

ATTIVISMO DIGITALE

DOCENTI, GENITORI, COMUNITÀ LOCALI



SOCIAL HOSTING HUB

socialhostinghub.org

Google.org

con il supporto di Google.org Impact Challenge sulla Sicurezza



SOCIAL HOSTING HUB

L'ATTIVISMO DIGITALE: SONDAGGIO

02



Please enter the code

Submit

The code is found on the screen in front of you

Quali sono i problemi/i temi su cui si attivano i/le ragazzi/e oggi?

Analizziamo insieme alcuni elementi fondamentali dell'attivismo oggi.

Vai su menti.com e inserisci il codice.

Google.org

con il supporto di Google.org
Impact Challenge sulla Sicurezza



SOCIAL HOSTING HUB

DEFINIZIONE DI CAMPAGNA



03

CAMPAGNA

il momento in cui concentriamo gli sforzi e la mobilitazione per spingere un obiettivo specifico di cambiamento che sta dentro una visione di cambiamento.

Google.org

con il supporto di Google.org
Impact Challenge sulla Sicurezza



SOCIAL HOSTING HUB

DEFINIZIONE DI CAMPAGNA



04

Cosa non è una campagna?

UNA CAMPAGNA NON E' UN MOVIMENTO,
NON E' UN PROGRAMMA, NON E' UN
PROGETTO, MA PUO' INTEGRARSI CON
CIASCUNA DI QUESTE COSE

Google.org

con il supporto di Google.org
Impact Challenge sulla Sicurezza

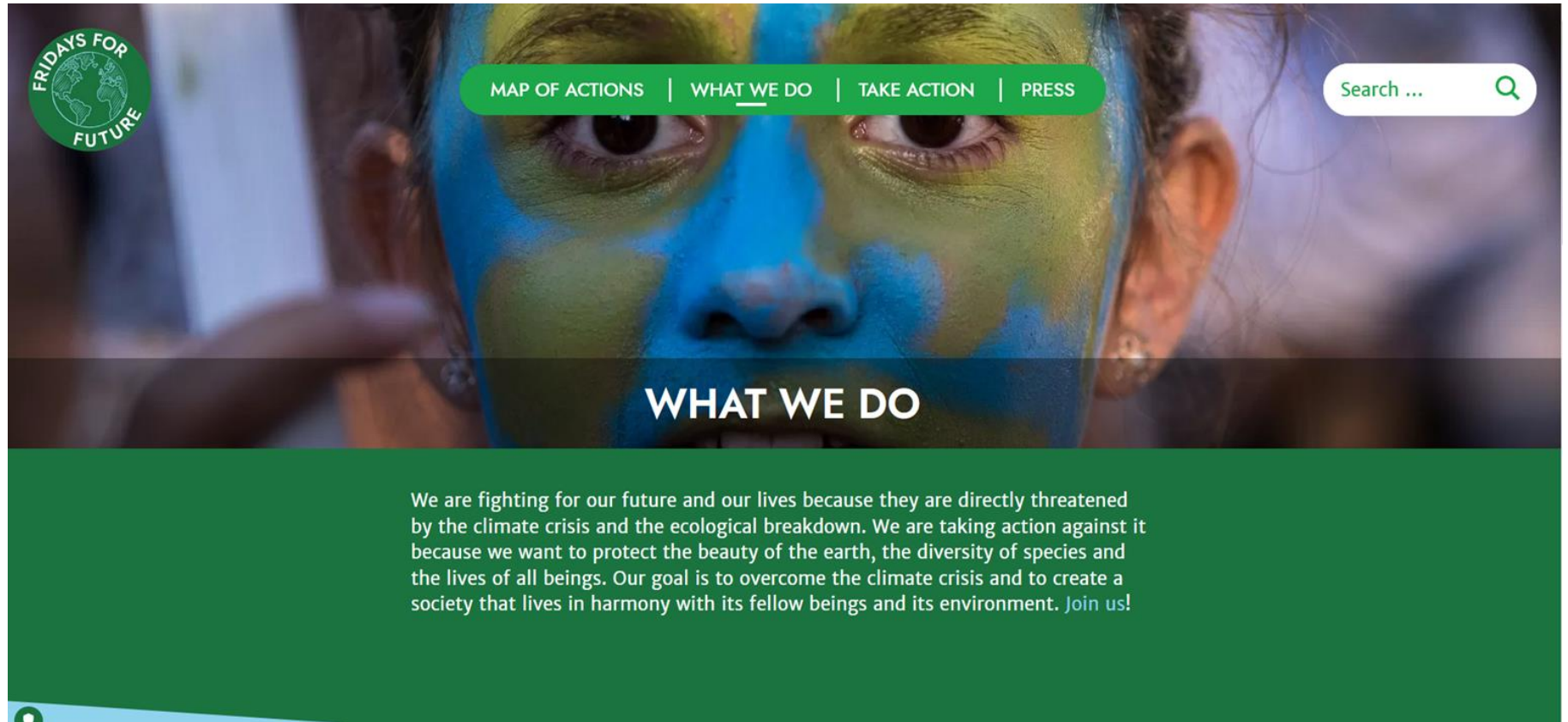


SOCIAL HOSTING HUB

ESEMPIO DI CAMPAGNA

05

FFF – Fridays For Future



Google.org

con il supporto di Google.org
Impact Challenge sulla Sicurezza



SOCIAL HOSTING HUB

Google.org

con il supporto di Google.org
Impact Challenge sulla Sicurezza

socialhostinghub.org

ESEMPIO DI CAMPAGNA



06

FFF – Fridays For Future

FRIDAYS FOR FUTURE...

or FFF, is a global climate strike movement that started in August 2018, when 15-year-old [Greta Thunberg](#) began a school strike for climate. In the three weeks leading up to the Swedish election, she sat outside Swedish Parliament every school day, demanding urgent action on the climate crisis. She was tired of society's unwillingness to see the climate crisis for what it is: a crisis.

To begin with, she was alone, but she was soon joined by others. On the 8th of September, [Greta](#) and her fellow school strikers decided to continue their strike until the Swedish policies provided a safe pathway well under 2° C, i.e. in line with the Paris agreement. They created the hashtag [#FridaysForFuture](#), and encouraged other young people all over the world to join them. This marked the beginning of the global school strike for climate.

Their call for action sparked an international awakening, with students and activists uniting around the globe to protest outside their local parliaments and city halls. Along with other groups across the world, Fridays for Future is part of a hopeful new wave of change, inspiring millions of people to take action on the climate crisis, and we want you to become one of us!

JOIN US



SOCIAL HOSTING HUB

ESEMPIO DI CAMPAGNA



07

March For Our Lives

[Plan to Vote](#) [Our Power](#) [Info](#) [Merch](#) [Contact](#)



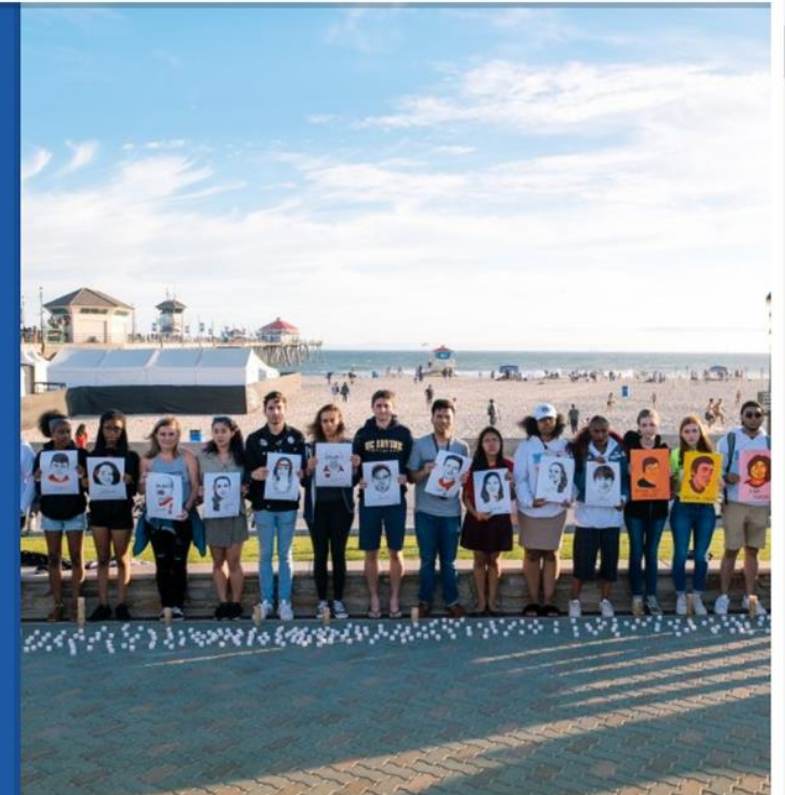
[PLAN TO VOTE](#)

[DONATE NOW](#)

Our Story: Not One More.

In the days after the tragedy at Marjory Stoneman Douglas High School in Parkland, Florida, we knew we had to make sure that what happened to our community never happens again.

We cannot allow one more person to be killed by senseless gun violence. We cannot allow one more person to experience the pain of losing a loved one. We cannot allow one more family to wait for a call or a text that never comes. We cannot allow the normalization of gun violence to continue. We must create a safe and compassionate nation for all of us.



con il supporto di Google.org
Impact Challenge sulla Sicurezza



SOCIAL HOSTING HUB

ESEMPIO DI CAMPAGNA



March For Our Lives



After the shooting on February 14, we organized the largest single day of protest against gun violence in history. Millions came together to protest our political leaders' inaction.

Google.org

con il supporto di Google.org
Impact Challenge sulla Sicurezza



SOCIAL HOSTING HUB

IL PROTAGONISMO GIOVANILE

09

Lavoro in gruppi



Google.org

con il supporto di Google.org
Impact Challenge sulla Sicurezza



Lavoro in gruppi

Come si struttura una Campagna?

1	VISIONE Quali è la visione a lungo termine rispetto ai risultati che ti aspetti di ottenere con questa campagna?	COME SI PRODUCONO QUESTI CAMBIAMENTI? Come è possibile fermare e trasformare il sistema attuale? Come si può creare una cultura del cambiamento su questo tema?	CHI PUO' ESSERE D'AIUTO? Di chi abbiamo bisogno per portare a questo cambiamento? Chi ha influenza? Chi è colpito? Con chi si può collaborare?	SCOPO Quali è lo scopo specifico di questa campagna? OBIETTIVI Cosa dobbiamo fare per raggiungere questo scopo?	QUAL E' LA STORIA? Quali sono gli elementi chiave della nuova narrativa che intendiamo costruire? 8
	2	QUALI CAMBIAMENTI VANNO CREATI? Rispetto ai problemi che concorrono a definire la situazione attuale, cosa deve cambiare?	3	4	6
5	5	6	7	8	9
	11	12	13	10	13





GRAZIE

