

ISPIRARE E SOSTENERE GLI ANZIANI  
PER DIVENTARE VLOGGER E CONQUISTARE INTERNET

Autori  
Data 04/01/2023



**Report comparativo  
sull'  
analisi dei contenuti e  
dell'utilizzo  
dei social media nella  
popolazione anziana**

**SENIOR  
VLOG**



*Finanziato dall'Unione europea. I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili.*



Co-funded by  
the European Union



## INDICE DEI CONTENUTI

<b>INTRODUZIONE</b> .....	<b>3</b>
Il progetto e i suoi risultati .....	3
L'obiettivo del Report.....	5
Domande di ricerca .....	5
Limiti della ricerca .....	6
<b>DESK RESEARCH</b> .....	<b>7</b>
Panoramica della revisione della letteratura .....	7
Panoramica dell'offerta formativa.....	10
Panoramica dei report nazionali sui social media.....	12
<b>RICERCA SUL CAMPO</b> .....	<b>20</b>
Panoramica dei workshop e delle interviste nazionali .....	22
<b>RACCOMANDAZIONI</b> .....	<b>24</b>
<b>ALLEGATO I QUADRO STRUTTURALE DELLA RICERCA</b> .....	<b>28</b>



## INTRODUZIONE

### IL PROGETTO E I SUOI RISULTATI

Per la popolazione giovane l'uso di internet è naturale e avviene quotidianamente, mentre un'indagine ISTAT mostra che una percentuale significativa della popolazione senior dell'UE-27 non ha usato internet negli ultimi 3 mesi (2019). La tabella 1 mostra le variazioni nell'uso di internet, nelle attività svolte e nella presenza sui social media per le fasce d'età 55-64 e 65-74 anni.

Tabella 1. UE-27 informazioni sul divario di età nell'utilizzo di Internet e di servizi digitali

UE-27	65-74	55-64
Nessun utilizzo di Internet <sup>1</sup>	43%	21%
Attività per chi usa internet <sup>2</sup>	65-74	55-64
Invio di e-mail	44%	62%
Ricerca di informazioni sulla salute	34%	47%
Internet banking	31%	46%
Telefonate/videochiamate	24%	38%
Presenza sui social media	65-74	17-64
	18%	54%

Sebbene il divario digitale tra le generazioni sia stato sostanzialmente colmato dagli anziani, questi ultimi sono ancora piuttosto restii nell'adottare totalmente le nuove tecnologie. Questo divario tra i social media è ancora più visibile nel caso dei Paesi del partenariato (Polonia, Italia, Portogallo, Cipro e Grecia) impegnati nel progetto SeniorVlog.

Per sostenere l'aumento della partecipazione attiva a Internet e ai social media da parte degli anziani, è necessario che questi ultimi acquisiscano una serie di abilità e competenze digitali specifiche per la gestione dei social media e in particolare per il vlogging.

Gli obiettivi specifici del progetto SeniorVlog includono:

<sup>1</sup> indagine comunitaria sull'utilizzo delle TIC, EUROSTAT, 2019.

<sup>2</sup> EUROSTAT, 2019

- ▶ aumentare la conoscenza delle iniziative/canali di vlogging senior disponibili e della loro saturazione nei social media in ogni paese partner
- ▶ creare un innovativo programma di formazione e mentoring per SeniorVlog con elementi di gamification, incentrato sulla costruzione di abilità e competenze di vlogging per senior e che offra un supporto su misura per i senior, affinché adottino e inizino a utilizzare rapidamente le nuove competenze digitali
- ▶ sviluppare e rilasciare una Guida al Mentoring e raccomandazioni per il supporto ai Senior Vlogger
- ▶ produrre un programma interattivo di autoformazione semplificata online "Senior Vlogging Guide" per promuovere la preparazione proattiva di contenuti online di valore da parte dei Senior e dare loro gli strumenti per farlo
- ▶ sviluppare le capacità e le competenze dei formatori per insegnare alle persone anziane e per supportarle
- ▶ instaurare una relazione di mentoring professionale in attività proattive sui social media, per incoraggiare e ispirare il vlogging dei senior e la creazione di contenuti online
- ▶ aumentare la diffusione e la popolarità dei vlogger senior sui social media dotando gli utenti senior di competenze e

strumenti che consentano loro di creare contenuti e vlog con soddisfazione

- ▶ migliorare gli standard di vita e il benessere degli utenti finali
- ▶ promuovere l'utilizzo di internet da parte dei cittadini anziani, fornendo loro competenze digitali specifiche, aiutandoli a comprendere il mondo moderno e le giovani generazioni, a costruire la fiducia in sé stessi all'interno della comunità online
- ▶ sensibilizzare sull'importanza della presenza sui social media per i cittadini senior dell'UE
- ▶ migliorare i portfoli degli educatori per adulti senior, delle ONG e di altri enti che supportano i senior nell'acquisizione di competenze ICT attraverso l'uso dell'innovativo programma di formazione SeniorVlog

Il progetto SeniorVLog prevede di ottenere i seguenti risultati:

- ▶ Una ricerca comparativa innovativa e un report sulla presenza sui social media dei Senior Vlogger
- ▶ Curriculum del programma di formazione SeniorVlog
- ▶ Guida al mentoring e raccomandazioni per il supporto dei Senior Vlogger
- ▶ "Guida al Vlogging Senior" - versione online. Un'innovativa formazione interattiva di autoapprendimento online per un pubblico più ampio.

## L'OBIETTIVO DEL REPORT

Il Report di analisi comparativa mira ad approfondire la natura del Senior Vlogging. Soprattutto, cerca di confrontare questo fenomeno tra i Paesi partner e di esaminare le somiglianze e le differenze, giungendo ad alcune conclusioni da utilizzare successivamente per sviluppare i materiali formativi.

Questo report è stato redatto a conclusione del Risultato 1 e consiste in una sintesi dei risultati della ricerca primaria e secondaria condotta da tutti i partner nel periodo febbraio 2022 - ottobre 2022.

La ricerca è stata coordinata da EXELIA (Grecia), che ha guidato il partenariato nello sviluppo del presente output. Seguendo le linee guida specifiche sviluppate dal Coordinatore del risultato e con il contributo di tutti i partner, la ricerca è stata condotta in Polonia, Italia, Portogallo, Cipro e Grecia.

Questo report di ricerca comparativa, quindi, si propone di riassumere le caratteristiche della situazione attuale nei cinque Paesi citati, insieme alle possibili somiglianze e differenze in relazione alla presenza e alla partecipazione dei senior sui social media, alle offerte formative sul vlogging dei senior, ai risultati dei workshop e alle caratteristiche fondamentali delle ricerche esistenti o precedenti.

In particolare, il report presenta i risultati relativi a:

- ▶ Desk research 1: Rassegna della letteratura sul tema della presenza degli anziani nei social media
- ▶ Desk research 2: Offerte di formazione su come fare vlog e corsi TIC disponibili per i senior
- ▶ Desk research 3: Rapporto nazionale con analisi dello stato attuale della presenza sui social media di senior e giovani.
- ▶ Ricerca sul campo: Risultati di workshop con senior e formatori/professionisti delle TIC svolti nei paesi del consorzio.

## DOMANDE DI RICERCA

L'obiettivo generale delle attività di ricerca R1 è quello di comprendere meglio e recuperare più informazioni sul fenomeno del SeniorVlogging nei Paesi partner, migliorando l'intelligence sul campo (che ora è per lo più limitata all'uso generale di Internet e alla presenza sui social media) e fornendo una base informata per lo sviluppo di OER pertinenti.

La ricerca ha cercato di rispondere alle seguenti domande:

- ▶ Qual è l'attuale tasso di utilizzo di Internet tra gli adulti più anziani (sopra i 60 anni)?

- ▶ Qual è l'attuale tasso di presenza sui social media degli adulti più anziani (sopra i 60 anni)?
- ▶ Quanto è popolare il vlogging e quali sono i video (e le categorie di video) più popolari tra gli anziani (sopra i 60 anni)?
- ▶ Quanto è popolare il vlogging e quali sono i video (e le categorie di video) più popolari tra i giovani (7-13 anni)?
- ▶ Sono disponibili offerte di formazione su come fare vlog? Questi corsi sono adatti agli anziani? Che tipo di competenze coprono?
- ▶ Quali sono le aree principali in cui i senior dovrebbero essere formati per migliorare le loro competenze digitali e acquisire abilità di vlogging? Qual è la modalità/modello di formazione ottimale per gli anziani?

## LIMITI DELLA RICERCA

Due limiti principali della nostra ricerca devono essere tenuti presenti, in particolare quando si confrontano i dati tra i report di analisi nazionali.

Da un lato, lo studio ha dei limiti statistici o di dati nel completare il report nazionale sulla situazione della presenza dei senior e dei giovani sui social media a Cipro e in Portogallo. Sebbene sia stata raggiunta la raccolta di dati grezzi sulla presenza di

senior e giovani nell'uso di Internet, non sono state prese in considerazione le categorie di vlogging popolari tra i senior e i giovani e gli elenchi dei creatori di vlogging popolari tra i senior e i giovani. Sono stati raccolti report completi di analisi nazionale da Polonia, Italia e Grecia. Pertanto, la presente relazione, per quanto riguarda l'aspetto delle categorie e dei creatori, elabora i risultati solo di questi tre Paesi.

D'altra parte, l'accesso ai dati per la formulazione di elenchi di vlog popolari per fascia d'età nei canali YouTube e TikTok è stato limitato (sezioni da 3.2.2 a 3.3.2 del quadro strutturale della ricerca R1-T1, Allegato I) a causa della difficoltà di distinguere e/o confermare l'autenticità e l'affidabilità dell'età dei creatori di vlog. Pertanto, i partner hanno fornito stime approssimative basate su percezioni e ipotesi soggettive.

Si prega di tenere a mente entrambi gli aspetti quando si considerano i dati presentati in questo report di ricerca comparativa.

## DESK RESEARCH

In base al quadro strutturale della ricerca (Allegato I), tutti i partner hanno utilizzato tre metodi di raccolta dei dati nell'ambito della desk research al fine di:

a) acquisire una comprensione della situazione esistente e dei dibattiti relativi al vlogging dei senior e al loro impegno su Internet per presentare questa conoscenza in un formato scritto,

b) raccogliere informazioni sulle offerte di formazione esistenti nell'ambito dell'istruzione formale e non formale su come fare vlog e sui corsi TIC disponibili per i senior,

c) accumulare statistiche e tracciare le tendenze d'uso e del coinvolgimento sui social media da parte dei cittadini senior nei Paesi partner.

## PANORAMICA DELLA REVISIONE DELLA LETTERATURA

La Cyprus University of Technology (CUT) ha intrapreso una revisione della letteratura pertinente, precedentemente selezionata dal partenariato, utilizzando un approccio narrativo per determinare se esistano altri studi o iniziative per supportare

gli anziani con abilità e competenze digitali che permettano loro di essere più attivi sui social media.

Sono state analizzate le seguenti domande di ricerca:

- ▶ Esistono altri studi/iniziative che supportano gli anziani con competenze digitali che consentano loro di essere attivi sui social media?
- ▶ Quali sono i fattori che incidono sulla distanza degli anziani dall'uso dei social media?
- ▶ Quali sono le abilità e le competenze digitali che gli anziani devono possedere per essere attivi sui social media?
- ▶ Quali sono le attività degli anziani sui social media?

Sono stati esaminati più di 40 articoli su queste tematiche, e questi hanno rappresentato un'importante fonte di informazione per la ricerca del partenariato sullo stato dell'arte riguardo l'utilizzo di Internet e dei social media da parte degli anziani.

Più precisamente, sono state affrontate tutte le domande di ricerca e di seguito riportiamo i risultati principali per ogni domanda indagata.

Esistono altri studi/iniziative che supportano gli anziani con competenze digitali che consentano loro di essere attivi sui social media?

12 articoli sono stati identificati in quanto ciascuno nello specifico:

- ▶ ha fornito una panoramica sull'utilizzo della tecnologia touchscreen con videogiochi divertenti come strumento di supporto all'acquisizione di competenze digitali nell'ambito dell'alfabetizzazione digitale della popolazione anziana *Blažič & Blažič, 2020*
- ▶ ha testato un social network composto da più applicazioni con navigazione lineare come metodo di alfabetizzazione digitale per gli anziani nelle aree rurali. *Castilla et al., 2018*
- ▶ ha presentato le barriere e i fattori di supporto emersi durante l'implementazione pratica di un intervento di formazione. *Rojas, 2021*
- ▶ ha raccolto prove sul valore di un sistema informatico appositamente progettato per gli anziani, il sistema Personal Reminder Information and Social Management (PRISM), che comprendeva un'applicazione software e un solido sistema di supporto con formazione e assistenza didattica. *Czaja et al., 2018*
- ▶ ha determinato se la tecnologia dell'iPad ha migliorato la vita degli anziani partecipanti in vari modi, come l'aumento delle conoscenze, l'intensificazione dei legami familiari e una

maggior connessione con la società, *Delello & McWhorter, 2017*

- ▶ ha elaborato come le competenze informatiche di base abbiano migliorato le capacità degli anziani di connettersi tecnologicamente con amici e familiari nelle zone rurali dell'Ontario, *Dunlop et al., 2020*
- ▶ ha esplorato le strategie per un uso efficace dei tablet da parte di adulti anziani che non avevano esperienza precedente, *Fletcher-Watson et al., 2016*.
- ▶ ha descritto esperienze specifiche di adulti anziani che ricevono una formazione su computer e Internet, *Goodwin, 2013*
- ▶ ha dato un contributo presentando e validando una checklist di linee guida che riunisce tutti i requisiti essenziali per progettare interfacce semplici e accessibili per l'inclusione digitale degli anziani, *Marcelino et al., 2015*
- ▶ ha esaminato se l'utilizzo di Internet e la formazione al suo utilizzo per scopi sociali possano favorire il benessere degli adulti anziani che ricevono assistenza, *Morton et al., 2018*
- ▶ ha confrontato l'efficacia e l'efficienza di istruzioni video e testuali sull'acquisizione di competenze relative a Internet e alle TIC per studenti anziani, *Pachis & Zonneveld, 2019*



- ▶ ha esaminato una serie di fattori che possono influenzare la discontinuità in: 1) utilizzo delle TIC, 2) ricerca di informazioni sulla salute e 3) ricerca di informazioni generali nel corso del tempo tra i residenti delle comunità di pensionati in assistenza continua, *Rikard et al., 2018*

#### Quali sono i fattori che incidono sulla distanza degli anziani dall'uso dei social media?

Sono stati identificati 28 articoli che hanno permesso di approfondire i fattori e le sfide seguenti:

- ▶ riduzione della velocità di apprendimento,
- ▶ difficoltà di memoria,
- ▶ necessità di adattamenti speciali ai programmi di formazione e complessità dei materiali didattici,
- ▶ I formatori TIC sembrano essere giudicanti, promuovono ritmi di apprendimento rapidi, hanno atteggiamenti giudicanti,
- ▶ falsa percezione di bassa autoefficacia,
- ▶ mancanza di fiducia nelle attività online,
- ▶ preoccupazioni per la sicurezza dei dati personali,
- ▶ questioni di sicurezza e privacy,

- ▶ difficoltà nel gestire le caratteristiche o i progetti tecnologici,
- ▶ debolezza nell'usabilità degli aggiornamenti, delle password, del wifi, nelle competenze necessarie per gestire dispositivi e app,
- ▶ autopercezione/stereotipo secondo cui "anziani" e "media digitali" sono due mondi diversi,
- ▶ la percezione che la tecnologia social venga utilizzata quando non è possibile comunicare in altri modi.

#### Quali sono le abilità e le competenze digitali che gli anziani possiedono per essere attivi sui social media?

3 articoli sono stati identificati in quanto hanno chiarito che

- ▶ gli anziani più impegnati dal punto di vista cognitivo hanno utilizzato più spesso Internet, ma non la TV o la radio, *Arthanat, 2021*.
- ▶ Il 50% delle persone tra i 60 e gli 80 anni ha utilizzato il computer per una vasta gamma di attività: confronto dei prezzi; ricerca di informazioni su hobby/interessi e attività del tempo libero; archiviazione di foto digitali; ricerca di consigli sulla salute; ricerca di informazioni sul meteo;

ricerca di informazioni sui viaggi; comunicazione via e-mail, *Boontasri & Temdee, 2020.*

- ▶ formazione specificamente incentrata sull'uso del computer come strumento sociale, oltre a garantire le competenze di base, *Damodaran et al., 2014.*

#### Quali sono le attività degli anziani sui social media?

13 articoli sono stati identificati in quanto chiarivano che gli anziani attraverso i social media:

- ▶ rafforzano le relazioni sociali,
- ▶ arricchiscono i contatti sociali,
- ▶ mantengono maggiormente attivi i legami sociali, familiari e comunitari attraverso la condivisione di informazioni e immagini,
- ▶ li usano per divertimento,
- ▶ utilizzano applicazioni come g-maps, facebook, paypal, piattaforme di acquisto, e-mail,
- ▶ sono informati dalla stampa online,
- ▶ commentano le pagine dei social media,
- ▶ condividono foto e video con amici e familiari,
- ▶ guardano i profili di altre persone che condividono gli stessi interessi,

- ▶ rimangono in contatto e incontrano persone della stessa età.

## PANORAMICA DELL'OFFERTA FORMATIVA

In totale, sono stati raccolti 25 riferimenti formativi sul vlogging e sull'apprendimento delle TIC per adulti da tutti i partner. Lo scopo dell'esplorazione delle offerte formative in 5 Paesi è stato quello di identificare le tendenze attuali nell'offerta di corsi per quanto riguarda i processi innovativi per le pratiche di vlogging e i corsi TIC (a pagamento, formali o non formali). Le tabelle 2a e 2b presentano i risultati del partenariato visualizzando le specifiche per paese in modo da individuare somiglianze e differenze.

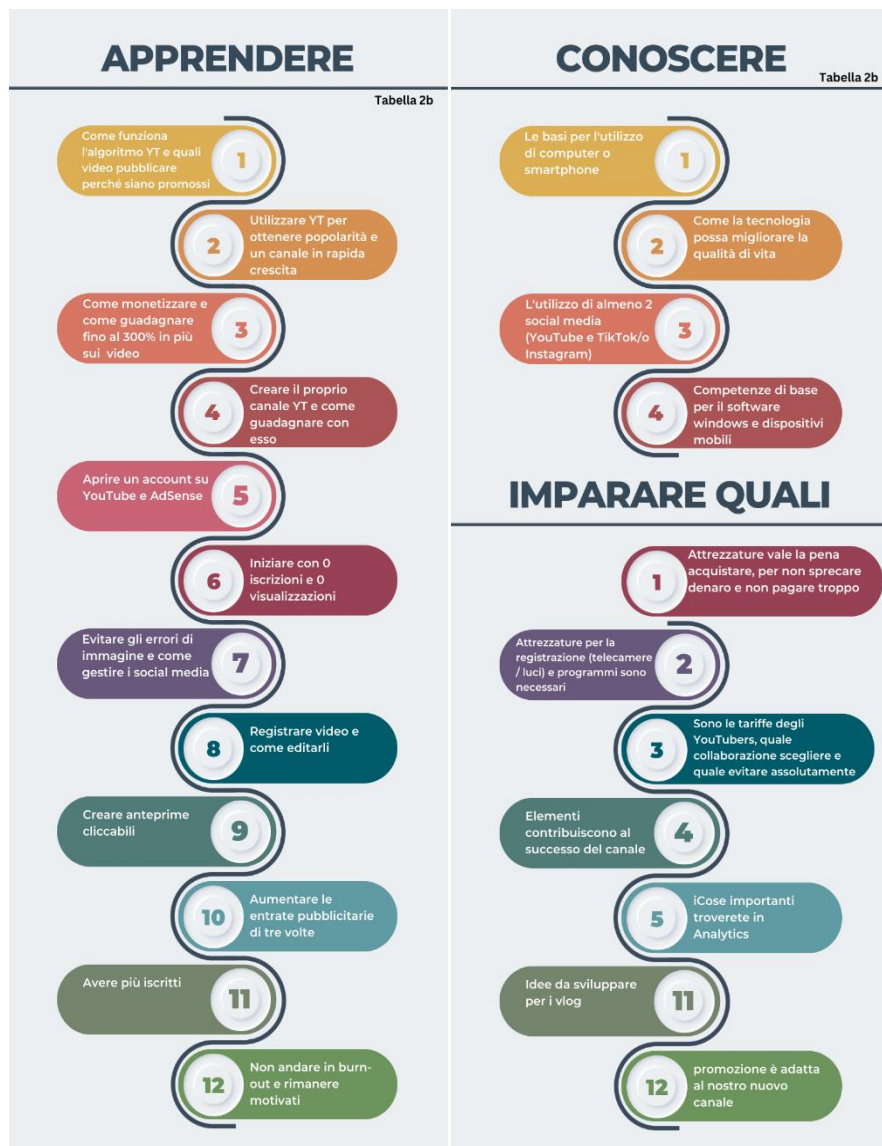
In particolare, nella tabella 2a si può osservare che su 25 programmi di formazione:

- ▶ In termini di **qualifiche**: 8 forniscono un certificato di partecipazione, 4 forniscono un certificato a livello nazionale o EQF, 1 è un sistema di badge aperto,



- ▶ In termini di **status giuridico dei formatori**: 9 sono privati, 4 pubblici e 4 informali,
- ▶ In termini di **tipo di formazione**: 8 sono online, 5 sono laboratori/elementi di gamification e 4 sono informali,
- ▶ In termini di **modalità di studio**: 7 sono in aula, 6 sono a distanza e 6 sono informali.
- ▶ In termini di **ore di insegnamento**: stimiamo una media di 35 ore, laddove le informazioni erano disponibili (in 7 riferimenti).
- ▶ In termini di pubblico di **riferimento**: 6 sono rivolti ad aspiranti creator, 4 sono indirizzati agli anziani e 6 sono aperti a tutti gli adulti.

La Tabella 2b mostra i dati raccolti per due fattori significativi dell'offerta formativa esaminati dai partner: **argomenti/moduli** e **conoscenze/abilità/competenze**. Per quanto riguarda gli argomenti/moduli, apparentemente i programmi di formazione affrontano argomenti fondamentali e introduttivi relativi alle TIC, alle piattaforme dei social media, all'uso delle attrezzature, ai programmi e alle operazioni del software, alle tecniche di comunicazione, ecc. Inoltre, tali argomenti sono etichettati sotto forma di domande, in modo da attirare l'attenzione dei corsisti e avere un impatto diretto sulla domanda dei corsisti su ciò che



sono desiderosi di imparare. Non viene fatta alcuna differenziazione in base al pubblico di destinazione; ciò significa che gli argomenti/moduli sono gli stessi indipendentemente dal fatto che siano rivolti a senior o a dilettanti/aspiranti creator. Un'argomentazione che si può addurre per la nota di cui sopra è la novità del programma educativo e il fatto che l'attività e l'impegno sui social media sono una tendenza e un comportamento appena arrivati in tempi di grande popolarità.

Per quanto riguarda le conoscenze/abilità/competenze, le affermazioni raccolte dai riferimenti formativi riflettono ciò che un corsista saprà, capirà e sarà in grado di fare al termine del processo di apprendimento. In particolare, i risultati dell'apprendimento indicati nella tabella 2b corrispondono ai livelli inferiori della tassonomia di Bloom - conoscenza e comprensione -.

## PANORAMICA DEI REPORT NAZIONALI SUI SOCIAL MEDIA

Secondo le linee guida fornite nel quadro strutturale per la ricerca (R1-T1) (Allegato I), tutti i paesi partecipanti dovevano compilare un rapporto nazionale basato su una ricerca

secondaria che individuasse le risorse nazionali e raccogliesse i dati grezzi rilevanti per:

- *Quota di Internet, YouTube e TikTok sulla popolazione totale e sui gruppi di età: 7-13 anni e 60+ anni,*
- *Elenco delle 10 categorie più popolari nei canali YouTube e TikTok tra il pubblico senior,*
- *Elenco di 10 vlog popolari nei canali YouTube e TikTok rivolti agli anziani e ai giovani,*
- *Elenco di 10 vlog popolari nei canali YouTube e TikTok prodotti da anziani e da giovani.*

A causa dell'accesso limitato alle risorse nazionali, tuttavia, Portogallo e Cipro non sono riusciti a fornire rapporti nazionali completamente completi. Pertanto, le osservazioni e le conclusioni comparative non sono rappresentative e i risultati di seguito riportati si concentrano su tre Paesi: Polonia, Grecia e, in parte, Italia.

Pertanto, questa sezione presenta i risultati e le note comparative (ove disponibili) riguardanti:

- *Percentuale di persone che utilizza Internet, YouTube e Tik Tok sulla popolazione totale, e per i gruppi 7-13 anni e 60+ anni per tutti i paesi SeniorVlog (Tabella 3)*
- *Elenco delle 10 categorie più popolari nei canali YouTube vs TikTok tra il pubblico senior in Polonia, Grecia e Italia (Infografica 4)*
- *Elenco delle 10 categorie più popolari negli account YouTube degli anziani rispetto ai giovani (Tabella 6)*
- *Elenco dei 10 account più popolari di YouTube e dei canali TikTok rivolti agli anziani in Polonia, Grecia e Italia (Tabella 7).*
- *Elenco dei 10 account più popolari in YouTube e dei canali TikTok creati da anziani in Polonia e Grecia (Tabella 8)*

Le ultime due tabelle sono incluse nel rapporto come allegati solo per motivi informativi, a causa della mancanza di conoscenza dei contenuti degli account social. Non è stato possibile effettuare confronti.

## Percentuale di utilizzo di Internet, YouTube e TikTok

Tabella 3. Percentuale di Internet, YouTube e Tik Tok sulla popolazione totale e sui gruppi di età 7-13 anni, 60+ anni in tutti i Paesi SENIORVLOG

	Percentuale di utilizzo di Internet			Percentuale di utilizzo di YouTube			Percentuale di utilizzo di TikTok		
	Totale	7-13 anni.	60+anni.	totale	7-13 anni.	60+ anni.	totale	7-13 anni.	60+ anni.
Polonia	84%	<b>98%</b> (16-19 anni)	61% (65-74 anni)	<b>98%</b>	4% (13-17 anni)	<b>58%</b> (65+)	<b>28,6%</b>	25% (10-19 anni)	<b>11%</b> (50+)
Italia	81,27%	93% (6-14 anni)	50%	67%	19% (6-24 anni)	39% (45+)	8%	<b>41%</b> (16-24 anni)	5% (35+)
Portogallo	85%	-	48% (65-74 anni)	84%	<b>27%</b>	-	3 m	18%	-
Cipro	<b>86%</b>	-	58% (64+)	2,47%	-	-	7%	-	0,6% (55+)
Grecia	80%	-	<b>74%</b>	74%	-	18% (55+)	3%	-	90.000

Esaminando la percentuale di utilizzo di Internet rispetto alla popolazione totale di tutti i Paesi partecipanti, la Polonia raggiunge le percentuali più alte in quasi tutti i gruppi di età e le categorie di social media. In particolare, la Polonia raggiunge:

- 98% di utilizzo di Internet per il gruppo di età 16-19 anni,
- 98% di canali YouTube per la popolazione totale,
- 58% su YouTube per il gruppo di età 60+ anni e
- 29% su TikTok per la popolazione totale del Paese.

Tuttavia, l'Italia detiene il primo posto nella quota di utilizzo di TikTok nella popolazione giovanile (41%). Il Portogallo, poi, è al primo posto per la percentuale di utilizzo di YouTube tra i giovani (27%) e la Grecia è al primo posto per la percentuale di utilizzo di Internet nella fascia di età superiore ai 60 anni (74%). Infine, Cipro è il primo tra i partner con la più alta percentuale di utilizzo di Internet sulla popolazione totale (86%).

*Infografica: 10 categorie popolari nei canali YouTube vs TikTok tra il pubblico senior in Polonia, Grecia e Italia*

## 10 categorie popolari tra la popolazione senior: YouTube vs TikTok

La seconda parte del report nazionale ha riguardato la documentazione delle 10 principali categorie dei canali YouTube e TikTok tra la popolazione senior. I risultati mostrati nelle seguenti infografiche indicano che tra i tre Paesi esaminati:

- Solo una categoria compare nella stessa posizione di classifica all'interno dello stesso paese e in entrambi i canali dei social media: la **cucina, la Grecia**.
- Solo una categoria compare nella stessa posizione di classifica all'interno dello stesso canale di social media in due paesi: **tutorial, YouTube, Grecia-Italia**

### GRECIA

VS

	
	
SALUTE & FITNESS	FASHION
	
CUCINA	CUCINA
	
NEWS & POLITICA	MUSICA
	
SPORTS	PSICOLOGIA
	
FASHION	VIAGGI
	
PERSONE & BLOGS	ARTIGIANATO
	
RELIGIONE	COSMETICA
	
COMEDIA	LIBRI
	
MUSICA & DANZA	SPORTS
	
TUTORIAL	OPINIONE

### POLONIA

VS

	
	
COMEDIA	INTRATTENIMENTO
	
RELIGIONE	DANZA
	
SALUTE & FITNESS	LIFESTYLE
	
INFORMAZIONE	STRATEGIE
	
APPRENDIMENTO	CUCINA
	
CUCINA	NEWS
	
VIAGGI	EDUCAZIONE
	
MUSICA & DANZA	FITNESS & SPORTS
	NA
DIY	NA
	NA
POLITICA	NA

### ITALIA

VS

	
	
ASMR	#IDIDITMYSELF
	
COMPILATION	#CARBONARA
	
ISTRUZIONE	#BEAUTYROUTINE
	
INTRATTENIMENTO	#SPORTAZZURRO
	
VIDEOGIOCHI	#DUETTOCONLAURA
	NA
SPETTACOLO	NA
	NA
GIORNALISMO	NA
	NA
RECENSIONI	NA
	NA
VIAGGI	NA
	NA
TUTORIAL	NA



Se si approfondisce, si può notare che alcune categorie compaiono più di una volta. La tabella 5 presenta:

- i sottogruppi creati in base a caratteristiche/categorie comuni,
- i paesi in cui sono registrati o meno e
- i canali social in cui è stata monitorata la loro presenza.

In conclusione, i sottogruppi di categorie con la più alta frequenza di preferenza, vale a dire più alto numero di #iscrizioni e #visualizzazioni, sono pertinenti all'**attualità**, alla **musica**, alla **danza** e alla **cucina**, indipendentemente dalle piattaforme di social media a cui il pubblico sceglie di accedere. Inoltre, è evidente che tutte le sottocategorie sono accessibili attraverso la piattaforma social di YouTube, mentre i sottogruppi di salute e fitness, religione e tutorial hanno registrato un numero inferiore di iscrizioni e visualizzazioni attraverso la piattaforma di TikTok.

Tabella 5 Sottocategorie

Sottogruppi	# apparsi					
informazione/news/ spettacolo/politica/ giornalismo	5	✓	✓	✓	✓	✓
musica & danza	5	✓	✓	✗	✓	✓
cucina	5	✓	✓	✓	✓	✓
fashion/ beauty routine lifestyle/ cosmetica	4	✓	✓	✓	✓	✓
viaggi	3	✓	✓	✓	✓	✓
sports	3	✓	✓	✓	✓	✓
salute & fitness	2	✓	✓	✗	✓	✓
religione	2	✓	✓	✗	✓	✓
commedia	2	✓	✓	✗	✓	✓
intrattenimento	2	✓	✗	✓	✓	✓
tutorial	2	✗	✓	✓	✓	✗

## 10 categorie popolari negli account YouTube di anziani e giovani

Oltre a confrontare la presenza dei senior sui social media nei diversi Paesi e sulle diverse piattaforme sociali, questo report cerca anche di definire la connessione dei vlogger senior con i giovani in una conversazione di vlogging multigenerazionale.

Per questo motivo, i dati rilevanti raccolti da Polonia e Grecia (non raggiungibili dagli altri Paesi partecipanti), ci portano ad

alcune osservazioni indicative e preliminari. Si suggerisce di effettuare ulteriori ricerche transnazionali su questo tema.

La tabella 6 mostra quali categorie sono state monitorate nella piattaforma YouTube con il maggior numero di #iscrizioni e di #visualizzazioni tra due diverse popolazioni di età: 60+ anni e 7-13 anni.

Tabella 6.10 categorie popolari negli account YouTube di anziani e giovani

<b>SENIOR</b>		<b>GIOVANI</b>	
<b>Polonia</b>		<b>Grecia</b>	
Commedia	Gioco	Salute e fitness	Intrattenimento
Religione	Stile di vita	Cucina	Videogiochi
Salute e fitness	Commedia	Notizie e politica	Persone e blog
Informazioni/Notizie	Scherzo	Sport	Scienza
Istruzione	Musica	Come fare	Commedia
Cucina	Scienza	Persone e blog	Come fare
Viaggi	Recensioni	Religione	Telecronaca
Musica e danza	Bellezza	Commedia	Sfida
FAI DA TE	Sport	Musica e danza	Vita scolastica
Politica	Istruzione	Scienza Tecnologia	Artigianato

In Polonia, il pubblico senior e quello giovanile di YouTube hanno in comune la preferenza per le categorie **commedia** e **musica**, mentre in Grecia, **attualità**, **persone e blog**, **scienza e commedia** sono categorie assegnate a entrambe le fasce d'età. A quanto pare, esiste un dialogo tra queste due fasce d'età su YouTube, principalmente incentrato sulle categorie sopra menzionate, anche se non è evidente quale fascia d'età inneschi questa relazione bidirezionale.

## 10 account popolari rivolti agli anziani - YouTube VS TikTok

Tabella 7.10 account popolari nei canali YouTube vs TikTok rivolti agli anziani

<b>YouTube</b>	<b>TikTok</b>	<b>YouTube</b>	<b>TikTok</b>
<b>Polonia</b>		<b>Grecia</b>	
Małgorzata Kospin	igwi.tv	Accademia della salute	Nataliapietri
Aktywny Senior	katmelcher	Mr.Gnosi2go	Fotiboecherer
Głos Seniora TV	koliberek369	MagiaCookTv	Ilias Psinakis
Dom bez nudy	coolbabciia	Αντε Γειά Ufficiale	DimitrisLikotrafitis
<b>YouTube</b>	<b>TikTok</b>	<b>YouTube</b>	<b>TikTok</b>
<b>Polonia</b>		<b>Grecia</b>	
Telewizja Pokolenia	taneczny_lech	CuzinaGias συνταγές	Annavissiofficiale
Centrum Zdrowego i Aktywnego Seniora, Łódź	malgorzatakospin	Agnes Alice Mariakaki	Lakisgavalasofficial
Telewizja Senior	bibliotekamlodzieszyn	Iosif Papadopoulos	Akadimia_ygeias
Pora na seniora	nataliadeja	Savvas Kalanderides	Vaggelisfousteris
Seniorfit Ula Stanowska è una gymnastyka dla Seniora	mok_wys_maz	Gusto ed economia	Agnese.mariakaki
życie i podróże na emeryturze	e_misja	Lousy Apostolopoulou	Stefanoskogias

## 10 account popolari creati da anziani - YouTube VS TikTok

Tabella 8.10 account popolari nei canali YouTube vs TikTok creati da anziani

YouTube	TikTok	YouTube	TikTok	YouTube	TikTok
Polonia		Grecia		Italia	
BaskaTiVi	waciaborkowska323	MagiaCookTv	Nataliapietri	Le nonne della pasta	NA
Tomasz Raczek	kajtenlotos	Αντε Γειά Ufficiale	Fotiboecherer	<u>Casa Surace</u>	<u>NA</u>
Dziarski dziadek Antoni Huczyński	dziadek_kozak	Cuzina Gias συνταγές	Ilias Psinakis	<u>Ricette delle nonne</u>	<u>NA</u>
Hiob, l'eVAngel (Religione)	extra babcia	Agnes Alice Mariakaki	Annavissiofficiale	NA	NA
Bogusława Spryszyńska (Trucco)	koliberek369	Iosif Papadopoulos	Lakisgavalasofficial	NA	NA
ŻYCZENIA POZDROWIENIA EDUKACJA (Kazimierz Surma)	mariuszpujszo	Savvas Kalanderides	Vaggelisfousteris	NA	NA
Kamper 4x4 (Viaggio)	babcia ela	Gusto ed economia	Agnese.mariakaki	NA	NA
Dom bez nudy (fai da te)	babciadanutkaodmic hala	Lousy Apostolopoulou	Stefanoskogias	NA	NA
Pan Kazimierz (Commedia)	jola1328	Ilias Psinakis	Takispapamatthaiou	NA	NA
Janusz Górski (Natura, agricoltura, fatti interessanti)	taneczny_lech	Creazioni Socrate	CuzinaGias	NA	NA

## RICERCA SUL CAMPO

L'ultima fase della ricerca SeniorVlog per la formulazione del presente report di analisi comparativa ha comportato la realizzazione di 5 workshop nei Paesi del partenariato del progetto SeniorVlog. Le sessioni di lavoro sono state rivolte a cittadini senior, formatori TIC e/o professionisti del settore, con l'obiettivo di presentare i primi risultati della ricerca, consultare i

risultati ed esplorare la reazione generale alla presenza dei senior nei social media e il fenomeno del vlogging dei senior come visto dai partecipanti. È stata sviluppata una guida alla discussione, fornita nel quadro strutturale della ricerca (Allegato I), e ogni Paese era responsabile del reclutamento di 12 partecipanti per ogni sessione di lavoro. Dopo le sessioni/interviste, ogni partner ha compilato dei moduli di resoconto che hanno facilitato l'analisi dei risultati.

Complessivamente, sono stati raggiunti 85 partecipanti, sia online che in presenza, che hanno preso parte a 8 sessioni di lavoro e 5 interviste in 5 Paesi del partenariato del progetto SeniorVlog. L'agenda è stata comune a tutti i Paesi e si è concentrata su:

- Breve presentazione del progetto

- Presentazione della metodologia e del report di analisi nazionale
- Tavola rotonda tra tutti i partecipanti seguendo la guida alla discussione moderata da 2 rappresentanti dei partner.
- Presentazione della struttura del corso di formazione rivolto ai senior (PR2) e della successiva trasposizione del corso in formato e-learning (PR3).

## **PANORAMICA DEI WORKSHOP E DELLE INTERVISTE NAZIONALI**

### **Comprensione generale della presenza dei senior sui social media e della nozione di vlogging per senior**

I partecipanti senior hanno affermato la loro presenza sui social media e su internet. Il livello di partecipazione e di impegno, insieme al tipo di attività, dipende dalla personalità, dagli interessi e dalle esperienze formali o non formali che un senior possiede. Per loro non esistono regole o limitazioni quando navigano in internet o nei social media.

Allo stesso tempo, si sentono insicuri per quanto riguarda le loro competenze digitali; tuttavia, questo non li scoraggia a provare e a imparare dai loro fallimenti.

### **Competenze**

Di primo acchito, i senior hanno risposto che non sono richieste competenze. Tuttavia, dopo una riconsiderazione più approfondita, i senior hanno ammesso che le competenze digitali sono prerequisiti fondamentali insieme a una buona conoscenza della lingua inglese. A questo proposito, va sottolineato che i senior sottolineano l'importanza della

motivazione e della volontà di imparare come "abilità" principali per una presenza attiva sui social media, che superano la mancanza di competenze digitali.

Inoltre, i senior hanno dichiarato che le seguenti competenze sono importanti: familiarità con i dispositivi e le apparecchiature, capacità di comunicazione.

### **Vantaggi/ Svantaggi/ Sfide nella presenza, nell'attività e nell'impegno dei senior sui social media e nel vlogging**

Per cominciare, i senior hanno detto che la connessione con le persone è il beneficio più alto. Altri benefici sono il trasferimento di conoscenze ed esperienze di vita alle nuove generazioni, l'hobby, il ritorno economico, ecc.

Per quanto riguarda gli svantaggi e le sfide, i senior hanno sollevato, oltre alla mancanza di competenze digitali, argomenti incentrati principalmente sul vlogging dei senior. Più precisamente, hanno discusso del fatto che le capacità di memoria (ricordo) stanno iniziando a diminuire, causando loro difficoltà nella gestione delle applicazioni. Inoltre, hanno menzionato che i corsi di formazione sulle TIC o sul vlogging per anziani non sono facili da raggiungere e, per di più, costano.

Inoltre, hanno espresso la loro preoccupazione per la protezione delle loro informazioni personali e per come queste possano essere gestite nel processo di vlogging.

### **Corsi di formazione**

La maggior parte dei partecipanti senior non sapeva che esistono programmi di formazione su misura incentrati sulle competenze informatiche, digitali e sul vlogging rivolti in particolare ai cittadini senior. Tuttavia, coloro che ne conoscevano l'esistenza hanno commentato che sono notevolmente costosi e questo è uno svantaggio. Inoltre, nelle

sessioni a cui hanno partecipato i professionisti TIC, i formatori hanno sottolineato che è impegnativo e richiede tempo formare i senior, per cui è necessario essere compassionevoli, pazienti, utilizzare un modello di guida totale e di mentoring piuttosto che adottare un metodo di insegnamento tradizionale frontale.

#### *Citazioni:*

*"Il corso SeniorVlog potrebbe chiamarsi: dall'indipendenza alla professionalità".*

*"Le informazioni e i dati personali sono un problema, per esempio possono fare un video e condividere cose personali come la loro casa o informazioni che li rendono vulnerabili senza capirlo.... "*

*"Come facciamo a sapere cosa è vero e cosa è una fake news - dopo tutto, è reso esplicito? "*

*"Dobbiamo motivarli attraverso la passione, la formazione e il supporto passo per passo, come per l'assistenza tecnica, le impostazioni di rete, la spiegazione delle unità condivise. Il supporto multigenerazionale è molto apprezzato"*

*"Nessuno nasce esperto, ma ci si forma, meglio forse iniziare con l'insegnamento in piccoli gruppi".*

*"Attraverso i social media possiamo trasmettere un'idea di invecchiamento positivo, per gridare al mondo che la vecchiaia non è una malattia!!!". "*

## RACCOMANDAZIONI

Infine, questa sezione cerca di rispondere alle domande di ricerca e fornisce anche alcune raccomandazioni affinché il programma formativo SeniorVlog affronti le caratteristiche demografiche, culturali e comportamentali della popolazione senior nei Paesi del partenariato in cui si è concentrata la ricerca.

### Domanda di ricerca 1:

Qual è l'attuale percentuale di utilizzo di Internet tra gli adulti più anziani (sopra i 60 anni)?

### **Risposta:**

Sulla base di dati nazionali secondari di Polonia, Italia, Portogallo, Grecia e Cipro, riportiamo di seguito l'andamento della popolazione senior (60+ anni) nell'utilizzo di Internet, i rapporti e le percentuali.

Polonia	Italia	Portogallo	Grecia	Cipro
6:10	5:10	4:10	8:10	6:10
61%	50%	48%	74%	58%

### **Raccomandazione:**

È evidente che in tutti i Paesi quasi la metà della popolazione senior utilizza Internet, il che significa che esiste un terreno fertile per un'ulteriore crescita dell'alfabetizzazione digitale, dell'empowerment e dell'impegno all'interno di questa fascia di età. Per il progetto SeniorVlog in particolare, la conclusione di cui sopra indica che il progetto si rivolge a un pubblico molto ampio che ha il potenziale e l'interesse di essere coinvolto nel mondo dei social media esplorando i vantaggi del vlogging grazie al programma formativo SeniorVlog.

### Domanda di ricerca 2:

Quanto è popolare il vlogging e quali sono i video (e le categorie di video) più popolari tra gli adulti più anziani (sopra i 60 anni)?

### **Risposta:**

Sulla base della ricerca primaria condotta sui social media YouTube e TikTok, i risultati hanno portato alla conclusione che le categorie e i video di vlogging variano a causa delle differenze socioculturali, delle preferenze e degli interessi specifici. Tuttavia, nel nostro tentativo di unificare i video, i vlogger e le categorie, sono state individuate le seguenti



categorie ad alta frequenza di preferenza tra la popolazione anziana dei partner e in entrambi i canali: **attualità, musica e danza, cucina, viaggi, sport/ fitness, moda/bellezza.**

#### **Raccomandazione:**

Il programma formativo SeniorVlog dovrebbe utilizzare le tematiche sopra citate come esempi per ispirare le attività di creazione di vlogging degli studenti senior e sostenere il personale formativo e i tutor nell'utilizzo di tali argomenti come casi di studio per evidenziare le tecniche di successo del vlogging.

#### **Domanda di ricerca 3:**

Quanto è popolare il vlogging e quali sono i video (e le categorie di video) più popolari tra i giovani (7-13 anni)?

#### **Risposta:**

Secondo i risultati della nostra ricerca, l'Italia occupa il primo posto nella percentuale di utilizzo di TikTok nella popolazione giovanile (41%), mentre il Portogallo è al primo posto nella percentuale di utilizzo di YouTube tra i giovani (27%). In Polonia, il pubblico senior e quello giovanile di YouTube hanno in comune la preferenza per le categorie della **commedia** e

della **musica**, mentre in Grecia l'**attualità, le persone e i blog, la scienza e la commedia** sono categorie comunemente identificate in entrambi i gruppi di età. Tuttavia, va notato che le categorie dei **giochi, degli scherzi, della vita scolastica** e della **scienza** sembrano essere preferite dalla popolazione giovane rispetto a quella senior, che non ha registrato tali argomenti nei video.

#### **Raccomandazione:**

Le attività e le performance di vlogging per giovani e senior sono due mondi paralleli che coesistono e si rivolgono a un pubblico di tutte le età. Il programma SeniorVlog potrebbe sfruttare questo aspetto e promuovere il concetto di non discriminazione per età nel vlogging.

#### **Domanda di ricerca 4:**

Sono disponibili offerte di formazione su come fare vlog? Questi corsi sono adatti agli anziani? Che tipo di competenze coprono?

#### **Risposta:**

La nostra ricerca ha identificato 25 programmi di formazione relativi al vlogging nei Paesi del partenariato. Tutti offrono una struttura formativa consolidata progettata per il coinvolgimento dei corsisti nel mondo dei social media, soddisfacendo le condizioni di formazione quali qualifiche, modalità di studio,

struttura del corso, ore di apprendimento, ecc. Tuttavia, dalla nostra ricerca sul campo e in particolare dai nostri workshop, abbiamo ricevuto la preoccupazione che i corsi disponibili non siano tutti gratuiti. Per quanto riguarda l'adeguatezza delle offerte formative alla popolazione senior, è emerso che alcune di esse sono state progettate appositamente per la popolazione senior (corsi di formazione in Portogallo e Polonia) concentrandosi sulle specifiche e sulle esigenze del gruppo di età. In termini di copertura delle competenze, i programmi di formazione esistenti corrispondono ai livelli più bassi della tassonomia di Bloom - conoscenza e comprensione - e in particolare si concentrano sull'alfabetizzazione digitale e meno sul supporto vis-a-vis.

**Raccomandazione:**

Il programma formativo SeniorVlog potrebbe ispirarsi ai corsi esistenti e sviluppare ulteriormente le aree che consentiranno agli studenti senior di impegnarsi nel vlogging, garantendo una partecipazione piacevole e accattivante e aumentando la loro creatività.

**Domanda di ricerca 5:**

Quali sono le aree principali in cui i senior dovrebbero essere formati per migliorare le loro competenze digitali e acquisire

abilità di vlogging? Qual è la modalità/modello di formazione ottimale per gli anziani?

**Risposta:**

Sulla base dei risultati dei nostri workshop e delle conclusioni dell'analisi della letteratura, concludiamo che i senior non hanno competenze digitali rilevanti per il processo di vlogging, sebbene abbiano familiarità con i social media. In particolare, i senior considerano le competenze digitali di base e la buona conoscenza della lingua inglese come aree fondamentali su cui lavorare. Inoltre, i senior hanno menzionato la familiarità con i dispositivi/attrezzature e le capacità di comunicazione. Per quanto riguarda il metodo di erogazione della formazione, è stato notato che i corsisti senior dovrebbero ricevere un trattamento speciale a causa delle sfide fisiche e mentali che incontrano con l'invecchiamento.

**Raccomandazione:**

Il programma formativo di SeniorVlog si basa su tre pilastri: a) competenze tecniche relative al processo di vlogging, b) competenze digitali di base relative all'infrastruttura informatica e c) competenze pratiche di produzione di vlog. Si propone che tali competenze siano acquisite "alla pari" con formatori TIC esperti nell'insegnamento alla popolazione senior. Pertanto, il metodo del tutoraggio è considerato adatto.



# ALLEGATO I QUADRO STRUTTURALE DELLA RICERCA

## Introduzione

Questo progetto mira a migliorare la vita delle persone anziane, preparandole a utilizzare appieno le possibilità che offre Internet e a diventare più visibili sui social media. La creazione dell'innovativo programma di formazione e mentoring SeniorVlog offrirà un approccio strutturato per dotare gli studenti adulti senior e allo stesso tempo gli utenti di Internet di competenze e abilità digitali chiave che consentiranno loro di diventare Vlogger visibili nella comunità di Internet, proprio come i cittadini anziani sono sempre più visibili nelle nostre società del "mondo reale". L'obiettivo del supporto di mentoring sarà quello di creare un luogo di lavoro sicuro e connessioni interpersonali, dove il divario generazionale avrà la possibilità di ridursi grazie a elementi di gamification, incoraggiando il dialogo intergenerazionale.

Il programma darà la possibilità di collegare diversi stili di vlogging, temi e conversazioni di vlogging intergenerazionali e internazionali. L'innovativo programma di formazione e

tutoraggio SeniorVlog aiuterà i senior a crescere e a condividere la loro passione, le loro conoscenze e a diventare più sicuri di sé come creatori di contenuti e know-how. Il corso aiuterà anche in un caso piuttosto comune: la mancanza di una persona della famiglia o dell'ambiente circostante che trovi il tempo e la pazienza per introdurre il senior in un mondo virtuale inizialmente complicato.

La versione online della Guida al Senior Vlogging è destinata a raggiungere molti utenti adulti di Internet desiderosi di iniziare a fare Vlogging, senza limiti di età. Il progetto incoraggia i cittadini senior nel prendere in mano il proprio futuro, crea e sviluppa offerte di apprendimento flessibili e adatte alle esigenze di apprendimento di adulti che possono essere a rischio di discriminazione per età. Il progetto promuove l'inclusione sociale e offre nuove opportunità di formazione per adulti, in particolare per gli adulti senior con un livello inferiore di abilità digitali, conoscenze e competenze TIC e per il team delle organizzazioni partner - ora con la possibilità di una nuova opportunità e un ruolo innovativo di mentore/educatore di Vlogging.



Il programma SeniorVlog promuoverà lo sviluppo di competenze sociali, offrendo opportunità di partecipazione alla vita sociale e ai social media. Fornirà strategie di orientamento e motivazione per mentori ed educatori e per gli utenti finali.

Dalle ricerche svolte da tutti i partner del progetto si è giunti alla presente relazione comparativa sull'analisi dei contenuti e dell'utilizzo dei social media da parte degli adulti più anziani (+60 anni). I risultati emersi hanno permesso di trarre importanti indicazioni per definire le specifiche (basi) per il Curriculum del Programma di Formazione SeniorVlog.

Questa metodologia mira a fornire strumenti e istruzioni appropriate per semplificare le attività di raccolta dei dati e a guidare i partner di SENIORVLOG su come documentare lo stato attuale e futuro della presenza dei senior (60+ anni) e dei giovani (7-13 anni) nell'uso dei social media, oltre a identificare le offerte formative disponibili sul vlogging rivolte agli studenti senior. In particolare, il primo risultato del progetto, la relazione comparativa che include l'analisi dei contenuti dei social media, è un elemento fondamentale per il secondo risultato del progetto, che fornisce le basi informative necessarie per lo sviluppo dei risultati di apprendimento del curriculum SENIORVLOG. Fornirà ai partner istruzioni passo-passo su

come contribuire alla raccolta e alla documentazione delle prove, affrontando i seguenti aspetti:

- Metodi di raccolta dei dati
- Attività di ricerca
- Criteri di raccolta dati (qualità)
- Piani di ricerca e fasi di attuazione
- Strumenti di raccolta delle informazioni e di reporting
- Parole chiave di ricerca e fonti di dati
- Gruppi target
- Obiettivi di raccolta dati
- Assegnazione del lavoro e tempistica

La metodologia fornirà anche linee guida su come redigere un report di analisi a livello nazionale che serva come punto di partenza per la discussione con gli stakeholder e come base per la stesura del curriculum di formazione; riguardo a ciò che un discente conosce, comprende ed è in grado di fare al termine del processo di apprendimento, e su come collegare i risultati dell'apprendimento con i metodi e i materiali di insegnamento e valutazione.

Il report è strutturato come segue. La sezione 2 illustra l'approccio metodologico e definisce le domande di ricerca. La sezione 3 illustra i piani di ricerca per ogni attività e i metodi di

raccolta dei dati. La sezione 4 presenta il piano d'azione e il piano temporale per l'attuazione del primo output. La sezione 5 contiene le linee guida su come preparare il report di analisi del Paese per la raccolta dei dati. La sezione 6 fornisce istruzioni su come formulare i risultati dell'apprendimento. Infine, la sezione 7 contiene tutti gli strumenti di raccolta che i partner devono utilizzare per ogni attività di ricerca. Tali strumenti sono presentati come allegati alla fine del documento.

## **APPROCCIO METODOLOGICO**

### **Scopo e domande di ricerca**

L'obiettivo generale delle attività di ricerca del presente risultato è quello di comprendere meglio e recuperare maggiori informazioni sul fenomeno del SeniorVlogging nei Paesi partner e in tutta l'UE, migliorando l'intelligence sul campo (che ora è per lo più limitata all'uso generale di Internet e alla presenza sui social media) e fornendo una base informata per lo sviluppo di OER pertinenti.

La ricerca cerca di rispondere alle seguenti domande di ricerca:

- Qual è l'attuale percentuale di utilizzo di Internet tra gli adulti più anziani (sopra i 60 anni)?
- Qual è l'attuale percentuale di presenza sui social media degli adulti più anziani (sopra i 60 anni)?

- Quanto è popolare il vlogging e quali sono i video (e le categorie di video) più popolari tra gli anziani (sopra i 60 anni)?
- Quanto è popolare il vlogging e quali sono i video (e le categorie di video) più popolari tra i giovani (7-13 anni)?
- Sono disponibili offerte di formazione su come fare vlog? Questi corsi sono adatti agli anziani? Che tipo di competenze coprono?
- Quali sono le aree principali in cui i senior dovrebbero essere formati per migliorare le loro competenze digitali e acquisire abilità di vlogging? Qual è la modalità/modello di formazione ottimale per gli anziani?

### **Metodologia di ricerca**

La raccolta delle informazioni è avvenuta attraverso una combinazione di desk research e ricerca sul campo.

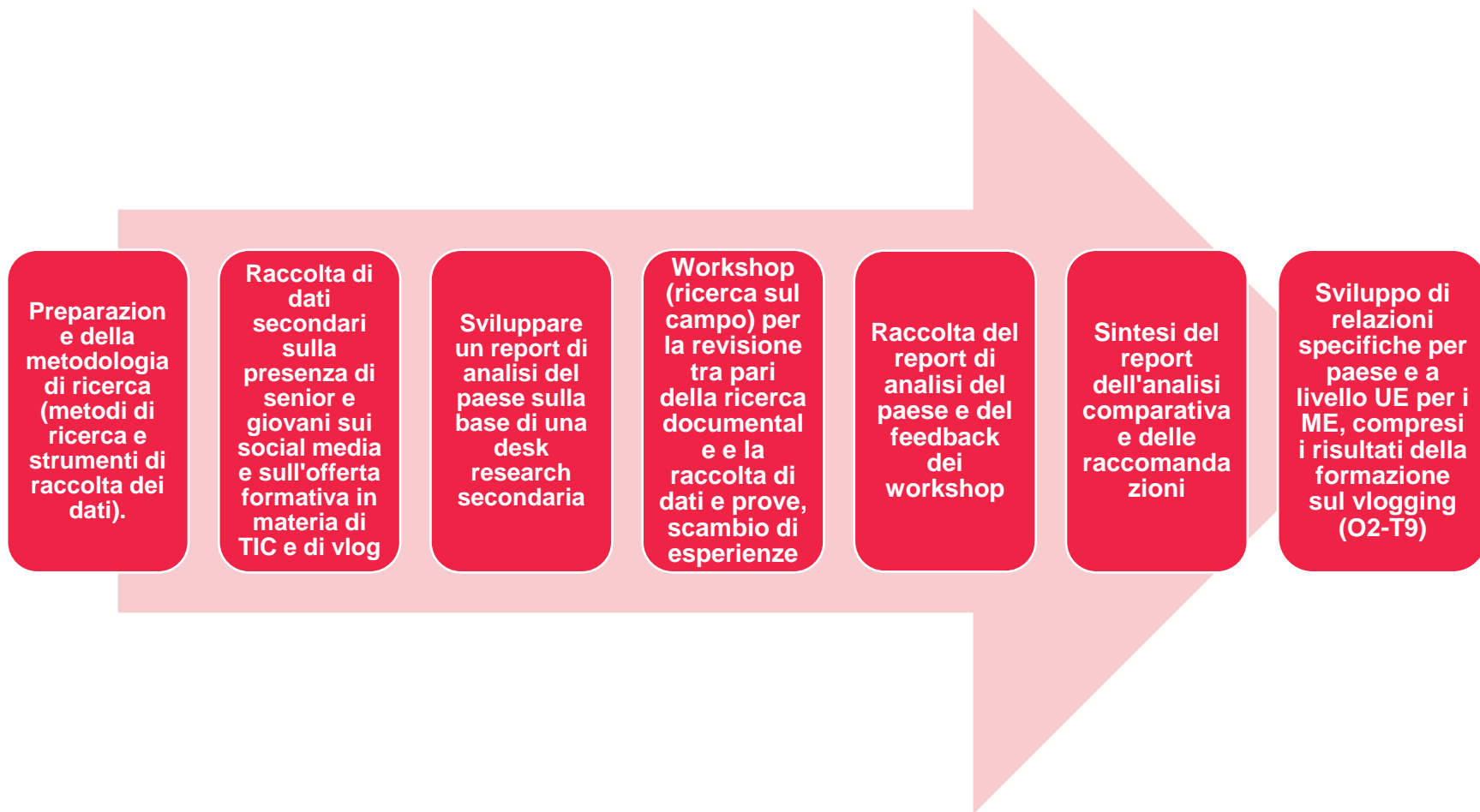
1. **Desk research:** è stata effettuata un'analisi della letteratura per raccogliere informazioni sull'uso e la presenza sui social media da parte di anziani e giovani. Inoltre, sono state raccolte le offerte formative esistenti per il vlogging, come mezzo per identificare le tendenze attuali nell'offerta di corsi per quanto riguarda i processi innovativi per le pratiche di vlogging e per i corsi TIC (a pagamento, formali o non formali) rivolti ai cittadini



senior. Questa attività aiuterà a definire l'attuale livello di vlogging tra gli anziani e i giovani. Per facilitare la documentazione delle evidenze e la creazione di un report di analisi del Paese, verranno utilizzati dei moduli di reportistica per la desk research.

- 2. Ricerca sul campo:** La ricerca sul campo incentrata sul vlogging per adulti è stata condotta con workshop/ sessioni di lavoro. In particolare, 12 rappresentanti di enti di formazione per adulti, esperti sul campo e professionisti nel campo delle TIC, dell'educazione degli adulti ed esperti di vlogging hanno partecipato alla revisione dei report di analisi nazionali prodotti dalla desk ricerca e, allo stesso tempo, sono stati raccolti input da professionisti e senior in relazione alle risorse educative TIC disponibili e alle modalità di vlogging. I risultati dei workshop saranno importanti per l'implementazione dei risultati 2 e 3 (curriculum del programma di formazione SENIORVLOG, guida al mentoring e raccomandazioni per il supporto ai vlogger senior). Se ritenuto necessario, potranno essere condotte interviste personali semi-strutturate per fornire approfondimenti in caso di fallimento dei workshop.

**FIGURA 1: PROGRESSIONE DEI COMPITI CHE HANNO PORTATO ALL'ELABORAZIONE DEL REPORT COMPARATIVO**





## ATTIVITA' DI RICERCA

Questa sezione fornisce una panoramica delle attività di ricerca che sono state svolte dai partner per ottenere un quadro della presenza dei senior sui social media, con particolare attenzione alle attività di vlogging. Verranno fornite istruzioni dettagliate sotto forma di piani di ricerca dettagliati per ogni attività di ricerca, specificando anche il coinvolgimento dei partner e il contributo atteso.

Area	Titolo dell'attività di ricerca	LIVELLO NAZIONALE	LIVELLO EUROPEO
<b>VLOGGING SENIOR</b>	3.1 Raccolta dei dati sulla presenza dei senior sui social media	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>PCG</b>
	3.2. Vlogging senior: Analisi della situazione attuale	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>ANS</b>
	3.2.1 Categorie popolari di canali YouTube, TikTok (vlog) rivolti agli anziani	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>APX</b>
	3.2.2 Elenco dei vlog, canali YouTube e TikTok più popolari tra gli anziani	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>CUT</b>
	3.2.3 Elenco di vlog popolari, canali YouTube e TikTok prodotti dai senior	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>EXELIA</b>
<b>VLOGGING GIOVANILE</b>	3.3.1 Il vlogging giovanile: Analisi della situazione attuale Categorie popolari di canali YouTube (vlog), TikTok rivolti ai bambini/giovani	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>PCG</b>
	3.3.2 Elenco dei vlog, canali YouTube e TikTok più popolari tra i bambini/giovani	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>ANS</b>
	3.3.3 Elenco di vlog popolari, canali YouTube, TikTok prodotti da bambini/giovani	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>APX</b>

Area	Titolo dell'attività di ricerca	LIVELLO NAZIONALE	LIVELLO EUROPEO
<b>OFFERTE FORMATIVE</b>	3.4 Identificazione della formazione esistente (corsi, videolezioni) per i senior su come fare vlog e intraprendere la produzione di contenuti video	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>EXELIA</b>
<b>REVISIONE DELLA LETTERATURA</b>	3.5 Identificazione e revisione di articoli accademici sul tema della presenza degli anziani nei social media.	<b>N/D</b>	<b>CUT</b>
<b>LABORATORI</b>	3.6 Workshop (raccolta di input da parte di professionisti e senior in relazione alle risorse formative TIC disponibili e alle modalità di vlog)	<b>TUTTI I PARTNER</b>	<b>N/D</b>

