

Priročnik o igrifikaciji za državlјanski aktivizem



Co-funded by
the European Union

Praktičen vir za mladinske delavce

ENGAGE

CONNECT

EMPOWER

01 Video · 02 Bloganje · 03 Podkasti · 04 Digitalne kampanje.

01 Video

02 Bloganje

03 Podkasti

04 Digitalne kampanje

ENGAGE

CONNECT

EMPOWER



Koordinator: Asociația Be You (RO) · Partnerji: EUducate (ES) · ZPTM Brežice (SI) · MoMenTor (BG)

KA220-YOU · Partnerstva za sodelovanje na področju mladine

<https://word2action.beyoueurope.eu>



Priročnik o igrifikaciji za državljski aktivizem

Word2Action Erasmus+ KA220-YOU projekt
sofinancira Evropska komisija

Št. projekta: 2025-1-RO01-KA220-YOU-000362895

KOORDINATOR

Asociația Be You - Romunija

PARTNERSKE ORGANIZACIJE

MoMenTor – Bolgarija

Zavod za podjetništvo, turizem in mladino Brežice (ZPTM Brežice) – Slovenija

EUducate – Španija

SOAVTORJI

Ilona Balint

Adrian Miloiu

Eszter Balint

Irina Grigorescu

Sonia Georgiana Miloiu

X

X

X

X

X

Financirano s sredstvi Evropske unije. Izražena stališča in mnenja so izključno stališča in mnenja avtorjev ter ne odražajo nujno stališč Evropske unije ali Nacionalne agencije za programe Skupnosti na področju izobraževanja in poklicnega usposabljanja (ANPCDEFP). Niti Evropska unija niti ANPCDEFP zanje ne moreta biti odgovorni.

Pri vsakršni uporabi, razmnoževanju, prilagajanju, razširjanju ali navajanju tega vodnika, v celoti ali deloma, je treba ustrezno navesti Evropsko unijo oziroma program Erasmus+ kot vir financiranja, projekt, v okviru katerega je bil vodnik pripravljen, ter partnerske organizacije, ki so ustvarile ta intelektualni rezultat.

KAZALO

UVOD	4
Namen uporabe priročnika	4
Metodološka podlaga	5
Državlanski in digitalni aktivizem	6
Medijska pismenost in digitalna odpornost	7
Igrifikacija v izobraževanju in mladinskem delu	8
1. POGLAVJE — IGRIFIKACIJA V VIDEO VSEBINAH	9
Uvod	9
Vloga videa v digitalnem aktivizmu in državlanskem udejstvovanju	11
Praktična uporaba: Video pripovedovanje zgodb za državljansko ozaveščanje in delovanje	16
Dejavnost: Razbijalci mitov o EU: geolokacijski izziv	17
2. POGLAVJE — IGRIFIKACIJA V BLOGANJU	21
Uvod	21
Igrifikacija kot pedagoški pristop	21
Pomen pripovedovanja zgodb v bloganju za participacijo mladih	23
Igrificirane strukture blogov in mehanizmi vključevanja	24
Vloga bloganja v digitalnem aktivizmu in državlanskem udejstvovanju	26
Praktična uporaba: Okoljsko pripovedovanje zgodb	28
Dejavnost: Narava govori	30
3. POGLAVJE — IGRIFIKACIJA V PODKASTIH	32
Uvod	33
Igrificirano podkastanje: konceptualna izhodišča	34
Participacija in interaktivnost v podkastanju	34
Praktična uporaba: Zvočno pripovedovanje zgodb	36
Dejavnost: Tvoj glas, tvoja zgodba	37
4. POGLAVJE — IGRIFIKACIJA IN DIGITALNE KAMPANJE	41
Uvod	42
Uporaba igralnih mehanizmov v državljanskih kampanjah	43
Skupnostni izzivi	47
Sistemi nagrajevanja in zanke angažiranosti	47
Digitalno pripovedovanje zgodb za zagovorništvo in državljansko mobilizacijo	48
Dobri primeri: Kompetence SALTO	48
Praktična uporaba: Študija primera – Kampanja Mestni heroji	52
Dejavnost: Od vzroka do misije	52
ZAKLJUČEK	58
VIRI	59

UVOD

Strukturiran, v prakso usmerjen in na raziskavah temelječ izobraževalni vir za podporo mladinskim delavcem.

NAMEN UPORABE PRIROČNIKA

Priročnik o igrifikaciji za državljanski aktivizem je glavni intelektualni rezultat, razvit v okviru projekta Word2Action Erasmus+ KA220 Youth, ki ga sofinancira Evropska komisija. Je rezultat večmesečnega obsežnega dela in sodelovanja med partnerji.

Priročnik je zasnovan kot strukturiran, praktično usmerjen in na raziskavah temelječ izobraževalni vir, namenjen podpori mladinskim delavcem pri vključevanju tehnik igrifikacije v ustvarjanje digitalnih medijev za spodbujanje državljanske participacije in medijske pismenosti.

Kljub vse večjemu dostopu do digitalnih medijev se mnogi mladi težko kritično opredeljujejo do spletnih informacij in pogosto ostajajo pasivni uporabniki namesto dejavnih sooblikovalcev državljanskega življenja. Hkrati mladinski delavci potrebujejo inovativne in privlačne metode za naslavljanje dezinformacij, krepitev medijske pismenosti ter spodbujanje smiselne državljanske participacije v vse bolj kompleksnih digitalnih okoljih.

Ta priročnik mladinskim delavcem in strokovnjakom v mladinskem sektorju ponuja praktične metode za vključevanje igrifikacije v ustvarjanje digitalnih medijev. Državlanski aktivizem preoblikuje v privlačno izkušnjo, ki je mladim blizu. S povezovanjem teoretičnega znanja in praktične uporabe podpira okolja neformalnega izobraževanja, kjer so za uspešno razumevanje in uporabo digitalnega prostora potrebna dinamična orodja.

Osredotoča se na spodbujanje aktivnega državljanstva prek digitalnega pripovedovanja zgodb, krepitev medijske pismenosti in participativne komunikacije. Strukturirani okviri in orodja krepijo veščine medijske pismenosti ter mladim omogočajo, da informacije presojujejo natančneje in ustvarjajo vsebine, ki imajo pomen za družbene spremembe. Priročnik zajema video, bloganje, podkaste in digitalne kampanje ter za vsako obliko ponuja konkretne dejavnosti.

Državlјanska participacija se krepi, ko se mladi vključujejo v družbena vprašanja prek poglobljenih, igri podobnih mehanizmov, ki spodbujajo in nagrajujejo sodelovanje. Tak pristop je skladen s prednostnimi nalogami programa Erasmus+ na področju vključujoče participacije mladih in digitalnega izobraževanja. Mladinski delavci lahko z njegovo pomočjo vodijo participativne procese, ki so blizu digitalnim generacijam. Cilj priročnika je zagotoviti trajnosten učinek v kontekstu mladinskega dela, brez togih učnih načrtov. Facilitatorji lahko module izbirajo glede na potrebe skupine.

KAKO UPORABLJATI PRIROČNIK

Nastanek tega priročnika odgovarja na vse večjo potrebo po krepitev digitalne odpornosti

mladih, njihovega kritičnega mišljenja in aktivne participacije v demokratičnih procesih. V sodobnih digitalnih okoljih se državljanski diskurz vse pogosteje odvija prek videov, blogov, podkastov in digitalnih kampanj. Hkrati so mladi pogosto izpostavljeni dezinformacijam, čustveno manipulativnim narativom in algoritemsko pogojeni polarizaciji, kar lahko omejuje njihovo informirano državljansko participacijo.

OPERATIVNA FILOZOFIJA: MODULARNI NABOR ORODIJ

Ta priročnik je zasnovan kot prilagodljiv nabor orodij, namenjen takojšnji uporabi. Ni vam ga treba prebrati v celoti; če že imate izkušnje, se lahko takoj osredotočite na poglavje, ki vas posebej zanima. Če potrebujete širši kontekst, začnite s konceptualnim ozadjem. Če ste pripravljeni ustvarjati, pojdite naravnost k poglavjem 1–4 (Video, Blogi, Podkasti ali Digitalne kampanje) ter začnite z delom.

Neformalno mladinsko delo: predloge dejavnosti lahko uporabite neposredno, saj vključujejo jasne cilje, trajanje in ključna vprašanja za refleksijo, ki vam bodo v pomoč pri vodenju srečanja.

Usposabljanja: konceptualne uvode združite s praktičnimi vajami, da uravnotežite teorijo in prakso.

Lokalne in skupnostne pobude: predlagane pristope lahko prilagodite temam, ki so pomembne za vaše udeležence. Za spodbujanje skupnostnega delovanja poglavje 4 ponuja modele, oblikovane kot misije, ki udeležence spodbujajo k delovanju za konkretne cilje.

Nasveti za facilitatorjev uspeh: Dejavnosti prilagodite svojemu kontekstu. Pri majhnih skupinah se osredotočite na skupinsko pripovedovanje zgodb (podkasti/blogi); večje skupine običajno bolj pritegnejo tekmovalni elementi digitalnih kampanj. Vedno najprej preverite digitalni dostop: če so tehnične zmožnosti omejene, poenostavite zahteve glede produkcije in dajte prednost pripovedovanju zgodb. Ključno je, da nikoli ne izpustite zaključne refleksije po dejavnosti, saj se prav v tem delu izkušnja preoblikuje v oprijemljivo učno spoznanje. Tempo prilagodite raznolikim potrebam udeležencev in spodbujajte eksperimentiranje. Ob tem ves čas skrbite za etično uporabo igrifikacije: v ospredju naj bosta resničen državljanski učinek in opolnomočenje, ne le zbiranje točk.

METODOLOŠKA PODLAGA

Metodološka podlaga priročnika temelji na petih osrednjih pedagoških okvirih, od katerih je vsak neposredno povezan s praktičnim oblikovanjem dejavnosti:

1. Teorija izkustvenega učenja (Kolb)

Ta teorija poudarja učenje prek delovanja in refleksije, kar predstavlja temeljno strukturo vsake predloge dejavnosti. Udeleženci vsako izkušnjo pridobivajo z ustvarjanjem digitalnih medijskih vsebin, kot so videi, blogi in podkasti, »reflektivno opazovanje« pa je vključeno v obliki obveznih vprašanj za razmislek, ki spremljajo vsako dejavnost. S tem je poskrbljeno, da ustvarjanje medijskih vsebin ni zgolj tehnična vaja, temveč utrjen učni proces, v katerem udeleženci analizirajo svoje odločitve in njihov učinek.

2. Teorija samoodločanja (Deci in Ryan)

Ta teorija izpostavlja notranjo motivacijo, ki temelji na avtonomiji, kompetentnosti in povezanosti, ter predstavlja izhodišče za modularno zasnovo priročnika.

Avtonomijo podpiramo tako, da mladinskim delavcem in mladim omogočamo izbiro posameznega medijskega kanala (npr. podkasti namesto videa) glede na njihov interes.

Kompetentnost se krepi z navodili po korakih, ki udeležence postopoma vodijo od osnovnih do zahtevnejših veščin.

Povezanost spodbujamo s povezovanjem digitalnega ustvarjanja z državljskim aktivizmom, kar mladim pomaga, da se čutijo povezane s svojo skupnostjo in demokratičnimi procesi.

3. Konstruktivistični učni pristopi

Ta pristop spodbuja aktivno soustvarjanje znanja in zagotavlja, da udeleženci niso pasivni prejemniki informacij, temveč aktivni ustvarjalci. Priročnik spodbuja eksperimentiranje in mlade usmerja k temu, da z ustvarjanjem vsebin oblikujejo lastno razumevanje državljskih vprašanj. To je skladno z usmeritvijo, naj se dejavnosti prilagodijo resničnemu okolju, saj udeležencem omogoča, da gradijo znanje, ki je povezano z njihovim lokalnim kontekstom in osebnimi izkušnjami.

4. Evropske ključne kompetence za vseživljenjsko učenje

Priročnik se posebej osredotoča na državljske in digitalne kompetence. Dejavnosti so povezane s temi standardi, kar zagotavlja njihovo prenosljivost in prepoznavnost v različnih državah. S poudarkom na odgovornem ustvarjanju digitalnih vsebin in aktivni participaciji priročnik mladim pomaga, da postanejo aktivni in informirani digitalni državljani, hkrati pa je neposredno usklajen s prednostnimi nalogami programa Erasmus+ na področju participacije mladih in digitalnega izobraževanja.

5. Metodološki okvir medijske pismenosti in digitalne odpornosti

Ti okviri so podlaga za etične smernice priročnika. Vsebina obravnava vpliv napačnih informacij, delovanja algoritmov in digitalnih odmevnih komor. Priročnik posebej poudarja etično igrifikacijo in zagotavlja, da se igralni mehanizmi uporabljajo za krepitev državljskega učinka, ne pa za manipulacijo vedenja. Facilitatorji so usmerjeni k temu, da dajejo prednost digitalni varnosti in kritičnemu mišljenju ter tako poleg tehničnih veščin krepijo tudi odpornost mladih.

V tem kontekstu igrifikacije ne razumemo kot zabavo, temveč kot strukturirano pedagoško strategijo, ki uporablja elemente igre (izzive, nagrade, sisteme napredovanja, pripovedne mehanizme ipd.) za povečanje motivacije, participacije in smiselnih učnih rezultatov.

Cilji priročnika so:

- preoblikovati medijsko pismenost v interaktiven in participativen proces;
- opremiti mladinske delavce s strukturiranimi metodologijami za etično in učinkovito uporabo igrifikacije pri ustvarjanju digitalnih vsebin;
- med mladimi spodbujati ustvarjalne, odgovorne in demokratične oblike državljskega aktivizma.

Priročnik je zasnovan kot praktični priročnik, osredotočen na neposredno uporabo strategij igrifikacije pri:

- video vsebinah,
- bloganju,
- podkastih,
- digitalnih kampanjah.

DRŽAVLJANSKI IN DIGITALNI AKTIVIZEM

Državlanski aktivizem poganja družbene spremembe s premišljenim delovanjem, saj presega zgolj občutek zaskrbljenosti in vodi h konkretnim korakom za naslavljanje izzivov v skupnosti. Razumevanje razlik med posameznimi oblikami sodelovanja pomaga učinkoviteje oblikovati dejavnosti: državljanska participacija pomeni vključevanje v obstoječe sisteme, na primer z volitvami ali prostovoljstvom; zagovorništvo se osredotoča na javno zavzemanje za določene politike ali rešitve; aktivizem pa izziva obstoječe strukture in zahteva sistemske spremembe. Prepoznavanje teh razlik mladinskim delavcem omogoča, da cilje prilagodijo pripravljenosti skupine ter zagotovijo, da so dejavnosti usklajene z učnimi izidi, ne da bi udeležence preobremenile. Digitalni aktivizem spreminja načine, kako se družbe organizirajo, saj spletne platforme ponujajo orodja za hitro mobilizacijo, pri čemer ključniki, peticije in viralne vsebine lahko okrepijo glasove tistih, ki so bili v preteklosti pogosto preslišani. Mladi so pomembni nosilci tega premika, saj uporabljajo TikTok za ozaveščanje o podnebnih spremembah ali Instagram za podporo skupnosti ter tako v realnem času izkazujejo digitalno državljansko udejstvovanje. Vendar ima hitrost pogosto svojo ceno: deljenje objave namreč lahko daje občutek delovanja, čeprav morda ne vpliva na spremembo politik, medtem ko algoritmi določajo vidnost vsebin in ustvarjajo odmevne komore, ki omejujejo stik z različnimi pogledi. Opolnomočenje mladih zato zahteva več kot zgolj dostop do tehnologije. Zahteva odgovorno sodelovanje v demokratičnih procesih, pri katerem se mladi učijo kritično uporabljati spletna okolja. Potrebujejo veščine za preverjanje informacij in razumevanje svojega digitalnega odtisa, saj jih odgovorno udejstvovanje varuje pred izgorelostjo in dezinformacijami. Pomembna je tudi varnost, saj so lahko odzivi na spletu zelo ostri. Demokracija temelji na informiranih državljanih, ki delujejo premišljeno. Ta načela predstavljajo etični kompas priročnika, saj igrifikacija ne sme nikoli kompleksnih družbenih kriz spremeniti v površinsko igralno izkušnjo; nasprotno, ko mladi dojemajo težo nekega vprašanja, igralni mehanizmi služijo ohranjanju njihove dolgoročne zavzetosti. Mladinski delavci imajo pri tem ključno vlogo, saj lahko »performativne klike« preoblikujejo v vsebinske spremembe zunaj spleta, z osredotočanjem na konkretna vsakodnevna dejanja. Oblikujte na primer misijo, pri kateri je objava videa šele prvi korak, za pridobitev značke pa morajo udeleženci opraviti še pogovor s sosedom ali se udeležiti srečanja v skupnosti. V zaključnem pogovoru se pogovorite o razliki med spletnim pritiskom in organiziranjem na terenu ter pred javno objavo skupaj določite varnostne protokole. Igrificirane dejavnosti tako krepijo demokratične vrednote in mladim pomagajo, da postanejo aktivni državljani, ne le ustvarjalci vsebin, njihov prispevek pa ima oprijemljiv učinek v skupnosti.

MEDIJSKA PISMENOST IN DIGITALNA ODPORNOST

Medijska pismenost presega zgolj sprejemanje informacij, saj obsega razumevanje, kdo je vsebino ustvaril, zakaj je bila ustvarjena in kako se širi po omrežjih. Za mladinske delavce je ta veščina ključna, saj mladi veliko časa preživijo na spletu, kjer se novice, mnenja in oglasi pogosto prepletajo. Sposobnost razlikovanja med dejstvi in manipulacijo jih varuje ter jim pomaga samozavestneje uporabljati digitalna okolja. To je še posebej pomembno, saj lahko brez te podlage državljanski aktivizem nehote povzroči tudi škodo. Aktivizem temelji na zaupanju, napačne informacije pa lahko to zaupanje v skupnosti hitro porušijo. Dezinformacije ogrožajo demokratične procese, saj se lažne zgodbe pogosto širijo hitreje, ker izkoriščajo čustva, kot je strah. V državljanskem kontekstu lahko lažne novice diskreditirajo gibanja, zato morajo mladinski delavci to temo obravnavati odkrito. Z udeleženci se pogovorite o aktualnih primerih viralnih neresnic, pomembnih za vašo skupino, in pokažite, kako delujejo orodja za preverjanje informacij. Če preverjanje dejstev postane navada pred deljenjem gradiv kampanje, se krepi digitalna odpornost mladih proti manipulativnim kampanjam, ki ciljajo prav nanje.

Algoritmi oblikujejo, kaj uporabniki vidijo, medtem ko platforme dajejo prednost

angažiranosti pred točnostjo in ustvarjajo odmevne komore, kjer se pojavljajo le podobni pogledi. To omejuje empatijo in razumevanje nasprotnih stališč, zato je pomembno, da v delavnicah te mehurčke namerno prebijate. Udeležence spodbudite, naj sledijo raznolikim glasovom zunaj svojega običajnega vira vsebin, nato pa skupaj analizirajte, zakaj se jim določene objave prikazujejo glede na njihove pretekle klike. Razumevanje delovanja algoritmov zmanjšuje njihov vpliv na razmišljanje posameznika.

Odgovorno ustvarjanje vsebin je enako pomembno, saj mladi niso le uporabniki, temveč tudi ustvarjalci z vplivom. Vsaka objava prispeva k informacijskemu ekosistemu, zato etično ustvarjanje vključuje preverjanje virov pred objavo in premislek o tem, kako lahko besede vplivajo na ranljive skupine. Igrifikacija lahko nagraduje natančnost namesto hitrosti, saj značke za preverjene vire spodbujajo skrbno delo, ne pa lovljenja viralnosti. Kritično mišljenje je temelj smiselnega spletnega državlanskega udejstvovanja, saj aktivizem zahteva razumevanje razmerij moči, ki stojijo za posameznimi sporočili. Vprašanja so pogosto pomembnejša od odgovorov, na primer: komu to sporočilo koristi? Facilitatorji naj takšno raziskovalno držo pokažejo tudi sami, tako da se skupaj z udeleženci postavijo vprašanja o virih, kot skupina preverijo trditve in z igrificiranimi kvizi preizkusijo veščine preverjanja informacij. Ta navada krepi demokratično participacijo in pomaga mladim razvijati odpornost, s katero lahko soustvarjajo bolj zdrave skupnosti.

IGRIFIKACIJA V IZOBRAŽEVANJU IN MLADINSKEM DELU

Igrifikacija uporablja igralne elemente v neigralnih kontekstih, saj vedenje spodbuja s strukturo in povratnimi zankami. Prav v tem se razlikuje od preprostega vključevanja iger za zabavo med delavnicami. Medtem ko učenje z igro uporablja dejanske igre za neposredno razvijanje določenih veščin, igrifikacija obstoječim nalogam, kot sta ustvarjanje videoposnetkov ali pisanje blogov, dodaja privlačne plasti. To pomeni, da pot do državljskih ciljev naredi bolj zanimivo, ne da bi vsebino nadomestila z igro. Osnovni mehanizmi, kot so misije, točke, pripovedovanje zgodb, izzivi in nagrade, skupaj krepijo vključenost udeležencev. Misije večje naloge razčlenijo na jasne korake, točke vidno prikazujejo napredek in omogočajo takojšnjo povratno informacijo, pripovedovanje zgodb pa dejanja čustveno poveže s širšimi družbenimi cilji. Izzivi omogočajo varno preizkušanje veščin, pri katerem je prostor tudi za napake brez posledic v resničnem svetu, nagrade pa priznavajo trud in potrjujejo pomen posameznikovega prispevka. Ti elementi so blizu digitalnim generacijam, ki se naravno odzivajo na povratne zanke, značilne za družbena omrežja, ter rutinske naloge spreminjajo v skupne izzive, ki jih je vredno opraviti kot ekipa.

S pedagoškega vidika ta pristop podpira aktivno učenje v neformalnem izobraževanju, saj se udeleženci učijo z delom, ne pa s pasivnim poslušanjem predavanj. Vidno spremljanje napredka krepi njihovo samozavest in pomaga ohranjati motivacijo tudi pri dolgoročnejših projektih. Notranja motivacija se krepi, ko vrstniki prepoznajo posameznikovo kompetentnost, čeprav bi morale zunanje nagrade, kot so značke, sčasoma voditi k notranjemu zadovoljstvu. Končni cilj namreč ni začasno zbiranje točk, temveč oblikovanje trajne državljske navade.

Etika je pri tem izjemno pomembna, saj državljanski aktivizem posega v resnična vprašanja, ki vplivajo na skupnosti in politike, zato se je treba izogibati poenostavljanju trpljenja z namenom zbiranja točk ali uporabi manipulativnih taktik, značilnih za komercialne aplikacije, zasnovane tako, da uporabnike zasvojijo. Ker morajo mehanizmi udeležence opolnomočiti, ne pa prikrito usmerjati njihovega vedenja, je treba že od začetka poskrbeti za vključujočo zasnovo. Tekmovalnost namreč ne ustreza vsem; nekateri udeleženci imajo raje sodelovanje kot javne lestvice uspešnosti, ki lahko povzročajo stres. Osredotočite se na dosežke skupine, saj ti krepijo solidarnost, igralne mehanizme pa uporabljajte tako, da jasno poudarjajo skupne vrednote. Nagradujte

preverjanje informacij pred hitrostjo ter sodelovanje pred individualnim izstopanjem. Mladinski delavci morajo med dejavnostmi ves čas spremljati njihov učinek in se v zaključnem pogovoru odkrito pogovoriti tudi o občutkih, povezanih z nagradami. Pri tem naj v ospredju ostane predvsem državljanski učinek: igralni mehanizmi po koncu projekta izzvenijo, vpliv pa ostane v skupnosti.

Pred izvedbo katere koli igrificirane dejavnosti naj si mladinski delavci vzamejo trenutek za razmislek o namenu, zasnovi in možnem učinku izkušnje. Spodnji kontrolni seznam jim lahko pomaga zagotoviti, da igrifikacija ostane usklajena z izobraževalnimi cilji, etičnimi načeli in smiselnim državljskim udejstvovanjem:

- Ali je državljanski cilj jasno opredeljen?
- Ali dejavnost razvija medijsko pismenost?
- Ali igralni mehanizmi podpirajo učenje, namesto da bi od njega odvrčali pozornost?
- Ali je participacija vključujoča?
- Ali so bila upoštevana etična tveganja?
- Ali dejavnost vključuje fazo refleksije in evalvacije?
- Ali je dejavnost povezana z delovanjem v resničnem svetu?

Ko upoštevamo ta načela, igrifikacija postane več kot le motivacijsko orodje – postane okvir za smiselno participacijo, učenje in državljansko delovanje. V naslednjih poglavjih je predstavljeno, kako je mogoče ta načela uporabiti pri različnih oblikah ustvarjanja digitalnih medijev. Začenjamo z video vsebinami, enim najmočnejših in najdostopnejših orodij za participacijo mladih, nato pripovedovanjem zgodb in državljskim udejstvovanjem v današnjem digitalnem okolju.

IGRIFIKACIJA V VIDEO VSEBINAH

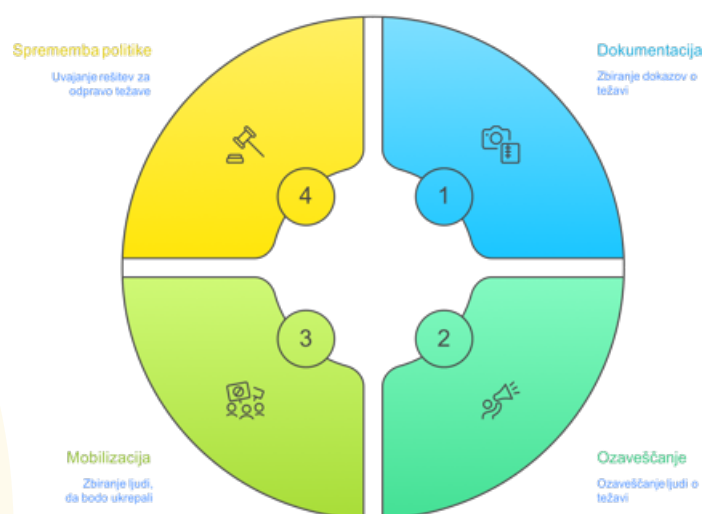
Opolnomočanje mladih, da s filmom pogumno povedo resnico nosilcem moči.

1

Uvod

Danes je video med mladimi eden glavnih jezikov digitalnega komuniciranja. Je vsakodnevno orodje za sporazumevanje, izražanje, dokumentiranje in povezovanje. Za mladinske delavce to predstavlja hkrati priložnost in izziv. Priložnost je v tem, da se lahko mladim približajo prek medija, ki ga razumejo in pogosto uporabljajo. Izziv pa je, kako jih spodbuditi, da iz pasivnih uporabnikov vsebin postanejo aktivni ustvarjalci, ki video uporabljajo v državljanske namene, ne le za zabavo. To poglavje se ne osredotoča na video produkcijo kot tehnično vajo, temveč kot državljansko prakso, ter na uporabo videa kot orodja za izražanje stališč in opozarjanje na problematične situacije skozi aktivizem. V ta namen tu predstavljena struktura združuje tehnične napotke z igrificirano motivacijo, ki pomaga ohranjati visoko raven sodelovanja skozi celoten produkcijski proces. Video projekti so lahko zahtevni. Udeleženci se pogosto počutijo nelagodno; lahko jih je sram, da bi pred kamero izpadli nerodno, jih skrbi, kaj bodo o njih rekli drugi, ali pa imajo težave z uporabo in urejanjem kompleksnih video programov. Igrifikacija lahko te ovire zmanjša. Z razčlenitvijo produkcijskega procesa na vrsto dosegljivih misij korak za korakom se zmanjša tesnoba in poveča število uporabnikov, ki naloge dokončajo. To poglavje vas pripravi na vodenje varnih, etičnih in učinkovitih video dejavnosti. Obravnava usmerjanje udeležencev, zagotavljanje vključujoče participacije ter povezovanje digitalnih rezultatov z

Krog sistema video aktivizma



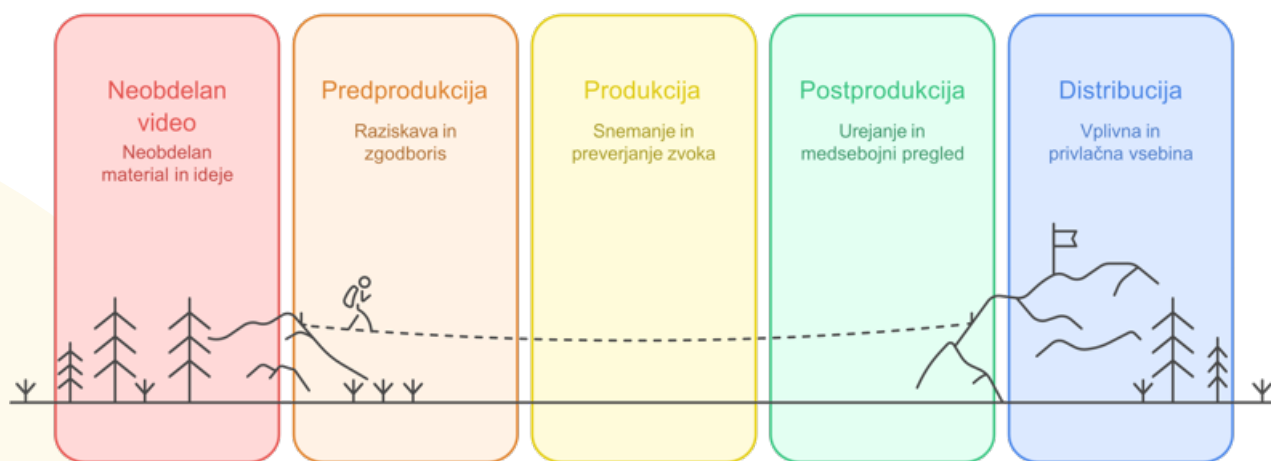
Made with Napkin

zagovorništvom politik v resničnem svetu. Cilj ni le končni izdelek, temveč doseganje resnične spremembe.

Vloga videa v digitalnem aktivizmu in državljskem udejstvovanju

Video deluje kot dokaz in obenem kot čustveni sprožilec sodobnega aktivizma. Ko mlada oseba posname krivico, ustvari zapis, ki ga je težko zanikati. V državljskem udejstvovanju lahko video zaobide tradicionalne filtre. Posnetek, ustvarjen s pametnim telefonom, lahko brez posebnega dovoljenja doseže milijone ljudi. To za mladinske delavce pomeni veliko odgovornost. Mladi morajo razumeti, da ima objava videa na družbenem omrežju ali drugi platformi posledice, pozitivne in negativne, tako zanje kot za skupnost. Digitalni aktivizem je odvisen od vidnosti, video pa to vidnost omogoča prek platform, kot so TikTok, Instagram in YouTube. Pomembno pa je vedeti, kako njegov potencial čim bolje izkoristiti. Razumevanje algoritmov, strateška uporaba ključnikov, priprava dostopnih podnapisov ter vključevanje uvodnih pritegnitev in učinkov, ki pritegnejo pozornost gledalca, so le nekateri primeri dostopnih strategij za doseganje širšega občinstva. Državljsko udejstvovanje pogosto stagnira, ker tradicionalni mediji sporočila posredujejo popačeno ali pa jih ljudje dojemajo kot preveč abstraktna. Video jih naredi oprijemljiva. Prikaz poplavljenе ulice ima na primer večji učinek kot branje statističnih podatkov o količini nakopičene vode v kubičnih metrih. Po drugi strani se moramo zavedati, da hitrost prinaša tudi tveganje. Viralni trenutki hitro zbledijo. Pomembno je oblikovati dejavnosti, ki spodbujajo trajnejše kampanje, ne le posameznih objav. Video je smiselno uporabljati tudi za dokumentiranje napredka skozi čas. Namesto posameznih videov ustvarjajte serije ali poglavja. Tako nastaja pripoved, ki občinstvo ohranja vključeno tudi po začetnem učinku. Udeleženci morajo razumeti življenjski cikel državljskega videa. Začne se z načrtovanjem, nadaljuje s produkcijo ter zaključi z distribucijo in evalvacijo. Vsaka faza ponuja priložnosti za učenje o moči, občinstvu in učinku.

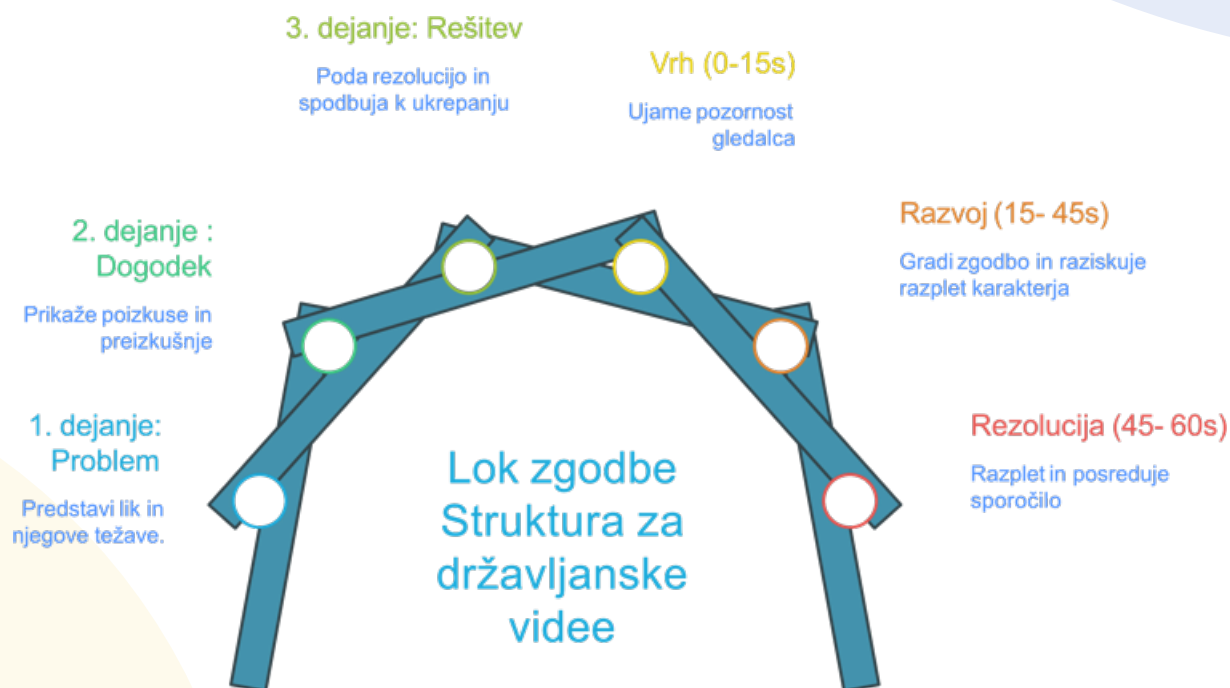
Igrifikacija video produkcije



Made with Napkin

Pomen video pripovedovanja zgodb za participacijo mladih

Avdiovizualno pripovedovanje zgodb je v nekem smislu gonilo participacije. Mladi udeleženci se namreč lažje povežejo z zgodbo. Številna tradicionalno zapisana državljanska sporočila pogosto delujejo oddaljeno ali moralizirajoče, avdiovizualno pripovedovanje pa mladim omogoča, da se temam približajo iz lastne perspektive, kar je ključno za dolgoročno vključenost. Če udeleženec napiše scenarij, sam odloča, kaj je pomembno. Ta avtonomija je bistvena za gradnjo zaupanja. Naloga mladinskih delavcev je predvsem ta, da usmerjajo narativno strukturo, ne da bi pri tem nadzorovali sporočilo. To vključuje poučevanje osnov pripovedovanja, ki jih občinstvo tudi pričakuje: preproste in neposredne videoe, ki jasno predstavijo problem, dejanje in rešitev. V aktivizmu je ključno pomagati prepoznati človeški element zgodbe. Videoposnetek o stanovanjskih pravicah je učinkovitejši, če prikaže osebo, ki doživlja deložacijo, kot če zgolj opisuje zakonodajo. Igrifikacija lahko to še okrepi, saj nagrajuje jasnost pripovedi. Pred začetkom snemanja oblikujte misije, osredotočene na pripravo snemalne knjige (storyboarda). Dodeljevanje točk za jasno opredelitev osrednjega sporočila lahko prepreči, da bi videi postali nepovezani posnetki brez pravega pomena. Pomembno je tudi omogočiti različne pripovedne formate, saj ni nujno, da v vsakem videu nastopa oseba, ki govori pred kamero. Uporabite lahko stop animacijo (stop-motion), glasovno pripoved (voice-over) ali tiho pripovedovanje, da vključite tudi bolj zadržane udeležence. Povsem običajno je, da si številni mladi ne želijo pokazati obraza. Dobro je njihovo odločitev vedno spoštovati in jim ponuditi alternative, kot so snemanje rok, senc ali uporaba animiranih avatarjev, kar je



Made with Napkin

danés zelo preprosto izvedljivo. Tako spodbujamo vključujoče pripovedovanje zgodb, ki omogoča sodelovanje vsem. Pri tem je pomembno analizirati tudi vprašanje: čigava je zgodba? Pripoved ne sme izkoriščati ranljivosti za pridobivanje ogledov, zato je soglasje oseb, ki jih snemamo, vedno obvezno. Cilj je opolnomočenje, ne izkoriščanje. Ko mladi prevzamejo nadzor nad pripovedjo, lahko razvijajo komunikacijske, prepričevalne in empatične veščine ter številne druge sposobnosti, ki bodo zanje pomembne tudi kot poklicne kompetence.

Prednosti ustvarjanja videa za razvoj medijske pismenosti

Ustvarjanje videa je eden najhitrejših načinov za razumevanje, kako lahko mediji manipulirajo. Ko udeleženci urejajo posnetke, vidijo, kako rezanje in sestavljanje kadrov spreminjata pomen. Spoznajo, da glasba ustvarja razpoloženje, koti snemanja pa lahko nakazujejo razmerja moči. Takšno razstavljanje medijskih sporočil krepi njihovo kritično odpornost proti dezinformacijam. Mladinski delavec lahko napake pri produkciji uporabi kot učne trenutke. Če je posnetek videti neprepričljiv ali lažen, se z udeleženci pogovorite, zakaj deluje tako. Če osvetlitev zakrije pomembne podrobnosti, pojasnite, kakšen učinek ima to na gledalca. Medijska pismenost namreč ne pomeni le prepoznavanja lažnih novic, temveč tudi razumevanje, kako so medijske vsebine ustvarjene. Ustvarjanje videa udeležence prisili, da se odločajo o reprezentaciji. Kdo je v kadru? Kdo je izpuščen? Zakaj je izbran prav ta kot snemanja? Ta vprašanja zrcalijo navade kritičnega spremljanja medijskih vsebin. Tudi ta vidik medijske pismenosti lahko igrificirate. Ustvarite izzive, pri

Dekonstrukcija medijev skozi ustvarjanje

					
Lastnosti	Angažiranost	Sprejem sporočila	Čustven odziv	Tehnične odločitve	Dojemanje gledalca
Kot potrošnik	Pasivni gledalci	Verjeti sporočilu	Čustvena reakcija	Nič	Brez vpliva
Kot ustvarjalec	Aktivne odločitve	Oblikovanje sporočila	Vpliv percepcije	Kot kamere, osvetljava, glasba, urejanje, kadriranje	Vpliva na dojemanje

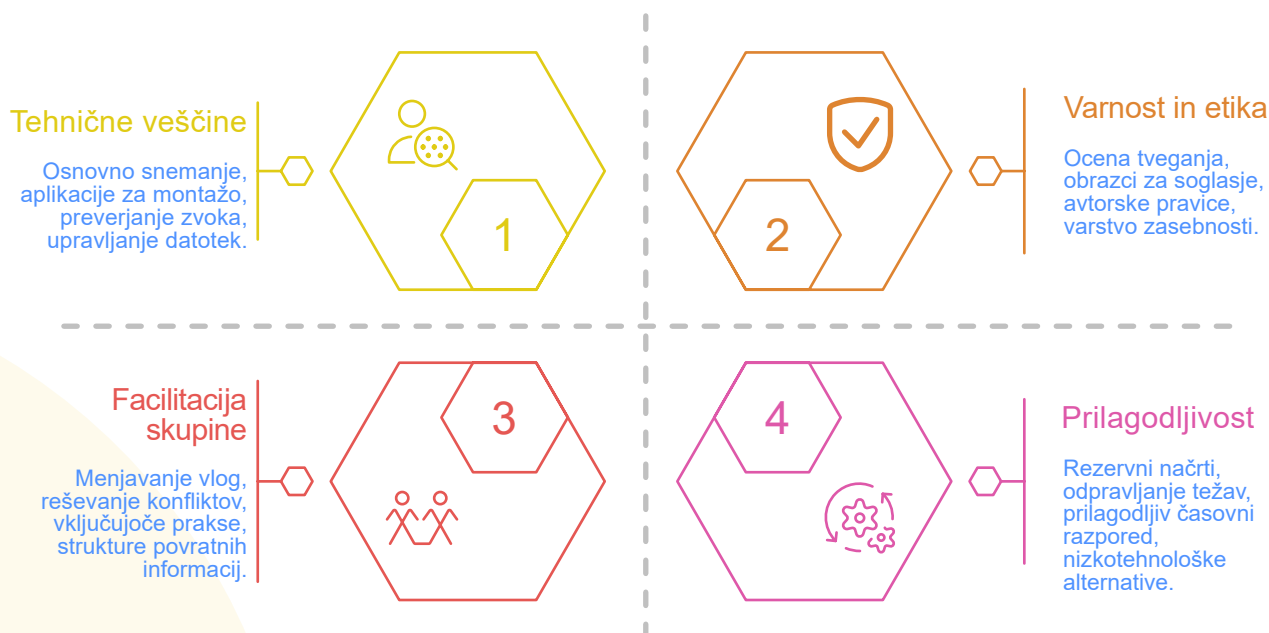
Made with  Napkin

katerih morajo udeleženci v obstoječih oglasih ali novičarskih posnetkih prepoznati zmontirane manipulacije, preden ustvarijo svoj video. Nagrajujte natančno navajanje virov. Če uporabijo arhivske ali kupljene posnetke, naj navedejo vir. Tako razvijajo navado odgovornega in poštenega ustvarjanja. Digitalna odpornost se krepi, ko udeleženci sami izkusijo pritisk ustvarjanja vsebin. Razumejo, da viralne vsebine pogosto žrtvujejo resnico zaradi čustvenega učinka. To spoznanje jih pozneje varuje tudi pri brskanju po spletnih vsebinah. Zaključne pogovore zato usmerite v njihove ustvarjalne odločitve. Vprašajte jih, zakaj so izbrali določeno glasbo. Vprašajte jih, kako montaža spremeni gledalčev občutek. Takšna refleksija tehnične veščine spremeni v kritično mišljenje. Medijska pismenost tako postane stranski učinek ustvarjanja, ne ločeno predavanje. Udeleženci se učijo z delom, zato znanje tudi dlje časa ohranijo. Ta nabor spretnosti je ključen za odgovorno delovanje v sodobnem informacijskem ekosistemu.

Ključne kompetence za video produkcijo

Za izvedbo teh dejavnosti vam ni treba biti profesionalni režiser, potrebujete pa določene spretnosti vodenja. Tehnično znanje je pri tem manj pomembno kot sposobnost vodenja skupine. Kljub temu morate poznati dovolj osnov, da lahko rešite najpogostejše težave, na primer slabo kakovost zvoka ali neustrezne formate datotek. Slab zvok lahko video pokvari hitreje kot slabša slika, zato udeležence naučite, naj pred snemanjem vedno preverijo kakovost zvoka. Seznanite se tudi z brezplačnimi aplikacijami za montažo, ki so na voljo na telefonih. Draga programska oprema ni potrebna; pomembnejša je dostopnost. Pomembne so tudi kompetence na področju varnosti, začeni z oceno tveganj glede izbire lokacije in spletnega objavljjanja. Vedeti morate, kako zamegliti obraze ali prikriti lokacije,

Veščine vodenja projektov



Made with Napkin

kadar bi bila lahko ogrožena varnost posameznikov. Potrebno je tudi poznavanje pravnih vidikov. Razumeti morate osnove avtorskih pravic pri uporabi glasbe in slik ter udeležence usmerjati k uporabi knjižnic z brezplačnimi oziroma prosto uporabnimi gradivi (royalty-free). Zelo pomembna je tudi sposobnost vodenja skupinske dinamike. Video produkcija lahko ustvari hierarhijo. Oseba, ki drži kamero, lahko prevzame prevelik nadzor, zato je treba vloge občasno zamenjati. Poskrbite, da vsi udeleženci sodelujejo pri montaži, pisanju scenarija in nastopanju. Veščine reševanja konfliktov so potrebne takrat, ko se ustvarjalne vizije med seboj razlikujejo. Igrifikacijo lahko uporabite za spodbujanje sodelovanja, na primer tako, da podeljujete skupinske in ne individualnih točk. Ključna je tudi sposobnost podajanja povratnih informacij. Udeležence naučite, kako podati konstruktivno kritiko. Uporabite lahko strukturirane oblike, na primer: »všeč mi je, želim si, sprašujem se.« Takšen pristop preprečuje osebne napade in spodbuja varnejše ustvarjalno okolje. Nazadnje je pomembna še sposobnost prilagajanja. Tehnologija lahko odpove. Baterije se izpraznijo. Datoteke se poškodujejo. Imejte pripravljene rezervne načrte. Dejavnosti naj ostanejo dovolj prožne, da tehnične težave ne ustavijo napredka. Umirjen in prilagodljiv pristop mladinskih delavcev lahko močno zmanjša tesnobo udeležencev, ko se pojavijo tehnične težave. Temeljito se pripravite, a ostanite prilagodljivi.

Razvijanje kompetenc skozi video dejavnosti

Udeleženci pridobijo širok nabor veščin, ki presegajo zgolj snemanje. Tehnične digitalne veščine so očitne: montaža, kadriranje in osvetlitev. Vendar je prava vrednost predvsem v mehkih veščinah. Komunikacija se izboljša, ko se naučijo sporočila posredovati jedrnat. 60-sekundni videoposnetek zahteva natančno izbiro besed. Sodelovanje se krepi prek produkcijskih vlog, pri čemer se udeleženci učijo drugim zaupati svojo vizijo. Kritično mišljenje se razvija v fazi raziskovanja, saj morajo pred vključitvijo trditev v video preveriti dejstva. Državlјanska kompetenca se krepi, ko osebne zgodbe povezujejo s sistemskimi

Osnove ustvarjanja videa



Made with Napkin

vprašani. Tako spoznavajo, kako politike vplivajo na resnično življenje. Pomemben rezultat je tudi čustvena samoregulacija. Nastopanje pred kamero ustvarja občutek ranljivosti, soočanje s povratnimi informacijami na javno objavljeno vsebino pa krepi odpornost. Udeleženci se učijo ločevati lastno vrednost od števila ogledov, kar je v digitalnih okoljih ključno tudi za duševno zdravje. Vodstvene veščine se razvijajo, ko udeleženci usklajujejo snemanja, razporejajo čas in upravljajo vire. Reševanje problemov se dogaja ves čas. Je svetloba slaba? Premaknite se. Je okolje preglasno? Počakajte. Takšne majhne odločitve krepijo samozavest. Pogloblja se tudi kompetenca na področju medijske etike. Udeleženci začnejo razumeti težo objavljanja vsebin o drugih ljudeh ter se učijo pravil glede soglasja in reprezentacije. Te kompetence so prenosljive tudi na področji izobraževanja in zaposlitve. Video portfelji lahko prihodnjim delodajalcem pokažejo konkretne veščine, samozavest, pridobljena z ustvarjanjem javnih vsebin, pa pomaga pri razgovorih in predstavitvah. Facilitatorji naj te prenosljive veščine izpostavijo v zaključnih pogovorih. Udeležencem naj pomagajo ubesediti, česa so se naučili poleg same priprave videoposnetka. Tako se njihov trud ovrednoti, hkrati pa se krepi motivacija za prihodnje državljansko delovanje.

Vrednost povezovanja video produkcije s tehnikami igrifikacije

Video produkcija je zahtevno delo. Zahteva potrpežljivost in ponavljanje. Motivacija pogosto upade prav med fazo montaže, igrifikacija pa pomaga ohranяти energijo tudi v takšnih trenutkih. Ko produkcijski proces razdelite na ravni, napredek postane viden. Misija »dokončajte snemalno knjigo« deluje veliko bolj dosegljivo kot splošno navodilo »posnemite video«. Točke omogočajo takojšnjo povratno informacijo o vloženem trudu, kar je pomembno za mlade, ki so vajeni hitrega odziva v digitalnem okolju. Nagrade naj bodo usklajene z državljskimi vrednotami. Ne nagrajujte ogledov, temveč natančnost. Ne nagrajujte dramatičnosti, temveč sodelovanje. Tako igrifikacija podpira namen dejavnosti, namesto da bi ga popačila. Pripovedni mehanizmi znotraj igre lahko zrcalijo samo video vsebino. Če video govori o poti ali spremembi, naj se tudi produkcijski proces občuti kot potovanje. Z značkami označujte dosežene mejnike, na primer »mojster raziskovanja«, »montažni strokovnjak« ali »glas skupnosti«. Takšna poimenovanja pomagajo graditi občutek identitete. Izzivi ustvarjajo varen prostor za napake. Če posnetek ne uspe, je to le izgubljeno »življenje« v igri, ne osebni neuspeh. To zmanjšuje tesnobo. Lestvice uspešnosti je treba uporabljati previdno, saj lahko javno razvrščanje osramoti počasneje učeče se udeležence. Namesto individualnih lestvic uporabite skupinske, saj tako spodbujate podporo med vrstniki. Hitrejši udeleženci pomagajo počasnejšim, ker s tem krepijo skupni rezultat ekipe. Igrifikacija lahko strukturira tudi zaključni pogovor. Če refleksijska vprašanja razkrivate postopoma, po ravneh, lahko evalvacija postane bolj zanimiva in ostane del igre. Igrificirane skupine pogosteje dokončajo projekte, pri delu pa imajo manj občutka napora, čeprav v resnici intenzivno delajo. Ker so motivirane in vključene v vsak korak procesa, pogosto ustvarijo tudi kakovostnejše izdelke. Za mladinske delavce to pomeni manj osipa in večji učinek. Igrificirani elementi tako podpirajo proces, končni video pa postane vidni izraz državljskega glasu udeležencev. Prav ta kombinacija lahko delavnico spremeni v gibanje.

PRAKTIČNA U

Igrifikacija v video produkciji

Produksijske faze	Misije/Naloge	Točke/XP	Značke/Dosežki	Lestvice	Izzivi/Glavni spopadi	Nagrade/Odklepanja
Predprodukcija	Misija snemalne knjige	XP za raziskovanje	Značka scenarista	Najboljši raziskovalci	Izzivanje proračuna	Odkleni nov scenarij
Produkcija	Misija snemanja prizora	XP za snemanje	Značka snemalca	Najboljši kader	Premagovanje tehničnih težav	Odkleni novo kamero
Postprodukcija	Misija montaže sekvenc	XP za montažo	Značka: Montažni strokovnjak	Najboljši montažer	Obvladovanje zahtevne montaže	Odkleni novo montažo
Distribucija	Promoviraj video	XP za ogled	Značka: Viralni marketinar	Največ ogledov	Dosežek	Odkleni nov kanal distribucije

Video pripovedovanje zgodb za državljansko ozaveščanje in delovanje

Predstavljajte si skupino mladih, ki se srečuje z dezinformacijami o prostem gibanju znotraj EU in pogojih za sodelovanje v programu Erasmus+. Že ta kratek kontekst zadostuje, da lahko mladinska skupina oblikuje geolocirane video izzive, s katerimi razbija najpogostejše mite.

Za to dejavnost lahko uporabite aplikacijo Actionbound, pri čemer udeleženci sledijo poti »lova na zaklad« po svoji soseski. Na vsaki lokaciji jih pričaka napačna trditev (na primer »Erasmus je namenjen samo študentom« ali »sodelovanje v programih Erasmus+ stane 300 evrov«). Skupine morajo informacije preveriti v uradnih virih EU in na posamezni lokaciji posneti 30-sekundne videoposnetke, v katerih razbijejo te mite. Po zaključku naloge na vsaki lokaciji prejmejo značko »preverjevalec dejstev«; hitrost pri raziskovanju nagraduje njihovo učinkovitost. Aplikacija spremlja napredek v realnem času na lestvici najboljših.

Strategije za participacijo: videi vključujejo QR-kode, ki vodijo do preverjenih virov. Gledalci kode skenirajo in dostopajo do kviza »Mit ali dejstvo«. Pravilni odgovori odklenejo dodatne vsebine o resničnih priložnostih v EU. Dejavnost oziroma izziv »Deli svojo zgodbo« udeležence in druge gledalce spodbuja, da z uporabo ključnika kampanje objavijo svoje izkušnje z mobilnostjo v EU.

Pričakovani rezultati: udeleženci izboljšajo svojo digitalno pismenost, saj se učijo razlikovati med zanesljivimi viri EU in napačnimi informacijami. Lokacijsko zasnovan format abstraktne vrednote EU poveže s konkretnimi prostori v lokalni skupnosti. Interakcija z občinstvom sproži val širjenja preverjenih informacij. Tako lahko lokalne mladinske organizacije in izobraževalne ustanove prevzamejo pobudo Actionbound ter s tem razširijo državljansko vzgojo in povečajo njen učinek onkraj prvotne ciljne skupine.

PRAKTIČNO UČENJE – PREDLOG DEJAVNOSTIPOSAL

Razbijalci mitov o EU: geolokacijski izziv

ELEMENT	PODROBNOSTI
Trajanje	2 srečanja po 2,5 ure
Velikost skupine	10–20 udeležencev (ekipe po 3–4)

CILJI

- Prepoznati in razkrinkati pogoste dezinformacije o zgodovini, vrednotah ali priložnostih EU
- Ustvariti kratke videoposnetke za preverjanje dejstev na pomembnih lokacijah v skupnosti
- Uporabiti aplikacijo Actionbound za oblikovanje in navigacijo po igrificiranih državljskih poteh
- Okrepiti spretnosti preverjanja virov in digitalnega zagovorništva

CILJNE KOMPETENCE

Digitalna pismenost: prepoznavanje verodostojnih virov EU, odkrivanje lažnih novic

Tehnične: uporaba aplikacije Actionbound, snemanje videa s pametnim telefonom, ustvarjanje QR-kod

Državljsko znanje: vrednote EU, priložnosti programa Erasmus+, pravice do prostega gibanja

Kritično mišljenje: metodologija preverjanja dejstev, odkrivanje pristranskosti, vrednotenje dokazov

Komunikacija: prevajanje zapletenih informacij v dostopna sporočila

GRADIVA

- Pametni telefoni z nameščeno aplikacijo Actionbound (za udeležence brezplačno)
- Dostop do interneta za raziskovanje (uradne spletne strani EU: europa.eu, ec.europa.eu)
- Prenosni polnilniki za telefon/powerbanki
- Beležnica za zbiranje idej (digitalna ali papirnata)
- Dostop do brezplačnega generatorja QR-kod (QRCode Monkey ali podobno)
- Obrazci soglasja za snemanje v javnih prostorih

PRIPRAVA

- Facilitator ustvari poskusni račun Actionbound in vzorčni »bound« (pot)
- Prepoznajte 4–5 varnih, dostopnih javnih lokacij, povezanih s temami EU (skupnostni centri, knjižnice, šole, javni trgi)
- Pripravite seznam pogostih mitov o EU (npr. »Sredstva EU koristijo samo bogatim državam«, »Brexit pomeni konec mladinskih izmenjav med Združenim kraljestvom in EU«)
- Med zaznamke shranite preverjene vire: Europa.eu, Evropski mladinski portal, podatkovna zbirka Erasmus+

- Na vsaki lokaciji preverite internetno povezavo
- Ustvarite skupno skupino v aplikaciji WhatsApp/Telegram za usklajevanje ekip

IZVEDBA (NAVODILA, METODOLOGIJA IN ČASOVNI RAZPORED)

1. srečanje: odkrivanje mitov in oblikovanje poti (150 min)

0–30 min: uvod v dezinformacije o EU; predstavitev 3 resničnih primerov lažnih novic o priložnostih EU

30–70 min: vsaka ekipa prejme po en mit; faza raziskovanja z uporabo izključno uradnih virov EU za iskanje protidokazov

70–100 min: pisanje scenarija: pripravite 30-sekundni video za razbijanje mita, ki vključuje uvodno pritegnitev, napačno trditev, preverjeno dejstvo in navedbo vira

100–130 min: vodič po aplikaciji Actionbound: facilitator prikaže ustvarjanje poti, dodajanje misij in nastavljanje značk

130–150 min: ekipe načrtujejo svojo pot: posameznim mitom dodelijo lokacije in skicirajo zemljevid poti

Med srečanjema (samostojno delo):

Ekipe na dodeljenih lokacijah posnamejo videe za razbijanje mitov, za vsak video približno 30 do 45 minut.

Naložite videoposnetke v Actionbound; vzpostavite sistem značk (npr. na primer »iskalec resnice« za dokončano nalogo, »hitri detektiv« za hitro preverjanje informacij in »mojster virov« za navedbo treh ali več uradnih virov)

Ustvarite QR-kode, ki vodijo do strani z viri

2. srečanje: preizkušanje poti in zagon (150 min)

0–60 min: ekipe zamenjajo naprave in prehodijo Actionbound poti druge ekipe; zapisujejo si opombe o uporabnosti in jasnosti

60–90 min: odpravljanje napak: prilagajanje nejasnih navodil, izboljšanje zvoka videoposnetkov, pojasnitev meril za značke

90–120 min: priprava na vključevanje občinstva: znotraj Actionbounda ustvarite vprašanja za kviz »Mit ali dejstvo«; QR-kode povežite z dodatnimi vsebinami

120–140 min: javni zagon: objavite poti; QR-kode delite v skupnostnih prostorih; k sodelovanju povabite vrstnike

140–150 min: prva refleksija: kaj je bilo pri preverjanju informacij o EU najtežje? Kako je igrifikacija vplivala na motivacijo?

Refleksija in evalvacija

Kazalniki učinka: spremljajte, koliko ljudi je prehodilo Actionbound pot; preglejte točnost odgovorov v kvizu

Ocena spretnosti: »Pred to dejavnostjo sem znal/-a prepoznati lažne novice o priložnostih EU« (lestvica 1–5, pred/po)

Skupinska razprava: »Katere mite je bilo najtežje razkrinkati? Zakaj menite, da te lažne predstave vztrajajo?«

Refleksija o aplikaciji: »Vas je pridobivanje značk motiviralo k dokončanju nalog? Je tekmovanje pomagalo ali odvrčalo od učenja?«

Vprašanje o prenosu: »Kako bi to metodo prilagodili za druge teme (podnebne dezinformacije, lažne novice o zdravju)?«

Vrednotenje virov: udeleženci delijo en verodostojen vir EU, ki so ga odkrili, in pojasnijo, zakaj mu je mogoče zaupati

Načrtovanje trajnosti: »Kdo bi lahko nadaljeval to pot po koncu projekta? Kako jo lahko posodobimo, ko se pojavijo novi miti?«

Proslavite dosežke: podelite digitalna potrdila: najboljše videoposnetke delite na Evropskem mladinskem portalu ali družbenih omrežjih partnerjev

SKLEP

Čeprav video mladim omogoča, da z močnim vizualnim pripovedovanjem zgodb pritegnejo pozornost, vsako državljansko sporočilo ne potrebuje kamere. Nekatere ideje potrebujejo več prostora za poglobljen razmislek, kritično analizo in osebno izražanje. Bloganje mladim ponuja priložnost, da upočasnijo tempo, podrobneje raziščejo določena vprašanja in razvijejo svoj glas kot državljanski akterji. Naslednje poglavje raziskuje, kako lahko mladinski delavci z igrificiranim bloganjem pisne vsebine preoblikujejo v interaktivne izkušnje, ki spodbujajo refleksijo, participacijo in smiselno državljansko udejstvovanje.

IGRIFIKACIJA V BLOGANJU

Preoblikovanje pisnih vsebin v interaktivne izkušnje, ki spodbujajo razmislek, sodelovanje in smiselno državljansko udejstvovanje.

2

UVOD

V sodobnih digitalnih okoljih se je bloganje razvilo v močan medij za komuniciranje, učenje in državljansko udejstvovanje. Posameznikom in skupnostim omogoča deljenje osebnih in poklicnih izkušenj ter obravnavo raznolikih tem, kot so izobraževanje, politika, znanost, zbiranje sredstev in družbena vprašanja. Razlogi za bloganje segajo od osebnega izražanja in deljenja znanja do ozaveščanja in mobilizacije skupnosti za državljanske cilje. Za mlade so blogi lahko več kot le spletni dnevniki; postanejo lahko prostori, kjer se oblikujejo mnenja, delijo izkušnje in skupnosti povezujejo okoli družbenih ciljev.

Ob hitrem širjenju digitalnih vsebin, ki danes po vsem svetu vključujejo že več sto milijonov blogov, se za mladinske delavce pojavlja ključen izziv: kako mlade smiselno vključiti v državljanske teme, kadar je spremljanje vsebin pogosto pasivno in razdrobljeno?

Eden od učinkovitih odgovorov na ta izziv je vključevanje igrifikacije v dejavnosti bloganja, ki jih vodijo mladinski delavci. Igrifikacija tradicionalne pisne vsebine preoblikuje v interaktivne in participativne izkušnje z vključevanjem elementov, kot so pripovedovanje zgodb, izzivi, sistemi napredovanja, misije in povratne zanke. Cilj ni spremeniti bloge v igre, temveč uporabiti igralno razmišljanje za ohranjanje motivacije, spodbujanje sodelovanja in podporo smiselnemu učenju.

Igrificirano bloganje združuje pripovedovanje zgodb, igralne mehanizme in interakcijo z uporabniki ter tako ustvarja dinamična učna okolja, ki krepijo motivacijo, ohranjajo pozornost in spodbujajo smiselne učne rezultate. Podpira razvoj medijske pismenosti, kritičnega mišljenja, ustvarjalnosti in državljanske participacije, hkrati pa digitalno učenje mladim približa na bolj zanimiv in dostopen način. Mladi se pri tem ne učijo le pisanja za splet, temveč tudi odgovorne uporabe digitalnih prostorov za ozaveščanje, vplivanje na skupnosti in zavzemanje za spremembe.

IGRIFIKACIJA KOT PEDAGOŠKI PRISTOP

V strokovni literaturi je igrifikacija najpogostejše opredeljena kot uporaba elementov oblikovanja iger v neigralnih kontekstih z namenom povečanja vključenosti in motivacije. Za razliko od učenja z igro, pri katerem se kot izobraževalno orodje uporabljajo celovite igre, igrifikacija v obstoječe dejavnosti vključuje izbrane elemente, kot so točke, značke, lestvice uspešnosti in naloge.

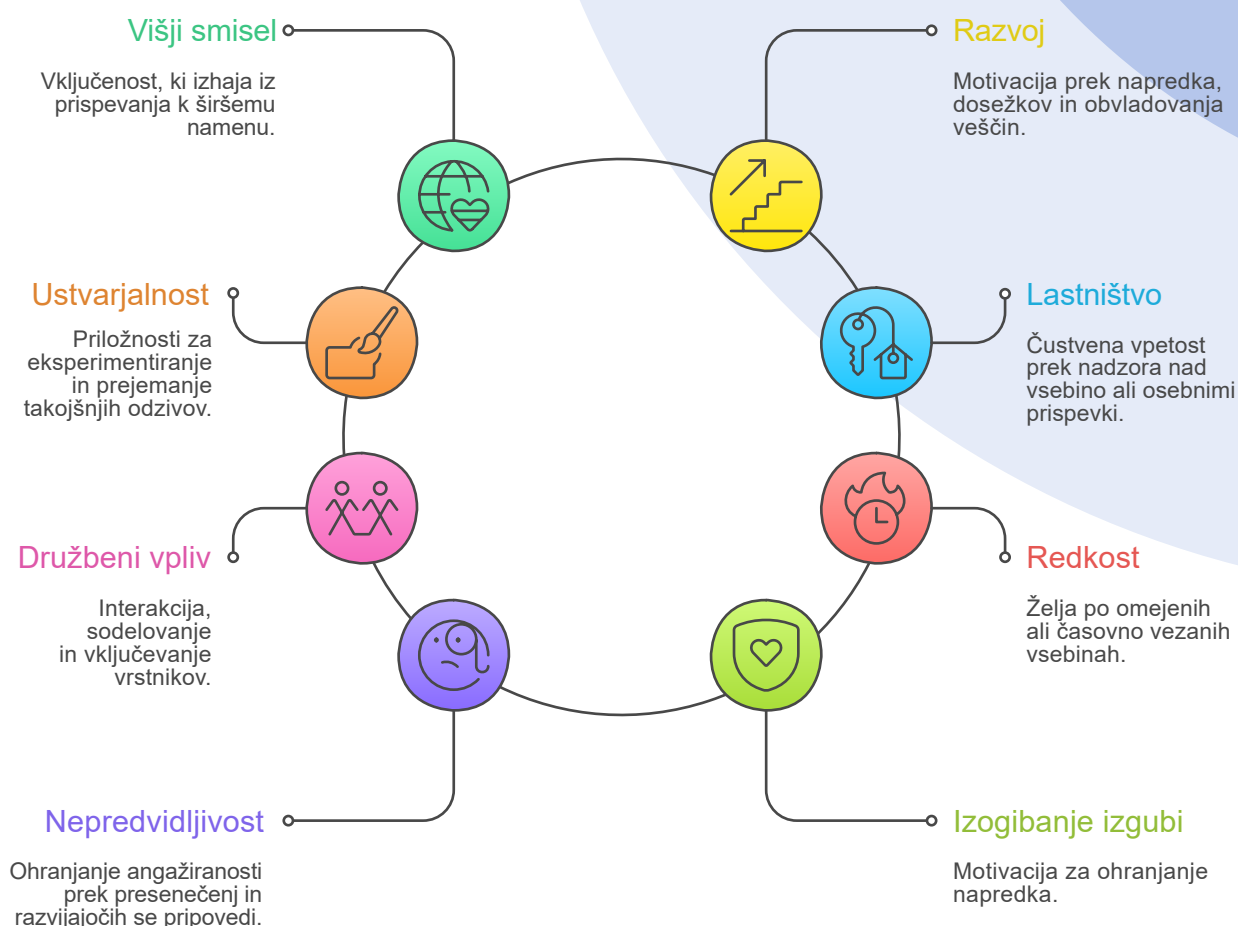
Raziskave kažejo, da lahko igrificirana okolja pozitivno vplivajo na motivacijo, vključenost in ohranjanje znanja. Po teoriji igrificiranega učenja se ti učinki ne pojavijo zato, ker bi

igralni elementi neposredno izboljšali učenje, temveč zato, ker vplivajo na vedenje, odnos in vztrajnost udeležencev.

Eden ključnih okvirov za razumevanje igrifikacije je okvir Octalysis, ki ga je razvil Yu-kai Chou. Model opredeljuje osem temeljnih motivacijskih gonil:

1. **Višji smisel in poslanstvo** – vključenost, ki izhaja iz prispevanja k širšemu namenu, na primer obravnavi državljskih vprašanj prek bloganja. Mladi so bolj motivirani, kadar čutijo, da so del nečesa večjega od njih samih.

Motivacijski dejavniki za vključenost



Made with Napkin

2. **Razvoj in dosežki** – motivacija prek napredka, dosežkov in obvladovanja veščin, na primer z dokončanjem blogerskih izzivov ali ravni. Ko mladi dokončajo izzive, odklenejo nove vsebine ali objavijo dokončan blogerski zapis, dobijo občutek, da so nekaj dosegli in napredovali.
3. **Opolnomočenje ustvarjalnosti in povratne informacije** – priložnosti za eksperimentiranje in prejemanje takojšnjih odzivov. Mladi se vključijo bolj celovito, kadar jih spodbujamo k ustvarjalnemu eksperimentiranju in prejemanju takojšnjih povratnih informacij. Bloganje udeležencem omogoča razvijanje osebnih pripovedi, raziskovanje različnih pogledov ter odzivanje na komentarje ali interaktivne naloge.
4. **Lastništvo in pripadnost** – čustvena vpetost prek nadzora nad vsebino ali osebnimi prispevki. Udeleženci postanejo čustveno bolj vpeti, ko čutijo lastništvo nad svojim delom. Osebni blogi, prilagojene vsebine ali skupinski projekti pripovedovanja zgodb

povečajo odgovornost in zavzetost za učni proces.

5. **Družbeni vpliv in povezanost** – interakcija, sodelovanje in vključevanje vrstnikov. Vrstniška interakcija je osrednjega pomena v mladinskem delu. Igrificirani blogi lahko spodbujajo sodelovanje prek skupnih misij, iztočnic za razpravo ali dejavnosti medvrstniške povratne informacije. Mladi pogosto ostanejo zavzeti zaradi družbene izkušnje, ne le zaradi same vsebine.
6. **Redkost in nestrpno pričakovanje** – želja po omejenih ali časovno vezanih vsebinah, na primer odklepanju posameznih delov bloga. Časovno omejene misije, postopno razkrivanje vsebin ali tedenski izzivi lahko ohranjajo pozornost in radovednost. Ti mehanizmi udeležence spodbujajo, da se redno vračajo in ostajajo vključeni v dejavnosti.
7. **Nepredvidljivost in radovednost** – ohranjanje angažiranosti prek presenečenj in razvijajočih se pripovedi. Mlade naravno privlači odkrivanje in presenečenje. Razvejane pripovedi, skrite informacije ali nepričakovani preobrati v zgodbi lahko bloganje iz statičnega branja spremenijo v interaktivno izkušnjo.
8. **Izguba in izogibanje izgubi** – motivacija za ohranjanje napredka (npr. nizi dejavnosti). Sistemi za spremljanje napredka, nizi dejavnosti ali daljši sodelovalni projekti spodbujajo doslednost in dolgoročno participacijo. Udeleženci so motivirani, da svojo vključenost ohranijo, namesto da bi izgubili že doseženi napredek.

Učinkovita igrifikacija od mladinskih delavcev zahteva, da presežejo površinske nagrade in se osredotočijo na smiselno participacijo. Najuspešnejša igrificirana okolja za bloganje temeljijo na treh ključnih strukturnih elementih:

- **Napredek:** vizualni kazalniki, kot so ravni, stopnje ali oznake dokončanih nalog;
- **Interakcija:** aktivna participacija prek komentarjev, nalog ali sodelovalnih dejavnosti;
- **Povratna informacija:** takojšnji in smiselni odzivi na dejanja uporabnikov.

Skupaj ti elementi ustvarjajo zanke angažiranosti, v katerih se udeleženci neprekinjeno premikajo skozi cikle sprožilca, dejanja, nagrade in vpetosti. Pri bloganju lahko to pomeni, da udeleženec prebere državljansko zgodbo, se odzove na izziv, prejme povratno informacijo in nato prispeva še dodatno vsebino. Mladinskim delavcem takšne zanke pomagajo ohraniti motivacijo ter bloganje preoblikovati v trajno participativno učno izkušnjo, ne le v enkratno dejavnost.

POMEN PRIPOVEDOVANJA ZGODB V BLOGANJU ZA PARTICIPACIJO MLADIH

Pripovedovanje zgodb je eno najmočnejših orodij za državljansko udejstvovanje, saj se ljudje s zgodbami najprej povežejo čustveno, šele nato razumsko z dejstvi. Mladi se bodo v državljanske razprave pogosteje vključili, kadar se lahko osebno poistovetijo s predstavljenimi izkušnjami. Za mladinske delavce pripovedovanje zgodb ustvarja priložnosti, da abstraktna družbena vprašanja preoblikujejo v razumljive, človeške in bližnje izkušnje.

Tradicionalno državljansko izobraževanje pogosto temelji predvsem na posredovanju informacij. Vendar informacije same redko ustvarijo čustveno vključenost ali trajnejšo participacijo. Interaktivno pripovedovanje zgodb to dinamiko spremeni, saj mlade postavi v samo pripoved, namesto da bi ostali pasivni bralci. Namesto da o družbenem vprašanju

zgolj berejo, so povabljeni k razmisleku, sprejemanju odločitev, reševanju problemov ali predstavljanju možnih posledic.

Interaktivno pripovedovanje zgodb je tesno povezano z izkustvenim in konstruktivističnim učenjem, pri katerem se znanje razvija skozi sodelovanje, refleksijo in osebno izkušnjo. Mladi se učinkoviteje učijo, kadar se z vsebino aktivno ukvarjajo, ne pa da jo samo sprejemajo. Pri igrificiranem bloganju pripovedovanje zgodb postane orodje za participacijo, empatijo in kritično mišljenje.

VRSTE PRIPOVEDOVANJA ZGODB V BLOGIH

Scenarijsko, misijsko in postopno pripovedovanje.

Kateri pristop pripovedovanja zgodb uporabiti?



Made with Napkin

Z vključevanjem teh pristopov lahko blogi ustvarjajo čustveno privlačne in participativne učne izkušnje, ki krepijo državljansko zavest in vključenost.

IGRIFICIRANE STRUKTURE BLOGOV IN MEHANIZMI VKLJUČEVANJA

Igrificirani blogi k bloganju pristopajo drugače. Bralno izkušnjo preoblikujejo v interaktivno potovanje, pri katerem participacija postane del učnega procesa. Za mladinske delavce je ta premik pomemben, saj državljansko izobraževanje zahteva več kot zgolj posredovanje informacij. Mladi potrebujejo priložnosti za interakcijo, refleksijo, sprejemanje odločitev ter povezovanje digitalnih izkušenj z delovanjem v resničnem svetu.

Ta pristop odraža model oblikovanja izkušenj namesto preprostega modela posredovanja vsebin. Blog postane prostor, kjer se angažiranost namerno ustvarja prek napredovanja, radovednosti, povratnih informacij in interakcije.

KLJUČNI STRUKTURNI ELEMENTI

- **Sistemi napredovanja:** vsebina se odklepa korak za korakom. Sistemi napredovanja mladim pomagajo, da vidijo svoj napredek in ohranjajo motivacijo.
- **Ravni ali stopnje:** strukturirana zahtevnost in postopno učno napredovanje. Razdelitev blogerske vsebine na stopnje ustvarja jasnost in pregledno strukturo.
- **Vključene naloge ali misije:** usmerjanje uporabnikov k aktivni participaciji. Misije branje spreminjajo v aktivno participacijo. Namesto da bi udeleženci informacije zgolj

sprejemali, so povabljeni k razmisleku, odgovarjanju na vprašanja, izvedbi manjših državljskih dejanj ali prispevanju lastnih idej.

Mehanizmi povratnih informacij: takojšnji odzivi na uporabnikov vnos. Takojšnja povratna informacija ohranja vključenost in udeležencem pomaga razumeti učinek njihovega dejanja.

Za mladinske delavce so ti mehanizmi posebej dragoceni, saj pomagajo ohranjati participacijo skozi celotno dejavnost. Bloganje tako ni več usmerjeno predvsem v pripravo popolnega končnega besedila, temveč v stalno vključevanje, preizkušanje in refleksijo.

MEHANIZMI ZA PRITEGNITEV BRALCEV

Kvizi podpirajo preverjanje znanja, refleksijo in razvoj medijske pismenosti. Spodbujajo aktivni priklic znanja, kritično mišljenje in vrednotenje informacijskih virov.

Izzivi in misije razširjajo učenje izven digitalnega okolja, saj spodbujajo delovanje v resničnem življenju, na primer sodelovanje v skupnosti ali kritično vrednotenje informacij. Krepijo povezavo med znanjem in vedenjem.

Lov na zaklad je mogoče vključiti v blogerske dejavnosti tako, da mlade povabimo k iskanju namigov, informacij ali virov, skritih v nizu blogerskih objav ali povezanih gradiv. Vsak namig lahko udeleženca pripelje do nove naloge, vprašanja ali državljskega izziva. Blog o okoljski trajnosti lahko na primer vključuje namige, povezane s praksami recikliranja, lokalnimi okoljskimi pobudami ali strategijami za zmanjševanje odpadkov. Udeleženci zbirajo informacije, rešujejo izzive in postopoma odkrivajo praktične rešitve za okoljske probleme.

Spretnostni poligoni (gimkane) (krogi izzivov) ponujajo bolj strukturirano zaporedje nalog, ki združujejo ustvarjalnost, timsko delo, raziskovanje in delovanje. Udeleženci posamično ali v ekipah opravijo vrsto izzivov, navdihnenih z vsebino bloga. Na primer, gimkana o državljski participaciji lahko od udeležencev zahteva, da prepoznajo lokalna vprašanja v skupnosti, opravijo pogovore s prebivalci, analizirajo vire informacij, ugotovitev dokumentirajo s fotografijami ali videoposnetki in predlagajo rešitve. Napredek je mogoče priznati s točkami, značkami, ravnmi ali mejniki opravljenih nalog.

Aktivna participacija

Igrificirani blogi spodbujajo nenehno vključenost uporabnikov prek sprejemanja odločitev, razprave in ustvarjanja vsebin. To odraža socialno-konstruktivistično učenje, pri katerem se znanje soustvarja skozi interakcijo.

UPORABA PRI DRŽAVLJANSKIH TEMA

Igrificirani blogi lahko obravnavajo državljska vprašanja, kot so varstvo okolja, človekove pravice ali politično sodelovanje. Na primer:

- okoljski blogi lahko vključujejo misije za zmanjšanje odpadkov ali spremljanje učinka;
- blogi o politični pismenosti lahko vključujejo scenarije sprejemanja odločitev ali izzive z dezinformacijami;
- blogi o medijski pismenosti lahko vključujejo interaktivne dejavnosti preverjanja dejstev, kvize za vrednotenje virov ali izzive, pri katerih bralci v digitalnih medijih prepoznajo

pristransko, manipulativno ali zavajajočo vsebino.

S temi mehanizmi se blogi iz orodja za posredovanje informacij preoblikujejo v prostor smiselne državlanskega udejstvovanja.

VLOGA BLOGANJA V DIGITALNEM AKTIVIZMU IN DRŽAVLJANSKEM UDEJSTVOVANJU

V dobi spleta 2.0 se je bloganje iz osebnega spletnega dnevnika razvilo v močno orodje za državljansko participacijo in digitalni aktivizem. Mladim blogi ponujajo dostopne prostore, kjer lahko izražajo mnenja, dokumentirajo izkušnje, ozaveščajo in sodelujejo v javnem dialogu, ne da bi bili pri tem odvisni od tradicionalnih medijskih institucij.

Mladinskim delavcem bloganje ponuja priložnost za podporo participaciji mladih v demokratičnem življenju skozi digitalno izražanje. Številni mladi že vsakodnevno komunicirajo na spletu, vendar se ne zavedajo vedno, da lahko te prostore uporabijo tudi za državljansko udejstvovanje. Dejavnosti bloganja pomagajo digitalno komunikacijo preoblikovati v državljansko delovanje.

Daljša oblika bloggerskega zapisa je v tem kontekstu posebej dragocena, saj omogoča prostor za kompleksnost in odtenke. Za razliko od kratkih objav na družbenih omrežjih blogi mladim omogočajo, da ideje razložijo poglobljeno, dodajo kontekst in raziščejo več različnih pogledov. To je še posebej pomembno pri temah, kot so:

- okoljska trajnost;
- socialno vključevanje in raznolikost;
- človekove pravice in enakost;
- medijska manipulacija in dezinformacije;
- demokratična participacija in zastopanost mladih.

Ko mladi objavljajo vsebine o vprašanjih, ki vplivajo na njihove skupnosti, se začnejo doživljati kot soustvarjalci javne razprave, ne le kot pasivni opazovalci. Ta občutek lastništva in participacije je osrednjega pomena za državljansko udejstvovanje.

PREDNOSTI BLOGANJA ZA RAZVOJ MEDIJSKE PISMENOSTI

Medijska pismenost je ena od najpomembnejših kompetenc, ki jih mladi potrebujejo v sodobnih digitalnih družbah. Vsak dan se srečujejo z velikimi količinami spletnih informacij, vključno z novicami, oglasi, vsebinami na družbenih omrežjih, sporočili vplivnežev in vsebinami, ki jih ustvarjajo uporabniki. V takšnem okolju postane sposobnost kritične analize, vrednotenja in odgovornega ustvarjanja digitalnih vsebin ključnega pomena.

Igrificirano bloganje prispeva k razvoju veščin medijske pismenosti tako, da:

- spodbuja kritično vrednotenje informacij;
- podpira aktivno ukvarjanje z vsebino;
- razvija veščine ustvarjanja digitalnih vsebin;
- krepi zavedanje o pristranskosti, manipulaciji in dezinformacijah.

Igrificirano bloganje podpira tudi digitalno odpornost. Udeleženci postajajo samozavestnejši pri uporabi spletnih okolij, bolj kritični pri vrednotenju informacij ter odgovornejši pri ustvarjanju in deljenju vsebin. Te kompetence niso bistvene le za digitalno participacijo, temveč tudi za aktivno državljanstvo in demokratično udejstvovanje v sodobni družbi.

SKLEPI POGlavJA

Igrifikacija v bloganju je inovativen in učinkovit pristop k digitalnemu komuniciranju, saj tradicionalne bloge preoblikuje v interaktivna in participativna učna okolja za mlade. Ta preobrazba se doseže z vključevanjem pripovedovanja zgodb, igralnih mehanizmov, sistemov napredovanja, kvizov, izzivov in povratnih zank. Igrificirani blogi mlade uporabnike pritegnejo, ohranjajo njihovo motivacijo in podpirajo dolgoročno participacijo v kontekstu mladinskega dela in državlanskega učenja.

V tem poglavju je razvidno, da imajo igrificirani blogi pomembno pedagoško vrednost ter lahko med mladimi podpirajo izkustveno učenje, kritično mišljenje in aktivno državljanstvo participacijo. Mladinskim delavcem te metode ponujajo dostopna in privlačna orodja za spodbujanje sodelovanja, refleksije in digitalnega vključevanja. Vključevanje okvirov, kot je model Octalysis Yu-kaia Choua, poudarja pomen razumevanja psihološke motivacije pri ustvarjanju smiselne in trajnostne angažiranosti.

Interaktivno pripovedovanje zgodb ta proces še dodatno krepi, saj mlade bralce in udeležence postavlja v središče učne izkušnje. Scenarijski, misijski in postopni pristopi k pripovedovanju zgodb spodbujajo empatijo, refleksijo in osebno povezanost z državljanskimi in družbenimi vprašanji. Tako mladi presežejo pasivno sprejemanje vsebin in postanejo aktivni udeleženci v dialogu, pri reševanju problemov in v skupnost usmerjenem delovanju.

Poleg tega mladi razvijajo kompetence medijske pismenosti, ki so v sodobni družbi bistvenega pomena, saj ima digitalni prostor vse večjo vlogo, preobremenjenost z informacijami pa je zelo razširjena. Z dejavnostmi mladinskega dela, ki temeljijo na igrificiranem bloganju, udeleženci krepijo sposobnost kritičnega vrednotenja informacij, odgovornega spletnega delovanja in ustvarjanja smiselnih digitalnih vsebin. Kljub temu morajo etični premisleki ostati temeljni del zasnove igrificiranih blogov, izobraževalni, mladinski in državljanski cilji pa morajo ostati v središču celotnega procesa.

PRAKTIČNA UPORABA

Okoljsko pripovedovanje zgodb z igrificiranim bloganjem

Spodnji praktični primer ponazarja, kako lahko mladinski delavci igrificirano bloganje uporabijo za ozaveščanje mladih o temah državlanske vzgoje, kot je v našem primeru okoljska odgovornost, in sicer prek pripovedovanja zgodb in preprostih interaktivnih elementov. Blog s povezovanjem pripovedne potopitve, refleksije in participacije bralce spodbuja, da svoje osebno vedenje povežejo s širšim vplivom na okolje.

Naslov: »Dan, ko je gozd spregovoril nazaj«

Tistega dne nisi nameraval razmišljati o ničemer pomembnem.

Bil je le sprehod. Tih umik od hrupa, obvestil in obveznosti. Takšen sprehod, pri katerem misli preprosto odtavajo, oči pa sledijo svetlobi, ki pronica skozi drevesa in naravo.

Pri vходу v park je bilo vse videti običajno. Zrak je bil svež. Pot se je mirno raztezala pred teboj. Mimo je pritekel tekač s slušalkami v ušesih. Nekdo drug je sprehal psa.

Nič nenavadnega. Vsaj sprva ne.

Ko stopaš globlje v park, se začnejo drobne podrobnosti spreminjati.

Ob robu poti nekaj pritegne tvoj pogled. Plastenka, nekoliko zmečkana, napol skrita pod suhim listjem. Nekaj korakov naprej ovitek bombona. Potem še eden.

Pot

Hodiš naprej. V nekem trenutku jih začneš opazati povsod.

Ni jih dovolj, da bi se zaradi njih ustavil – a dovolj, da jih ne moreš več odmisлити.

Potem se pojavi misel, skoraj kot da ni tvoja:

Mimo koliko kosov odpadkov si že šel, ne da bi jih zares opazil?

Preden nadaljuješ, se za trenutek ustavi:

Mimo koliko kosov smeti gre človek običajno na 10-minutnem sprehodu po onesnaženem mestnem parku?

- A) Manj kot 5
- B) Približno 10–20
- C) Več kot 50

(Zapomni si svoj odgovor. Kmalu boš izvedel.)

Premik

Globlje kot greš, tišje postaja. A to ni več tisti spokojni mir.

To je tišina, zaradi katere začneš zaznavati vse. Plastična vrečka se je zataknila visoko med veje drevesa in se rahlo premika v vetru. Za trenutek je videti, kot da tja spada – dokler se ne zaveš, da ne.

Ob majhnem potoku voda upočasni tok okoli predmetov, ki tja ne sodijo. Plastenke. Embalaža. Drobcji stvari, ki so nekoč imeli drugačen namen.

Nič dramatičnega se ne zgodi. In vendar se vse zdi drugače.

Začneš se zavedati nečesa neprijetnega:

gozd se ni spremenil – ti si se.

Opažaš.

Odgovor

Na koncu poti stoji preprosta lesena tabla. Brez živih barv. Brez dramatičnega sporočila. Le nekaj vrstic:

- **Večina ljudi gre v samo 10 minutah mimo več kot 50 kosov smeti, ne da bi se tega zavedali.**
- **Plastenka lahko za razgradnjo potrebuje tudi do 450 let.**
- **Približno 80 % onesnaženja v naravnih območjih izvira iz vsakodnevnih človeških dejavnosti.**

Ozreš se nazaj na pot, ki si jo pravkar prehodil. Ista pot je. A občutek ni več isti.

Refleksija

Na poti nazaj hodiš počasneje. Ne zato, ker bi moral, temveč zato, ker zdaj vidiš stvari, ki jih prej nisi opazil.

Ovitek ob korenini drevesa. Plastenka, vkopana v prst. Cigaretni ogorek ob klopici, kjer je nekdo verjetno sedel pet minut – in za seboj pustil nekaj, kar bo tam ostalo še leta.

Gozd ne zahteva pozornosti. Preprosto odseva to, kar je ostalo v njem. Morda je prav v tem bistvo. Ne v tem, da je gozd nenadoma spregovoril, temveč v tem, da si mu prvič zares prisluhnil in si pripravljen ukrepati.

Misija, ki jo je treba opraviti

Med naslednjim sprehodom, bodisi v parku, gozdu, svoji soseski ali na poti v šolo oziroma službo, poišči tri primere zanemarjanja okolja.

To so lahko smeti na tleh, prenapolnjeni koši, poškodovane zelene površine ali znaki onesnaženja, mimo katerih ljudje vsak dan hodijo, ne da bi jih zares opazili.

Vzemi si trenutek in jih pozorno opazuj.

Nato napiši kratko blogarsko refleksijo (150–200 besed), v kateri odgovoriš na ta vprašanja:

- Kaj si opazil?
- Zakaj po tvojem mnenju te težave obstajajo?
- Kako vplivajo na skupnost ali okolje?
- Katero dejanje bi ga lahko izvedli državljani, lokalne oblasti ali skupnosti za izboljšanje razmer?
- Veselimo se tvoje opravljene misije.

UČENJE Z DELOM – PREDLOG DEJAVNOSTI

Narava govori

ELEMENT	PODROBNOSTI
Trajanje	90 minut
Velikost skupine	10–20 udeležencev

CILJ

- Razviti ozaveščenost o okoljski odgovornosti prek pripovedovanja zgodb in refleksije.
- Okrepiti sposobnost udeležencev za kritično ukvarjanje z državljanskimi temami z uporabo igrificiranih vsebin.
- Podpreti ustvarjanje interaktivnih blogarskih vsebin, ki obravnavajo okoljska vprašanja.

CILJNE KOMPETENCE

- Medijska pismenost in kritično mišljenje
- Državljansko udejstvovanje in okoljska ozaveščenost
- Digitalno pripovedovanje zgodb in ustvarjanje vsebin
- Ustvarjalnost in reflektivno mišljenje

GRADIVA

- Natisnjene različice blogarske zgodbe »Dan, ko je gozd spregovoril nazaj«
- Ovojnice z ugankami
- Flipchart ali bela tabla
- Flomastri in pisala
- Papir ali digitalne naprave (telefoni/prenosniki)
- Lepljivi listki

PRIPRAVA

Facilitator pripravi ovojnice z ugankami in za vsako skupino natisne blogarsko zgodbo. Pripravi prostor za skupinsko razpravo in poskrbi, da so na voljo vsa gradiva. Po želji pripravi primere blogov ali blogarskih platform za navdih.

IZVEDBA (NAVODILA, METODOLOGIJA IN ČASOVNI RAZPORED)

1. Uvod (10 minut)

Facilitator predstavi temo okoljske odgovornosti in pojasni, da bodo udeleženci raziskali, kako lahko pripovedovanje zgodb in igrifikacija ozaveščata in spodbujata delovanje. Facilitator na kratko pojasni koncept igrificiranega bloganja.

2. Branje zgodbe (20 minut)

Udeleženci se razdelijo v majhne skupine in jih povabimo, da opravijo kratko nalogo odkrivanja. Vsaka skupina mora najti skrito ovojnico, postavljeno nekje v prostoru dejavnosti. Ovojnica vsebuje preprosto uganko in izvod blogarske zgodbe »Dan, ko je gozd spregovoril nazaj«.

3. Ko skupina najde in odpre svojo ovojnico, prebere blogarsko zgodbo. Facilitator udeležence povabi, naj bodo pozorni na čustva, ki jih pripoved vzbuja, na ključna sporočila o okoljski odgovornosti in na interaktivne elemente, vključene v zgodbo (kviz in razkritje resnice). Udeležence spodbujamo, naj razmislijo, kako zgodba povezuje vsakdanja vedenja z njihovim učinkom na naravo in širšo skupnost.

4. Refleksija v skupinah (10 minut)

Udeleženci se pogovarjajo v parih:

- Kaj si čutil med branjem zgodbe?
- Katero sporočilo ti je najbolj ostalo v spominu?
- Je kviz vplival na tvoje razmišljanje ali ozaveščenost?

Vsak par na lepljive listke zapiše 2–3 ključne misli.

5. Skupinska razprava (10 minut)

Facilitator zbere refleksije in jih razvrsti na tablo.

Razprava se osredotoča na:

- Zakaj je pripovedovanje zgodb učinkovito pri ozaveščanju
- Kako preprosta interakcija (kviz/resnica) vpliva na angažiranost
- Povezavo med osebnim vedenjem in okoljskim učinkom

6. Ustvarjalna naloga – zamisel za igrificiran blog (30 minut)

Udeleženci bodo delali v istih skupinah in postali »eko zgodbarske ekipe«. Njihova misija je zasnovati koncept igrificiranega blogarskega zapisa, ki mlade navdihne, da ukrepajo glede nekega okoljskega vprašanja.

Vsaka ekipa prejme misijsko kartico, ki vsebuje eno okoljsko temo (npr. zmanjšanje odpadkov, recikliranje, onesnaženje, biotska raznovrstnost, varčevanje z vodo).

Za dokončanje misije morajo ekipe ustvariti blogarski koncept, ki vključuje:

- Koncept kratke zgodbe (2–3 stavki)

- En interaktivni element (npr. kviz, vprašanje za refleksijo, izziv, misijo, namig za lov na zaklad)
- Jasno okoljsko sporočilo ali poziv k dejanju

Ekipe svoje zamisli zapišejo na papir ali digitalno napravo. Ob koncu misije vsaka skupina pripravi kratko predstavitev svojega koncepta.

Facilitator deluje kot »koordinator misij« in spodbuja ustvarjalnost, sodelovanje in dejavno udeležbo namesto tekmovanja. Cilj je udeležencem pomagati doživeti, kako lahko pripovedovanje zgodb in preproste tehnike igrifikacije tradicionalni blog spremenijo v privlačno orodje za okoljsko ozaveščanje in državljansko delovanje.

7. Predstavitev (10 minut)

Vsaka skupina svoj blogarski koncept predstavi v kratki 2-minutni predstavitvi, v kateri pojasni:

- zamisel zgodbe
- interaktivni element
- ključno okoljsko sporočilo ali poziv k dejanju

Po vseh predstavitvah udeleženci sodelujejo v skupnostnem glasovanju. Vsak udeleženec prejme en glas in povabimo ga, da izbere blogarski koncept, ki se mu zdi najbolj ustvarjalen, privlačen in najverjetneje navdihuje okoljsko delovanje.

Udeleženci ne smejo glasovati za projekt lastne ekipe.

Facilitator prešteje glasove in razglasi »najbolj ustvarjalen blog«. Zmagovalna ekipa prejme simbolično priznanje, na primer ustvarjalno značko/nalepko.

REFLEKSIJA IN EVALVACIJA

Facilitator vodi refleksijo z usmerjevalnimi vprašanji:

- Kaj si se prek te dejavnosti naučil o okoljski odgovornosti?
- Kako lahko pripovedovanje zgodb vpliva na vedenje ljudi?
- Kaj naredi blog privlačen in interaktiven?
- Kako lahko te metode uporabiš pri svojem delu ali v svoji skupnosti?

Udeležence povabimo, da delijo eno dejanje, ki ga lahko v vsakdanjem življenju izvedejo v zvezi z zmanjšanjem odpadkov. Facilitator zaključi tako, da okrepi povezavo med ozaveščenostjo, pripovedovanjem zgodb in državljskim delovanjem ter poudari, kako lahko majhne spremembe vedenja prispevajo k večjemu okoljskemu učinku.

SKLEPNE MISLI

Blogi mladim omogočajo, da ideje delijo skozi pisne pripovedi, državljansko pripovedovanje zgodb pa je mogoče posredovati tudi z drugim močnim medijem: glasom. Podkasti ustvarjajo prostor za dialog, osebna pričevanja in razpravo ter udeležencem omogočajo, da občinstvo nagovorijo na bolj neposreden, zaupen in pogovoren način. Na podlagi načel pripovedovanja zgodb, obravnavanih v tem poglavju, naslednji del raziskuje, kako lahko igrifikacija obogati ustvarjanje podkastov ter mladim pomaga, da prek zvočnih vsebin razvijajo komunikacijske spretnosti, medijsko pismenost in državljansko ozaveščenost.

IGRIFIKACIJA V PODKASTIH

Prevod: »Podkasti se iz pasivnega poslušanja premikajo v interaktivne, participativne izkušnje, ki podpirajo državljansko ozaveščenost, odločanje in dialog v skupnosti.«

3

UVOD

Digitalni mediji so postali osrednji del vsakdanjega življenja mladih, saj oblikujejo način, kako komunicirajo, se učijo in vzpostavljajo odnos do sveta okoli sebe. Tudi mladinsko delo se zato postopoma prilagaja in v svojo prakso vključuje različna digitalna orodja in platforme. Eden izmed formatov, ki v zadnjih letih vzbuja vse več pozornosti, je podkast. Podkasti so lahko dostopni, razmeroma preprosti za ustvarjanje in med mladim občinstvom že priljubljeni, zato so dragoceno orodje za mladinsko delo in neformalno učenje. Mladim omogočajo, da poslušajo takrat in tam, kjer jim ustreza, s tem pa podpirajo avtonomijo in učenje v lastnem tempu. Hkrati lahko njihov pogovorni in pripovedni slog tudi kompleksnejše teme naredi bolj razumljive in jih približa poslušalcem. Raziskave kažejo, da lahko podkasti podpirajo tako vključenost kot učenje, zlasti kadar so uporabljeni kot del širšega izobraževalnega pristopa in ne kot samostojno orodje. Pomembna prednost podkastov je tudi ta, da mladi niso le poslušalci, temveč lahko postanejo ustvarjalci. Ustvarjanje podkastov jim omogoča razvoj različnih veščin, vključno s komunikacijo, kritičnim mišljenjem, digitalno pismenostjo in timskim delom. Obenem ustvarja prostor, v katerem se lahko sliši glas mladih ter v katerem lahko delijo svoja mnenja in izkušnje. To močno odraža ključne vrednote mladinskega dela, kot so participacija, opolnomočenje in vključenost.

Hkrati pa imajo podkasti tudi določene omejitve. Eden glavnih izzivov je, da poslušanje zlahka postane pasivna dejavnost. Če ni interakcije ali usmerjanja, se mladi z vsebino morda ne bodo ukvarjali dovolj poglobljeno. To lahko zmanjša celoten učinek podkastov, zlasti v okoljih neformalnega učenja, kjer je aktivna participacija ključnega pomena. Kot odgovor na ta izziv se vse več pozornosti namenja konceptu igrifikacije. Igrifikacija pomeni uporabo igri podobnih elementov, kot so izzivi, ravni, točke ali nagrade, v neigralnih kontekstih, da dejavnosti postanejo bolj privlačne. V izobraževalnih okoljih se je pokazalo, da lahko poveča motivacijo in spodbuja aktivnejšo participacijo.

V povezavi s podkasti igrifikacija ponuja zanimive možnosti. Poslušalci so lahko na primer povabljeni, da med poslušanjem epizod opravijo naloge, odgovorijo na vprašanja ali razmislijo o vsebini. Za sodelovanje lahko prejmejo tudi določeno obliko povratne informacije ali priznanja. Tako poslušanje ni več zgolj pasivna dejavnost, temveč postane interaktivna in vključujoča izkušnja. To je posebej pomembno v mladinskem delu, kjer sta participacija in vključenost ključna cilja. To poglavje raziskuje, kako je mogoče podkaste uporabljati v mladinskem delu, s posebnim poudarkom na vlogi igrifikacije. Obravnava, kako lahko povezovanje teh dveh pristopov podpira vključenost, učenje in participacijo

mladih ter kako lahko podkasti iz preprostega orodja za poslušanje prerastejo v bolj interaktivno in smiselno izkušnjo.

IGRIFICIRANO PODKASTANJE: KONCEPTUALNA IZHODIŠČA

- **Pripovedne strukture v podkastanju**

Povezovanje podkastanja z igrifikacijo odpira nove načine razmišljanja o tem, kako je mogoče zvočne vsebine oblikovati in doživljati. Namesto da podkaste razumemo kot vsebine, ki jih ljudje zgolj poslušajo, jih lahko preoblikujemo v formate, ki spodbujajo aktivno vključenost.

- **Igrificirano zvočno pripovedovanje zgodb**

Eden najzanimivejših pristopov je igrificirano zvočno pripovedovanje zgodb. Pri tem formatu so podkasti strukturirani bolj kot interaktivne zgodbe, v katerih se prepletajo pripovedni in igralni elementi. Namesto da bi poslušalci sledili vnaprej določeni zgodbi, so lahko povabljeni k razmišljanju o izbirah, napovedovanju razpleta ali vplivanju na to, kaj se bo zgodilo naprej. To izkušnjo naredi bolj poglobljeno in osebno, saj se poslušalci močneje povežejo z zgodbo in njenim razvojem. Hkrati jih spodbuja k pozornejšemu poslušanju, saj njihova vključenost vpliva na potek pripovedi.

- **Epizodno pripovedno napredovanje**

Drug pomemben koncept je epizodno pripovedno napredovanje. To pomeni, da je podkast zasnovan kot zaporedje povezanih epizod, ki postopno nadgrajujejo druga drugo. Podobno kot ravni v igri ali poglavja v zgodbi vsaka epizoda predstavlja korak naprej. Takšna struktura lahko ustvari občutek pričakovanja in kontinuitete ter poslušalce spodbuja, da se vračajo in spremljajo razvoj skozi čas. Hkrati omogoča, da se kompleksnejše teme obravnavajo postopoma, zaradi česar postanejo razumljive in zanimivejše.

PARTICIPACIJA IN INTERAKTIVNOST V PODKASTANJU

- **Participacija poslušalcev in mehanizmi glasovanja**

S tem je tesno povezana tudi ideja participacije poslušalcev in mehanizmov glasovanja. Ti občinstvu omogočajo, da aktivno prispeva k smeri razvoja podkasta. Poslušalci lahko na primer glasujejo o tem, kako naj se zgodba nadaljuje, katera tema naj bo obravnavana v naslednji epizodi ali kako naj se pristopi k določenemu vprašanju. Takšna oblika sodelovanja pomaga graditi občutek skupnosti in skupnega lastništva. Mladi tako niso več pasivni uporabniki vsebin, temveč postanejo del procesa, kar lahko poveča njihovo motivacijo in vključenost.

- **Interaktivne strategije vključevanja poslušalcev v zvočnih vsebinah**

Podkasti lahko vključujejo tudi različne interaktivne strategije, ki poslušanje naredijo bolj aktivno. To lahko vključuje postavljanje vprašanj med epizodo, spodbujanje refleksije ali povezovanje vsebine z manjšimi nalogami in dejavnostmi zunaj samega podkasta. Poslušalci so lahko na primer povabljeni, da razmislijo o svojih stališčih, se o temi pogovorijo z drugimi ali se odzovejo prek spletnih platform. Že preprosti elementi, kot so premori za razmislek ali spodbude k dejanju, lahko pomembno vplivajo na to, kako poglobljeno se poslušalci ukvarjajo z vsebino.

NAMEN PODKASTANJA V MLADINSKEM DELU

- Orodje za državljansko ozaveščanje in razpravo

Podkasti so lahko tudi močno orodje za državljansko ozaveščanje in razpravo, zlasti kadar so povezani z interaktivnimi elementi. Ustvarjajo prostor, v katerem je mogoče družbena vprašanja, skupnostne teme ter različne poglede raziskovati na dostopen in razumljiv način. Ko mlade povabimo k sodelovanju – prek pripovedovanja zgodb, glasovanja ali razprave – je verjetneje, da bodo o teh vprašanjih razmislili in si oblikovali lastna mnenja. Tako podkasti ne podpirajo le učenja, temveč tudi aktivno državljanstvo, saj mlade spodbujajo k vključevanju v svet okoli sebe.

Na splošno ti pristopi kažejo, kako lahko podkastanje preseže zgolj informativni format in postane bolj dinamična ter participativna izkušnja. Z vključevanjem pripovedovanja zgodb, interakcije in postopnega napredovanja lahko podkasti bolje podpirajo cilje mladinskega dela, zlasti na področju angažiranosti, vključenosti in aktivne participacije.

Igrifikacija podkastov: konceptualne osnove

Integracija pripovedovanja, interaktivnosti in epizodnega razvoja v podkastih za opolnomočenje mladih



PRAKTIČNA UPORABA

Zvočno pripovedovanje zgodb za vključevanje skupnosti

Za boljše razumevanje, kako je mogoče igrificirano podkastanje uporabiti v praksi, spodnji primer predstavlja strukturirano dejavnost, zasnovano za mladinsko delo. Dejavnost združuje pripovedovanje zgodb, participacijo in interaktivne elemente ter tako podpira vključenost in državljansko zavest mladih. Povezovanje več elementov, kot so pripovedovanje zgodb, participacija in napredovanje, je v igrificiranem oblikovanju pogosto. Ti elementi ne delujejo kot ločeni pristopi, temveč skupaj ustvarjajo celovito izkušnjo, ki podpira tako sodelovanje kot učenje.

Primer temelji na seriji podkastov z naslovom »**Tvoj glas – tvoja zgodba**«, ki se osredotoča na družbena in skupnostna vprašanja, pomembna za mlade. Podkast ni zasnovan le kot vsebina za poslušanje, temveč kot interaktivna izkušnja, v kateri poslušalci aktivno sodelujejo.

Struktura podkasta sledi epizodnemu formatu, pri čemer se vsaka epizoda osredotoča na drugačno resnično življenjsko situacijo, povezano z mladimi. Namesto razvijanja ene same neprekinjene zgodbe vsaka epizoda predstavi nov scenarij, na primer spletno nasilje, vrstniški pritisk ali socialno vključevanje, kar poslušalcem omogoča, da se srečajo z različnimi temami. V vsaki epizodi je za uvod v situacijo uporabljena kratka pripoved, ki ji sledi trenutek odločitve, namenjen spodbujanju participacije poslušalcev. Tak pristop ohranja kontinuiteto na ravni formata in angažiranosti, in ne prek ene same tekoče zgodbe, ter podpira trajnejše zanimanje z raznolikimi, a prepoznavnimi izkušnjami.

Ključni element dejavnosti je **igrificirano zvočno pripovedovanje zgodb**. Na določenih mestih v vsaki epizodi se pripoved ustavi in predstavi dilemo ali odločitev, ki temelji na realistični situaciji, ki jo doživlja gost. Glavni lik se mora na primer odločiti, ali naj se odzove na spletno nasilje ali ostane tiho. Ti trenutki so zasnovani tako, da spodbujajo refleksijo in vključenost poslušalcev, saj so povabljeni, da pred odločitvijo premislijo o možnih dejanjih in njihovih posledicah. Pri oblikovanju interaktivnih podkastov je pomembno upoštevati etični okvir izbir. Odločitvene točke škodljivih ali nezakonitih odzivov ne smejo predstavljati kot enako veljavnih možnosti. Vse izbire, ponujene poslušalcem, naj zato odražajo konstruktivne in odgovorne načine odzivanja na situacijo. Kadar poslušalci predlagajo problematične rešitve, imajo facilitatorji odgovornost, da prepoznajo čustva v ozadju, pojasnijo možne posledice in razpravo usmerijo k varnejšim alternativam. Tako podkast mlade pritegne, poleg tega pa tudi podpira njihov razvoj v odgovorne odločevalce.

V podporo temu se uvedejo **orodja za participacijo in refleksijo poslušalcev**. Po vsaki epizodi poslušalce povabimo, da glasujejo o tem, kaj naj se zgodi v nadaljevanju. To je mogoče izvesti s preprostimi orodji, kot so spletne ankete ali platforme družbenih omrežij. Izid glasovanja predstavimo ob koncu epizode, kar spodbuja razmislek o posledicah različnih izbir. Tako se poslušalci aktivno vključijo v pripoved in razmišljajo o njenih možnih razpletih.

Podkast vključuje tudi **interaktivne strategije zvočnega vključevanja**. Med epizodami poslušalcem zastavljamo reflektivna vprašanja, na primer, kako bi se odzvali na določeno situacijo ali katere rešitve bi predlagali. O teh iztočnicah lahko razmislijo posamično ali jih delijo prek spletnih platform. Vključene so lahko tudi manjše naloge, na primer opazovanje določenega problema v lokalni skupnosti ali pogovor z vrstniki pred naslednjo epizodo.

Splošni namen dejavnosti je uporabiti podkastanje kot **orodje za državljansko ozaveščanje in razpravo**. S pomočjo resničnih življenjskih tem, predstavljenih skozi

pripovedovanje zgodb in interakcijo, mlade spodbujamo h kritičnemu razmišljanju, izražanju lastnih mnenj in upoštevanju različnih pogledov. Povezovanje pripovedi, participacije in igrifikacije pomaga ustvariti varno in privlačno okolje za pogovor o družbenih vprašanjih.

UČENJE Z DELOM – PREDLOG DEJAVNOSTI

»TVOJ GLAS, TVOJA ZGODBA« – 1. EPIZODA: SPREGOVORITI ALI OSTATI TIHO?

ELEMENT	PODROBNOSTI
---------	-------------

Trajanje	60 minut
----------	----------

Velikost skupine	Produksijska ekipa: 2 ali 3 osebe Občinstvo: neomejeno (poslušalci)
------------------	---

CILJI

- Ozaveščati o nasilju, zlasti v digitalnih okoljih
- Pritegniti poslušalce prek interaktivnega pripovedovanja zgodb
- Spodbujati razmislek o osebni odgovornosti in vedenju opazovalcev
- Uvesti na odločitvah temelječe sodelovanje v formatu podkasta

CILJNE KOMPETENCE

- Kritično mišljenje
- Družbena ozaveščenost
- Spretnosti odločanja
- Državljska ozaveščenost in odgovornost
- Aktivno poslušanje
- Digitalno sodelovanje in medijska angažiranost

GRADIVA

- Pametni telefon ali snemalna naprava
- Zunanji mikrofoni (po želji, za boljšo kakovost zvoka)
- Slušalke
- Programska oprema za snemanje/montažo zvoka (npr. Anchor, Audacity, GarageBand)
- Dostop do interneta
- Prenosnik ali tablica (po želji, za montažo in objavo)
- Spletna platforma za glasovanje poslušalcev (npr. Instagram, anketa na spletni strani)

PRIPRAVA

- Pripravite kratek scenarij ali oris epizode (zgodba, ključni trenutki, odločitvena točka)
- Določite vloge (voditelj in gost/Alex) in pripravite usmerjevalna vprašanja
- Pripravite scenarij o nasilju in realistične elemente dialoga
- Nastavite in preizkusite snemalno opremo (mikrofon, telefon, snemalno programsko opremo)
- Pripravite in nastavite platformo za glasovanje (npr. anketo na Instagramu, obrazec na spletni strani)
- Poiščite in pripravite informacije o podpornih službah (npr. svetovalci, telefoni za pomoč, organizacije)
- Načrtujte časovni razpored segmentov (zgodba, refleksija, odločitvena točka, vpogled)

IZVEDBA (NAVODILA, METODOLOGIJA IN ČASOVNI RAZPORED)

0–5 min, Uvod

Voditelj podkasta predstavi epizodo in temo (nasilje):

»Danes govorimo o situacijah, ki jih marsikdo doživi, a o njih redko odkrito spregovori.«

Voditelj predstavi Alexa kot gosta, ki je pred kratkim med sošolci opazil spletno nasilje. Voditelj podkasta epizodo predstavi kot podkast »izberi svojo zgodbo«, kjer poslušalci s svojimi odločitvami dejavno oblikujejo smer epizode. Voditelj pojasni, da bodo poslušalci ob koncu vsakega zvočnega odlomka soočeni z različnimi možnostmi. Izbrati morajo eno možnost in nato slediti posledicam te odločitve.

Alex začne pripovedovati:

»Zgodilo se je pred nekaj dnevi. Drsel sem po telefonu in zagledal objavo nekoga iz mojega razreda. Sošolca so v komentarjih zasmehovali. Nekateri so se smejali, drugi so dodajali še več žaljivk.«

Iztočnica:

»Kaj bi ti storil v tistem trenutku?«

Preden zgodba steče naprej, poslušalce povabimo, da sprejmejo svojo prvo odločitev. Voditelj pojasni, da popolnega odgovora ni in da lahko vsaka možnost vodi do drugačnih posledic. Poslušalce spodbudimo, da izberejo odziv, ki se jim zdi najprimernejši, in oddajo svoj glas prek določene platforme.

»Zdaj je odločitev tvoja. Glasuj za odziv, ki se ti zdi najprimernejši.« Glasovanje ostane odprto, medtem ko razprava poteka naprej, rezultati pa se razkrijejo pozneje v epizodi.

A. Javno komentiram

B. Osebi pišem zasebno

C. Prijavim objavo

D. Ostanem tiho

5–15 min, Predstavitev zgodbe

Alex situacijo še naprej opisuje na osebni in reflektiven način.

Voditelj ga podpre z nekaj usmerjevalnimi vprašanji:

»Zaradi česa si se ustavil in postal pozoren?«

»O čem si razmišljal v tistem trenutku?«

Alex pojasni svoje oklevanje in negotovost.

Ključna izjava:

»Lahko je ostati tiho, ko so tiho vsi drugi.«

15–30 min, Razvoj zgodbe

Situacija se stopnjuje (tako na spletu kot v šoli):

pojavi se več negativnih komentarjev,

nihče ne posreduje,

družbeni pritisk narašča.

Voditelj poglobi refleksijo z nekaj vprašanji:

»Si čutil odgovornost, da se odzoveš?«

»Zaradi česa je bilo težko poseči vmes?«

30–35 min, Prvi rezultati in vodena refleksija

»Prej v epizodi smo vprašali, kaj bi storili v Alexovi situaciji. Večina poslušalcev je izbrala [osebi pisati zasebno/prijaviti objavo/javno komentirati/ostati tiho], manj pa jih je izbralo druge možnosti. To nam že pove nekaj pomembnega: ljudje pogosto želijo pomagati, a za to izberejo različne načine. Raziščimo, zakaj so te izbire pomembne.«

Voditelj nato obravnava situacijo s pojasnilom, da imajo lahko različni odzivi različne posledice. Zasebno sporočilo lahko ponudi čustveno oporo, prijava objave lahko ustvari uradno zaščito, miren javni komentar pa lahko prekine škodljivo vedenje. Vendar lahko agresivni odzivi ali javno sramotenje situacijo zaostrijo. Voditelj poudari, da cilj ni le odzvati se, temveč se odzvati na način, ki podpira napadeno osebo in vse ohranja čim bolj varne.

Voditelj se neposredno obrne na poslušalce:

»Vzemi si trenutek. Predstavlja si, da si v Alexovem položaju.«

(Kratek premor za refleksijo)

35–40 min, Odločitvena točka

Voditelj povzame dilemo in poudari, da naj poslušalci pred glasovanjem pomislijo, da je način našega odziva pomemben. Odziv z agresijo ali javnim sramotenjem se lahko v danem trenutku zdi upravičen, a lahko situacijo zaostri in ima celo pravne posledice. Obstajajo načini, kako se zavzeti za nekoga, ne da bi sebe ali druge spravili v nevarnost.

- A. Alex napadeni osebi pošlje zasebno sporočilo podpore;
- B. Alex objavo prijavi platformi in obvesti zaupanja vredno odraslo osebo;
- C. Alex javno komentira in druge poziva, naj prenehajo, ne da bi koga napadel;
- D. Alex ostane tiho, a se počuti razdvojeno.

Poslušalcem damo čas, da razmislijo o možnih posledicah vsake možnosti in oddajo svoj glas prek določene spletne platforme.

Iztočnica:

»Katero možnost bi izbral in zakaj?«

Sodelovanje poslušalcev in glasovanje

Poziv k dejanju:

»Zdaj je odločitev tvoja. Glasuj in odloči, kaj se zgodi naprej.«

(Poslušalce usmerimo na platformo za glasovanje)

45–50 min, Segment z vpogledom

Voditelj razmišlja:

»Situacije, kot je ta, se pogosto nadaljujejo, ker jih nihče ne prekine. Že majhna dejanja lahko nekaj spremenijo.«

Alex doda kratko osebno refleksijo.

50–60 min, Zaključek in prehod na novo temo (naslednja epizoda)

Voditelj predstavi rezultate glasovanja:

»Vprašali smo vas, kaj naj Alex stori, in predstavljamo vam, kako ste se odločili. Večina vas je izbrala (možnost A ali možnost B).«

Voditelj razmišlja o pomenu odločitve:

»Pomembna ni le sama izbira, temveč to, kaj pove o tem, kako se odzivamo v situacijah, kot je ta. Tako spregovoriti kot ostati tiho ima posledice.«

»Tudi če se zdi neprijetno, je odločitev, da podpremo napadeno osebo, bolj odgovorno dejanje.«

Zgodba je jasno zaključena.

Prehod na naslednjo epizodo (nova tema)

»V naslednji epizodi bomo prešli na drugačno situacijo, s katero se prav tako sooča veliko mladih, a o njej pogosto ne govorijo odkrito.«

»Raziskali bomo, kaj se zgodi, ko začne skupinski pritisk vplivati na tvoje odločitve in kako zlahka se prepustiš nečemu, kar ti ni udobno.«

Sklepni pozdrav:

»Do takrat pa razmišljaj o izbirah, ki jih sprejemaš, in o učinku, ki ga lahko imajo.«

*Med epizodo voditelj na ustreznih mestih predstavi razpoložljive možnosti pomoči, kot so šolski svetovalci, podporne organizacije, telefoni za pomoč in drugi viri, kjer lahko mladi poiščejo pomoč ali informacije v primerih nasilja ali stiske.

REFLEKSIJA IN EVALVACIJA

Poslušalce spodbudimo, da posamično razmislijo o scenariju in svoji odločitvi.

Vprašanja za refleksijo lahko vključujejo:

- Kaj je vplivalo na tvojo odločitev?
- Bi v resničnem življenju ravnal enako?
- Kakšen učinek ima lahko tvoja izbira na druge?

Povratne informacije zbiramo prek:

- rezultatov glasovanja,
- komentarjev ali sporočil na platformi,

Evalvacija se osredotoča na:

- raven sodelovanja poslušalcev (število glasov/interakcij),
- kakovost angažiranosti (komentarji, refleksije, razprave),
- pomembnost in razumevanje teme (ozaveščenost o nasilju).

Rezultati se uporabijo za:

- oceno učinkovitosti epizode,
- izboljšanje prihodnjih vsebin in strukture podkasta,
- prepoznavanje tem, zanimivih za prihodnje epizode.

SKLEP

Video, bloganje in podkastanje mladim ponujajo dragocene priložnosti za ustvarjanje smiselnih državljskih vsebin. Vendar resničen družbeni učinek pogosto zahteva povezovanje teh posameznih izdelkov v širše komunikacijske strategije. Digitalne kampanje združujejo več medijskih formatov in posamezna sporočila preoblikujejo v usklajena dejanja, ki lahko dosežejo širše občinstvo in mobilizirajo skupnosti. Naslednje poglavje raziskuje, kako lahko mladinski delavci z igrifikacijo oblikujejo privlačne digitalne kampanje, ki spodbujajo participacijo, sodelovanje in državljsko delovanje.

IGRIFIKACIJA IN DIGITALNE KAMPANJE V MLADINSKEM DELU

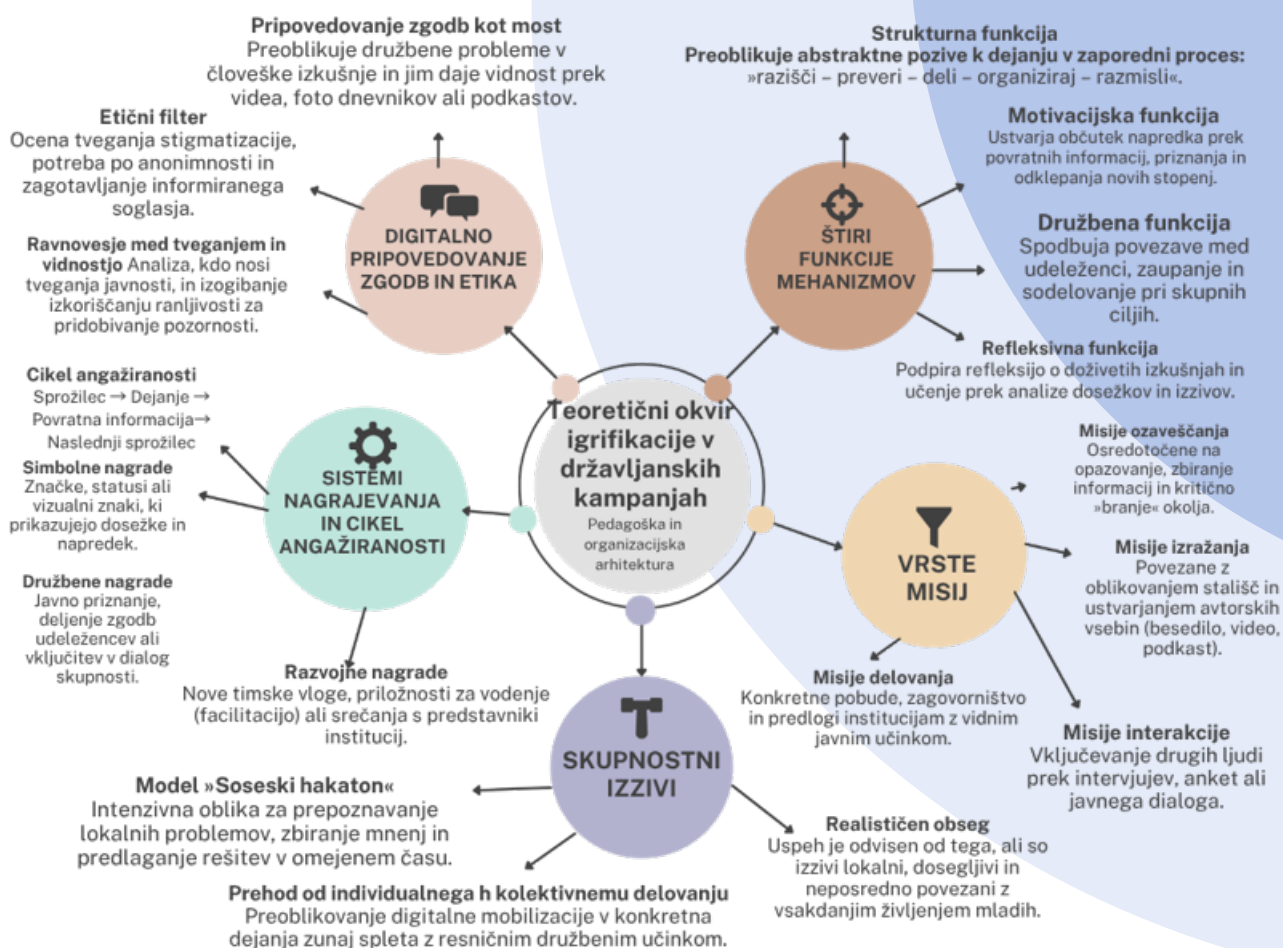
Državlјanska participacija, misije, skupnostni izzivi in digitalno
pripovedovanje zgodb – preoblikovanje posamičnih vsebin v usklajeno
državlјansko delovanje.

4

DRŽAVLЈANSKA PARTICIPACIJA, MISIJE, SKUPNOSTNI IZZIVI IN DIGITALNO PRIPOVEDOVANJE ZGODB

UVOD: VLOGA IGRIFIKACIJE V SODOBNEM MLADINSKEM DELU

Mladinsko delo se danes razvija v okolju, kjer se spletna in fizična participacija vse bolj prepletata (UNICEF, 2020). Digitalni prostori niso več le komunikacijski kanali, temveč tudi prostori za izražanje mnenj, gradnjo skupnosti in ukvarjanje z družbenimi vprašanji (Council of Europe, 2019). Mladi danes pogosteje izbirajo prožnejše in na omrežjih temelječe oblike udejstvovanja, kot so ustvarjanje in deljenje vsebin, pridružitve kampanjam, prostovoljstvo ali sodelovanje v digitalnem aktivizmu (UNICEF, 2020). V takem kontekstu je lahko igrifikacija koristen izobraževalni in participativni pristop (Deterding et al., 2011; Kapp, 2012). V mladinskem delu je ne smemo razumeti kot »igranje iger«, temveč kot namensko uporabo igralnih elementov v neigralnih kontekstih, s katero participacija postane bolj privlačna, strukturirana in dostopna (Deterding et al., 2011). Misije, izzivi, povratne informacije, kazalniki napredka in priznanja lahko mladim pomagajo razumeti zapletena družbena vprašanja prek manjših, jasnejših in bolj dosegljivih korakov (Kapp, 2012). Igrifikacija je še posebej pomembna za državljanske in digitalne kampanje, saj povezuje motivacijo, delovanje, povratne informacije in refleksijo (Werbach & Hunter, 2012). Mladim lahko pomaga razvijati državljansko zavest, digitalne kompetence, kritično mišljenje, sodelovanje in močnejši občutek pripadnosti (Council of Europe, 2019). Hkrati lahko ustvari vstopne točke za mlade z različnimi ravni samozavesti, izkušenj ali dostopa do participacije. Igrificirane državljanske kampanje pa ne smemo zožiti zgolj na vidnost, tekmovalnost ali spletne odzive. Njena vrednost je v izobraževalni zasnovi: mladim mora pomagati pri prehodu od zanimanja k delovanju, od individualnega izražanja h kolektivnemu vključevanju ter od digitalne participacije k smiselnemu učinku v njihovih skupnostih.



UPORABA IGRALNIH MEHANIZMOV V DRŽAVLJANSKIH KAMPANJAH

Uporaba igralnih mehanizmov v državljskih kampanjah pomeni strukturiranje participacije skozi jasne korake, misije, vloge in povratne informacije (Kapp, 2012). Pri tem ne gre za spreminjanje aktivizma v igro, temveč za pristop, ki mladim pomaga ohraniti vključenost in razumeti lasten napredek (Deterding idr., 2011). Raziskave digitalne državljske participacije kažejo, da se mladi pogosto ukvarjajo z družbenimi vprašanji prek ustvarjalnih, izraznih in mrežno zasnovanih oblik sodelovanja, precej manj pa prek tradicionalnih institucionalnih kanalov (UNICEF, 2020). V tem kontekstu lahko igralni mehanizmi participacijo naredijo dostopnejšo, bolj interaktivno in motivacijsko učinkovitejšo (Kapp, 2012). V praksi igrificirane državljske kampanje pogosto vključujejo misije in izzive, zaporedne stopnje, timske vloge, vizualne kazalnike napredka, kratke povratne zanke in časovno omejene naloge (Werbach in Hunter, 2012).

Z uporabo teh elementov je mogoče kompleksna družbena vprašanja preoblikovati v manjša in obvladljivejša dejanja. Z vidika mladinskega dela je igrifikacija tesno povezana z omogočanjem učenja. Mladi se učijo prek delovanja, refleksije in sodelovanja (Kolb, 1984). Kratki pogovori po misijah, povratne informacije ali skupinske refleksije pomagajo poglobiti razumevanje same teme in lastnega učnega procesa (Kolb, 1984).

POT DO AKTIVNEGA DRŽAVLJANSTVA

01

OPAZI (PREPOZNAJ)

Prepoznavanje specifičnih težav v lokalni skupnosti (npr. primankljaj zelenih površin).

POIMENUJ (OPREDELI)

Jasna opredelitev problema, da postane prepoznaven za druge.

02

03

PREDLAGAJ (ZAMISEL)

Razvoj realistične in konkretne rešitve za prepoznani problem.

04

UKREPAJ (IZVEDBA)

Izvedba resničnih fizičnih ali digitalnih korakov za uresničitev rešitve in doseganje spremembe

Praktičen primer je izobraževalni paket »Misija 21. stoletje«, ki ga je za mlade med 15. in 19. letom razvilo društvo »ProBudnik«. Vključuje individualne in skupinske misije, povezane z ustvarjalnostjo, kritičnim mišljenjem, komunikacijo in reševanjem problemov. Ena od misij na področju kritičnega mišljenja na primer udeleženca vabi k analizi lažnih novic, ki krožijo po družbenih omrežjih, pri čemer raziskujejo, kdo jih je ustvaril, zakaj se zdijo verjetne, komu koristijo ter kako jih je mogoče preveriti ali izpodbijati.

Sodelovalni pristopi so v državljskih kampanjah običajno učinkovitejši od tekmovalnih (Deci & Ryan, 2000). Skupne misije, kolektivni cilji in timsko delo ustvarjajo bolj vključujoče okolje ter spodbujajo solidarnost, odgovornost in aktivno participacijo (Deci & Ryan, 2000).

Eden od primerov igrificiranega modela sodelovanja je: »opazi – poimenuj – predlagaj – ukrepaj«

Udeleženci:

1. prepoznajo problem v skupnosti;
2. ga opredelijo in pojasnijo;
3. predlagajo realne rešitve;
4. izvedejo konkretno dejanje.

Vsaka faza lahko vključuje vlogo, misijo ali obliko priznanja, kot so:

- pripovedovalec zgodb;
- koordinator rešitev;
- ambasador skupnosti;
- predstavljanje idej lokalnim deležnikom.

V praksi igralni mehanizmi podpirajo štiri glavne funkcije:

- strukturiranje participacije v jasne korake;
- motiviranje udeležencev prek vidnega napredka;
- gradnjo timskega dela in skupnosti;
- spodbujanje refleksije in učenja.

Te funkcije se znotraj iste dejavnosti ali misije pogosto prepletajo. Vloga mladinskega delavca je podpirati proces tako, da udeležencem pomaga izbrati ustrezna orodja, razmisliti o njihovi izkušnji ter povezati posamezna dejanja s širšim družbenim učinkom.

Modeli participacije, ki temeljijo na misijah

Modeli participacije, ki temeljijo na misijah, so se izkazali kot zelo primerni za mladinsko delo, saj sledijo načelom neformalnega učenja (SALTO-YOUTH, 2023). Poziv mladim, naj se »vključijo« v široko družbeno vprašanje, ni tako učinkovit kot participacija, strukturirana prek manjših, povezanih in smiselnih misij. Tak pristop jim pomaga, da se korak za korakom premikajo od ozaveščanja k delovanju in učinku (Freire, 1970). Kampanja, ki temelji na misijah, običajno vključuje štiri vrste misij:

- misije ozaveščanja – razumevanje problema prek opazovanja, raziskovanja ali kartiranja okolja;
- misije izražanja – ustvarjanje vsebin, kot so videoposnetki, podkasti, fotografije ali sporočila, povezana z obravnavano temo;
- misije interakcije – vključevanje drugih ljudi prek intervjujev, razprav, anket ali dialoga;

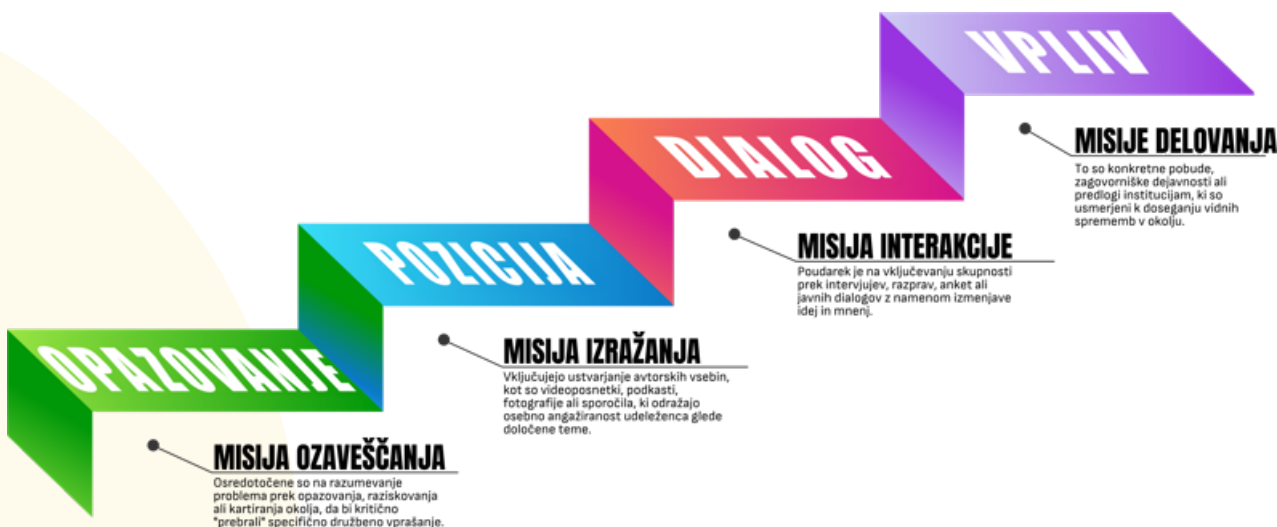
- misije delovanja – izvajanje konkretnih pobud, zagovorniških dejavnosti ali skupnostnih akcij.

Ta struktura udeležencem pomaga napredovati od spoznavanja problema h konkretnemu delovanju. Modeli, ki temeljijo na misijah, so zelo prilagodljivi in vključujoči. Nekateri mladi imajo morda raje lažje naloge, kot sta opazovanje ali ustvarjanje vsebin. Drugi lahko prevzamejo dejavnejše vloge pri organizaciji aktivnosti ali komuniciranju z institucijami. Tako participacija postane dostopnejša mladim z različnimi ravni samozavesti, motivacije ali izkušenj. Za mladinske delavce je pomembno, da je vsaka misija jasno strukturirana in povezana z realističnim ter smiselnim ciljem. Dobro zasnovana misija mora biti izvedljiva v ustreznem časovnem okviru, voditi do vidnega rezultata ter ustvarjati priložnosti za učenje, refleksijo in aktivno participacijo. Kadar so misije preveč nejasne ali preveč kompleksne, lahko udeleženci izgubijo motivacijo ali se počutijo izključene iz procesa. Kadar pa so naloge jasne in obvladljive, mladi bolje razumejo svojo vlogo, občutijo napredek in vidijo povezavo med svojim individualnim prispevkom ter širšim družbenim učinkom. Kampanja o dostopnem urbanem okolju bi lahko na primer vključevala štiri misije:

1. kartiranje nedostopnih javnih prostorov;
2. zbiranje osebnih zgodb;
3. ustvarjanje vizualne kampanje;
4. predstavitev priporočil lokalnim oblastem.

Takšna struktura udeležencem omogoča, da vidijo povezavo med posameznimi nalogami in širšim družbenim učinkom.

Modeli participacije, ki temeljijo na misijah, so učinkoviti, ker združujejo aktivno učenje, refleksijo, timsko delo, odgovornost in demokratično participacijo (Kolb, 1984; Freire, 1970). Ne osredotočajo se le na rezultate, temveč ustvarjajo proces, v katerem mladi krepijo samozavest, razvijajo kompetence in participacijo doživljajo kot nekaj smiselnega in dosegljivega.



SKUPNOSTNI IZZIVI

Skupnostni izzivi pomagajo individualno participacijo preoblikovati v kolektivno državljansko delovanje (UNICEF, 2020). Povezujejo spletno in resnično skupnostno udejstvovanje ter mlade spodbujajo k skupnemu delu pri vprašanjih, ki vplivajo na njihovo vsakdanje življenje. Digitalna participacija je veliko bolj smiselna, kadar vodi v interakcijo v resničnem življenju, dialog in konkretna dejanja (Council of Europe, 2019). Uspešen skupnostni izziv se osredotoča na jasno in realistično lokalno vprašanje. Imeti mora dosegljiv cilj ter ustvariti vidno povezavo med posameznimi prispevki in končnim rezultatom. Da bi bili izzivi učinkoviti, morajo biti preprosti, časovno omejeni in tesno povezani z izkušnjami mladih. Primeri lahko vključujejo kartiranje nevarnih javnih prostorov, oblikovanje kampanj proti dezinformacijam ali spodbujanje oblikovanja varnih prostorov v šolah in skupnostih. Skupnostni izzivi prispevajo k razvoju komunikacijskih veščin, timskega dela, usklajevanja in sprejemanja odločitev. Mladinski delavec naj proces le usmerja in podpira, ne da bi ponujal vnaprej pripravljene rešitve. Udeleženci morajo imeti možnost, da sami sprejemajo odločitve, preizkušajo ideje in razmišljajo o svoji izkušnji. Praksa kaže, da so manjši in dobro strukturirani izzivi pogosto učinkovitejši kot velike in ambiciozne pobude. Jasni cilji in vidni rezultati udeležence ohranjajo motivirane ter krepijo njihov občutek vplivanja in odgovornosti.

Praktičen primer je izziv »48 ur za sosesko«, pri katerem ekipe v omejenem času prepoznajo lokalni problem, zberejo mnenja, oblikujejo javno sporočilo in pripravijo predlog za ukrepanje. Takšna dejavnost združuje učenje, participacijo in zagovornišvo, hkrati pa mladim pomaga bolje razumeti njihovo vlogo v skupnosti.

Vrednost skupnostnih izzivov se ne meri le z vidnostjo, temveč z njihovo relevantnostjo, uporabnostjo ter zmožnostjo ustvarjanja smiselne participacije in resničnega lokalnega učinka.

SISTEMI NAGRAJEVANJA IN ZANKE ANGAŽIRANOSTI

Eden najvidnejših elementov igrifikacije so sistemi nagrajevanja, vendar jih je treba v mladinskem delu uporabljati premišljeno. Namen ni zgolj »nagraditi sodelovanje«, temveč narediti napredek viden, spodbuditi refleksijo in podpreti nadaljnjo vključenost. Če se nagrade uporabljajo samo kot zunanja motivacija, lahko participacija postane mehanska in ločena od resničnega cilja dejavnosti (Deci in Ryan, 2000). V državljanskih kampanjah so nagrade najučinkovitejše takrat, ko prepoznavajo prispevek, sodelovanje in učenje. Priznanje je lahko simbolno, na primer v obliki značk ali statusov, družbeno, in sicer z deljenjem dosežkov in zgodb, ali razvojno, na primer z novimi vlogami, usposabljanji ali sodelovanjem na srečanjih in dogodkih. Posebno pozornost je treba nameniti ciklu angažiranosti kot pomembnemu elementu igrificirane participacije: udeleženci prejmejo nalogo, ukrepajo, dobijo povratno informacijo in napredujejo v naslednji korak (Kapp, 2012). Kadar je ta proces jasen in dosleden, ohranja motivacijo ter ustvarja občutek napredka in vključenosti. Pomembno je, da sistemi nagrajevanja v mladinskem delu podpirajo sodelovanje, ne tekmovalnosti. Skupni dosežki in skupni cilji so pogosto bolj smiselni kot individualne lestvice. Priznanje naj izpostavi tudi manj vidne prispevke, kot so timsko delo, usklajevanje, moderiranje ali podpora drugim v procesu. Sistemi nagrajevanja morajo biti vedno etični in vključujoči. Mladinski delavci morajo upoštevati vprašanja, kot so vidnost, soglasje, spletna varnost in varstvo podatkov, zlasti pri digitalnih kampanjah. Nagrade tako niso zgolj motivacijska orodja, temveč del ustvarjanja smiselne, odgovorne in trajnostne participacije.

DIGITALNO PRIPOVEDOVANJE ZGODB ZA ZAGOVORNIŠTVO IN DRŽAVLJANSKO MOBILIZACIJO

Drugo močno orodje za zagovorništvo in državljansko participacijo je digitalno pripovedovanje zgodb (Lambert, 2013). Družbena vprašanja preoblikuje v osebne in razumljive izkušnje. Mladi lahko prek videov, podkastov, fotozgodb, vizualnih dnevnikov ali vsebin na družbenih omrežjih izražajo mnenja, delijo izkušnje in kompleksne teme naredijo razumljive širšemu občinstvu. Pri mladinskem delu je pripovedovanje zgodb več kot le komunikacijska tehnika. Ustvarja priložnosti za participacijo, ustvarjalnost in samoizražanje, zlasti za mlade, ki se v bolj tradicionalnih oblikah udejstvovanja morda ne počutijo samozavestne. Z ustvarjanjem in deljenjem zgodb lahko udeleženci osebne izkušnje povežejo s širšimi družbenimi vprašanji ter spodbudijo dialog in delovanje. Močne digitalne zgodbe imajo običajno jasno sporočilo, določeno občinstvo, osebno ali skupnostno perspektivo ter poziv k razmisleku ali dejanju.

Mladinski delavci lahko udeležence podprejo tako, da jih spodbudijo k razmisleku o vprašanjih, kot so:

- Kaj želimo sporočiti?
- Komu je zgodba namenjena?
- Zakaj je ta tema pomembna?
- Kako lahko ta zgodba spodbudi delovanje ali razpravo?

Etičen pristop je pri uporabi digitalnega pripovedovanja zgodb zelo pomemben, zlasti kadar gre za občutljive teme, kot so diskriminacija, nasilje ali duševno zdravje (UNICEF Bulgaria in AEJ Bulgaria, 2021). Pomembno je upoštevati zasebnost, soglasje, anonimnost in možna tveganja, povezana z javno vidnostjo. V nekaterih primerih so lahko primernejše in varnejše posredne oblike pripovedovanja, na primer ilustracije, izmišljeni liki, kolektivne pripovedi ali anonimni citati.

Mladinski delavec naj podpira tehnični proces in udeležencem pomaga ustvarjati spoštljiva, smiselna in odgovorna sporočila. Dober primer je lahko kampanja o varnih digitalnih prostorih, ki uporablja anonimne zgodbe, ilustrirane izkušnje ali skupna sporočila za ozaveščanje, hkrati pa varuje dobrobit udeležencev.

Digitalno pripovedovanje zgodb povezuje participacijo, ustvarjalnost in zagovorništvo. Prav tako pomaga abstraktna družbena vprašanja spremeniti v človeške izkušnje ter ustvarja prostor za raznolike glasove, empatijo in smiselno državljansko udejstvovanje.

DOBRI PRIMERI/PRAKSE NA PODLAGI KOMPETENČNEGA MODELA SALTO: KATERE KOMPETENCE ZAHTEVA IGRIFICIRANA DRŽAVLJANSKA KAMPANJA?

Kompetenčni model SALTO izpostavlja več ključnih kompetenc, ki so posebej pomembne za mladinske delavce pri izvajanju igrificiranih državljskih kampanj. Teh kompetenc ne smemo razumeti ločeno, temveč kot medsebojno povezana področja, ki podpirajo smiselno participacijo, učenje in družbeni učinek (SALTO-YOUTH, 2023).



FACILITATIVNO UČENJE 01

Podpora mladim pri prepoznavanju njihovih izobraževalnih potreb. Mladinski delavec pomaga udeležencu preiti od zgolj pridobivanja znanja h globoki refleksiji in ustvarjanju lastnih vsebin o državljskih temah.

02 OBLIKOVANJE PROGRAMOV



Oblikovanje logičnega zaporedja misij z jasnimi cilji. Prek igrifikacije in prilagojenih poti so mladi vodeni h konkretnim dejanjem in izkustvenemu učenju.



UPRAVLJANJE VIROV 03

Vključuje realistično in dostopno načrtovanje časa, vlog, digitalnih orodij in razpoložljive podpore. Mladinski delavci morajo poskrbeti, da so dejavnosti obvladljive, vključujoče in prilagojene zmožnostim udeležencev.

04 TIMSKO DELO



Spodbujanje skupne odgovornosti in kolektivnega napredka. Poudarek je na ustvarjanju okolja zaupanja in skupnega reševanja problemov, kar zmanjšuje individualno tekmovalnost.



SMISELNO KOMUNICIRANJE IN DIGITALNO PRIPOVEDOVANJE ZGODB 05

Gre za prevajanje zapletenih družbenih tem v jezik, ki je mladim razumljiv, prilagajanje sporočil različnim občinstvom in spodbujanje etičnega pripovedovanja zgodb.

06 MEDKULTURNA OBČUTLJIVOST



Preprečevanje stigmatizacije in spoštovanje razlik. Zagotavljanje vključujočih prostorov, ki spoštujejo različne izkušnje in poglede.



MREŽENJE IN ZAGOVORNIŠTVO 07

Grajenje povezav med mladimi in lokalnimi ustanovami, institucijami ter skupnostmi. Mladinski delavci udeležencem pomagajo pri predstavljanju idej in sodelovanju v lokalnem dialogu.

08 SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE



Merjenje kvantitativnih rezultatov in kvalitativnih sprememb. Uporaba digitalnih orodij za sledenje angažiranosti in učinku kampanj.



DRŽAVLJANSKO UDEJSTVOVANJE 09

Spodbujanje kritičnega mišljenja in aktivne vloge v skupnosti. Najvišji namen je opolnomočenje mladih, da postanejo odgovorni in dejavni člani demokratične družbe.

SPODBUJANJE UČENJA

V igrificiranih kampanjah mladinski delavci mlade usmerjajo k učenju prek delovanja, refleksije in sodelovanja. Spodbujati morajo poglobljeno angažiranost, udeležencem pomagati povezovati osebne izkušnje z družbenimi vprašanji ter ustvarjati dobro okolje za refleksijo in motivacijo. Udeleženec, ki na primer vsebino na spletu samo všečka ali deli, lahko naredi korak naprej in se vključi v ustvarjanje vsebin, sodelovanje v razpravah ali organizacijo manjših skupnostnih akcij.

OBLIKOVANJE PROGRAMOV

Igrificirane kampanje morajo imeti jasno strukturo, realistične cilje in smiselni učni proces. Mladinski delavci morajo razumeti potrebe udeležencev ter oblikovati dejavnosti, ki vključujejo participacijo, učenje in družbeni učinek. To pomeni, da se najprej osredotočijo na družbeno vprašanje in želeno spremembo, šele nato pa izberejo ustrezna digitalna orodja, misije in dejavnosti, ki podprejo proces.

UPRAVLJANJE VIROV

Upravljanje virov vključuje realistično in dostopno načrtovanje časa, vlog, digitalnih orodij in razpoložljive podpore. Mladinski delavci morajo poskrbeti, da so dejavnosti obvladljive, vključujoče in prilagojene zmoglostim udeležencev. Udeleženci lahko na primer v kampanji prevzamejo različne vloge, kot so ustvarjalci vsebin, koordinatorji ali facilitatorji. Mladinski delavec naj spremlja napredek in po potrebi podpira proces.

TIMSKO DELO

Igrificirane državljanske kampanje pogosto temeljijo na sodelovanju in skupni odgovornosti. Mladinski delavci spodbujajo timsko delo ter ustvarjajo okolje, v katerem prevladujejo zaupanje, komunikacija in skupno reševanje problemov. Delo v manjših ekipah pri različnih misijah omogoča sodelovanje, izmenjavo idej in skupno sprejemanje odločitev, hkrati pa zmanjšuje individualno tekmovalnost.

SMISELNO KOMUNICIRANJE IN DIGITALNO PRIPOVEDOVANJE ZGODB

Mladinski delavci udeležence podpirajo tudi pri smiselnem in odgovornem komuniciranju. To zajema prilagajanje sporočil različnim občinstvom, izbiro ustreznih digitalnih formatov in spodbujanje etičnega pripovedovanja zgodb. Kampanje o duševnem zdravju ali spletni varnosti lahko na primer uporabijo anonimne zgodbe, ilustracije ali kolektivne pripovedi, da ozaveščajo, hkrati pa varujejo dobrobit in zasebnost udeležencev.

MEDKULTURNA OBČUTLJIVOST

V igrificirane kampanje so pogosto vključena občutljiva družbena vprašanja, povezana z identiteto, diskriminacijo ali izključevanjem. Mladinski delavci morajo ustvarjati vključujoče prostore, ki spoštujejo različne izkušnje in poglede. To pomeni, da je treba v vseh pogledih spodbujati spoštljivo komunikacijo, se izogibati stereotipom in udeležence opozarjati, naj razmislijo o vplivu jezika, podob in javnih sporočil.

MREŽENJE IN ZAGOVORNIŠTVO

Igrificirane kampanje lahko mladim pomagajo graditi povezave z lokalnimi organizacijami, institucijami in skupnostmi. Mladinski delavci udeležencem pomagajo pri predstavljanju idej, komuniciranju z deležniki ter sodelovanju v lokalnem dialogu in zagovorniških

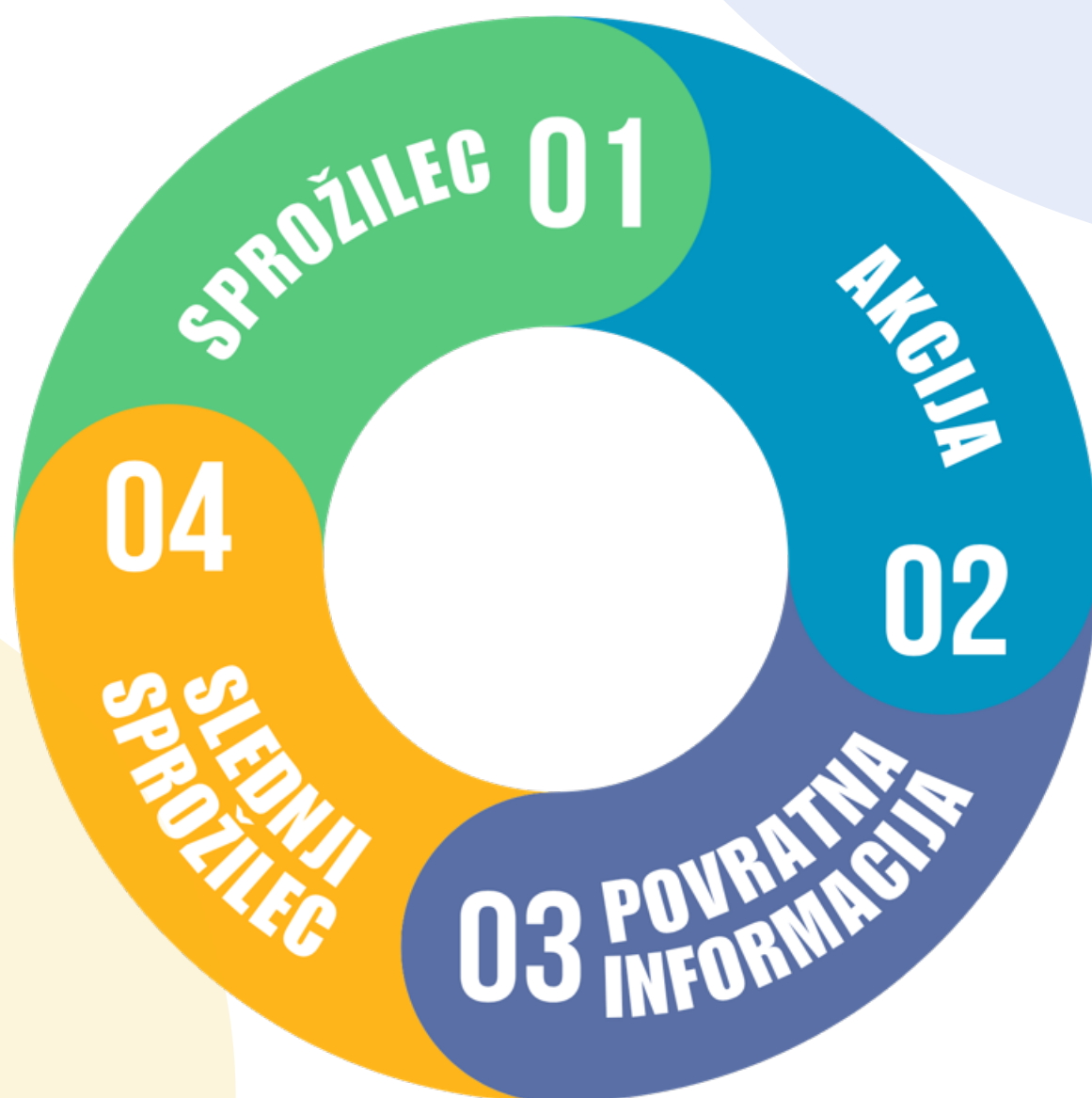
procesih. Udeleženci lahko na primer opravijo intervjuje z lokalnimi predstavniki, pripravijo predloge ali organizirajo skupnostne razprave, povezane z določenim družbenim vprašanjem.

SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE

Vrednotenje je zelo pomembno za učinkovit učni proces. Mladinski delavci morajo udeležence spodbujati k razmisleku o tem, kaj so se naučili, s katerimi izzivi so se srečali in kakšen učinek so imela njihova dejanja. Vrednotenje lahko poteka v obliki refleksijskih srečanj, skupinskih razprav, anket ali preprostih orodij za povratne informacije, ki se uporabljajo skozi celoten proces kampanje.

DRŽAVLJANSKO UDEJSTVOVANJE

Najvišji namen oblikovanja igrificirane državljske kampanje je spodbujanje aktivne in smiselne participacije v življenju skupnosti. Mladinski delavci mladim pomagajo prepoznati lokalna vprašanja, izraziti mnenja, razviti rešitve in ukrepati na načine, ki jim omogočajo več samozavesti, odgovornosti in resničnega sodelovanja v demokratični družbi.



PRAKTIČNA UPORABA

Oblikovanje državljskih kampanj prek igrificirane participacije

ŠTUDIJA PRIMERA: »URBANI JUNAKI« – OKOLJSKA KAMPANJA Z MISIJAMI ZA LOKALNO DELOVANJE

Kontekst: Mladinska organizacija dela s skupino mladih, starih od 16 do 20 let, v srednje velikem mestu, kjer je problem odpadkov prepoznan kot pomemben, vendar ga mladi pogosto doživljajo kot nekaj, na kar sami ne morejo bistveno vplivati.

Cilj: Okoljski problem prevesti v konkretna lokalna dejanja ter krepiti občutek osebne in družbene odgovornosti.

Zasnova kampanje. Kampanja je strukturirana v štiri zaporedne misije:

Misija 1: »Odkrij problem« – udeleženci dokumentirajo tri problematične točke v soseski, na primer onesnažene prostore ali pomanjkanje košev za smeti. Sledi kratka skupinska refleksija, osredotočena na razliko med individualnim in sistemskim problemom.

Misija 2: »Povej, kaj vidiš« – ekipe ustvarijo kratke vsebine, na primer reele ali fotozgodbe. Pri tem se uvedejo jasna pravila: ljudi se ne objavlja brez njihovega soglasja, uporabljeni jezik pa mora biti usmerjen v rešitve.

Misija 3: »Izzovi sosesko« – izvedejo se manjše pobude, na primer čistilne akcije, zemljevid problematičnih točk, srečanje z upravo ali vizualni predlogi rešitev.

Misija 4: »Pokaži spremembo« – ustvari se digitalna zgodba »prej/potem«, ki vključuje rezultate, težave in naslednje korake.

Kampanja združuje misije, pripovedovanje zgodb in resnično delovanje, pri čemer je glavni premik prehod od opazovanja k posredovanju, torej k ukrepanju in doseganju spremembe z vidnim rezultatom.

Kako model uporabiti v drugem kontekstu: Model je mogoče prilagoditi različnim temam, na primer varnosti ali dostopnosti, pri čemer se ohrani logika štirih korakov in se vsebina uskladi z lokalnim kontekstom.

Kompetenčna vrednost: Razvijajo se kompetence omogočanja učenja, oblikovanja programov, mreženja in zagovorništva, spremljanja in vrednotenja ter državljskega udejstvovanja.

UČENJE Z DELOM – PREDLOG DEJAVNOSTI

OBLIKOVANJE IGRIFICIRANE DIGITALNE KAMPANJE »OD CILJA DO MISIJE«

ELEMENT	PODROBNOSTI
---------	-------------

Trajanje:	240 minut
------------------	-----------

Velikost skupine: 20 mladih med 16. in 25. letom (uporabno tudi za usposabljanje mladinskih delavcev), razdeljenih v 4 ekipe po 5 udeležencev.

CILJI

Razvijanje veščin, ki mladim omogočajo, da samostojno zasnujejo igrificirano digitalno kampanjo z igralnimi mehanizmi, družbeno relevantno temo, digitalnim pripovedovanjem zgodb in merljivim družbenim učinkom.

CILJNE KOMPETENCE

- Oblikovanje jasnega družbenega cilja;
- Ustvarjanje 4–5 misij za uresničevanje cilja;
- Zasnova strategije etičnega pripovedovanja zgodb;
- Izbira sistema za povratne informacije in priznanje/nagrado;
- Opredelitev kazalnikov učinka.

GRADIVA

Paket delovnih gradiv 1:

- 1 list s preklopne table (flipchart), flomastri različnih barv

Paket delovnih gradiv 2:

- 5 listov z vnaprej pripravljenimi tabelami za opis misij

PRIPRAVA

Delovni prostori:

Za izvedbo dejavnosti je treba zagotoviti udobne delovne prostore za celotno skupino in dodatno 4 delovne prostore za ekipe, ki morajo biti ločeni in zvočno izolirani (ekipe ne morejo delati v istem prostoru, tudi če je velik!).

Za udeležence:

Udeleženci dobijo predhodno nalogo, da raziščejo določeno skupnost in preučijo potrebe njenih članov ter na podlagi zbranih podatkov oblikujejo temo (problem, za katerega bodo iskali rešitev).

IZVEDBA (NAVODILA, METODOLOGIJA IN ČASOVNI RAZPORED)

(10 minut) Mladinski delavec (facilitator) ustvari simulacijsko okolje za razvoj igrificirane kampanje, v katerem bodo udeleženci delali 240 minut. Predstavi cilj, pričakovane rezultate in metode dela. Mladinski delavec mora zagotoviti, da vsi udeleženci razumejo predstavljene informacije in vedo, kaj sledi. Ekipe so lahko oblikovane vnaprej ali pa se na tej stopnji oblikujejo naključno, z orodjem po izbiri mladinskega delavca in glede na število ekip, ki jih je treba oblikovati. Predvidene so 4 ekipe s po 5 udeleženci.

(20 minut) Izbira družbenega vprašanja in oblikovanje problema

Delovni proces se začne z deljenjem informacij iz predhodne naloge – predlogov tem, na katerih lahko ekipe delajo. Sledi izbira teme, ki mora biti dosežena s soglasjem vseh

udeležencev. Glasovanje kot orodje odločanja ni dovoljeno. Naloga je opravljena, ko vse 4 ekipe izberejo temo in oblikujejo problem.

(20 minut) Profil udeleženca in skupnosti

Ekipe ustvarijo profil ciljnega mladostnika, ki mu je kampanja namenjena. V ta namen vsaka ekipa prejme paket delovnih gradiv 1, na katerega nariše obris človeškega telesa – mladostnika iz ciljne skupine. Po kratki razpravi ekipe zapišejo značilnosti te osebe (persone), pri čemer si lahko pomagajo z naslednjimi vprašanji: Kako je oseba videti? Kaj počne v prostem času? Kateri so njeni interesi? Kaj bi jo motiviralo? Katere ovire bi ji lahko preprečevale sodelovanje? Kakšno je njeno digitalno vedenje? Koliko časa preživi na spletu? Katere spletne platforme uporablja? Kje in kako jo je mogoče doseči? Kaj bi pritegnilo njeno pozornost?

Naloga je opravljena z dokončanjem risbe in opisa.

(60 minut) Oblikovanje misij

Vsaka ekipa prejme paket delovnih gradiv 2 in mora na izbrano temo ustvariti vsaj štiri zaporedne in logično povezane misije:

- misijo za razumevanje problema;
- misijo za ustvarjanje vsebin;
- misijo za delovanje v skupnosti;
- misijo za vrednotenje.

Misije morajo vsebovati vsaj naslednje elemente: cilj (kaj naj udeleženec doseže – jasen, konkreten in dosegljiv), utemeljitev/kontekst (zakaj prav ta misija in kako se umešča v celotno kampanjo), junaka (opis vloge – na primer: mladinski vodja, raziskovalec, aktivist itd.), druge udeležence (da/ne, če da – kakšne so njihove vloge), pomočnika (nekdo ali nekaj, kar pomaga – strokovnjak, vir, orodje), oviro (kaj otežuje misijo – pomanjkanje informacij ali dezinformacije, pomanjkanje časa, strah pred nastopanjem pred ljudmi, družbeni pritisk itd.), čarobni element (kaj naredi misijo zanimivo – skrito orodje za premagovanje ovire, dodatna naloga z dodatno nagrado, ki prinaša prednost, itd.), dejanje (izvedba misije prek ustreznih dejavnosti – fotografije, pogovori, srečanja itd.), povratno informacijo (kako udeleženec razume, da mu gre dobro – srečanje s facilitatorjem, odziv skupnosti itd.), nagrada/priznanje (kaj prejme), mehanizem odklepanja (kako preide na naslednjo misijo), ter refleksijo (kaj se je naučil – novo znanje in spretnosti).

(40 minut) Digitalna zgodba in etični filter

Po ustvarjanju misij ekipe nadaljujejo z opisom digitalne zgodbe, ki predstavlja njihovo sporočilo. Vsaka ekipa izbere in na kratko opiše ustrezen format glede na svoj slog in komunikacijski cilj – na primer kratek videoposnetek (reel), serijo memov, mini podkast, interaktivni zemljevid, vizualni dnevnik ali fotozgodbo – kaj predstavlja, katere informacije vsebuje, katero orodje se uporablja, kdo so udeleženci, kakšne so njihove vloge, kakšna sporočila sporočajo itd.

Zamisli nato preide skozi etični filter:

Ali obstaja tveganje stigmatizacije ali napačnega prikaza posameznikov ali skupin?

Ali obstaja potreba po anonimnosti?

Ali je za vse udeležence zagotovljeno informirano soglasje?

Komu koristi vidnost te zgodbe in kdo nosi morebitno tveganje? Ali obstaja tveganje izkoriščanja s strani zunanjega akterja in kako se mu je mogoče izogniti?

Kako bi v tem konkretnem primeru uporabili načelo »največje koristi udeleženca«?

Naloga je opravljena, ko vse ekipe opišejo digitalno zgodbo in dokončajo »etični filter«.

(20 minut) Kazalniki uspeha

Na tej stopnji udeleženci preidejo od ustvarjanja vsebin k razumevanju učinka svoje kampanje. Cilj je, da ekipe določijo, kako bodo prepoznale, ali so njihova dejanja uspešna in kakšna sprememba je bila dosežena.

Vsaka ekipa razvije dve vrsti kazalnikov, ki odražata tako raven sodelovanja kot resničen učinek kampanje.

Prva vrsta so kazalniki angažiranosti, ki kažejo raven vključenosti v proces. Ti lahko vključujejo število udeležencev, dokončane misije, ustvarjene vsebine, interakcije v digitalnih okoljih in vzpostavljena partnerstva.

Druga vrsta so kazalniki učinka, ki se osredotočajo na globljo spremembo. Ti odražajo, kaj so se udeleženci naučili, ali je prišlo do spremembe stališč, ali je bilo doseženo dejavnejše sodelovanje v skupnosti, ali je bil vzpostavljen dialog z ustanovami in ali po koncu kampanje obstajajo nadaljnja dejanja.

Skozi ta proces udeleženci začnejo razumeti razliko med vidnostjo in učinkom ter razvijejo spretnosti za vrednotenje lastnih pobud ne le po ravneh dejavnosti, temveč po njihovem resničnem prispevku k skupnosti.

(40 minut) Predstavitev izdelkov, ki so jih razvile ekipe

Vsaka ekipa ima 5 minut, da drugim udeležencem predstavi razvito igrificirano kampanjo. Po vsaki predstavitvi imajo preostali udeleženci prav tako 5 minut, da postavijo vprašanja za pojasnitev in podajo povratne informacije.

Povratne informacije je mogoče strukturirati s tehniko »sendviča«:

Kaj mi je bilo všeč?/Katere so prednosti kampanje?

Kaj bi spremenil?/Katere so slabosti?

Kakšen potencial za nadaljnji razvoj ima kampanja?/Kateri elementi zagotavljajo uspeh?

Mladinski delavec lahko uporabi tudi drugo orodje za povratne informacije po lastni izbiri.

Vloga mladinskega delavca (facilitatorja)

Facilitator poskrbi, da proces ostaja v logiki neformalnega učenja in državljanskega opolnomočenja.

REFLEKSIJA IN EVALVACIJA

(30 minut) Cilj refleksije je udeležencem pomagati, da razmislijo o izkušnji, delijo svoja spoznanja in prepoznajo, kaj so se naučili. Ta stopnja je pomemben del procesa, saj delovanje preoblikuje v učenje in izkušnjo poveže z resničnim življenjem. Za podporo učnemu procesu lahko skupini zastavite naslednja vprašanja:

Kaj novega ste se danes naučili skozi sodelovanje?

Kateri del je bil za vas najzanimivejši ali najbolj presenetljiv?

Ali čutite, da sta to vaša ideja in vaš proces? Kako ste ga naredili »svojega«?

Ali so imeli vsi priložnost sodelovati in izraziti svoje mnenje? Čigav glas bi se lahko še slišal?

Kako razumete, da ima to, kar počnete, pomen in resničen učinek?

Kaj se je spremenilo – v vas, v skupini ali okoli vas?

Ali obstaja kaj, kar bi lahko koga prizadelo ali ga spravilo v neprijeten položaj?

Kako lahko temo predstavimo spoštljivo in pošteno do vseh?

Evalvacija se osredotoča na spremembe v znanju, stališčih in samozavesti udeležencev ter na njihovo razumevanje teme, s katero so se ukvarjali. Izvede se lahko v obliki pogovora ali ankete, po presoji mladinskega delavca oziroma facilitatorja. Zaključni pogovor in evalvacija imata še eno pomembno funkcijo: udeležence spodbudita, da povežejo »igro« z resničnim življenjem. Tako začnejo sebe doživljati kot ljudi, ki lahko razmišljajo, delujejo ter vplivajo na svoje okolje in skupnost.

PRAKTIČNE SMERNICE ZA MLADINSKE DELAVCE

Uspešna igrificirana kampanja v mladinskem delu se mora opirati na več ključnih načel, ki vodijo tako zasnovo kot izvedbo procesa. Prvič, kampanja naj izhaja iz resničnega družbenega problema, ne iz vnaprej izbranega orodja. V praksi to pomeni, da je prvo vprašanje: »Kateri problem želimo nasloviti in zakaj je pomemben za mlade?« Orodja sledijo cilju, ne obratno. Če se proces začne s tehnologijo, obstaja tveganje, da participacija ostane površinska. Drugič, pomembno je zagotoviti nizek, a smiseln prag za sodelovanje. Prva misija naj bo enostavna za izvedbo, jasno oblikovana in naj udeležencem omogoči viden rezultat, ki jih pritegne k nadaljnjemu sodelovanju. Hkrati naj vsebuje element učenja ali refleksije, ki se povezuje z obravnavanim problemom in udeležence pripravi na naslednje korake. Tretjič, participacijo je treba razumeti kot razpon različnih oblik vključevanja, ne kot preprosto izbiro med sodelovanjem in nesodelovanjem. Tak pristop ustvarja vključujoče okolje, v katerem lahko vsak udeleženec najde svoje mesto in lasten tempo udejstvovanja. Četrto, ključna je etična zasnova procesa. To je posebej pomembno pri delu z osebnimi zgodbami, občutljivimi temami ali mladimi v ranljivih položajih. Vnaprej je treba premisliti vprašanja, kot so informirano soglasje, stopnja javne izpostavljenosti, varstvo podatkov in pravica do umika iz dejavnosti. Izogibanje stigmatizaciji in delovanje v najboljšem interesu udeležencev sta temeljni načeli kakovostnega mladinskega dela. Petič, pozornost mora ostati usmerjena v resničen učinek na skupnost, ne zgolj v spletno vidnost. Kazalniki, kot so število ogledov, odzivov ali delitev, so lahko koristni, vendar sami po sebi ne dokazujejo resnične spremembe. Že v fazi načrtovanja je pomembno razmisliti, kako bo participacija vodila k delovanju, na primer k

dialogu z institucijami, h konkretni pobudi ali spremembi v lokalnem okolju. Če povzamemo, igrificirana kampanja združuje jasno opredeljen cilj, dostopno sodelovanje, raznolike vloge, etičen pristop in usmerjenost k resničnim rezultatom. Prav to ravnovesje omogoča, da je participacija hkrati privlačna, smiselna in trajnostna.

SKLEP

Igrifikacija ima v mladinskem delu velik potencial, kadar se uporablja kot premišljena metoda za strukturiranje participacije, opolnomočenja in učenja (Kapp, 2012; Deterding idr., 2011). V kontekstu državljskih kampanj podpira prehod od zanimanja k delovanju, od individualnega izražanja h kolektivni mobilizaciji ter od vidnosti k resničnemu učinku. Praksa kaže, da se ta potencial uresniči takrat, ko je igrifikacija zasnovana kot dosleden proces – z jasnimi misijami, razumljivo logiko sodelovanja, pravočasnimi povratnimi informacijami in resničnimi priložnostmi za delovanje. Ko so ti elementi povezani, participacija postane trajnejša in dobi pomen tako za posameznega udeleženca kot za skupnost. Hkrati tak pristop mladinskemu delavcu nalaga visoke zahteve, saj njegova vloga ni le facilitatorska, temveč tudi načrtovalska. Kompetenčni model SALTO za to ponuja strokovni okvir (SALTO-YOUTH, 2023). V ospredje postavlja potrebo po kompetencah, povezanih z omogočanjem učenja, oblikovanjem smiselno povezanih programov, učinkovitim komuniciranjem, delom v medkulturnem okolju, grajenjem partnerstev in vrednotenjem učinka. V tem smislu igrificirana kampanja ni omejena na ustvarjalne formate ali digitalna orodja, temveč zahteva premišljeno ravnovesje med vključenostjo, učenjem in družbenim učinkom. Njena največja vrednost je sposobnost, da sodelovanje preseže raven posamezne dejavnosti in postane smiselna izkušnja, skozi katero mladi ne ostanejo le udeleženci, ampak se začnejo doživljati kot aktivni državljani.

Digitalne kampanje predstavljajo točko, kjer se združijo pripovedovanje zgodb, medijska pismenost, ustvarjalnost in državljska participacija. Pokažejo, kako lahko mladi presežejo zgolj ustvarjanje vsebin in postanejo aktivni soustvarjalci družbenih sprememb. Vendar prava vrednost igrifikacije ni v posameznem orodju ali formatu. Njena vrednost je v sposobnosti ustvarjanja privlačnih poti, ki mladim pomagajo, da se učijo, sodelujejo, se povezujejo z drugimi in delujejo. Zaključni del tega priročnika povezuje ključna spoznanja vseh poglavij ter razmišlja o vlogi mladinskih delavcev pri podpiranju smiselnega državljskega udejstvovanja v vse bolj digitalnem svetu.

SKLEPI

Digitalni svet je preoblikoval način, kako se mladi učijo, komunicirajo, sodelujejo in zagovarjajo spremembe.

Digitalni svet je preoblikoval način, kako se mladi učijo, komunicirajo, sodelujejo in zagovarjajo spremembe. Državlјansko udeјstvovanje ne poteka več samo na srečanjih v skupnosti, v šolah ali javnih prostorih; vse pogosteje se odvija prek videoposnetkov, blogov, podkastov, družbenih omrežij in digitalnih kampanj. Za mladinske delavce to prinaša tako odgovornost kot priložnost: mladim pomagati, da v digitalnih okoljih delujejo kritično, etično in aktivno.

Ta priročnik je raziskal, kako lahko igrifikacija ta proces okrepi. Pri video produkciji, bloganju, podkastih in digitalnih kampanjah igrifikacija ni predstavljena kot zabava sama po sebi, temveč kot pedagoška strategija, ki podpira participacijo, motivacijo, refleksijo in delovanje. Kadar je uporabljena premišljeno, igralni mehanizmi pomagajo preoblikovati zapletena državljanska vprašanja v dostopne učne poti ter mladim omogočajo, da se iz pasivnih uporabnikov vsebin razvijejo v aktivne soustvarjalce.

V središču vsakega poglavja je isto načelo: smiselna participacija. Namen igrifikacije ni zbiranje točk, pridobivanje značk ali tekmovanje za nagrade. Njena prava vrednost je v ustvarjanju priložnosti, da mladi raziskujejo družbena vprašanja, razvijajo medijsko pismenost, sodelujejo z drugimi, izražajo svoje poglede ter prispevajo k pozitivnim spremembam v svojih skupnostih.

Za mladinske delavce je izziv oblikovati izkušnje, pri katerih vključenost podpira učenje, učenje pa spodbuja delovanje. To zahteva uravnoteženje ustvarjalnosti in etike, digitalnih inovacij in kritičnega mišljenja ter motivacije in pristnega državljanskega namena. Najuspešnejše dejavnosti so tiste, pri katerih igralni mehanizmi postopoma stopijo v ozadje, v ospredju pa ostanejo samozavest, kompetence in pozitiven vpliv na skupnost.

Prihodnost državljanskega aktivizma bo vse bolj odvisna od digitalno odpornih mladih, ki znajo prepoznati dezinformacije, odgovorno ustvarjati vsebine, komunicirati kljub različnim pogledom in sodelovati v demokratičnem življenju. S praktičnimi orodji, prilagodljivimi metodologijami in navdihujočimi primeri želi ta priročnik podpreti prav takšno prihodnost.

Pri igrifikaciji ne gre za to, da bi aktivizem postal podoben igri. Gre za to, da participacija postane dostopnejša, učenje bolj vključujoče, državljansko delovanje pa lažje uresničljivo. Ko so mladi opolnomočeni, da pripovedujejo zgodbe, kritično presoјajo informacije, sodelujejo z drugimi in ukrepajo pri vprašanjih, ki so jim pomembna, ne opravljajo le dejavnosti. Začnejo se doživljati kot aktivni državljani, ki lahko oblikujejo svoje skupnosti ter prispevajo k bolj demokratični, vključujoči in odporni družbi.

VIRI

Odkrijte vire, ki so navdihnili ta priročnik, in poglobite svoje znanje.

Burgess, J., & Green, J. (2018). YouTube: Online video and participatory culture (2nd ed.). Polity Press.

Costanza-Chock, S. (2020). Design justice: Community-led practices to build the worlds we need. MIT Press.

Council of Europe. (2019). Digital citizenship education handbook. Council of Europe Publishing.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining gamification. In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments* (pp. 9–15). ACM. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>

Dunlap, K., & Lowenthal, P. R. (2018). What ever happened to project-based learning? *The Journal of Applied Instructional Design*, 7(1). <https://doi.org/10.15250/jaid.7.1.001>

Freire, P. (2000). *Pedagogy of the oppressed* (30th anniversary ed.). Continuum.

Hobbs, R. (2017). *Create to learn: Introduction to digital literacy*. Wiley-Blackwell.

Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2016). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Polity Press.

Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. Pfeiffer.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.

Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community* (4th ed.). Routledge.

Mihailidis, P., & Thevenin, B. (2013). Media literacy as a core competency for engaged citizenship in participatory democracy. *American Behavioral Scientist*, 57(11), 1611–1622. <https://doi.org/10.1177/0002764213489014>

- Papert, S. (1980). *Mindstorms: Children, computers, and powerful ideas*. Basic Books.
- Rheingold, H. (2012). *Net smart: How to thrive online*. MIT Press.
- SALTO-YOUTH. (2023). *Competence model for youth workers to work internationally*. SALTO-YOUTH Resource Centres.
- Squire, K. (2011). *Video games and learning: Teaching and participatory culture in the digital age*. Teachers College Press.
- UNESCO. (2021). *Media and information literacy: A competency framework for teachers*. UNESCO Publishing.
- UNICEF. (2020). *Digital civic engagement by young people*. UNICEF.
- UNICEF Bulgaria, & Association of European Journalists – Bulgaria. (2021). *Children and the media: A guidebook on ethical reporting*.
- Villanueva-Mansilla, E. (2022). Digital storytelling for civic engagement: A systematic review. *New Media & Society*, 24(3), 789–807. <https://doi.org/10.1177/1461444820967123>
- Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. O'Reilly Media.