e si dà un messaggio conclusivo forte.

PROCEDURA

1. Fare un brainstorming con i gruppi sui modi creativi di lavorare con foto/video.
2. Durante il brainstorming, mostrare ai gruppi alcune immagini di collage, montaggi, progetti che includono testo o didascalie e assicurarsi di toccare alcuni punti chiave: ci si serve del montaggio e dei collage per introdurre l'idea di come le immagini funzionino insieme per trasmettere un particolare messaggio o una storia e del modo in cui un'immagine può influenzare il modo in cui un'altra viene letta.

Il testo è un potente strumento per contestualizzare le immagini. L'uso del testo permette ai partecipanti di attirare ulteriormente il pubblico all'interno dei loro mondi.

Le didascalie sono particolarmente importanti nei progetti che hanno obiettivi di advocacy, in quanto possono aiutare il pubblico a capire più chiaramente il messaggio del fotografo.

Il testo dovrebbe apparire contemporaneamente alle immagini cui si riferisce e non essere lasciato all'ultimo momento.

3. Una volta che questi punti chiave sono chiari per tutti, fornire ai partecipanti alcune informazioni di base sull'uso del video nel Digital Storytelling. Vedi l'allegato alla pagina successiva.

4. Mentre si spiegano questi punti chiave, fare un brainstorming con i partecipanti sulle regole di base per le riprese e l'editing video (vedi sotto per ulteriori riferimenti) e tenere traccia delle risposte su una board virtuale (Miro, Awwapp, Padlet).

5. Dividere i partecipanti in gruppi più piccoli (3-4 persone per gruppo) e spiegare che ogni gruppo creerà un breve video su un argomento specifico (2-4 minuti).

6. Fornire a ciascun gruppo un account Adobe Spark creato in precedenza e assicurarsi che tutti conoscano le basi di questo strumento.

7. Assegnare un hashtag a ciascun gruppo. Gli hashtag definiranno gli argomenti del video da creare, ad esempio #atschool, #touristlife, #partying, #workinghard, ecc.

8. Dare 5-10 minuti ai gruppi per pensare al video che creeranno secondo gli hashtag che sono stati assegnati, delineare la sceneggiatura/ le didascalie/ altro testo, raccogliere le foto stock o video di cui avranno bisogno e quindi di creare il video. Ricordare ai partecipanti che i video non devono essere perfetti, ma dovrebbero raccontare una storia/ un messaggio in modo chiaro.

9. Una volta che sia chiaro per tutti ciò che bisogna fare, lasciare che i gruppi lavorino per 15 minuti su Adobe Spark per creare un video di 2-4 minuti. Possono utilizzare tutte le immagini e la musica che vogliono, a condizione che sia materiale libero da copyright. Il modo migliore per svolgere questa parte dell'attività sarebbe quello di identificare un membro all'interno di ogni gruppo che lavorerà direttamente sul video condividendo il suo schermo con gli altri membri del team, i quali contribuiranno attivamente con idee, input e suggerimenti.

10. Una volta che i video sono pronti, chiedere a ciascun gruppo di mostrare il proprio in plenaria e chiedere agli altri partecipanti di indovinare quale sia stato l'hashtag che ha ispirato quella storia.

Consigli per il trainer:

Implementare questa attività di gruppo online potrebbe essere difficile. Un'alternativa potrebbe essere quella di renderla un'attività individuale invece che un lavoro di squadra. È possibile assegnare l'attività ai partecipanti e farli lavorare da soli, pur rimanendo online, in modo che possano contattarti nel caso in cui abbiano bisogno di supporto. Si potrebbe anche sfruttare questo tipo di situazione per avere dei momenti faccia a faccia con i partecipanti, per chiedere un feedback sulle attività svolte e chiarire eventuali dubbi che potrebbero ancora avere.

ALLEGATO:

Alcuni punti chiave per la procedura del punto 3:

- Con i programmi di Digital Storytelling, anche gli utenti con scarso o nessun background tecnico dovrebbero essere in grado di creare storie digitali.

Una storia digitale di solito inizia con una sceneggiatura, poi il narratore assembla i media in modo che supportino le idee e le emozioni della sceneggiatura, includendo musica o altri effetti sonori, immagini private o pubbliche, animazioni o video ecc. Il narratore monta tutto insieme ed edita la storia digitale, creando un cortometraggio, di solito lungo dai 2 ai 4 minuti.

STRUMENTI

Si potrebbe preparare una presentazione PPT o almeno un paio di foto come esempi.

Si devono creare in un momento precedente l'incontro gli account Adobe Spark. Si devono usare email differenti - per esempio workshop1, workshop2 ecc - per i differenti profili.

DURATA

60-90 minuti

LEARN CHECK

Si può iniziare il momento di debriefing ribadendo gli obiettivi che si vogliono raggiungere.

Chiedere ai partecipanti se hanno imparato qualcosa. Se sì, cosa? È quello che si aspettavano? È stato difficile condividere qualcosa su se stessi? Su cosa è difficile esprimere commenti? Chiedere ai partecipanti se qualcosa non è ancora chiaro e se è così, cercare di far sì che il gruppo lo spieghi.

Altre domande potrebbero essere:

Come ti sei sentito durante l'attività?

Le attività sono state difficili per te?

Hai imparato qualcosa di nuovo? Se sì, cosa?

OUTCOME

- Identificare alcuni modi creativi per lavorare con foto/ video
- Comprendere il potere delle parole e delle didascalie
- Mettere insieme una storia
- Produrre un breve filmato su un argomento

RIFERIMENTI

Ulteriori informazioni: OPHI PhotoVoice Guide, pp. 31- 32.

Tips per le riprese e l'editing: pp. 60-65, "GUIDE STORYTELLING FOR TRAINING".

Maggiori informazioni sull'attività di "Brian la cipolla": MY STORY MAP booklet, Salto Toolbox (https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-2367/IO2-03_MyStoryMap_EN.pdf)

SESSIONE DI VALUTAZIONE

OBIETTIVI

PROCEDURA

La sessione può essere condotta verbalmente o attraverso tools per sondaggi digitali (PollsGo), tools per raccogliere feedback (Answer Garden), mini-survey (Type form, Mentimeter) o board virtuali (Padlet, Miro, Awwapp). Si può anche considerare di preparare il sondaggio/modulo e far sì che i partecipanti effettuino la valutazione da soli.

STRUMENTI

In base al metodo scelto, si può aver bisogno di sondaggi o board virtuali.

DURATA

15- 30 minuti

LEARN CHECK

Il trainer dovrebbe leggere le dichiarazioni dei partecipanti e le loro ulteriori domande di fronte al gruppo e incoraggiare la discussione.

Lei/ lui potrebbe preferire raccogliere i feedback dei partecipanti dopo la conclusione dell'attività. Le risposte dei partecipanti probabilmente forniranno feedback formativi sulla comprensione dei partecipanti e su quali domande potrebbero avere.

OUTCOME

- Valutazione della comprensione degli
- ♦ obiettivi di apprendimento da parte dei partecipanti
- ♦ Raccolta di informazioni sui progressi di apprendimento dei partecipanti

RIFERIMENTI

N/A

MODULO 6

Tecniche di Storytelling

Storia personale

Questo modulo si basa su un metodo di Digital Storytelling che consente ai singoli partecipanti di raccontare le loro uniche storie di vita in brevi narrazioni audio che possono essere facilmente condivise con un piccolo numero di altri partecipanti o con un pubblico più ampio online.

Il metodo si basa sul presupposto che tutti abbiano una storia da raccontare e quindi le persone dovrebbero avere la possibilità di presentare la propria prospettiva. Questo è particolarmente utile quando si lavora con persone a rischio di esclusione che sono sottorappresentate nei media, dare loro una voce può aiutare a decostruire gli stereotipi diffusi nelle narrazioni mainstream.

I principali vantaggi di usare il Digital Storytelling per supportare le persone con minori opportunità sono:

VALORIZZAZIONE: le persone riconoscono di essere individui unici, che le loro storie personali contano e non dovrebbero aver timore di esprimerle.

CREAZIONE DI LEGAMI: ascoltando le storie degli altri, i partecipanti imparano a comunicare meglio e concentrarsi sulle somiglianze piuttosto che sulle differenze tra di loro, il che rende meno inclini ai conflitti e alla violenza.

CREATIVITÀ: i partecipanti attivano il loro potenziale creativo e imparano a cercare modi innovativi (digitali) per trasmettere dei messaggi per loro importanti.

(AUTO) RIFLESSIONE ED EMPATIA: l'intero processo è molto riflessivo e consente ai partecipanti di acquisire una nuova prospettiva su se stessi e sugli altri, il che li aiuta a decostruire gli stereotipi che potrebbero avere.

Obiettivi

- scoprire la storia personale unica della persona che trasmette la storia in forma di narrazione audio
- sviluppo delle capacità di comunicazione del partecipante, con focus sulla capacità di ascolto e sul dare/ricevere feedback
- promuovere narrazioni e prospettive diverse rispetto ai media tradizionali

Preparazione del Trainer

Il trainer preparerà il terreno per le attività, con anche il materiale necessario.

Approccio Educativo

Formazione attiva/coivolgente con molte interazioni faccia a faccia con i partecipanti, allo scopo di supportarli nel processo e di dare loro un feedback personalizzato sulle storie.

Gruppo Target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Poiché raccontare alcune storie potrebbe essere emotivamente impegnativo per i partecipanti, è necessario controllare spesso il loro benessere individuale durante il processo.

Un giro di riflessione strutturata/valutazione dovrebbe essere condotto anche alla fine del modulo, con focus sui sentimenti dei partecipanti e sui loro risultati di apprendimento.

Riferimenti

Joe Lambert, Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community, Routledge 2018

LA STORIA DIETRO LA TUA ULTIMA FOTO

PROCEDURA

- Dividere i partecipanti in coppie e chiedere loro di tirare fuori i telefoni e trovare l'ultima foto che hanno scattato prima del workshop. Il loro compito è quello di condividere la storia di questa immagine con il partner, rispondendo ad alcune domande per aiutarli ad aggiungere dettagli alla loro narrazione, ad esempio:
- Perché hai scattato questa foto?
- Cosa c'è nella foto?
- Cosa è successo prima? Cosa è successo dopo?
- Cos'altro c'era che non può essere visto dalla foto?
- Come ti sei sentito mentre scattavi la foto? Cosa provi guardandola adesso?

STRUMENTI

Ogni partecipante deve avere con sé il proprio smartphone.

DURATA

10 minuti

LEARN CHECK

L'esercizio dovrebbe terminarsi con una breve discussione di sintesi sulla ricerca di storie nei momenti quotidiani e con un brainstorming su come è possibile costruire narrazioni interessanti intorno ai piccoli eventi della vita.

OUTCOME

- Condividere storie personali e costruire connessioni tra i partecipanti
- Imparare come trovare interessanti storie riguardanti eventi della vita quotidiana

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

Dividere i partecipanti in piccoli gruppi (massimo 6 persone); ogni gruppo dovrebbe essere facilitato da qualcuno all'interno della squadra. Per identificare la storia i partecipanti dovrebbero parlare e connettersi con le loro emozioni e ricordi, e saranno sottoposti a due brevi esercizi: il disegno di un quartiere dell'infanzia e il racconto di una storia dietro ad un oggetto significativo.

1. Mappa di un quartiere dell'infanzia

Ad ogni partecipante viene chiesto di disegnare una mappa schematica del luogo in cui sono cresciuti o di un altro luogo dell'infanzia che porta alla loro memoria ricordi felici. Insegnare loro che la mappa dovrebbe mostrare non solo gli edifici, ma anche le emozioni, i sentimenti e i piccoli eventi di vita (per esempio: io disegnerei un parco e un cane, perché questo è il luogo in cui io e mio fratello giocavamo molto con i nostri cani).

Una volta che tutti hanno finito con i disegni, lasciare un po' di tempo ai partecipanti per descrivere i loro disegni se se la sentono di mostrarli agli altri.

2. La storia dietro ad un oggetto

Si noti che questo esercizio richiede preparativi: prima di iniziare il workshop, chiedere ad ogni partecipante di portare un oggetto con loro - qualcosa che sia significativo o prezioso.

Chiedere ai partecipanti di condividere uno per uno l'oggetto scelto con tutti gli altri e raccontare la storia dietro ad esso. Porre loro domande all'inizio per rendere il processo più facile, per esempio:

- Che cos'è e come l'hai ottenuto - è stato un regalo o l'hai comprato tu stesso?
- Hai qualche ricordo collegato ad esso? Cosa ti ricorda?
- Qual è il suo significato per te? Simboleggia qualcosa di speciale?

STRUMENTI

Fogli di carta A4, matite/matite colorate/ pennarelli, oggetto prezioso o significativo portato da ogni partecipante

DURATA

20 minuti

LEARN CHECK

Fare un breve check alla fine di questa sessione per assicurarsi che tutti stiano bene (connettersi con emozioni/ ricordi può essere difficile a livello emotivo). Fare un giro di condivisione di idee da parte dei partecipanti riguardo alle storie/ sceneggiature, con focus sul sostegno di chi non ha deciso di che cosa vuole parlare.

OUTCOME

Trovare storie importanti nel passato dei partecipanti

Connettersi con i propri ricordi ed emozioni

- Identificare storie personali cruciali e momenti di cambiamento che i partecipanti esploreranno
- ulteriormente nelle prossime sessioni

•

RIFERIMENTI

TED Talk sul pericolo di una singola storia:
<https://www.youtube.com/watch?v=D9Ihs241zeg>



SCRITTURA DELLA SCENEGGIATURA

PROCEDURA

Mostrare una breve presentazione su come scrivere una sceneggiatura (vedi i riferimenti per un esempio). Dare ai partecipanti il tempo di scrivere le proprie sceneggiature e assicurarsi di controllarli individualmente per dare loro supporto e feedback sulle storie.

STRUMENTI

Preferibilmente un computer per partecipante (scrivere al computer rende più agevole il conteggio delle parole); in alternativa, carta e penna; proiettore.

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Riunire tutti i partecipanti in circolo per ricevere un feedback su come si sono sentiti durante il processo, con focus sul loro benessere emotivo.

OUTCOME

- Praticare la scrittura creativa
- Comprendere le teorie narrative di base
- Costruire narrazioni personali che in seguito costituiranno la base per le storie finali dei partecipanti

RIFERIMENTI

Scrittura creativa basata sul Viaggio dell'Eroe:
<https://www.masterclass.com/articles/writing-101-what-is-the-heros-journey#what-is-the-heros-journey>

PROCEDURA

Riunire i partecipanti negli stessi gruppi dell'Attività 1.2, tenendo presente che ogni gruppo deve avere un facilitatore.

Iniziare spiegando il significato del Cerchio Narrativo, sottolineando che lo scopo principale è quello di condividere e dare feedback l'uno all'altro.

Fare un breve brainstorming sulle regole che i partecipanti vorrebbero avere durante la condivisione per sentirsi a proprio agio (ad esempio, non si usano i telefoni, si ascolta attentamente, non si interrompe, ecc.)

Dare istruzioni su come fornire un feedback come:

- porre domande invece di dire direttamente agli altri cosa cambiare
- menzionare le cose positive delle sceneggiature, non focalizzandosi soltanto sugli aspetti negativi, cioè non essere solo critici.
- mantenere sempre il narratore al centro, nel dare un feedback non si dovrebbe fare troppo riferimento alle storie personali
- nel suggerire una modifica, è bene usare la frase "Se questa fosse la mia storia, io farei..."

STRUMENTI

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Fare una breve valutazione del processo di condivisione e feedback, focalizzandosi su come si sentono i partecipanti relativamente ai commenti ricevuti.

OUTCOME

- Finalizzare la sceneggiatura
- Miglioramento dell'ascolto attivo
- Apprendimento su come ricevere e dare feedback costruttivi
- Creazione di connessioni tra i partecipanti attraverso la condivisione di storie

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

Mostrare una presentazione sulla registrazione vocale (vedi la sezione "Riferimenti" per un esempio) quindi dare ai partecipanti il tempo di esercitarsi a leggere le loro sceneggiature e registrare individualmente usando i loro smartphone. Tenere a mente che è importante riascoltare le registrazioni una volta che i partecipanti le hanno realizzate, per assicurarsi che la qualità sia abbastanza buona.

STRUMENTI

Una stampante per stampare le sceneggiature; smartphone per registrare (preferibilmente uno per partecipante); proiettore

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

N/A

OUTCOME

Ogni partecipante registra vocalmente la propria storia.

RIFERIMENTI

Presentazione: Intro to Voice Recording

PROCEDURA

Come step finale del modulo, riunire tutti i partecipanti per presentare le loro audio-storie in una sessione di gruppo. Questo è il momento che dovrebbe essere focalizzato nel festeggiare, quindi potrebbe essere preferibile cambiare il setting (ad esempio, organizzando l'incontro in una stanza diversa o lasciar sedere i partecipanti sui tappeti in modo che si sentano più a proprio agio).

Dopo aver ascoltato ogni registrazione, concedere un po' di tempo per i commenti degli altri partecipanti, ma ricordare loro che, dal momento che le storie sono realizzate, dovrebbero fornire solo feedback positivi, che non sottendano ulteriori modifiche.

STRUMENTI

Speaker (altoparlanti).

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Dato che questa è la conclusione del modulo, preparare una valutazione più strutturata per i partecipanti, focalizzandosi sui obiettivi di apprendimento e le nuove competenze acquisite.

OUTCOME

Ogni partecipante presenta la propria storia e riceve dei feedback.

RIFERIMENTI

N/A

MODULO 7

Tecniche di Storytelling

Storytelling Creativo

Questo modulo mira, attraverso attività, giochi e discussioni, all'engagement sensoriale ed intellettuale dei partecipanti.

Il potere dello storytelling si applica all'ambito dell' educazione per adulti formale e non, dei musei, luoghi di tradizione e settori socio-culturali.

Obiettivi

In questo workshop, si potrà:

- Capire il format della storia e imparare come creare video-storie professionali;
- Imparare le migliori pratiche per riprese video di qualità per i social media e il web;
- Film on-site: fare un'intervista dal vivo e realizzare riprese;
- Imparare ad utilizzare un software di editing pratico per modificare i materiali filmati;
- Imparare come fare storyboard e sviluppare la narrazione in un video;
- Imparare tecniche pratiche per interviste on-camera;
- Scoprire come trovare e incorporare video d'archivio, clip di notizie, immagini fisse o musiche nell'editing video per ottenere transizioni fluide
- Comprendere i requisiti di copyright e di licenza dei materiali non prodotti da te
- Avere e conservare il tuo video professionale prodotto da te
- Far fare un salto di qualità alla tua carriera!

Preparazione del Trainer

n/a

Approccio Educativo

Personal Assessment (faccia a faccia)

Gruppo Target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

- Auto-riflessione
- Produzione di risultati
- Impatto sui social media

Riferimenti

7 Storytelling techniques used by the most inspiring TED presenters:

<https://visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/>

8 Classical story telling Techniques for engaging presentations, Emily Bartet,

<https://blog.sparkol.com/8-classic-storytelling-techniques-for-engaging-presentations>

OBIETTIVI

- Sviluppare una storia avvincente - messaggi chiave, persone e luoghi, stile e tono, gancio e struttura narrativa
- Scoperta e analisi del pubblico
- Tutti i partecipanti andranno via con una copia della 'Story Canva' per aiutarli a progettare storie future, e saranno in grado di utilizzare lo strumento in modo indipendente dopo la sessione.

PROCEDURA

- Una cosa importante è chiedersi le 5 WH questions: When, What, Who, Where and Why (Quando, Cosa, Chi, Dove e Perché)
- Così ci si assicura di creare una storia perfetta per il proprio video.

Cosa si può usare: smartphone, videocamere professionali, GoPro, droni e molto altro.

STRUMENTI

Si possono usare:
Libri, Fogli, Internet...

Qualsiasi cosa che possa aiutare a trovare la storia migliore per il video!
Abbiate pazienza e vedrete che troverete la storia perfetta!

DURATA

1 ora e 30 minuti
Dipende da che tipo di video si realizzerà.

Si faccia attenzione alla luce e tutti i casi di cui si parla nel video.

LEARN CHECK

Controllare se alla fine si sono seguiti tutti i punti. Se sì, si può continuare il lavoro senza problemi.

OUTCOME

Specialmente se si è lavorato in gruppo, questa parte è molto importante.

Bisogna assicurarsi di aver fatto un lavoro di squadra.

L'impresa ha alla base un lavoro di squadra!

RIFERIMENTI

7 Storytelling Techniques Used by the Most Inspiring TED Presenters:

<https://visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/>

8 Classical story telling Techniques for engaging presentations, Emily Bartet:

<https://blog.sparkol.com/8-classic-storytelling-techniques-for-engaging-presentations>

OBIETTIVI

Pre-produzione: storyboarding, pianificazione di uno shooting, scelta delle location, l'arte di intervistare

- Produzione: best practice per riprese con smartphone, tablet e DSLR, metodi di illuminazione fai da te, metodi per cattura audio di qualità, giocattoli e attrezzature, interviste e ritagli

PROCEDURA

Per riprendere le interviste, scegliere una posizione illuminata, facendo attenzione che non ci siano ombre sul vostro soggetto. Se state girando all'aperto, posizionatevi con il sole alto nel cielo e dietro la macchina fotografica, o girate all'ombra.

STRUMENTI

Ci sono cinque cose che dovresti sapere prima di iniziare a registrare:

1. la risoluzione che si sta utilizzando
2. il frame rate che si sta utilizzando
- 3. che il microfono sia collegato correttamente e assicurarsi che durante la registrazione il cavo non si veda.
- 4. spegnere l'autofocus
- 5. attivare la modalità aereo o modalità silenziosa

DURATA

1 ora e 30 minuti

LEARN CHECK

Controllare semplicemente che alla fine si siano seguiti tutti i punti.

Se sì, si può continuare il lavoro senza problemi.

OUTCOME

È molto importante seguire lo storyboard. Come già detto, se si utilizza una sceneggiatura, la registrazione sarà più facile. E alla fine si otterrà il miglior risultato possibile!

RIFERIMENTI

7 Storytelling Techniques Used by the Most Inspiring TED Presenters, <https://visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/>

8 Classical story telling Techniques for engaging presentations, Emily Bartet, <https://blog.sparkol.com/8-classic-storytelling-techniques-for-engaging-presentations>

OBIETTIVI

Gli obiettivi di storytelling e chi bisogna includere per raggiungerli.

Come raggiungere e spostare efficacemente ciascuno dei gruppi di destinatari.

- Quali sono i canali migliori e quali di questi sono disponibili per me

- Quali storie/ contenuti/ interazioni dovrebbero essere condivisi su questi determinati canali?

- Come misurerò e valuterò l'efficacia dell'engagement?

Come appare la mia timeline di engagement?

PROCEDURA

Condividi il tuo messaggio: si può fare usando i social media, ma fare attenzione a come si usano, per arrivare a diversi tipi di audience.

STRUMENTI

Usare tutto quello che si ha: si può usare il computer, la carta, il disegno. Se possibile, si può usare anche la musica, per creare un migliore impatto.

DURATA

1 ora e 30 minuti.

Questa non è una parte molto lunga, potrebbe richiedere anche pochi minuti, ma successivamente si potrebbe aver bisogno di più tempo per migliorare il contenuto.

LEARN CHECK

Controllare semplicemente che alla fine si siano seguiti tutti i punti. Se sì, si può continuare il lavoro senza problemi.

In questo caso è importante controllare che l'audience abbia recepito il messaggio che gli si voleva trasmettere.

OUTCOME

Usa alcune grafiche per vedere se il tuo lavoro è arrivato all'audience.

I social media sono il mezzo più comune per condividere il proprio messaggio. Usali nel modo migliore possibile!

RIFERIMENTI

7 Storytelling Techniques Used by the Most Inspiring TED Presenters, <https://visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/>

8 Classical story telling Techniques for engaging presentations, Emily Bartet, <https://blog.sparkol.com/8-classic-storytelling-techniques-for-engaging-presentations>

MODULO 8

Tecniche di Storytelling

Photo Stories

Questo modulo si basa su un approccio di fotografia partecipativa che è un metodo visivo proveniente dalla comprensione del concetto che le persone sono esperte della propria vita. Incoraggia l'espressione di sé attraverso la fotografia e consente a coloro che sono tradizionalmente i soggetti della fotografia di diventarne i suoi creatori.

La fotografia è un mezzo di espressione molto accessibile. Permette agli altri di fare esperienza della vita dei partecipanti, delle loro emozioni e sentimenti attraverso le loro fotografie. È un'espressione diretta della realtà che è credibile e riflette la vita dei membri della comunità. È un metodo che è accessibile a tutti, indipendentemente dalla loro età, cultura e conoscenze precedenti. Le sessioni di fotografia partecipativa non richiedono attrezzature o software costosi, quindi sono accessibili anche per le persone provenienti da ambienti economicamente svantaggiati. Il potere del metodo risiede nel fatto che esso fa emergere la voce delle persone che sono altrimenti inascoltate. Dà sia ai partecipanti che alla comunità i mezzi per creare il dialogo in quanto incoraggia la sensibilizzazione, la difesa e l'auto-sviluppo.

Obiettivi

- Imparare a trasmettere un messaggio sociale/personale attraverso la fotografia
- Costruire un dialogo significativo con gli altri all'interno/esterno della comunità locale
- Migliorare la creatività e le visual skill

Preparazione del Trainer

Il trainer preparerà il terreno per le attività, inclusi i materiali eventualmente necessari.

Approccio Educativo

Apprendimento attivo, con molte interazioni faccia a faccia con i partecipanti per supportarli nel processo e per dare loro un feedback personalizzato sul materiale visual che creano.

Gruppo Target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Durante il processo, i trainer dovrebbero condurre controlli frequenti sui progressi di apprendimento dei partecipanti - perché molte persone non sono sicure delle loro capacità fotografiche e dubitano di essere creative, ed è per questo che c'è la necessità di fornire loro un feedback durante l'intero modulo, aiutandoli anche a valutare i propri risultati di apprendimento.

PROCEDURA

I partecipanti sono suddivisi in coppie (in caso di gruppi più grandi è possibile avere gruppi di 3). Il compito consiste nello scegliere 3 oggetti diversi, scattare ad ognuno di essi una foto da molto vicino e una che invece mostra l'oggetto da una prospettiva più ampia.

Quando si torna insieme agli altri partecipanti, ogni coppia mostra le immagini al resto del gruppo, che deve cercare di indovinare quale fosse l'oggetto.

STRUMENTI

Fotocamere (almeno una per gruppo).

DURATA

30 minuti

LEARN CHECK

OUTCOME

I partecipanti accrescono la propria sicurezza nello scattare fotografie e sviluppano maggiormente la propria creatività.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

Dopo una breve introduzione dell'argomento, i partecipanti ricevono una lista di sentimenti (come: tristezza, felicità, frustrazione, rabbia, paura, ecc.) che devono trasmettere in ogni immagine. Dopo, tornati insieme al resto del gruppo, dovrebbero dividerlo in coppie.

STRUMENTI

Fotocamere o smartphone
(una/o per persona)

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Fare un breve controllo alla fine di questa sessione per valutare l'esercizio, con focus sui sentimenti e le percezioni dei partecipanti durante il processo.

OUTCOME

- I partecipanti capiscono come esprimere i propri sentimenti attraverso la fotografia
- I partecipanti comprendono come il colore e la prospettiva possono cambiare la percezione di un'immagine

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

Questo è un esercizio individuale in cui ogni partecipante deve creare una serie di autoritratti.

L'elemento cruciale dell'attività è quello di incoraggiare i partecipanti ad essere creativi e riflettere su se stessi, scoprire ciò che è importante per loro e riuscire ad esprimerlo visivamente. Per aiutarli con il compito, si dovrebbero suggerire loro alcuni modi in cui l'autoritratto potrebbe essere inteso, ad esempio:

- Una fotografia di una parte del viso
- Una fotografia di una parte del corpo
- Una fotografia di un oggetto che è importante per loro
- Una fotografia di un riflesso o di un'ombra
- Una fotografia che mostra lo spazio personale
- Una fotografia che riflette l'umore

Dopo che tutti hanno pronte le proprie immagini è importante fornire loro uno spazio per la condivisione, sia per l'intero gruppo sia suddivisi in coppie, se si sentono più a loro agio.

STRUMENTI

Fotocamera o smartphone (una/o per persona); proiettore se le immagini devono essere condivise con il gruppo intero.

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Raccogliere i partecipanti per una breve riflessione su ciò che hanno imparato durante l'esercizio e su come hanno affrontato le proprie emozioni durante l'intero processo.

OUTCOME

- I partecipanti hanno imparato modi creativi per esprimersi attraverso le fotografie
- I partecipanti hanno imparato a riflettere su se stessi utilizzando le immagini

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

In questo esercizio i partecipanti creeranno dei collage. Prima di iniziare, è utile fornire loro una breve presentazione introduttiva con alcune informazioni di base sul collage come tecnica e metodo di auto-espressione, con alcuni esempi di come può essere realizzato.

Una volta che i partecipanti hanno compreso il concetto, dovrebbero iniziare a lavorare sui propri collage individualmente. Non è necessario dare loro istruzioni specifiche riguardo al contenuto. Sarebbe meglio se fosse qualcosa connesso alla comunità - ciò si può ottenere dando ai partecipanti come input una frase o una parola che i loro collage dovrebbero esprimere, ad esempio "ciò che è casa", "da dove vengo", "io sono te" ecc. Quando tutti i collage sono pronti, metterli su un grande tavolo o sul pavimento e mettere un foglio accanto ad ognuno di essi. Chiedere ai partecipanti di guardare le opere realizzate e scrivere le loro interpretazioni o impressioni sui fogli forniti. Alla fine della sessione chiedere ad ogni partecipante di leggere le note degli altri, commentarle e condividere con gli altri come è stato il processo per loro.

STRUMENTI

DURATA

1 ora e 30 minuti

LEARN CHECK

La valutazione dovrebbe focalizzarsi sul modo in cui i partecipanti si relazionano ai contenuti visual creati dagli altri membri del gruppo e sul modo in cui i collage riflettono i loro valori comuni/ sfide condivise ecc (ciò è particolarmente importante se si lavora con persone della stessa comunità).

OUTCOME

- I partecipanti sono sottoposti ad un'auto-riflessione utilizzando mezzi visivi di espressione
- I partecipanti hanno guadagnato maggior fiducia in se stessi nella creazione di contenuti visual

RIFERIMENTI

N/A

MODULO 9

Comprendere le Narrazioni

Chi sono io?

“Comprendere le Narrazioni” richiede un apprezzamento di una chiara comprensione degli eventi che le narrazioni trattano. Lo storytelling potrebbe non essere presente in tutte le culture e in ogni momento, ma è diffusa. Le storie sono raccontate attraverso conversazioni, miti, danze, film, processi penali, programmi di notizie locali e internazionali, commenti sportivi, sermoni e lezioni di filosofia, antropologia e biologia. Sono raccontate come aneddoti, come barzellette, prove, storie, biografie ed autobiografie.

Le narrazioni hanno un senso finale perché ogni evento che ne precede un altro contribuisce alla spiegazione, o alla valutazione, o entrambe, di quest'ultimo. In altre parole, la narrazione svolge entrambe le funzioni di base dello storytelling in modo altamente coerente. L'inclusione di ogni evento ed il modo in cui è rappresentato servono o a spiegare come l'ultimo evento nella successione temporale è avvenuto (come è successo) o a fornire informazioni per una sua valutazione (in che modo è significativo), o entrambe le cose. Le narrazioni sono rappresentazioni funzionalmente coerenti di sequenze di eventi.

Lo scopo di questa pratica è quello di riflettere su se stessi e di creare un legame più intenso con gli altri partecipanti alla stessa attività. Imparare ad esprimere da dove si proviene in modo differente dalla mera posizione geografica.

Obiettivi

- Coltivare la creatività;
- Per creare tutto questo, ad ogni partecipante è chiesto di creare un'espressione in modo libero sul luogo da cui proviene.
- Accompagnare queste espressioni dopo la scrittura, generando arte, sottoforma di un dipinto, disegno, collage, digital art, foto, video, registrazione vocale, canzone, ecc.

Qualsiasi tipo di mezzo creativo che i partecipanti vogliono, può essere usato per esprimere quanto scritto. Quando tutti finiranno, la galleria d'arte sarà presentata a tutti, uno per uno, ogni partecipante condividerà con gli altri ciò che ha scritto e realizzato, cercando di spiegare cosa significa per loro. Anche il trainer partecipa attivamente a questa attività condividendo la propria esperienza personale.

Preparazione del Trainer

n/a

Approccio Educativo

n/a

Gruppo Target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Diventeranno più consapevoli di sé, acquisiranno più forti conoscenze delle soft skills, più comprensione ed empatia nei confronti degli altri. Inoltre, l'attività permetterà loro di esprimersi liberamente in un nuovo modo creativo.

Riferimenti

The Journal of Aesthetics and Art Criticism, Volume 67, Issue 1, February 2009, Pages 49–59, <https://doi.org/10.1111/j.1540-6245.2008.01334.x>

The Journal of Aesthetics and Art Criticism

Vol. 67, No. 1, Special Issue: The Poetics, Aesthetics, and Philosophy of Narrative (Winter, 2009), pp. 49-59 (11 pages)

Published By: Wiley <https://www.jstor.org/stable/40206389>

PROCEDURA

Il trainer distribuisce un foglio e una penna a ciascun partecipante.

L'obiettivo è che i partecipanti scrivano una propria storia e riscrivano la storia di qualcun altro cambiandone il genere.

Step 1: Ogni partecipante deve scrivere una storia personale;

può essere un aneddoto, un momento in cui hanno affrontato un ostacolo, ecc.

Step 2: Il trainer raccoglie tutte le storie e le ridistribuisce casualmente, in modo che ogni partecipante riceva la storia di qualcun altro.

Il formatore poi distribuisce un post-it ad ogni partecipante, su cui è scritto un genere diverso per tutti (Thriller, Commedia, Horror, Sci-Fi ecc.)

Step 3: Ogni partecipante deve riscrivere la storia che ha ricevuto, utilizzando il genere indicato sul proprio post-it.

- I partecipanti scrivono la storia che vogliono sapendo che sarà ascoltata dagli altri
- La storia non dovrebbe essere più lunga di 1 pagina
- La storia dovrebbe seguire la struttura in 3 atti di una narrazione
- I partecipanti dovrebbero scrivere in una lingua che tutti capiscono
- I partecipanti dovrebbero scrivere con la migliore e più leggibile scrittura che possono
- I partecipanti dovrebbero cambiare alcuni elementi dalla storia in modo che il genere corrisponda
- I cambiamenti dovrebbero riguardare poche parole o elementi, non si deve cambiare tutto rispetto alla storia originale
- I partecipanti dovrebbero mantenere gli elementi fondamentali della storia perché l'autore rimanga riconoscibile.

STRUMENTI

Post-it, penne, carta

DURATA

90 minuti

LEARN CHECK

Aneddoti, come battute, prove, storie e biografie/autobiografie.
Controllare gli outcomes.

OUTCOME

I partecipanti leggono ad alta voce la storia che hanno sviluppato. Il trainer chiude l'attività con un momento di debriefing:

- - Com'è stato riscrivere la storia di qualcun altro?
- - Com'è stato ascoltare la tua storia riscritta da qualcun altro?
- - Com'è stato adattare una storia ad un genere diverso?
- - Com'è stato ascoltare la tua storia riadattata ad un genere specifico?
- - Cosa ricorderai di questa attività?

RIFERIMENTI

The Journal of Aesthetics and Art Criticism, Volume 67, Issue 1, February 2009, Pages 49–59, <https://doi.org/10.1111/j.1540-6245.2008.01334.x>

The Journal of Aesthetics and Art Criticism
Vol. 67, No. 1, Special Issue: The Poetics, Aesthetics, and Philosophy of Narrative (Winter, 2009), pp. 49-59 (11 pages)
Published By: Wiley
<https://www.jstor.org/stable/40206389>

PROCEDURA

I partecipanti sono divisi in coppie. Si intervistano a vicenda sulla migrazione, la diversità o altre esperienze che hanno fatto.

Poi scrivono un racconto su ciò che hanno ascoltato. Le storie possono essere accompagnate da foto.

Dopodiché, le storie verranno presentate agli altri partecipanti, mostrando anche le foto (eventualmente).

STRUMENTI

Post-it, penne e fogli

DURATA

90 minuti

LEARN CHECK

Attraverso le video presentazioni vengono condivisi i Valori Personali.

OUTCOME

Imparare a prender coscienza dei propri processi di pensiero, e di essere in grado di renderli trasparenti per gli altri.

Ciò consente la valutazione del "perché" e del "come" dell'apprendimento, e di ciò che si deve ottenere come risultato.

Alla riflessione segue una auto-valutazione o una valutazione peer-to-peer.

RIFERIMENTI

The Journal of Aesthetics and Art Criticism, Volume 67, Issue 1, February 2009, Pages 49–59, <https://doi.org/10.1111/j.1540-6245.2008.01334.x>

The Journal of Aesthetics and Art Criticism
Vol. 67, No. 1, Special Issue: The Poetics, Aesthetics, and
Philosophy of Narrative (Winter, 2009), pp. 49-59 (11 pages)
Published By: Wiley
<https://www.jstor.org/stable/40206389>

MODULO 10

Generare il Cambiamento

Storytelling d'Impatto

Nel corso della storia il “mestiere” dello storytelling è stato qualcosa di potente, come lo è anche oggi, e per via del potere che detiene nel riuscire a smuovere le culture, non si è mai troppo attenti al modo in cui si utilizza nel proprio business.

Esaminando alcune digital stories di alcuni brand, possiamo vedere cosa hanno fatto bene e come il loro messaggio ha influenzato i loro gruppi target, ma attraverso alcune di queste possiamo anche imparare cosa non fare.

L'obiettivo di queste attività è quello di ottenere una migliore comprensione di come creare digital stories di qualità.

Obiettivi

- Imparare come le storie possono avere un impatto
- Imparare come ogni cosa inizia con una storia, come il core di tutti business; la conoscenza dello storytelling può aiutarti ad esprimere chiaramente il tuo messaggio
- Imparare come realizzare la tua storia digitale
- Vedere la differenza tra il digital storytelling di successo e i “colpiti e affondati”.
- Sviluppare la creatività
- Rafforzare la creatività e le visual skills

Preparazione del Trainer

Il corso è interattivo e basato sulla co-creazione.

Approccio Educativo

Quando viene presentata una domanda, il trainer dovrebbe invitare tutti i partecipanti a condividere con il resto del gruppo commenti e possibili soluzioni, inoltre dovrebbe di volta in volta controllare che i partecipanti non rimangano indietro e colgano le nozioni date e lo scopo di ogni attività.

Gruppo Target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Alla conclusione di ogni attività dovrebbe esserci un momento di debriefing con tutti i partecipanti.

PROCEDURA

Usare esempi come Coca-Cola, Nike, ecc... per mostrare come il loro digital storytelling impatta le persone.

“Snowfall – The Avalanche at Tunnel Creek” è l'esempio capostipite che identifica il digital storytelling come strumento di comunicazione. Questo Progetto, vincitore del Premio Pulitzer, è diventato esemplare quando si tratta di digital storytelling. Nei sei giorni successivi alla sua uscita, il 20 Dicembre 2012, ha ottenuto più di 3.5 milioni di views e 2.9 milioni di visitatori.

STRUMENTI

Smartphone, PC o tablet.

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Discutere con i partecipanti in merito a quanto si è imparato.
È quello che ci si aspettava?
Chiedere ai partecipanti se c'è ancora qualcosa che non è chiaro, se sì, cercare di far sì che il gruppo lo spieghi.

OUTCOME

Capire che all'arco della storia devono essere combinati dati ed immagini potenti

- Creare il giusto equilibrio tra logica ed emozione per generare un processo di decision-making
- Fare appello all'emozione, innescando la “Fear Of Missing Out” (FOMO).

RIFERIMENTI

<https://www.nytimes.com/projects/2012/snowfall/index.html%23/?part=tunnel-creek>

PROCEDURA

1. In coppia i partecipanti devono annotare quali video digitali, immagini, pagine, ecc. hanno avuto un impatto su di loro
2. Devono discutere tra loro sul perché quella specifica storia ha avuto quell'impatto su di loro (che sia un impatto positivo o negativo)
3. Valutare ciò che avrebbe potuto fare l'azienda per influenzare i propri clienti ancora di più

STRUMENTI

Carta e penne

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Scegliere una storia e suddividere i partecipanti in 2 gruppi in modo che possano fare un dibattito se la storia in questione ha effettivamente colpito il suo target di riferimento e se no perché.

OUTCOME

- Capire cos'è il Digital Storytelling e quali strumenti/tecniche possono essere utilizzati per realizzarlo
- Imparare la differenza tra l'impatto positivo e negativo che una storia può suscitare
- Guardare come gli altri percepiscono in maniera diversa la stessa storia

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

1. Non essere personale

Le storie non personali rendono più difficile dare vita alla storia e far connettere le persone a livello emotivo.

2. Informazioni insufficienti

La gente vuole imparare dagli esperti, ma non dovrebbe essere una "fatica". Un linguaggio troppo accademico può scoraggiare le persone, ma le storie non dovrebbero neanche essere "banali". È importante trovare il giusto equilibrio.

3. Non illustrare i propri punti

Un punto di forza del settore è la ricchezza di immagini visive. Questo è un elemento importante per ottenere un effetto potente nella narrazione. I formati non devono necessariamente essere ricercati, ma bisogna considerare come immagini e testo si combinino insieme nelle storie che si condividono.

4. Non essere specifici

La narrazione che si concentra su argomenti specifici può coinvolgere un vasto pubblico. In generale, funziona meglio procedere partendo dai dettagli e passando gradualmente al quadro generale, piuttosto che il contrario.

STRUMENTI

Carta e penne

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Preparare i video da mostrare e su cui discutere in merito a cosa è andato storto ad alcune companies, per dimostrare ai partecipanti quali possono essere le sfide in questo campo:

Pepsi — Live for Now Lloyds Bank -
The Running of the Horses Dr.
Pepper Ten - It's Not For Women
Qiaobi Detergent Commercial

OUTCOME

- Alcuni brand ci insegnano qualcosa: si può provare a raccontare una storia ma non avrà significato se il contenuto non è rilevante e moralmente giusto
- Costruire connessioni tra i partecipanti attraverso il lavoro di gruppo attivo
- Sviluppare la capacità di identificare modelli e problemi nelle strutture di narrazione
- Imparare a fare ricerca e sviluppare una storia che riguarda il cliente target finale.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

1. Dividere i partecipanti in piccoli gruppi (2 o 3)
2. Assegnare una storia a ciascun gruppo
3. Fargli creare una versione digitale della storia che hanno ricevuto (Instagram story/post, un video, billboard idea, vlog, etc.)

STRUMENTI

PC/smartphone/carta e penne

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Dopo essersi scambiati i video, chiedere ai gruppi di identificare gli elementi comuni nella modalità di storytelling, tutti i partecipanti devono ascoltare e cercare di valutare cosa è stato fatto meglio e cosa può essere fatto per migliorare la propria idea.

OUTCOME

Comprensione del potere delle parole e delle didascalie

Mettere insieme una storia

- Valutazione della comprensione dei partecipanti relativamente agli obiettivi di apprendimento
- Raccolta di feedback da parte dei partecipanti relativamente ai progressi di apprendimento
-

RIFERIMENTI

N/A

MODULO 11

Condivisione e propaganda

Loesje Campaign

Loesje è un processo di creazione di campagne che prevede l'utilizzo di osservazioni ispiratrici, umorismo che porti al pensiero critico, scrittura creativa e la condivisione di opinioni con il pubblico. I partecipanti devono creare testi o slogan positivi e stimolanti che facciano sorridere, criticare senza giudicare, che sfidino il pubblico a pensare ad un tema e che offrano un nuovo modo di guardare i modelli abituali.

Loesje è il nome di una ragazza olandese e le tecniche di Loesje sono utilizzate in scuole, aziende, ONG e da individui in tutto il mondo. Loesje firma i manifesti, ma la sua personalità è costituita da tutto il collettivo mondiale di persone che desiderano cambiare il mondo con creatività e manifesti. L'attività di scrittura del testo creativo è un processo creativo di gruppo per l'ideazione di brevi *one-liners*. Il metodo consiste in una serie di passaggi che portino ad un'atmosfera aperta all'interno del gruppo e guidino i partecipanti in un flusso creativo. La base è un continuo passaggio dei testi in modo che i partecipanti possano reagire ed offrire idee di *follow-up* sui pensieri dei compagni.

Gli step del processo includono:

- La presentazione di tutti i partecipanti: un piccolo esercizio per conoscersi;
- Una fase di *warming-up* con esercizi di scrittura creativa per ispirarsi, rilassarsi ed arrivare ad un punto in cui tutti si sentano in vena di scrivere.
- La raccolta di temi su cui scrivere. Ad esempio, possono essere temi che i partecipanti sentono fortemente, notizie, o cose che toccano la loro vita personale. Ogni tema viene segnato sulla parte superiore di un foglio.

Un esercizio successivo offre ai partecipanti la possibilità di comprendere alcune tecniche di scrittura, in particolare la capacità di visualizzare un tema da varie prospettive: fare associazioni, contrapposizioni, esagerazioni, suggerimenti, capovolgimenti, anche ponendo domande.

- La scrittura di testi girando intorno agli argomenti e la creazione di *one-liners*. Questo sarà un processo di gruppo di formulazione di pensieri e opinioni.

È importante stimolare la creatività evitando, ove possibile, la critica degli scritti altrui. Se uno non è d'accordo con quello che qualcun'altro ha scritto, la propria opinione può essere segnata accanto. Alla fine del processo viene effettuata una selezione dei migliori testi. I partecipanti si passano ancora una volta i fogli cerchiando i testi che ritengono migliori. Alla fine, i testi più apprezzati saranno riconoscibili dal numero di cerchi intorno. I migliori testi verranno letti ad alta voce, per condividere ciò che il gruppo ha creato.

I testi migliori e più espressivi, che si adattano al profilo della "ragazza Loesje", sono selezionati nelle sessioni di discussione chiamate "Editing Finale". Infine, verranno stampati sui manifesti e firmati da lei - in modo che il collettivo di scrittori reali rimanga anonimo.

(Fonte: <http://www.hcdo.hr/wp-content/uploads/downloads/2014/08/PartART-Handbook.pdf>)

Obiettivi

Gli obiettivi di Loesje sono di formare le seguenti skill/competenze:

- Scrittura creativa
- Sensibilizzazione sociale e abilità nell'ideare campagne
- Co-creazione collettiva
- Pensiero critico
- Team work

Il metodo di Loesje coinvolge le persone nella società e le incentiva ad esprimersi da cittadini attivi per trovare soluzioni e proposte per la comprensione reciproca.

Preparazione del Trainer

Per preparare il workshop di Loesje si consiglia la consultazione del manuale di Loesje (Loesje.org/handbook).

Pensare anche a quali argomenti potrebbero essere rilevanti per gli specifici gruppi di partecipanti al workshop. Fare in modo di conoscere bene la formattazione e i metodi di condivisione dei manifesti finali. Pensare se si vorrà fare una campagna online o offline.

Preparare, quindi, gli strumenti adatti, ad es. colla, pennelli, pdf maker, stampante, ecc.

Approccio Educativo

La sessione dovrebbe essere condotta in modo creativo ed informale. Assicurarsi che i partecipanti si concentrino su approcci positivi. Poiché il workshop è un processo di co-creazione, che dovrebbe lasciare molto spazio ai partecipanti, si prega di dare spazio ai loro processi di lavoro. Seguire maggiormente il flusso, piuttosto che il prodotto - anche se la sessione durerà più a lungo.

Poiché la diffusione del manifesto è essa stessa parte del processo, considerare come si vuole integrare questa fase all'interno del training. Pensare a come e dove si vuole diffondere il manifesto (online o offline) e motivare anche i partecipanti a riflettere in anticipo su questo aspetto.

Gruppi Target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Riflettere con i partecipanti sul processo in un dibattito aperto. Se verranno creati manifesti su temi di attualità, il controllo formale deve essere eseguito in precedenza.

PROCEDURA

L'obiettivo di questa attività è quello di creare una storia con un gruppo di parole scelte a caso.

Viene dato ad ognuno un foglio bianco su cui - nel lato sinistro - si deve scrivere una parola qualsiasi che venga in mente. Poi, ognuno passa il foglio alla persona alla propria destra, la quale scriverà un'altra parola (sotto quella precedente) che sia associata liberamente a quella precedente.

Si continua a far passare i fogli e scrivere nuove parole, che si associno sempre all'ultima scritta, fino ad avere circa 10 parole.

Dopodiché, ogni persona cerchia le 3 parole che gli piacciono di più nel foglio che si trovano di fronte e poi lo passano nuovamente. Questa volta, i partecipanti scrivono il nome di una persona famosa sul lato destro, prima di passare di nuovo il foglio, poi il nome di un utensile da cucina e, infine, il nome di un luogo.

Con le 3 parole cerchiare, i partecipanti devono inventare una storia che coinvolga la persona famosa, che si svolga nel luogo scelto e in cui ci sia un utilizzo di quell'utensile da cucina.

In alternativa si può giocare a questo gioco anche online su una board virtuale (come Flinga o Miro) o un documento condiviso (Google docs ecc.). Invece di passarsi il foglio si lavorerebbe con colori o evidenziazioni vari/varie.

STRUMENTI

Carta, penne, se giocato online una board virtuale o un documento condiviso.

I poster di Loesje sono realizzati su argomenti che riguardano le persone coinvolte e rappresentano un modo di pensare al mondo e di trasformare la delusione o la frustrazione in iniziativa. Gli studenti possono scrivere di tutto e la prima regola è che "non ci sono regole".

DURATA

25-30 minuti

LEARN CHECK

Riflessione sul processo; i partecipanti dovrebbero aprirsi nel loro processo di brainstorming creativo.

OUTCOME

La sessione dovrebbe aiutare a far nascere idee e mostrare ai partecipanti la loro creatività. Non esistono cose "troppo strane" o "pazze" per quanto riguarda ciò che vien fuori nel warming-up. Inoltre questo rappresenta anche un buon momento per creare un'atmosfera aperta nel gruppo.

(fonte: Loesje Activists Handbook)

RIFERIMENTI

Ulteriori giochi simili possono essere trovati eventualmente online, per esempio Story Dices o Story Generator.

PROCEDURA

Wordcloud

Preparare un wordcloud su un servizio gratuito come [answergarden.ch](https://www.answergarden.ch). Qui è possibile creare un wordcloud per la domanda: Quale argomento si ha in mente? Oppure, qual è l'ultima notizia rilevante, ti tocca?

I partecipanti devono associare le parole, che sono contate dal wordcloud. Se una parola viene menzionata più volte viene mostrata sempre più grande.

Dopo l'associazione libera si discutono gli argomenti con i partecipanti, si chiedono chiarimenti e dopodiché si può lasciare che i partecipanti votino su uno-tre argomenti di cui vogliono scrivere.

Se non si lavora online, si possono raccogliere le parole su post-it, per poi attaccarli su una parete o lavagna.

Ora i partecipanti dovranno raggrupparli e trovare dei titoli adatti ad ogni sezione. Questo li aiuterà a visualizzare il gruppo di argomenti. Dopo il raggruppamento collettivo e gli ultimi chiarimenti, i partecipanti possono votare gli argomenti.

Dopo il warming-up, arriva il momento di selezionare i soggetti. In alternativa, si può chiedere agli studenti di dire se c'è qualcosa che hanno già in mente di cui vogliono scrivere o se invece si potrebbe parlare delle ultime notizie.

Assicurarsi di non avere argomenti troppo identici e non dimenticare che è possibile trasformare qualcosa che potrebbe non piacere in un argomento stimolante. Un consiglio è quello di non scegliere argomenti troppo ampi: il cambiamento climatico nella nostra città è meglio rispetto al cambiamento climatico in generale, per esempio.

STRUMENTI

Penne, post-it, flipchart o
online wordclouds – per
esempio [answergarden.ch](https://www.answergarden.ch)

DURATA

35-40 minuti

LEARN CHECK

Vengono scelti gli argomenti

OUTCOME

I partecipanti dovrebbero raggiungere un accordo
sugli argomenti su cui vogliono scrivere.

RIFERIMENTI

www.answergarden.ch

PROCEDURA

Loesje usa un approccio con acronimo "ACCESS", che sta per Associazione, Contraddizione, Comparazione, Esagerazione, Stimolazione e Suggestione.

Ogni studente userà un foglio o un documento online condivisibile (Padlet, Miro, Flinga, Google Doc ecc.) e lavorerà per prima prima cosa con se stesso. In ogni round dovrebbero riflettere, aggiungere, modificare, rivedere il testo che hanno prodotto. Il processo dovrebbe essere ripetuto per ogni argomento che gli studenti sceglieranno.

In un primo turno lasciare che i partecipanti facciano associazioni, pensando a qualsiasi parola o idea collegata agli argomenti. Chiedere loro che cosa significano queste parole? Cosa provano nel sentirle? Qual è il possibile significato nascosto o il contesto di queste parole?

In un secondo turno, lasciare che i partecipanti "rovescino" gli argomenti. Lasciare che usino parole che trasformino l'argomento da giusto a sbagliato. Nel turno successivo, confrontare qualcosa che sia nuovo, con qualcosa già noto. Questo potrebbe aiutare a chiarire i significati dell'argomento.

Round successivo: Esagerare. Ingigantire gli argomenti, o le cose che implicano.

Round successivo: Stimolare, stimolare l'immaginazione dei partecipanti. Motivarli ad agire, ispirarli all'avventura e mostrare loro come possa essere gratificante fare qualcosa di insolito. Nell'ultimo round suggerire e fare in modo che gli studenti vedano le cose in modo diverso, far riflettere le persone su ciò che leggono e sulle loro implicazioni.

Finita la scrittura, fare in modo che i partecipanti si scambino i fogli con argomenti diversi, lasciandoglieli leggere. Ripetere il processo.

I testi dovrebbero essere piuttosto brevi e anche provocatori, si prega di chiarire ai partecipanti che non è necessario produrre testi lunghi.

Spiegare al gruppo che si può scrivere qualsiasi cosa che venga in mente. Sottolineare che questo è un processo di gruppo, che non c'è bisogno di scrivere un "Loesje Poster" velocemente, perché è importante lasciarsi influenzare da altre idee. È ok scrivere appena una parola, o un'idea, così come è ok scrivere ciò che potrebbe diventare un Loesje Poster.

Non è obbligatorio che tutti scrivano di ogni soggetto ed è ammesso anche il disegno. È bene che il trainer si esprima e incoraggi gli altri a fare lo stesso. Si possono avere delle reazioni su ciò che gli altri scrivono, facendo domande, citazioni, raccontando aneddoti, non risulterebbe invece molto utile avere reazioni come "sì" o "no" ed avere atteggiamenti critici.

STRUMENTI

Carta e penne, online tools

DURATA

In base alla motivazione del gruppo - minimo 45 minuti

LEARN CHECK

Riflessione di gruppo

OUTCOME

I partecipanti avranno ideato e realizzato un serie di slogan, adatti a vari argomenti.

RIFERIMENTI

<https://loesje.org/workshops>

PROCEDURA

Prima di tutto raggruppare tutti i testi - e distribuire ai partecipanti penne o pennarelli. Lasciare che ognuno scelga un colore e chiedere loro di rivedere i testi, questa volta per selezionare quelli che potrebbero diventare un Loesje. Se ne possono scegliere più di uno (o nessuno) per ogni argomento.

Durante la lettura, i partecipanti possono ancora apportare qualche modifica, aggiungere qualcosa o riscrivere intere parti. I testi dovrebbero essere comunque visibili per tutti, potrebbero anche venire impilati, e tutti possono consultarli, possono essere attaccati ad un muro o raccolti in un formato online.

Alla fine sarà evidente che i testi che sono stati cerchiati con più colori sono i più popolari. Successivamente questi si leggono ad alta voce e si commentano. Spiegare che le proposte selezionate vengono poi riunite e sottoposte a votazione. Quelli che superano questa selezione vengono sottoposti ad una modifica finale e verranno esposti.

Il gruppo lavora di nuovo ad un processo di revisione dei testi precedenti. Si prega di facilitare un ambiente di lavoro collaborativo e co-creativo. Se i partecipanti preferiscono lavorare in piccoli gruppi, ciò è anche possibile.

STRUMENTI

Penne colorate, i testi precedenti

DURATA

45 – 60 minuti

LEARN CHECK

Riflessioni sul processo

OUTCOME

Testi finali per la Campagna Loesje

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

L'idea principale quando si realizza un manifesto Loesje è "keep it simple". Nella marea di annunci coloratissimi, un breve messaggio scritto con testo nero su sfondo bianco diventa unico e più visibile. Prima di iniziare con il manifesto Loesje, si può sperimentare un po' con altri testi per vedere come i diversi layout potrebbero veicolare in modi molto diversi i messaggi. I partecipanti possono scegliere un breve testo, ad es. titoli di giornale e poi scriverlo in maiuscolo più volte, ritagliare poi ogni parola e rifare un layout di quel testo in modi diversi. Si otterranno poster diversi, tra cui bisognerebbe scegliere quale risulta più accattivante.

- Nessuno può dire chiaramente leggendo solamente un testo se si tratta di un testo Loesje o meno, tutti interpretano la "persona Loesje" a modo proprio. Ci sono, però, alcuni standard, con riferimento a quello che Loesje ha detto in precedenza e ai suoi moti, per essere critici in modo divertente e fare commenti che stimolino a pensare autonomamente. Non andrebbero bene testi cinici o moralisti o dire che si dovrebbe pensare in un modo specifico.
- Possono essere utili anche suggerimenti più tecnici, come: non si può mai usare un punto interrogativo su un poster Loesje.
 - Un buon testo potrebbe essere....
 - Facilmente leggibile in molti e diversi modi
 - Un'osservazione positiva
 - Stimolare la mente
 - Far sorridere la gente
 - Criticare senza essere giudicanti o moralisti

STRUMENTI

Testi precedenti, templates,
computer

DURATA

60 minuti

LEARN CHECK

Il poster riflette la filosofia e gli standard
Loesje?

OUTCOME

Una serie di manifesti tematici,
pronti per delle campagne intorno
a quegli argomenti scelti dai
partecipanti.

RIFERIMENTI

Ecco alcuni consigli che potrebbero tornare utili quando si espongono i
poster di Loesje:

- se il testo ha un titolo (es. dentisti // la migliore cura per il tuo sorriso) si
lascia vuota una linea intera tra il titolo e il resto del testo
- se il testo è in una frase (per es. il mondo è più bello con te), non devi
fare la separazione grafica e si può centrare la frase
- ci sono anche caratteri (font) speciali e dimensioni fisse per i testi, si
possono trovare nelle risorse come template.
- utilizzare la firma Loesje al fine di renderlo più accattivante - ma non
dimenticare, se lo si fa, che i manifesti devono essere in linea con la
filosofia Loesje.

PROCEDURA

Ci sono molti modi per diffondere il manifesto.

Nello spazio pubblico:

Spargere i poster è abbastanza divertente, soprattutto quando possono portare a conversazioni con persone di passaggio o ad altri tipi di interazione, ad esempio da parte di chi volesse commentare un testo o chiedere cosa si stia facendo.

Bisogna cercare di essere almeno in due persone, in modo che una regga i manifesti, mentre la seconda li affigge. Se ci si muove con un intero gruppo, che è più divertente, ci si può suddividere in gruppi più piccoli spartendosi varie zone. Prima ci si potrebbe radunare in un posto per poi decidere dove andrà ogni gruppo, prima di partire si dovrebbe anche impostare un tempo e un luogo dove ci si riunirà di nuovo dopo per discutere delle esperienze di ognuno.

Online:

I manifesti dovrebbero essere salvati come JPG o PNG e possono essere condivisi su tutti i canali social. Bisogna puntare ad essere attuali ("sul pezzo"), perciò è bene lasciare che i partecipanti raccolgano idee relativamente a in quali gruppi, su quali canali e rispetto a quali discussioni sarebbe meglio pubblicare i manifesti. Assicurarsi di seguire i commenti e le altre reaction che i poster riceveranno. Nelle riunioni di riflessione, i partecipanti possono discutere tra loro e raccontarsi le proprie esperienze, pensare eventualmente in quali altri spazi online pubblicare i manifesti.

Procedura:

Pensare alla sicurezza quando si affiggono i manifesti negli spazi pubblici. Due persone formano una buona squadra per portare avanti l'attività negli spazi pubblici. Assicurarsi che i partecipanti siano a conoscenza delle norme legali locali mentre affiggono i manifesti. Il manifesto può essere semplice e può essere facilmente stampato su fogli A4.

Nel caso in cui si desiderano reazioni pubbliche, organizzare la condivisione dei manifesti come un evento di protesta o una mostra. Proprio come con la scrittura, il motto è: che sia positivo e creativo.

STRUMENTI

Pubblico: manifesti,
stampante, pennello, colla
Online: JPGs o grafici simili

DURATA

LEARN CHECK

I messaggi co-creati vengono condivisi
con un'audience più ampia

OUTCOME

Campagne pubbliche offline/online

RIFERIMENTI

N/A

MODULO 12

Condivisione e propaganda

Storytelling basato su dati

Le storie supportate da immagini sono sempre state un mezzo con il quale gli esseri umani hanno imparato nuove cose rapidamente. Con i tempi mutevoli dell'informatizzazione e dei *data*, questo nuovo modo di apprendere informazioni potrebbe talvolta apparire noioso e quindi è nostro compito renderlo più avvicinabile e facilmente comprensibile. La capacità di spiegare con successo le informazioni prese dai dati utilizzando racconti e immagini è nota come “data-driven storytelling”, cioè narrazione basata sui dati. Questo metodo può essere utilizzato per mettere i risultati dei dati in prospettiva per il pubblico col fine di motivarlo ad agire. Considerare quindi il modo in cui si possono coinvolgere diverse aree della mente del gruppo con cui si ha a che fare, piuttosto che fornire loro un foglio di calcolo che presenti freddamente fatti e cifre. Si può evocare una risposta emotiva a livello cerebrale utilizzando la narrazione dei dati, che può aiutarvi nel rendere i vostri messaggi memorabili e di ispirazione.

Obiettivi

Lo storytelling basato sui dati ha 3 principali elementi che i partecipanti dovrebbero imparare:

1. Data – il pilastro della datastory che si produrrà è uno studio approfondito di dati corretti e completi. L'utilizzo di analisi descrittive, diagnostiche e predittive dei dati può aiutare a vederne il quadro generale.
2. Narrazione - Una trama, nota anche come narrazione verbale o scritta, viene utilizzata per spiegare le informazioni fornite dai dati, il contesto in cui sono stati raccolti e le azioni che si sostengono e che si vogliono usare per ispirare l'audience.
3. Visualizzazione – Le rappresentazioni visive dei fatti e della narrazione aiuteranno a raccontare il proprio messaggio in maniera chiara e memorabile. Possono essere usati grafici, diagrammi, tabelle, infografiche, foto e video.

Altri obiettivi:

- Imparare come creare una storia basata sui dati attraverso l'esperienza personale
- Imparare come usare le informazioni e renderle più facilmente memorizzabili
- Sviluppare la creatività
- Arricchire le visual skill
- Comprendere come lo storytelling arricchito di infografiche possa creare un impatto emotivo più forte sulle persone, rispetto alla mera presentazione di fatti e dati.

Approccio Educativo

Il corso è interattivo e basato sulla co-creazione.

Quando viene presentata una domanda, il formatore dovrebbe invitare i partecipanti a condividere con il resto della classe e lui/ lei dovrebbe anche controllare di volta in volta che i partecipanti siano aggiornati con le nozioni date e lo scopo di ogni attività.

Gruppo target

Trainers, community leaders, cittadini, attivisti

Verifiche di apprendimento / Valutazione

Alla fine di ogni attività, ci deve essere un momento di debriefing con tutti i partecipanti.

PRESENTATI CON I DATI

PROCEDURA

Ogni partecipante deve presentarsi al gruppo elencando cinque fatti di base che possono essere interpretati come dati, come la loro età, nazionalità, luogo di residenza, livello di istruzione, lavoro, campi di interesse, ecc.

I partecipanti non sono tenuti a divulgare dati personali sensibili, solo informazioni generali che si sentono a proprio agio nel condividere, ad esempio, il quartiere o la città in cui vivono, non il loro indirizzo di casa.

Tutti annotano alcuni appunti sui fatti che hanno selezionato e poi presentano verbalmente i loro dati di base al gruppo, a turno.

STRUMENTI

Fogli, matite

DURATA

30 minuti

LEARN CHECK

Assicurarsi che tutti abbiano la possibilità di parlare e di presentarsi al gruppo. L'obiettivo di questa attività è quello di aiutare i partecipanti a conoscersi e creare un'atmosfera che favorisca la cooperazione, l'ascolto e il reciproco feedback rispettoso.

Come trainer, si può anche incoraggiare le persone a pensare se ci sono state sovrapposizioni nelle informazioni condivise - ci sono cose che i partecipanti hanno in comune? Possono essere raggruppati in determinate categorie in base a ciò che hanno scelto di condividere? Questo aiuterà il gruppo a pensare in termini di dati, che si rivelerà utile nelle attività successive.

OUTCOME

I partecipanti imparano a conoscersi e iniziano a interagire in gruppo.

RIFERIMENTI

N/A

PROCEDURA

Questo è un esercizio veloce per far sì che i partecipanti pensino visivamente e siano ispirati a trovare modi creativi per trasmettere significati.

Ad ogni partecipante vengono dati due minuti per disegnare il termine “cultura” in qualsiasi modo che venga loro in mente. Una volta scaduto il tempo, ognuno rivela il proprio lavoro e il gruppo si confronta sulle varie possibili interpretazioni.

Si ripete l'esercizio, questa volta disegnando la formula: $3 > 2$, si può in tutti i modi possibili che vengano in mente in due minuti.

Nel terzo esercizio, i partecipanti devono disegnare il concetto “i numeri sono migliori delle parole” sempre in qualsiasi modo che gli venga in mente in due minuti. Ci si confronta di nuovo.

STRUMENTI

Fogli, matite

DURATA

15 minuti

LEARN CHECK

L'obiettivo di questa attività è quello di incoraggiare il pensiero creativo. Mentre i partecipanti condividono e presentano i risultati di ogni esercizio, si può anche chiedere loro cosa li ha ispirati a presentare alcuni dei concetti in un certo modo.

OUTCOME

I partecipanti sviluppano la loro abilità a presentare dati e trasmetterne i significati attraverso l'uso di strumenti visual.

RIFERIMENTI

N/A



VISUALIZZA I DATI

PROCEDURA

Ogni partecipante deve presentarsi nuovamente al gruppo, usando le stesse informazioni che ha condiviso in precedenza, ma questa volta in termini visivi. Il gruppo pensa a come presentare visivamente i propri dati in un modo chiaro che sia facile da comprendere per tutti, ma anche abbastanza coinvolgente da catturare l'attenzione del pubblico.

Sulla base dei loro appunti dell'attività precedente, i partecipanti devono realizzare una scheda personale. Possono anche disegnare immagini, forme, simboli, numeri, ecc, mantenendo il testo al minimo o omettendolo del tutto.

Una volta che hanno concluso, ogni partecipante mostra la propria scheda personale al gruppo. Gli altri sono liberi di provare ad interpretare i dati basandosi solo sulle immagini per verificare se effettivamente sono rappresentati in modo visivo abbastanza chiaramente.

STRUMENTI

Fogli, penne o pennarelli

DURATA

30 minuti – 1 ora

LEARN CHECK

Questa attività ha lo scopo di far avvicinare il gruppo e incoraggiarlo a scambiarsi feedback. È anche progettato per ispirare il pensiero visivo e insegna ai partecipanti a presentare le informazioni in modo chiaro e completo.

OUTCOME

La scheda personale di ogni partecipante trasmette le stesse informazioni personali presentate nella prima attività.

RIFERIMENTI

N/A

TRASFORMARE I DATI IN STORIE

PROCEDURA

I partecipanti devono creare una presentazione basata su dati per raccontare una breve storia basata sull'esperienza personale.

Ogni partecipante pensa ad un'esperienza personale che li ha influenzati in qualche modo per poi condividerla, come storia, con il gruppo. Può essere basata su un evento importante della propria vita, un aneddoto divertente, un ricordo caro, una causa di cui sono appassionati, ecc.

Nella fase preparatoria, i partecipanti pensano al punto o al messaggio che vogliono trasmettere al loro pubblico. Che cosa vogliono ottenere con la loro storia - ispirare, motivare, intrattenere, provocare una reazione? Quindi, preparano la struttura del contenuto.

Nella fase di progettazione, i partecipanti pensano ai modi possibili con cui presentare il contenuto attraverso l'uso di dati e immagini. Quali fatti o informazioni specifiche possono estrapolare che potrebbero essere visualizzati visivamente e utilizzati come parte della loro presentazione? Possono utilizzare linee temporali, grafici a torta, o qualsiasi altro tipo di grafica per presentare il materiale su 1-2 fogli.

Nella fase di narrazione, i partecipanti presentano la loro creazione al gruppo. Ogni partecipante ha tre minuti per presentare la propria storia.

STRUMENTI

Fogli, penne o pennarelli

DURATA

30 minuti per la preparazione
+ 3 minuti a partecipante per
la propria presentazione

LEARN CHECK

Questa attività mira a sviluppare la capacità di creare una narrazione ben strutturata basata su dati pertinenti che possono essere presentati visivamente. In quanto trainer, assicurarsi che tutti abbiano la possibilità di presentare la propria storia e che lo facciano entro il tempo assegnato.

OUTCOME

Ogni partecipante prepara e consegna una presentazione basata sui dati con una breve storia personale.

RIFERIMENTI

N/A