

Profilo delle Competenze del Leader di Comunità Giovanili



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

chlaydoscope.eu



CONTENUTI

Introduzione al progetto	2
Glossario.....	4
Chiarimento dei concetti principali.....	8
Metodologia di ricerca e piano di lavoro per lo sviluppo di un profilo di competenze per giovani leader di comunità.....	11
A. Analisi della ricerca.....	11
B. Gruppo consultivo	12
C.1. Indagine	13
C.2 Discussioni di gruppo nei focus-group	14
D. Diffusione	16
Le competenze che identificano un giovane leader di comunità.....	17

Elaborato da: DYPALL Network

Risultato del progetto 1 del progetto CHLaYdoscope

INTRODUZIONE AL PROGETTO

Il progetto CHLaYdoscope: *Creative Hub Leaders developing community-based youth leadership* ha l'obiettivo di sostenere lo sviluppo della Leadership Giovanile di Comunità (Youth Community Leadership) per promuovere la cittadinanza attiva, il senso di iniziativa nei giovani e l'imprenditorialità giovanile, compresa quella sociale, attraverso un programma innovativo di mentorship e di educazione non formale, progettato e realizzato da esperti facenti parte degli European Creative Hubs (ECHs). Questo progetto ERASMUS+ dalla durata di due anni, è stato co-progettato dai Leader di alcuni Hub Creativi Europei (ECHL) e da rappresentanti di organizzazioni giovanili europee a partire da considerazioni condivise sul ruolo che questi soggetti potrebbero svolgere per i giovani in Europa.

Negli ultimi anni gli Hub Creativi Europei (ECH) sono stati riconosciuti non solo per il loro ruolo nel sostenere e promuovere l'imprenditorialità creativa, ma anche come luoghi di aggregazione per le comunità locali, dove esplorare nuove sfide, acquisire nuove conoscenze, accedere a risorse, anche in cui organizzare la vita sociale ed economica delle persone che professionalmente abitano queste realtà e delle comunità dove operano. Gli ECH sono ispirati e guidati da nuove forme di leadership, professionisti che vantano un set di competenze e consapevolezze completamente diversi rispetto alle forme di leadership più tradizionali; i leader degli ECH sono in grado di offrire nuovi approcci per trovare soluzioni innovative a problemi sociali complessi, attraverso la co-creazione, la progettazione dal basso, l'attivazione di processi creativi, forme di partecipazione che mettono al centro la comunità e le sue esigenze. Gli ECH sono diventati esperti nella gestione delle loro comunità interne, composte da liberi professionisti, creativi, giovani che hanno bisogno di spazi e competenze, connessioni e idee per trovare il loro percorso verso il nuovo mondo del lavoro.

Per quanto riguarda il partenariato, CHLaYdoscope tiene assieme conoscenze, asset e le diverse esperienze degli Hub creativi coinvolti, e dei loro leader (Materahub, Warehouse Hub e la rete degli Hub creativi europei con più di 100 ECH con le loro comunità); di

importanti organizzazioni che lavorano con i giovani (The Artist and The Others e PINA); di organizzazioni giovanili (Generazione Lucana; e del network DYPALL con oltre 80 membri tra organizzazioni giovanili, e istituzioni locali di 30 Paesi diversi). Questo partenariato ha la capacità di coinvolgere efficacemente i giovani che hanno la volontà di acquisire competenze e conoscenze per guidare cambiamenti significativi nella società.

La sfida principale di questo progetto è stata quella di identificare il "*caleidoscopio*" di **competenze di leadership** di cui i giovani hanno bisogno per affrontare le sfide delle comunità in cui sono cittadini attivi. Questa sfida ha ispirato anche il nome del nostro progetto, CHLaYdoscope, e la rappresentazione grafica che abbiamo dato al quadro delle competenze. I manager delle comunità professionali degli hub creativi, gli operatori giovanili e i formatori che, nell'ambito delle organizzazioni coinvolte, hanno maturato precedenti esperienze di leadership comunitaria, hanno supportato il partenariato nel disegno del Profilo di competenze dei giovani leader di comunità, e di conseguenza lo sviluppo del percorso formativo utile a sviluppare queste competenze e abilità negli aspiranti leader.

Il gruppo target del progetto è rappresentato da giovani determinati a mettere il proprio impegno e talento a beneficio delle loro comunità, a partire dall'acquisizione di competenze strategiche di leadership, acquisire metodologie e strumenti in grado di innescare processi di creatività e innovazione, adatti ad affrontare sfide e problemi complessi in contesti collaborativi..

Attraverso questo progetto, ci proponiamo di:

- Aumentare la partecipazione dei giovani nelle comunità locali;
- Comprendere le competenze di leadership necessarie ai giovani per agire come attivatori delle comunità di appartenenza;
- Permettere ai leader degli hub creativi europei di trasferire le conoscenze frutto della loro esperienza alla guida degli hub dagli spazi alle comunità;
- Dimostrare il potere della creatività per generare innovazione e sviluppo locale;

- Coinvolgere i decisori a livello locale nell'adozione di nuovi modelli atti a promuovere uno sviluppo locale incentrato sulle comunità.

Questo documento, che contiene l'Introduzione al progetto CHLaYdoscope, il Glossario dei concetti principali, la metodologia di ricerca e il piano di lavoro per lo sviluppo di un profilo di competenze per i giovani leader di comunità e la descrizione del profilo di un giovane leader di comunità, è il risultato di un percorso di condivisione e collaborazione tra i partner di progetto durato due anni e guidato da DYPALL Network.

GLOSSARIO

Questo glossario è stato preparato per esaminare gli elementi importanti e creare le conoscenze di base relative al progetto CHLaYdoscope.

Gioventù

La gioventù è intesa come un periodo di transizione dall'infanzia all'età adulta. Per questo motivo, come categoria, la gioventù è più fluida di altre fasce d'età fisse. Eppure, l'età è il modo più semplice per definire questo gruppo, in particolare per quanto riguarda l'istruzione e l'occupazione, perché il termine "giovane" è spesso riferito a qualcuno che si trova nella fase di uscita dalla scuola e la ricerca del primo lavoro.

Le Nazioni Unite definiscono "giovani" le persone di età compresa tra i 15 e i 24 anni, fatte salve le altre definizioni degli Stati membri. In Europa, in diversi contesti e secondo diverse statistiche Eurostat (l'Ufficio statistico dell'Unione Europea) definisce "giovani" persone con un'età compresa tra i 15 e i 29 anni.

Giovani Leader

Di solito un giovane leader è una persona di età compresa tra i 15 e i 30 anni; tuttavia, questo cambia a seconda del quadro giuridico e della realtà socioculturale del Paese. Un

giovane leader è una persona mossa da una forte passione a guidare un gruppo, o se stesso, verso il raggiungimento di un obiettivo. I giovani leader hanno la capacità di guidare sogni e ideali, dandogli forma con azioni concrete. Un giovane leader sa ispirare e motivare il gruppo, facendo emergere i talenti di tutti.

Operatore giovanile

Gli operatori giovanili sono definiti come persone che lavorano a diretto contatto con i giovani, svolgendo attività volte a sostenere il loro sviluppo personale e sociale attraverso l'apprendimento formale e informale. Gli operatori giovanili possono essere professionisti o volontari, dipendenti pubblici o di organizzazioni non governative.

La comunità

Una comunità è un insieme di individui che condividono uno stesso ambiente - sia esso fisico e/o tecnologico - formando un gruppo riconoscibile, unito da vincoli organizzativi, linguistici, religiosi, economici e da interessi comuni. Si tratta dunque di un aggregato di individui che:

- hanno interessi comuni e vivono in una determinata area;
- hanno una storia comune o interessi sociali, economici e politici comuni;

Esistono diversi tipi di comunità. In riferimento a CHLaYdoscope, i nostri aspiranti giovani leader, pur muovendosi in spazi virtuali, condividono con le loro comunità nella quotidianità spazi geograficamente definiti e reali. Il progetto CHLaYdoscope riunirà e formerà online 60 giovani provenienti da Italia, Grecia, Slovenia, Portogallo e Paesi Bassi, una comunità di giovani disposti a mettersi in gioco e attivarsi a livello locale, nei loro contesti di vita, insieme ai loro coetanei, sulle sfide che li riguardano direttamente.

Manager di comunità

Persona addetta solitamente alla gestione di una comunità virtuale (detta anche comunità online). È una professione legata al web 2.0. Il community manager inizialmente progetta la struttura della comunità e gli eventi, in base a eventuali richieste di utenti o agli obiettivi

di un committente; e ne coordina le attività, definisce le modalità di aggregazione, sceglie gli strumenti, i servizi, le categorie di discussione e se necessario, può anche avvalersi di moderatori che lo affiancano nella gestione della comunità stessa al fine di creare un ambiente in cui i membri si sentano liberi e sicuri di esprimersi di collaborare. Questa posizione fa riferimento anche a nuove figure professionali che agiscono come facilitatori di networking all'interno di comunità professionali che si muovono e vivono spazi fisici, aperti e informali, del nuovo mondo del lavoro (coworking, fablab e simili).

Hub creativo

Un hub creativo è un luogo, fisico o virtuale, che riunisce persone creative, freelance, (aspiranti) giovani imprenditori. Si tratta di un luogo di aggregazione che offre occasioni di crescita professionale e networking, opportunità per far crescere il proprio business in settori diversi settori: creativo, culturale e tecnologico. Negli ultimi anni gli European Creative Hubs (ECHs) sono stati riconosciuti non solo per il loro ruolo nel sostenere e promuovere l'imprenditorialità creativa, ma anche come luoghi dove organizzare la vita sociale e culturale di comunità locali.

Animazione giovanile

L'animazione giovanile promuove un approccio olistico: "L'animazione giovanile è un termine ampio che copre una vasta gamma di attività di natura sociale, culturale, educativa o politica svolte da, con e per i giovani".

Gli operatori giovanili cercano di promuovere lo sviluppo personale e sociale dei giovani e di consentire loro di avere voce, influenza e spazio nelle loro comunità e nella società nel suo complesso. Costruisce la resilienza e il carattere e dà ai giovani la fiducia e le competenze necessarie per vivere, imparare, lavorare e realizzarsi. L'animazione socio-educativa offre ai giovani spazi sicuri per esplorare la propria identità, sperimentare il processo decisionale, aumentare la fiducia in se stessi, sviluppare le capacità interpersonali e riflettere sulle conseguenze delle proprie azioni. Questo porta a scelte più consapevoli, a cambiamenti nelle attività e a risultati migliori per i giovani.

Forme di lavoro con i giovani: *centri per giovani, progetti, lavoro sociale di prossimità, gruppi giovanili informali, Youth Camp, organizzazioni giovanili, movimenti giovanili...*

Settore Culturale e Creativo

Per "settori culturali e creativi" si intendono tutti i settori le cui attività si basano su valori culturali o altre espressioni artistiche e creative individuali o collettive. Le attività possono includere lo sviluppo, la creazione, la produzione, la diffusione e la conservazione di beni e servizi che incarnano espressioni culturali, artistiche o altre espressioni creative, nonché funzioni correlate come l'istruzione o la gestione. Oltre a essere importanti per garantire lo sviluppo continuo delle società, i settori culturali e creativi sono il fulcro dell'economia creativa. Imperniati sull'uso intensivo della conoscenza e sulla creatività e sul talento individuali, generano una notevole ricchezza economica. Cosa ancora più importante, sono fondamentali per creare un sentimento condiviso di identità, cultura e valori europei. In termini economici, fanno registrare una crescita superiore alla media e creano posti di lavoro, in particolare per i giovani, rafforzando nel contempo la coesione sociale. Essi hanno il potenziale per generare innovazione e posti di lavoro, in particolare grazie alla proprietà intellettuale. I settori comprendono musica, architettura, libri e editoria, biblioteche, musei, patrimonio culturale, artigianato artistico, settore audiovisivo, il design (compreso il design della moda).

CHIARIMENTO DEI CONCETTI PRINCIPALI

Leadership

"L'azione di guidare un gruppo di persone o un'organizzazione".

In parole povere, la leadership consiste nell'assumere rischi e sfidare lo status quo. I leader motivano gli altri a realizzare qualcosa di innovativo. È interessante notare che i leader non portano avanti le loro azioni per obbligo, ma per passione. Misurano il successo guardando ai risultati e all'apprendimento del team. La leadership comporta la presa di decisioni, la creazione e l'articolazione di una visione chiara, la definizione di obiettivi raggiungibili e la condivisione delle conoscenze e degli strumenti necessari per raggiungere tali obiettivi con il resto del gruppo. I leader sono presenti e richiesti in numerosi ambiti della società, dal business alla politica, dalla regione alle organizzazioni comunitarie.

Leadership giovanile

La leadership giovanile si può tradurre come l'esercizio di potere ed influenza, da parte di un giovane su sé stesso e sui suoi pari. Un leader giovanile ha quindi le conoscenze, competenze e abilità necessarie per condurre azioni di impegno civico, di rinnovamento educativo e organizzazione delle attività della comunità. Oggi la leadership giovanile assume diverse forme e ci mostra un nuovo modo di guidare il cambiamento; I giovani leader dimostrano una propensione ad essere **attivi** e **reattivi** al cambiamento: un ardore che nasce da un bisogno di creare un'alternativa allo status quo. In genere, i programmi di leadership giovanile includono attività come viaggi, scambi interculturali, educazione all'aria aperta, organizzazione di eventi, sport, scambio di conoscenze intergenerazionale, esperienze lavorative, discorsi in pubblico e sviluppo di attività trasversali.

Leadership comunitaria

La leadership comunitaria è una forma specifica del concetto generale di leadership: si basa sul luogo, si sviluppa a livello locale, sebbene possa anche rappresentare una

comunità di interessi, scopi o pratiche comuni. Un leader di comunità è una persona che dall'esterno viene percepita come rappresentante di una determinata comunità che abbia interessi, valori, obiettivi e pratiche in comune. Questo tipo di leadership può essere sia individuale che di gruppo, sia volontaria che retribuita. In molte località, essa si esplica in una combinazione di risorse governative, competenze professionali e imprenditoriali e dalle energie della comunità locale.

Pur non avendo alcun tipo di autorità formale o associata ad una posizione istituzionale, il leader di comunità ha la capacità di influenzare la sua rete o comunità di riferimento.

I leader di comunità sono impegnati nella rigenerazione della comunità individuando problematiche e opportunità del proprio territorio, decidendo cosa fare, apportando cambiamenti positivi. Una delle sfide dei leader di comunità riguarda la progettazione, gestione e valorizzazione dei processi di crescita sociale, civile, economica e culturale delle realtà territoriali locali per un loro rinnovamento e sviluppo sostenibile.

Leadership negli hub creativi

Gli Hub creativi Europei sono ispirati e guidati da nuove forme di leadership, professionisti con un set di competenze e consapevolezze completamente diversi rispetto alle forme di leadership più tradizionali; i leader dei ECH sono in grado di offrire nuovi approcci per trovare soluzioni innovative a problemi sociali complessi, attraverso la co-creazione, la progettazione dal basso, l'attivazione di processi creativi, forme di partecipazione che mettono al centro la comunità e le sue esigenze. Gli ECH sono diventati esperti nella gestione delle loro comunità interne, composte da liberi professionisti, creativi, giovani che hanno bisogno di spazi e competenze, connessioni e idee per trovare il loro percorso verso il nuovo mondo del lavoro.

Competenza

Un insieme di comportamenti individuali che sono osservabili, misurabili e critici per il successo delle prestazioni individuali. Uno degli aspetti interessanti e degni di nota di

questo termine è che non si concentra su ciò che una persona può fare, *ma su ciò che una persona può imparare*. La competenza comprende anche la motivazione e la conoscenza di sé, il desiderio e la volontà di dimostrare.

Nell'ambito del progetto CHLaYdoscope, parliamo in modo particolare di competenze trasversali legate alla leadership di comunità, una combinazione di conoscenze, abilità e attitudini. Analizzeremo più in dettaglio queste tre dimensioni quando analizzeremo le competenze chiave dei Leader Comunitari:

a) Conoscenze (Knowledges - K)

Le abilità cognitive o mentali sono utilizzate per conservare ed elaborare le informazioni. La conoscenza si concentra sulla comprensione dei concetti. È teorica e non pratica. Si tratta di una condizione di consapevolezza di qualcosa.

b) Abilità e competenze (Skills - S)

Abilità fisiche utilizzate per svolgere attività o compiti. Abilità basate su prestazioni misurate tramite l'unità di misura temporale e la precisione. Sono capacità sviluppate attraverso la formazione o l'esperienza pratica, nonché l'applicazione pratica delle conoscenze teoriche.

c) Attitudini (Attitudes - A)

Spesso confuse con le abilità, presentano una sottile ma importante differenza. Le attitudini sono le caratteristiche o i talenti innati che una persona adotta in una situazione. Inoltre, possono essere intesi come sentimenti, emozioni, convinzioni e valori riguardo a un argomento o un concetto.

METODOLOGIA DI RICERCA E IL PIANO DI LAVORO PER LO SVILUPPO DI UN PROFILO DI COMPETENZE PER I GIOVANI LEADER DI COMUNITÀ

Il progetto CHLaYdoscope è un'opportunità per raccogliere conoscenze, esperienze, competenze, metodologie e strumenti appartenenti all'industria culturale e creativa e per trasferire queste risorse a una nuova generazione di giovani leader di comunità da applicare quando si tratta di affrontare nuove sfide.

La metodologia e le fasi sviluppate per realizzare un profilo di competenze per i giovani leader di comunità (PR1):

- A. Analisi della ricerca
- B. Gruppo consultivo
- C. Sondaggio e Focus group
- D. Diffusione

A. ANALISI DELLA RICERCA: la revisione e l'analisi della ricerca disponibile hanno cercato di gettare le basi per lo sviluppo della metodologia del profilo di competenza. Inoltre, ha esplorato il concetto di leadership, ha identificato le competenze chiave che potrebbero essere considerate fondamentali per i giovani leader di comunità e le competenze che si sovrappongono tra le diverse fonti.

A tal fine, sono state intraprese le seguenti azioni:

- Raccolta e analisi dei quadri di competenze europei esistenti (ad esempio Entrecomp, Greencomp, ETS, DigComp);
- Revisione di studi e ricerche in cui è stata deficitata e concettualizzata la leadership, in particolare quella giovanile;
- Mappatura delle competenze di leadership comunitaria e di leadership giovanile contenute nei documenti politici internazionali a livello di UE e ONU;

- Analisi delle ricerche e dei paper realizzati nell'ambito dell'ECHN e dagli stessi hub creativi che hanno identificato e definito le competenze che afferiscono ai community manager degli hub creativi.

L'obiettivo era quello di:

- Identificare le competenze chiave che considerate fondamentali dopo la revisione della bibliografia esistente;
- Analizzare i quadri di competenze esistenti relativi alla leadership giovanile e la leadership di comunità; - Individuare le competenze chiave che si sovrappongono nei vari quadri di competenze elaborati;
- Identificare le competenze specifiche dei manager degli hub creativi che possono essere considerate trasferibili ai leader delle comunità giovanili.

I partner hanno condiviso informazioni rilevanti, casi studio, relazioni e materiali per alimentare il processo di identificazione delle competenze dei manager degli hub creativi trasferibili ai leader delle comunità giovanili.

Il risultato del processo è stata l'elaborazione di un report sulle competenze chiave della leadership giovanile di comunità che include i risultati della ricerca e una bozza preliminare dei contenuti di ciascuna competenza che comprende: una descrizione della competenza, le conoscenze che richiede, e le abilità e attitudini che ci si aspetta di sviluppare attraverso il rafforzamento di ciascuna competenza.

B. GRUPPO CONSULTIVO: la creazione del gruppo consultivo ha garantito una buona comprensione tra i partner durante lo sviluppo del PR1. Inoltre, l'esistenza di questo gruppo ha fornito frequenti feedback e raccomandazioni durante il processo.

Ogni partner ha invitato tre esperti del settore a contribuire allo sviluppo e alla revisione del profilo di competenze. Questi esperti sono stati scelti per le loro competenze in aree specifiche concordate e rilevanti per l'ambito del progetto e continueranno a svolgere un ruolo di valutazione e garanzia della qualità dei risultati intellettuali.

Inoltre, abbiamo sfruttato l'opportunità del secondo meeting di progetto tenutosi ad Atene, in Grecia, per fornire un feedback sul profilo di competenza, consolidare il documento finale e decidere l'interpretazione visiva e la descrizione per ciascuna competenza. Le azioni hanno incluso:

- Tre incontri online per raccogliere feedback sulle diverse attività;
- Fornire raccomandazioni sulla bozza del profilo relativo a ciascuna competenza;
- Consolidare il documento finale e decidere le caratteristiche visive e il formato del profilo di competenza finale.

C.1. INDAGINE: Dopo aver condotto la ricerca e aver raccolto le competenze più importanti (conoscenze, abilità e attitudini), è stata condotta l'indagine. Lo scopo era quello di identificare meglio e comprendere l'importanza delle competenze rilevanti. Ai partecipanti all'indagine è stato chiesto di valutare le conoscenze, le abilità e le attitudini da 1 a 5 (1 - meno rilevanti e 5 - pienamente rilevanti) e di segnare fino a 10 competenze che potessero essere migliorate attraverso la formazione.

Le azioni in questa fase hanno riguardato:

- Sviluppare il contenuto dell'indagine;
- Condividere il questionario di feedback con i partner , con i manager degli hub creativi, i leader delle comunità e i leader dei giovani per consolidare il risultato della ricerca;
- Analizzare i risultati consolidati con i partner, la valorizzazione dei report esistenti sulle competenze chiave e l'aggiunta di nuove informazioni;
- Condividere il questionario di feedback con i partner per raggiungere i manager degli hub creativi, i leader delle comunità e i leader dei giovani. L'obiettivo è stato quello di raggiungere 10-15 risposte per partner;
- Analizzare i risultati del sondaggio.

L'obiettivo è stato quello di:

- Accogliere il punto di vista dei giovani per definire se stessi e il significato di leadership comunitaria;
- Identificare le competenze di leadership più rilevanti che i giovani leader dovrebbero avere;
- Capire perché alcune competenze sono difficili da sviluppare e gli ostacoli che i giovani incontrano per ottenerle;
- Determinare gli attori rilevanti che potessero partecipare alle fasi successive del processo (la discussione nei focus group e/o il gruppo consultivo).

I risultati dell'indagine hanno mostrato che la maggior parte delle competenze è stata classificata come molto importante (4 o 5). Ciò indica che non c'è una differenza significativa nell'importanza delle conoscenze, delle abilità e delle attitudini individuate nella nostra ricerca, ed è per questo che le abbiamo incluse tutte nel profilo preliminare. Inoltre, le competenze che sono state individuate per essere maggiormente sviluppate attraverso la formazione sono state le prime della lista per punteggio ottenuto.

Sulla base di questa intuizione, abbiamo capito che per avere una migliore comprensione delle competenze chiave e per sviluppare il profilo finale dei giovani leader di comunità, era necessario condurre dei focus group, in modo da poter confrontare i loro risultati con quelli del sondaggio.

Il profilo preliminare con 7 categorie di competenze è stato sviluppato per essere analizzato dai focus group. Il risultato di questo processo è stato il rapporto consolidato aggiornato sulle competenze chiave con l'analisi dei risultati condivisa dai partner.

C.2. DISCUSSIONI DEI FOCUS GROUP: I focus group hanno avuto lo scopo di elaborare le informazioni emerse dall'indagine, chiarire le competenze chiave e gli ostacoli riscontrati, ascoltando le prospettive e le intuizioni condivise dai partecipanti. I partecipanti ai focus group, esperti ed esperte del settore, oltre a operatori giovanili e giovani aspiranti

leader di comunità, hanno aggiunto/eliminato conoscenze, abilità e atteggiamenti in ogni categoria e li hanno classificati in base alla loro importanza.

Vi sono state diverse sessioni in ciascun Paese delle Organizzazioni Partner, ognuna delle quali composte da:

- Leader giovanili (2-3 persone);
- Esperti del settore (leader di hub creativi, manager dell'innovazione, creativi) (2-3 persone);
- Operatori giovanili (2-3).

Gli obiettivi di ogni sessione erano:

- Chiarire le informazioni raccolte dall'indagine;
- Discutere i risultati dell'indagine ed elaborare il contenuto delle competenze che include una descrizione della competenza, le conoscenze che il leader dovrebbe avere, le abilità che appartengono alla competenza e gli atteggiamenti necessari per svolgere al meglio la competenza.

Ciascun partner ha individuato persone appartenenti alle proprie comunità di pratica e le ha invitate a partecipare alle discussioni. Le persone invitate alle discussioni sono modelli ispiratori e partecipanti early adopter. Sono stati organizzati 5 focus group (Materahub e Generazione Lucana hanno avuto focus group congiunti poiché condividono gli stessi stakeholder).

Il risultato principale dei focus group è stato la stesura del profilo dei giovani leader di comunità. Ciascuna competenza comprende le conoscenze necessarie per svolgerla e le abilità e gli atteggiamenti che ci si aspetta di sviluppare attraverso il prossimo corso di formazione CHLaYdoscope. L'ordine delle varie categorie rispecchia l'importanza attribuita dai vari esperti del settore.

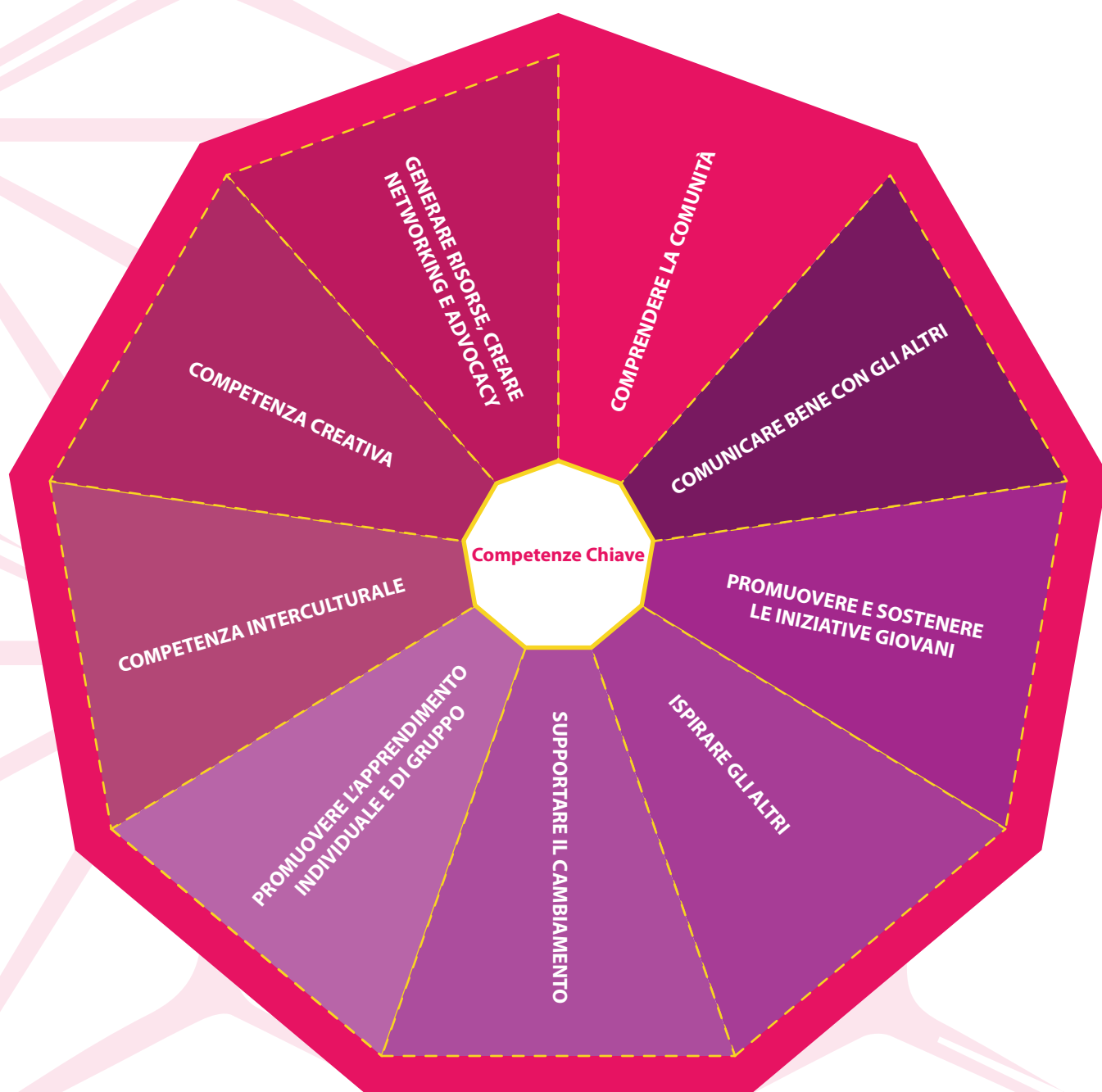
L'ordine finale delle categorie di competenze:

1. Comprendere la comunità
2. Comunicare bene con gli altri
3. Promuovere e sostenere le iniziative dei giovani

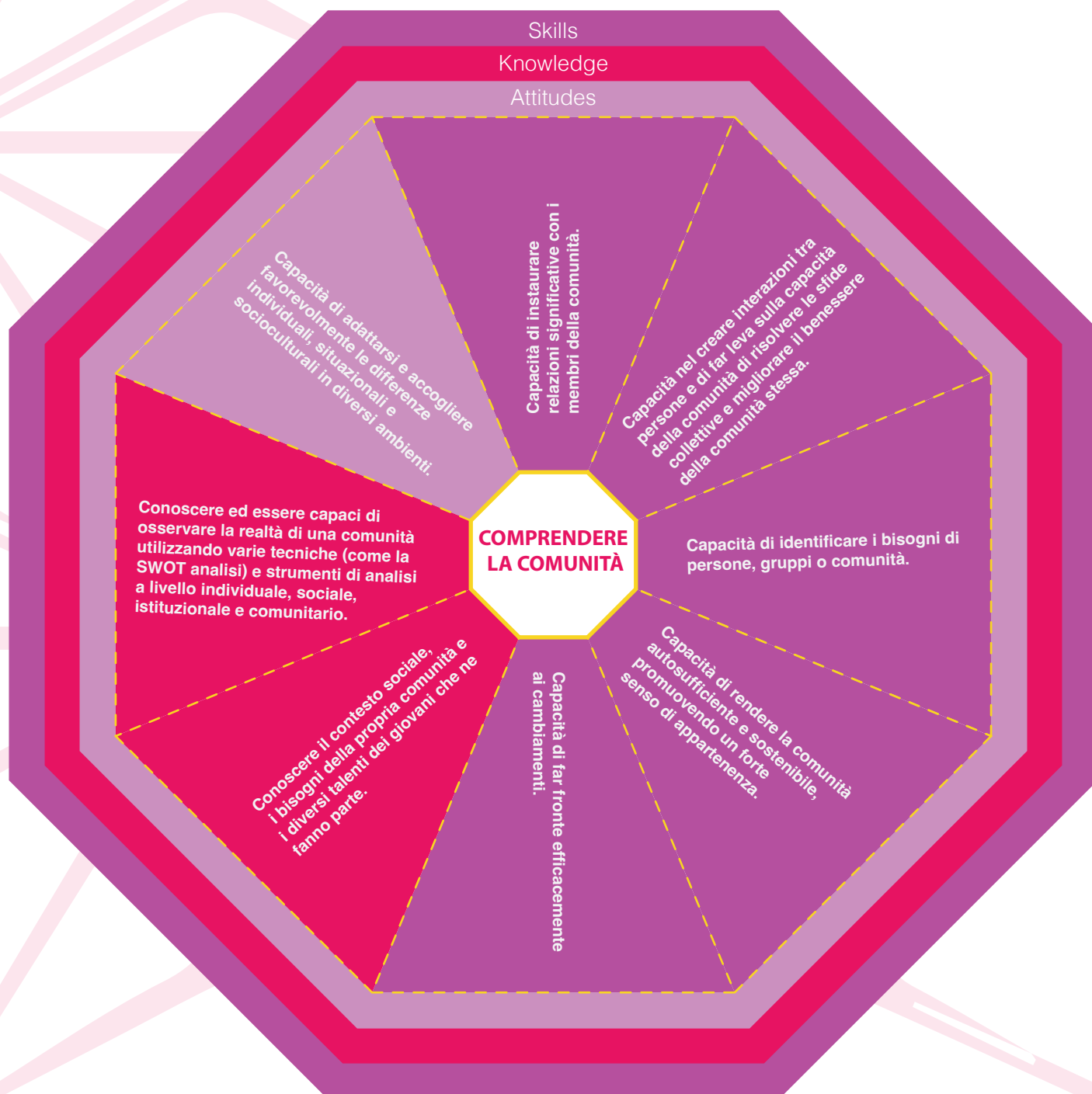
4. Ispirare gli altri
5. Supportare il cambiamento
6. Promuovere l'apprendimento individuale e di gruppo
7. Competenza interculturale
8. Competenza creativa
9. Generare risorse, creare networking e advocacy

D. DISSEMINAZIONE Il profilo finale delle competenze del leader di comunità giovanile sarà tradotto in diverse lingue, PT/ND/IT/SL, diffuso tra le reti dei partner e agli attori potenzialmente interessati in Europa attraverso un'attività di disseminazione durante e dopo la conclusione del progetto. Nella versione italiana del profilo delle competenze, utilizzeremo la terminologia em inglès: K: Knowledge - Conoscenze, S: Skills - Capacità, A: Attitudes - Atteggiamenti.

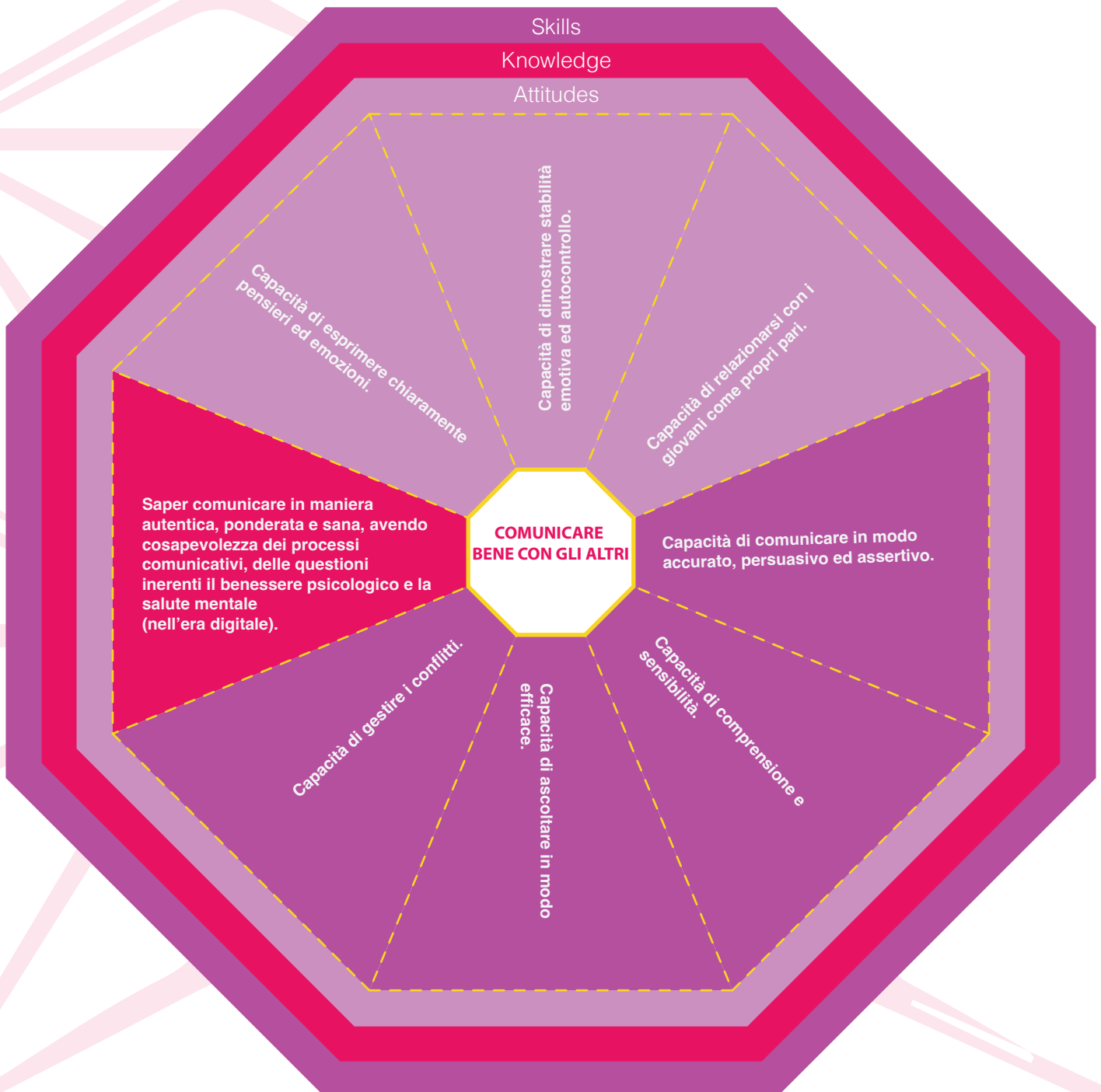
PROFILO DELLE COMPETENZE DEL LEADER DI COMUNITÀ GIOVANILI



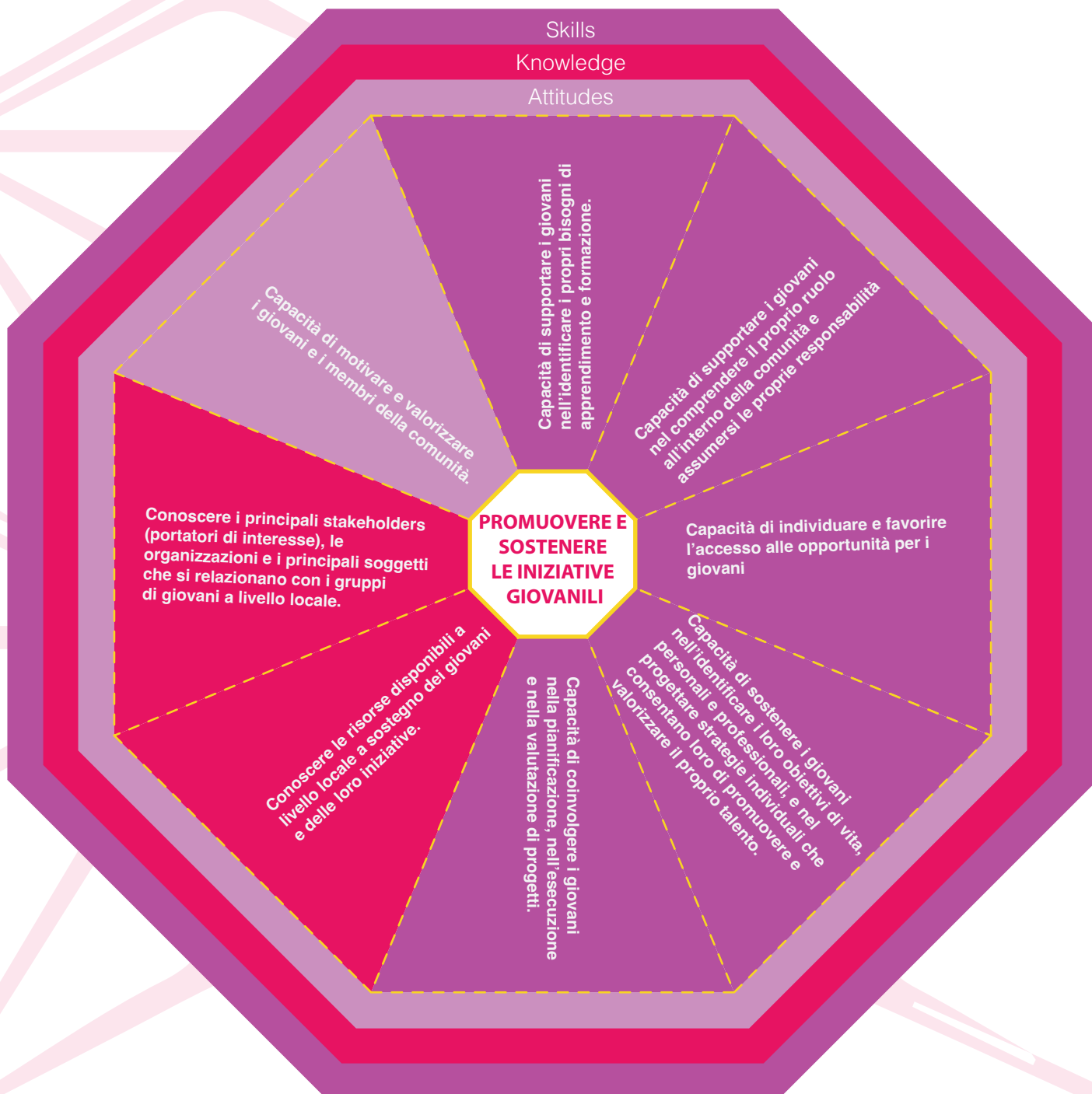
COMPRENDERE LA COMUNITÀ



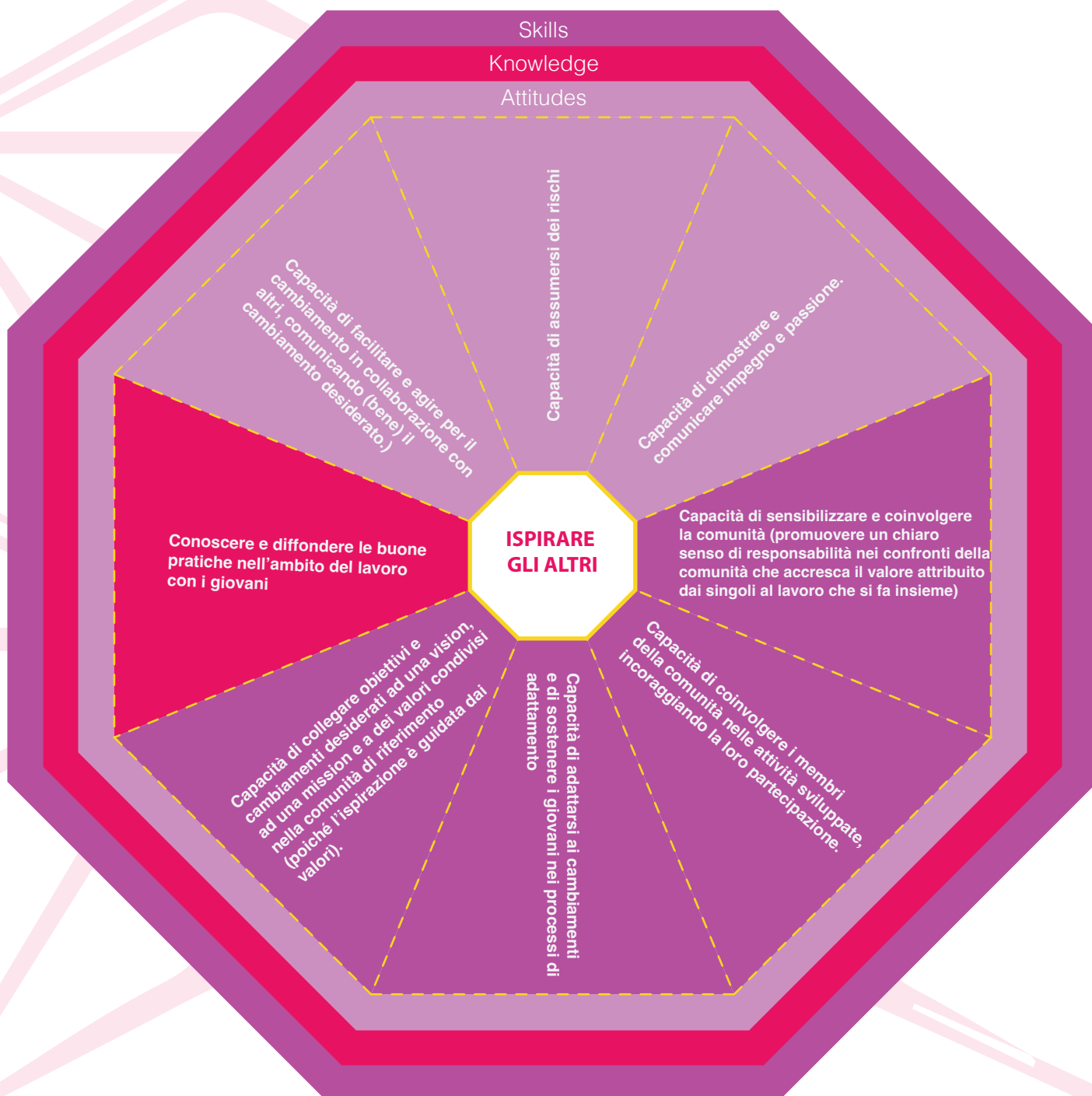
COMUNICARE BENE CON GLI ALTRI



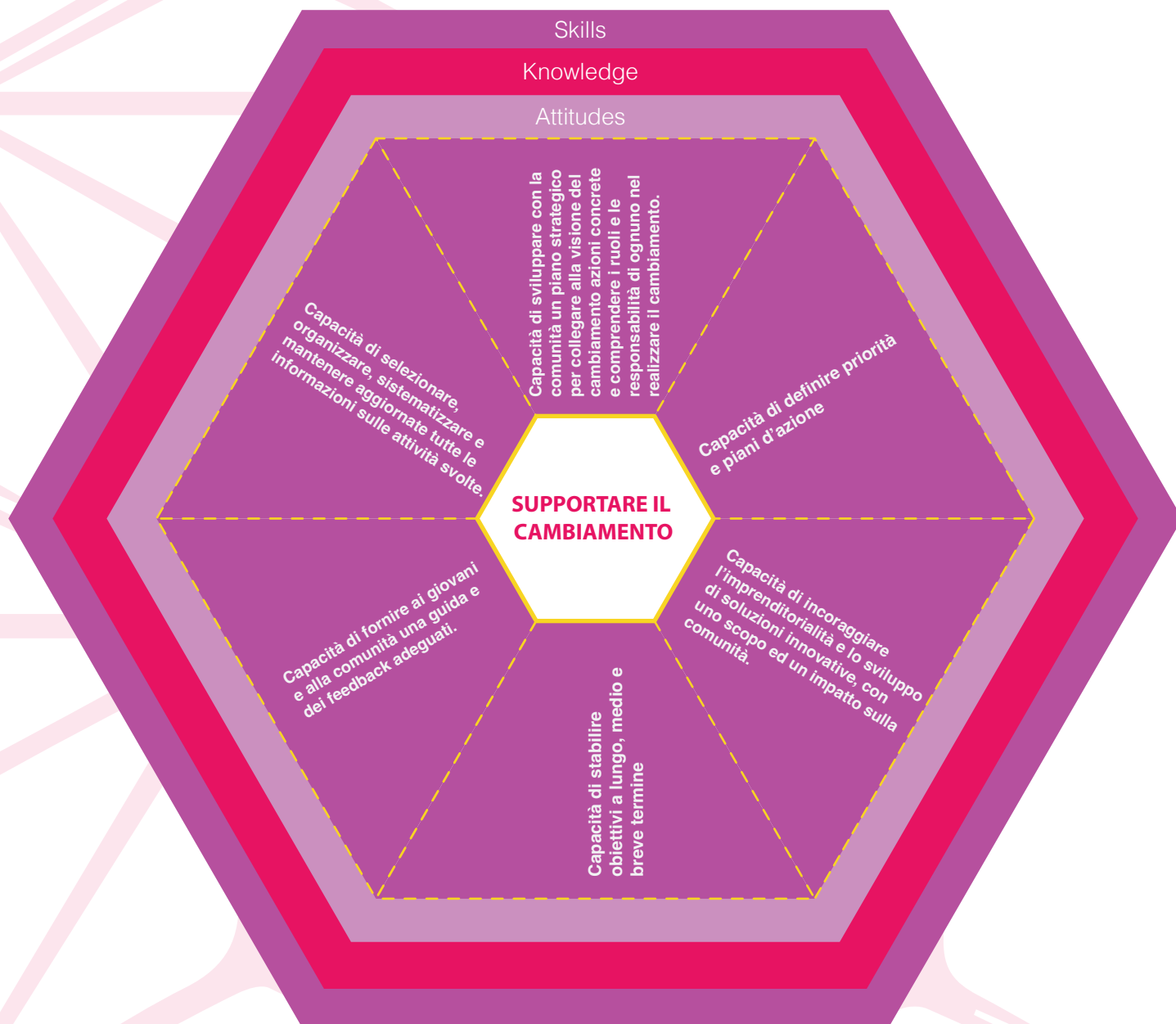
PROMUOVERE E SOSTENERE LE INIZIATIVE GIOVANI



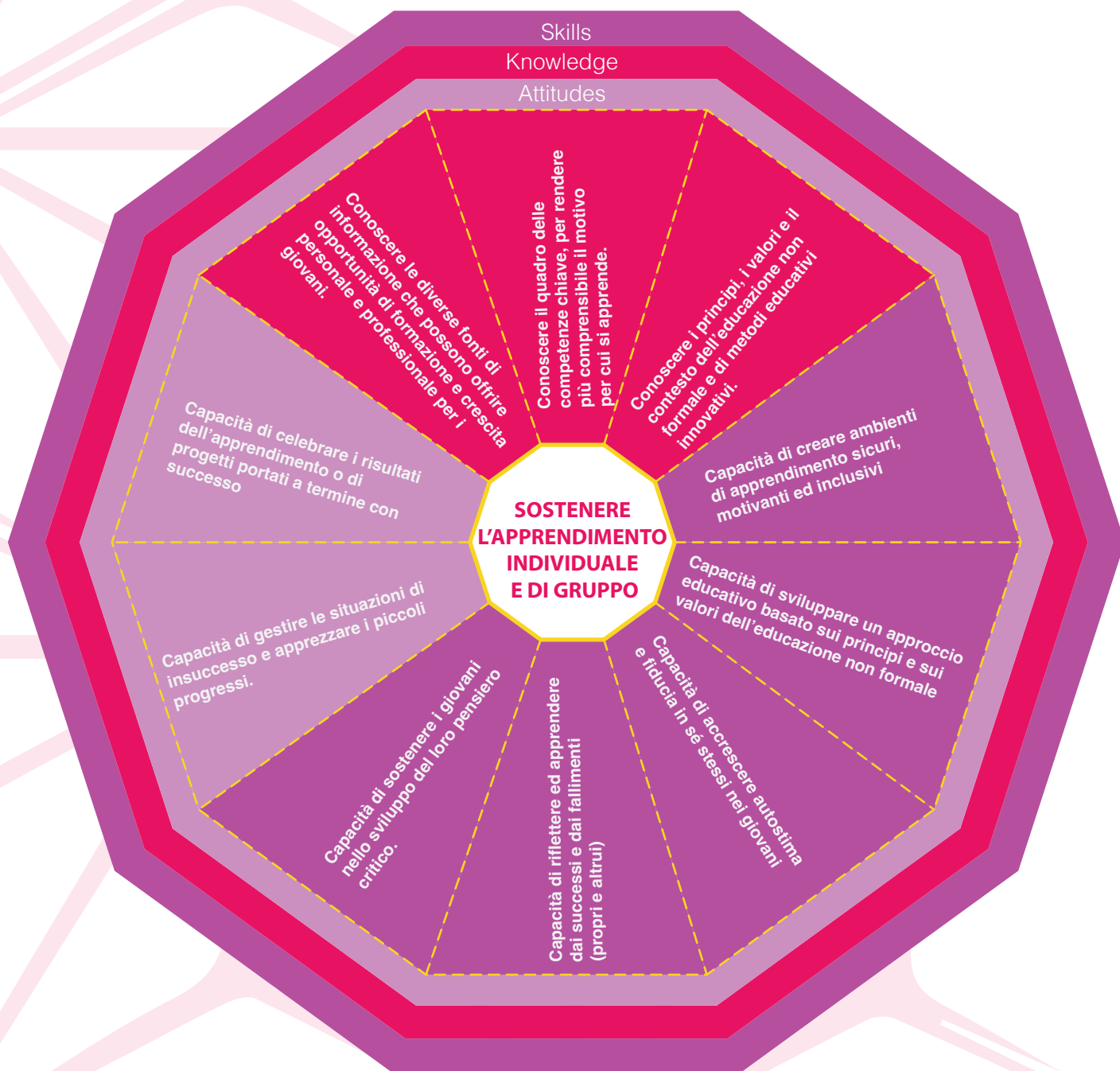
ISPIRARE GLI ALTRI



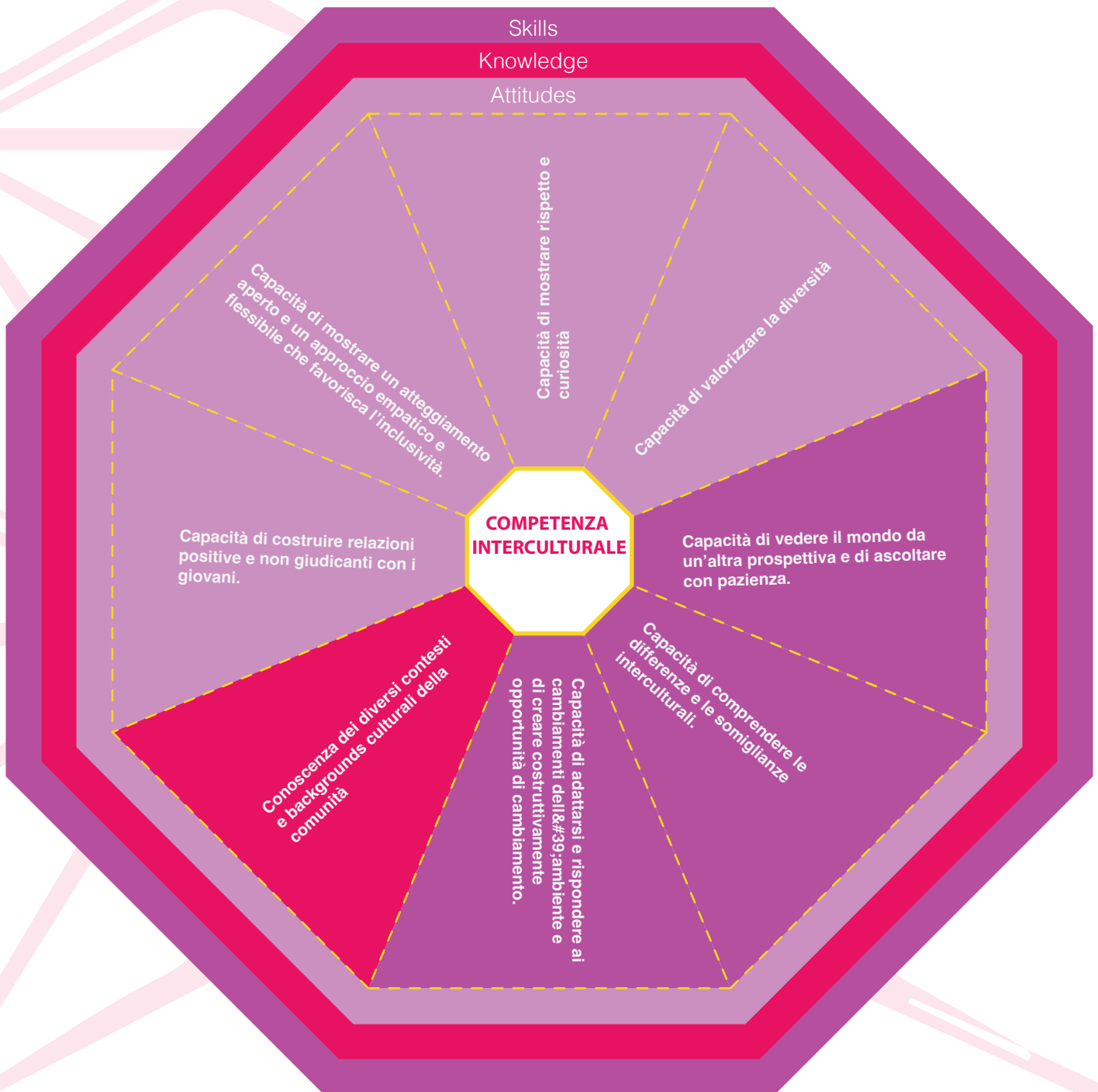
SUPPORTARE IL CAMBIAMENTO



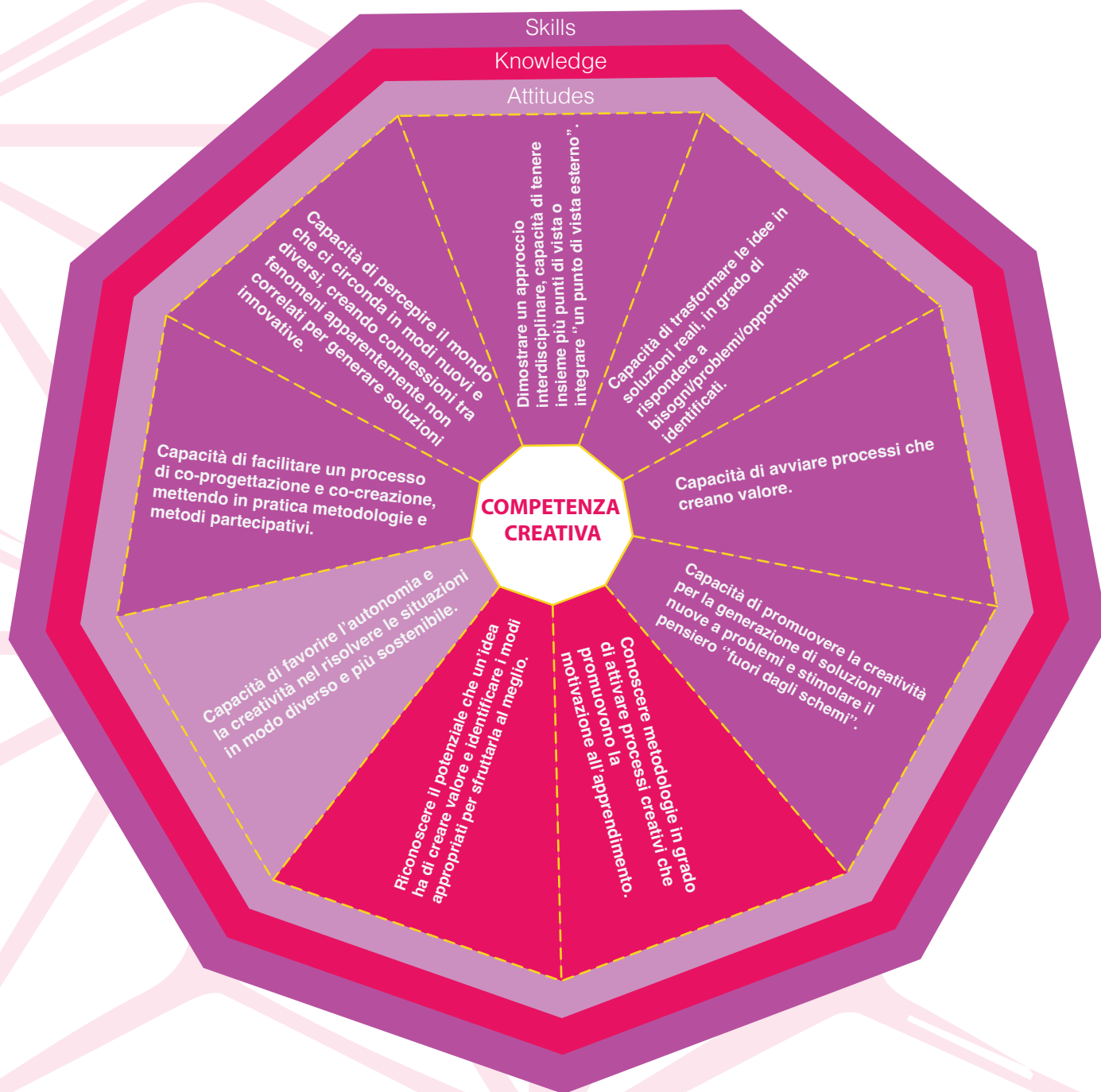
PROMUOVERE L'APPRENDIMENTO INDIVIDUALE E DI GRUPPO



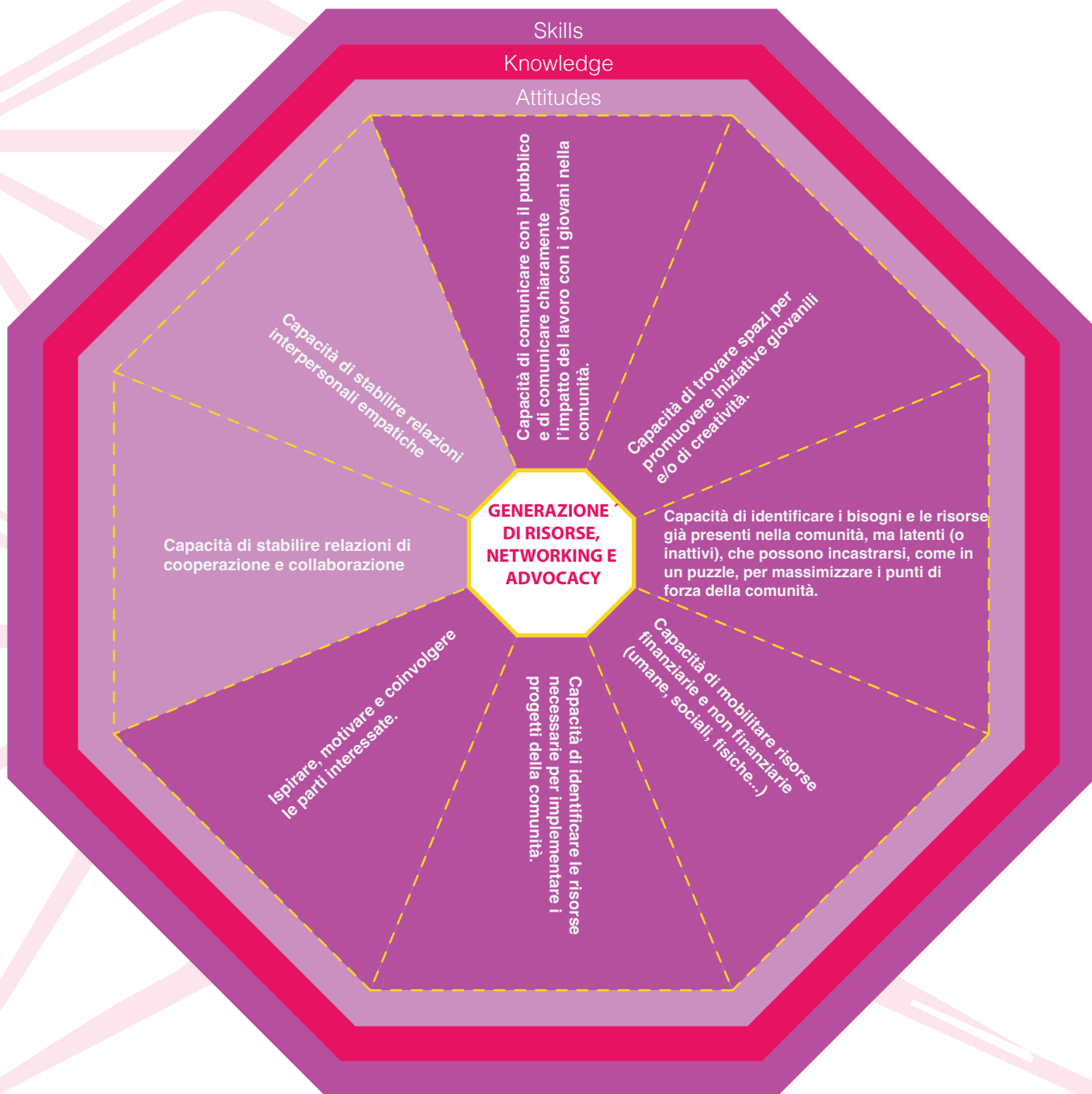
COMPETENZA INTERCULTURALE



COMPETENZA CREATIVA



GENERARE RISORSE, CREARE NETWORKING E ADVOCACY



Per maggiori informazioni sulla rete DYPALL, capofila del profilo di competenza del leader della comunità giovanile:

SITO WEB

www.dypall.com

E-MAIL

info@dypall.com

FACEBOOK

www.facebook.com/DYPALLNetwork

Questi risultati sono stati sviluppati nell'ambito del progetto CHLaYdoscope, condotto da Materahub (Italia) in collaborazione con DYPALL Network, Generazione Lucana (Italia), Warehouse Hub (Italia), ECHN (Grecia), PiNA (Slovenia) e Artist and the Others (Paesi Bassi). È finanziato dall'Unione europea nell'ambito del programma Erasmus+. Partenariati di cooperazione in materia di gioventù, con il sostegno dell'Agenzia nazionale italiana.



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



chlaydoscope.eu

DYPALL
DEVELOPING YOUTH PARTICIPATION
AT LOCAL LEVEL



european
creative
hubs
network

pina

