

#LEPAROLECHESIAMO, LE EMOZIONI CHE PROVIAMO

SOLLIEVO



CONFUSIONE



GIOIA



SORPRESA



TRISTEZZA



DISGUSTO



RABBIA



PAURA



KIT PER LA

**SCUOLA SECONDARIA
DI SECONDO GRADO**

IL CONCORSO

**AL CENTRO LE EMOZIONI E LE PAROLE PER VIVERE E RACCONTARSI:
ECCO LA NUOVA INIZIATIVA DEDICATA ALLE SCUOLE PRIMARIE E SECONDARIE DI
PRIMO E SECONDO GRADO**

COME RICONOSCERE E GESTIRE LE EMOZIONI? IN CHE MODO SCEGLIERE LE PAROLE PIÙ GIUSTE PER ESPRIMERLE?

CONOSCERSI, RACCONTARSI, VIVERSI: la capacità di **autoregolamentazione emotiva** è un elemento cruciale nell'**età dello sviluppo**. Non si può decidere che emozioni sperimentare, ma è possibile insegnare a ragazzi e ragazze come gestirle; in modo tale che queste non vengano percepite come pericolose e al di fuori della sfera di controllo. **#Leparolechesiamo, le emozioni che proviamo** non è solo la realizzazione di un progetto narrativo, è una sfida concreta in cui ragazzi e ragazze, accompagnati dai loro insegnanti, sono chiamati ad accendere i riflettori sul loro mondo interiore. Un'iniziativa che non si limita alla produzione di un contenuto di fantasia, ma che vuole portare gli studenti a una maggiore consapevolezza di se stessi tramite la modalità del **learning by-doing**. Obiettivo del progetto è insegnare a ragazzi e ragazze a sviluppare un linguaggio emotivo e affettivo congruo al loro vissuto, riconoscere e capire le emozioni per non farsi sopraffare dalle stesse.

TUTTI I CONTENUTI REALIZZATI VERRANNO ESAMINATI DA UNA GIURIA DI ESPERTI

IN PALIO PER IL VINCITORE DELLA SCUOLA SECONDARIA DI SECONDO GRADO:



LA REALIZZAZIONE
CONCRETA E LA
PUBBLICAZIONE ONLINE
DEL CONTENUTO
PRODOTTO



BUONI DEL VALORE
DI 500 EURO PER
L'ACQUISTO DI LIBRI E
MATERIALI DIDATTICI



5 COPIE DEL NUOVO
DEVOTO-OLI 2023
+ 1 LICENZA PER LA
VERSIONE DIGITALE
PER OGNI CLASSE
DELL'ISTITUTO

PERCHÉ UN CONCORSO TEMA EMOZIONI:

PER TRE BUONE RAGIONI:

1

Per aiutare ragazzi e ragazze a **ENTRARE IN CONTATTO CON LE EMOZIONI**, riconoscerle, comprenderle e manifestarle in modo adeguato utilizzando il giusto linguaggio emotivo.

2

Per **SUPPORTARE INSEGNANTI E GENITORI** in una fase storica difficile (il post pandemia) per il vissuto di ragazzi e ragazze.

3

Per offrire strumenti e percorsi ingaggianti, in grado di favorire la **CRESCITA ARMONICA** a partire da un uso corretto del lessico.

PERCHÉ È IMPORTANTE PARTECIPARE:



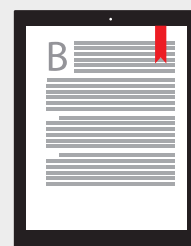
PER GLI STRUMENTI CHE VENGONO MESSI A DISPOSIZIONE:

un approccio ludico che aiuta ragazze e ragazzi a riconoscere, nominare, e quindi interiorizzare le emozioni provate



PER LA TEMATICA ATTUALE E RILEVANTE:

l'importanza delle emozioni e della possibilità di accompagnare ragazzi e ragazze lungo un percorso di riconoscimento e accettazione



PERCHÉ VIENE MESSA IN PALIO LA POSSIBILITÀ DI VEDERE LA PUBBLICAZIONE CONCRETA DEL PROPRIO PROGETTO

CHE COSA PUOI REALIZZARE

NELLA TUA CLASSE CI SONO TANTI GIOVANI ASPIRANTI “**CONTENT CREATOR**”
PRONTI A METTERSI IN GIOCO?

Qui la possibilità di creare uno spazio a misura di ragazzi e ragazze, delle loro esigenze e aspirazioni. Gli studenti delle Scuole Secondarie di Secondo Grado sono chiamati a progettare l'**uscita zero** di un **magazine digitale** in cui poter dar libero sfogo al loro rapporto con la sfera emotiva attraverso molteplici contenuti. Dovranno quindi realizzare un lavoro composto da:



UN MAGAZINE CON
VARI CONTENUTI*



UN'IDEA DI COPERTINA E
NAMING

**almeno quattro a scelta tra: articolo, intervista, contributo video, fotoreportage, rubrica, quiz o game, mini podcast*

COME SI REALIZZA UN MAGAZINE A PARTIRE DALLE PAROLE?

Le emozioni in questo caso diventano un veicolo per sviluppare racconti più ampi, vicini alla quotidianità di ragazzi e ragazze.

Non una classica rivista, ma un **magazine digitale** fatto di video, articoli, testimonianze, interviste, fotoreportage, cortometraggi, giochi e quiz.

Le tematiche che dovranno trasparire in modo chiaro dai contenuti proposti sono: una o più **emozioni primarie** e/o una o più **emozioni secondarie** collegate ad **argomenti di attualità** vicini al mondo dei giovani (come per esempio: identità di genere, inclusione, sostenibilità, digitalizzazione, razzismo, bullismo...). Sugeriamo di mettere in evidenza 5-10 parole che esprimono tali concetti. In palio la possibilità, con l'aiuto di un team di esperti, di realizzare il magazine digitale firmato Nuovo Devoto-Oli.

Per sviluppare il lavoro puoi suggerire ai tuoi studenti di **guardarsi intorno** e **lasciarsi ispirare dalla quotidianità**: situazioni di tutti i giorni, eventi particolari vissuti a scuola, episodi in cui hanno provato emozioni speciali. Fondamentale è essere anche informati su quali sono le tematiche d'attualità più rilevanti e di maggiore interesse.

Alcune pagine digitali da cui potete trarre ispirazione per la realizzazione del vostro numero sono: *Will Media, Torcha e Frida*.

LE EMOZIONI DEI RAGAZZI

POST PANDEMIA

In seguito alla Pandemia COVID-19 per ragazze e ragazzi gestire, elaborare, confrontare e accettare le emozioni è diventato ancora più importante. Dopo due anni di semi isolamento sociale si è registrato infatti un aumento di stress e di fattori che possono portare a una disregolazione emotiva. Di seguito alcuni dati che dimostrano quanto tale disagio stia crescendo in Italia.

DOPO IL COVID-19 IN ITALIA:



QUALI SONO GLI INTERESSI

DEGLI ADOLESCENTI ITALIANI?

60%



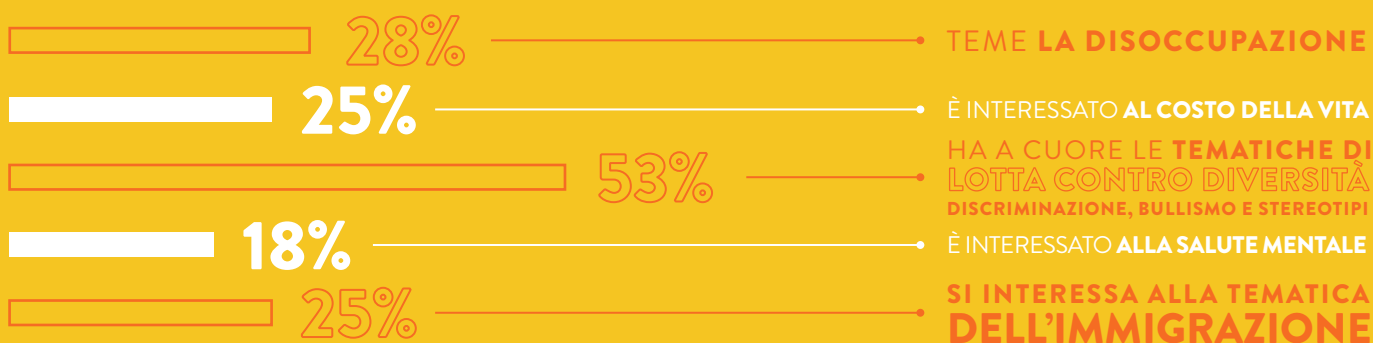
IL CAMBIAMENTO CLIMATICO
LA DIFESA DELL'AMBIENTE

**SFIDA
PRINCIPALE**

72%
SOFFRE DI
ECOANSIA

96%

FARE UNO SFORZO PER
PROTEGGERE L'AMBIENTE



67% SI INFORMA E SI ATTIVA RISPETTO
AI **TEMI SOCIALI, CIVICI O POLITICI**
TRAMITE I SOCIAL — f i t —

40% **USA IL WEB PER**
LEGGERE GIORNALI
O RIVISTE ONLINE

ESPRIMONO IL LORO SUPPORTO VERSO **TEMATICHE SOCIALI...**



45%

ATTRAVERSO IL
"MI PIACE"



46%

CONDIVIDENDO
IL POST SUL
PROFILO



6%

CREANDO IN
RETE UN NUOVO
CONTENUTO



4%

SCRIVENDO UN
APPELLO O UNA
PETIZIONE

MAGAZINE DIGITALE: ALCUNI CONSIGLI UTILI

MA COSA VUOL DIRE ESSERE UN “**CONTENT CREATOR**”?
COME SI PRODUCONO OGGI I **CONTENUTI**?

PARTIAMO DALLE BASI...

LA STRUTTURA DEL MAGAZINE

IDEA

Un magazine ha senso d’esistere solo se si basa su un’idea precisa, se presenta un concetto da esprimere, se punta su un chiaro ambito di interesse in grado di creare una community. In questo caso il nostro concetto sono le emozioni, usate per esprimere idee più ampie, vicine ai ragazzi. Un magazine scritto **DAI GIOVANI PER I GIOVANI**.



STILE

Avere uno stile riconoscibile e coerente è importante! Un valido aiuto è il “**FLAT PLAN**”: la sequenza delle pagine così come le immagini. Questo è fondamentale per capire la linea della tua rivista, gli spazi, i tagli e gli argomenti.



FORMA

Ci sono degli elementi strutturali indispensabili per la riconoscibilità della rivista. Ecco un veloce ripasso
TITOLO
STRAPLINE: *il claim del magazine, una sua descrizione in 10 parole che ne permetta riconoscibilità*
LETTERA DELL’EDITORE: *è il benvenuto dell’editore dove si accenna ai contenuti presenti e si raccontano le scelte prese*
INDICE



SOCIAL

Spunto interessante è aprire pagine social che portano lo stesso nome del magazine. Questi sono supporti utili per ampliare la **COMMUNITY**.



RIEMPIRE LE PAGINE DI CONTENUTI

CHE CONTENUTI INSERIRE NEL **MAGAZINE DIGITALE**?
QUI ALCUNI **SPUNTI E CONSIGLI**

REALIZZARE UN MINI PODCAST



- Scegliere un argomento e un nome
- Stabilire il formato dello show: la lunghezza, il numero delle puntate, le tematiche degli episodi
- Ideare un logo identificativo
- Creare un jingle di intro/outro
- Registrazione e montaggio: un audio di qualità è un'ottima base di partenza
- Alcuni tool gratuiti per produrre il podcast: Audacity, GarageBand

REALIZZARE UN'INTERVISTA



La realizzazione di un'intervista si suddivide in 3 step fondamentali:

1. LA PREPARAZIONE:

- Informarsi sulla persona che si andrà a intervistare
- Preparare una scaletta con le domande
- Scegliere il luogo e il tono di voce dell'intervista

2. L'INTERVISTA VERA E PROPRIA

- Iniziare con domande semplici per mettere a proprio agio l'intervistato/a
- Cercare di instaurare un dialogo, non presentarsi come un "robot spara domande"
- Chiedere delle fotografie da corredare al testo (nel caso di un'intervista scritta)

3. IL POST INTERVISTA

In un'intervista scritta è importante trasmettere testualmente le emozioni provate dall'intervistato.

Una tecnica utile è la notazione ATB che prevede per esempio:

MAIUSCOLO: frasi urlate/ad alta voce

TRE PUNTINI SOSPENSIONE: pause brevi

VOCALE RIPETUTA: prolungamento del suono



Inoltre si possono segnalare tra parentesi: pianto, sospiri, risate, colpi di tosse

REALIZZARE UN FOTOREPORTAGE



Il **reportage fotografico** deve esprimere un susseguirsi di eventi legati tra loro da un filo conduttore che ha un inizio e una fine.

Attraverso le fotografie si deve analizzare la realtà, creando una dimensione logica e narrativa.

Il **FOTOREPORTAGE** è una sorta di “**libro fatto di immagini**” in grado di suscitare emozioni e reazioni.

Gli step da seguire per la realizzazione di un contenuto di successo sono:



1. Valutazione dell'argomento: il fotoreportage deve raccontare la verità con immagini reali, puntando su una tematica attuale e di utilità sociale.

2. Dare coerenza alla lettura delle immagini: prevedere un inizio e una fine che abbiano un senso cronologico

3. Pensare a didascalie e titoli coerenti: questi devono esplicitare in modo chiaro il concetto rappresentato dalle immagini

REALIZZARE UN CONTRIBUTO VIDEO

LE “VIDEO PILLOLE” FORMATO SOCIAL SONO UN CONTENUTO INNOVATIVO E OGGI MOLTO APPREZZATO!



Si tratta di video veloci dalla durata di **30/60 SEC** in cui ragazzi e ragazze in prima persona vanno a esplodere tematiche d'interesse con uno stile colloquiale e amichevole.

In questo senso un suggerimento è quello di scegliere anche un “setting” che rimandi a un ambiente “casa” per una comunicazione “a tu per tu”.

Un esempio di video-pillola efficace sono **I VIDEO CON INFOGRAFICA ANIMATA**, detti anche “Video Explainer”.

Si tratta di video esplicativi che espongono un concetto in pochi secondi tramite un'infografica realizzata con strumenti semplici come grafici, schemi, mappe concettuali o illustrazioni più divertenti. In questo modo si riesce a creare un messaggio conciso e coinvolgente.

SPUNTI PER IL LAVORO IN CLASSE

Hai bisogno di una mano per organizzare il lavoro?

Puoi seguire questi step:



FASE 1: ANALIZZARE

RIFLESSIONE e ANALISI sono le basi per la realizzazione di un buon lavoro. *Di cosa volete parlare? Quali sono i messaggi e le nozioni che volete trasmettere? Su quali emozioni volete incentrare il vostro lavoro? Guardatevi attorno, informatevi, scoprite quali sono le “tematiche calde” d’attualità e quali sono le emozioni più comuni tra i vostri coetanei.*



FASE 2: IDEARE

Spazio **ALLA CREATIVITÀ e ALL’IMMAGINAZIONE.**

Un brainstorming di idee per confrontarsi e ascoltarsi. *Quali sono i contenuti che volete inserire nel vostro magazine? Che taglio volete dargli? Che tono di voce volete utilizzare?*



FASE 3: PROGETTARE

È il momento di “METTERE LE MANI IN PASTA”. Pensate ai naming, allo stile, alla struttura della vostra rivista. Impostate una scaletta dei contenuti da trattare e dei punti salienti che assolutamente volete toccare.



FASE 4: SCRIVERE

VIA ALLA SCRITTURA! Una veloce lettera di presentazione, e poi libero spazio ai vostri contenuti.



FASE 5: REVISIONARE E INVIARE

Siamo quasi giunti alla fine: dopo aver verificato di aver rispettato la consegna, effettuato un check del vostro lavoro e completato tutti i punti della lista, potete inviare il vostro progetto. Tutti i contenuti realizzati verranno esaminati da una giuria di esperti e i più meritevoli saranno realizzati concretamente e pubblicati online.

COME PARTECIPARE CON LA TUA CLASSE

Per partecipare al concorso **SEGUI QUESTI STEP:**

1

Vai sul sito del **NUOVO DEVOTO-OLI**: www.devoto-oli.it



2

Leggi il **REGOLAMENTO COMPLETO** e **CANDIDA** la tua classe **ENTRO IL 19/03**

3

Scarica **LE LIBERATORIE** e **L'AUTORIZZAZIONE** del dirigente scolastico

4

Sviluppa il **PROGETTO** con i tuoi **STUDENTI**

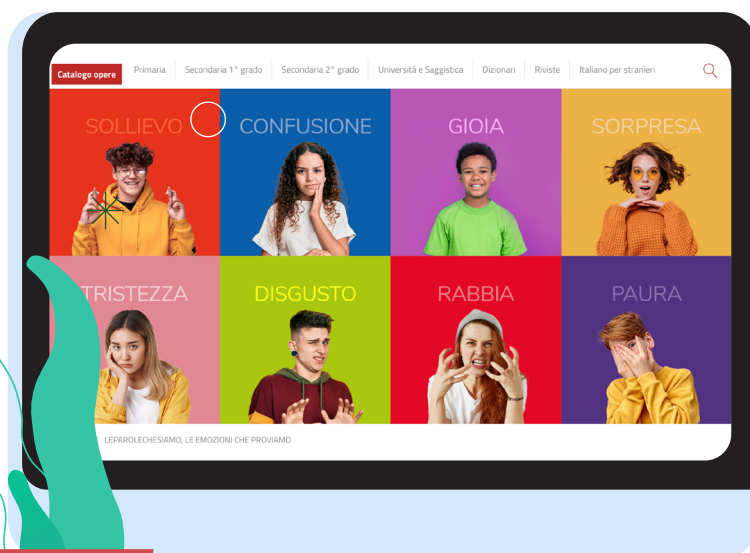
5

CARICA I MATERIALI completi nella tua area riservata **ENTRO IL 30/04**

Per tutte le informazioni relative al concorso

CONSULTA IL REGOLAMENTO

www.mondadorieducation.it/regolamento



SPUNTI DI LAVORO:

LE PAROLE CHE DANNO VOCE ALLE TUE EMOZIONI

GIOIA
(giò-ia) n.f. (pl.gioie)

1. Stato di completa soddisfazione: grida, lacrime di gioia; era pazzo di gioia; ho provato una grande gioia per la tua visita

SIN. Felicità, allegria

CON. Tristezza, dolore

2. Motivo di felicità o di soddisfazione: quel bambino è la gioia dei nonni

ESP. Darsi alla pazza gioia; dedicarsi ai divertimenti e alla vita spensierata

TRISTEZZA
(tri-stéz-za) n.f.

1. Stato d'animo malinconico o addolorato: la tristezza dello sguardo

SIN. Sconforto, malinconia

CON. Allegria, gioia

2. Evento o situazione che provoca dolore o amarezza: il paesaggio autunnale è una vera tristezza; che tristezza il suo discorso

SIN. Pena

RABBIA
(ràb-bia) n.f.
(pl. -bie)

1. Irritazione violenta e spesso incontrollata: essere fuori di sé dalla rabbia; rodarsi dalla rabbia

SIN. Collera, ira

ALT. DIM. Rabbiétta, rabbiuccia; PEGG. Rabbiàccia

PAURA
(pa-ù-ra) n.f.

1. Stato di ansia e turbamento causato da un pericolo reale o immaginario: non avere paura; aver paura dei tuoni; è magro da far paura, molto magro

SIN. Spavento, terrore

CON. Audacia, coraggio

2. Timore, preoccupazione: mangia poco per paura di ingrassare

ESP. Da paura: terribile, un temporale da paura

ALT. DIM. Paurétta, pauriccia, paurina PEGG. Pauràccia

DISGUSTO
(di-sgù-sto) n.m.

Intenso senso di avversione per certi cibi o bevande o per certi comportamenti: prova disgusto per l'alcol, il suo cinismo mi ispira disgusto

SIN. Nausea

SORPRESA

(sor-pré-sa) n.f.

1. **Evento inatteso, che suscita stupore:** *che sorpresa rivederti dopo tanto tempo!*
2. **Reazione di meraviglia di fronte a un fatto inaspettato:** *per la sorpresa saltò su dalla sedia*

CONFUSIONE

(con-fu-sio-ne) s.f.

1. **Incapacità di ordinare le idee, disordine mentale:** *non posso andare avanti con questo lavoro, ho troppa confusione in testa*
- SIN. Turbamento, imbarazzo**

GRATITUDINE

(gra-ti-tu-di-ne) s.f.

Sentimento di affettuosa riconoscenza per un beneficio o un favore ricevuto e di sincera disponibilità a contraccambiarlo: *dimostrare la propria gratitudine a qualcuno*

IMBARAZZO

(im-ba-ràz-zo) s.m.

1. **Situazione di temporanea perplessità o di disagio nella scelta di un atteggiamento o di un comportamento; soggezione, difficoltà:** *la tua richiesta mi mette in imbarazzo*

VERGOGNA

(ver-go-gna) s.f.

1. **Sentimento di turbamento e di mortificazione che si prova per un atto o un comportamento, proprio o altrui, ritenuto riprovevole o disonorevole:** *sentire, avere, provare vergogna di (o per) qualcosa*
2. **Senso di soggezione o di imbarazzo dettato da discrezione o timidezza:** *ho vergogna di chiedergli anche questo piacere*

FIDUCIA

(fi-dù-cia) s.f.

1. **Convincimento che qualcosa o qualcuno corrisponda alle proprie aspettative, motivato da una vera o presunta affinità elettiva o da uno sperimentato margine di garanzia:** *avere, nutrire, riporre fiducia in una persona*

LE PAROLE D'ATTUALITÀ

1

SOSTENIBILITÀ (so-ste-ni-ni-li-tà) s.f.

Possibilità di essere mantenuto o protratto con sollecitudine e impegno o di esser difeso e convalidato con argomenti probanti e persuasivi.

La possibilità di essere sopportato, spec. dal punto di vista ecologico e sociale

2

METAVERSO (me-ta.vèr-so) s.m.

Universo virtuale costituito da una serie di mondi digitali interconnessi tra loro, concepito come una realtà parallela in cui gli utenti possono vivere esperienze virtuali mediante l'utilizzo di avatar e visori per la realtà aumentata

3

DIGITALIZZAZIONE (di-gi-ta-liz-za-zio-ne) s.f.

L'operazione che traduce in forma digitale un segnale analogico

4

GENDER (voce. Ingl. Propr "GENERE")

L'appartenenza a uno dei due sessi dal punto di vista culturale e non biologico, genere

5

GENDER FLUID (voce ingl. Comp. Di **GENDER** (v) e **FLUID** "fluido")

Neutro, non classificabile secondo un determinato genere

6

GENDER NEUTRAL (Voce ingl. Comp di gender "GENERE" e "NEUTRAL" neutrale)

Neutro, non classificabile secondo un determinato genere

7

CLIMATE CHANGE (cambiamento climatico)

La variazione, spec.indotta da attività umane, del valore medio di uno o più parametri relativi al clima della Terra (temperatura, precipitazioni, ecc.) e le sue conseguenze sull'ambiente.

8

IDENTITÀ (di genere)

La personale percezione di appartenenza a un determinato sesso che ha ciascun individuo di sé stesso (calco dell'ingl. Gender identity)

9

CATCALLING

Forma di molestia verbale, che consiste generalmente nel rivolgere apprezzamenti fisici a una donna incontrata per strada

10

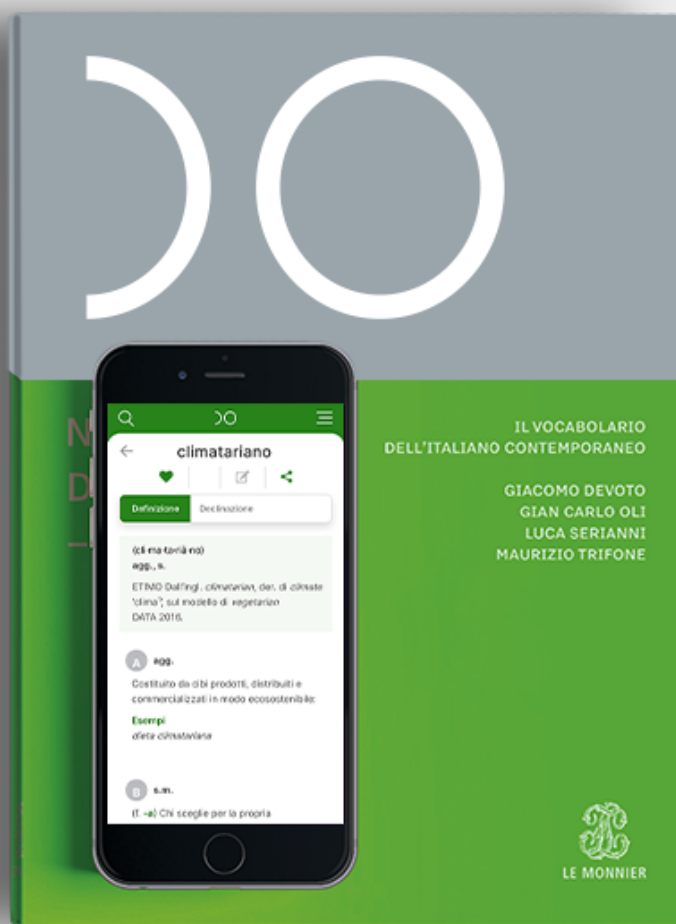
TRANSFOBIA (trans-fo-bi-a)

Avversione nei confronti dei transessuali

NUOVO DEVOTO-OLI 2023

**ACCESSIBILE, CHIARO, INCLUSIVO, MA ANCHE AGGIORNATO,
POTENZIATO E COMPLETO.**

Il **NUOVO DEVOTO-OLI 2023** propone oltre 400 neologismi e nuovi significati, oltre alla riscrittura di molte voci per raccontare la società che cambia. Arrivato alla sua sesta edizione, il Nuovo Devoto-Oli continua a essere il vocabolario dell'italiano contemporaneo e uno **STRUMENTO FONDAMENTALE** per scoprire le parole migliori per **VIVERE, CONOSCERSI E RACCONTARSI.**



NELLE MIGLIORI LIBRERIE O NEGLI STORE ONLINE

SCOPRI ANCHE LA VERSIONE DIGITALE

