



Co-funded by
the European Union



media masters



media masters

WORK PACKAGE N° 36

MEDIA MASTERS WORKSHOPS - PLAYING THE EDUCATIONAL GAME ITALY (ROME)

Delivered By:

MUSEO DEI BAMBINI SCS



IL MUSEO DEI BAMBINI DI ROMA

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Document Identification:

Project full name	Media Masters: Enhancing Media Literacy
Project acronym	MEDMAS
Grant agreement no.	101148165
CERV Programme	CERV-2023-CITIZENS-CIV- Citizens' engagement and participation
Dissemination level	Public
Work Package	WP36
Partner(s) responsible <i>(Legal Name and Short Name)</i>	Museo dei Bambini SCS Explora
PIC Number:	998561069
Author(s)	Silvia Di Benedetto

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



EVENT DESCRIPTION			
Event number:	WP 36		
Event name:	Media Masters Workshops - Playing the Educational Game		
Type:	Workshop		
In situ/online:	In situ		
Location:	Italia, Roma		
Date(s):	10 Giugno 2025 e 11 Giugno 2025		
Website(s) (if any):	Articolo on the partner website: ITALIANO: https://mdbr.it/news/il-progetto-medmas-per-unes-education-civica-e-digitale/ INGLESE: https://mdbr.it/en/news/il-progetto-medmas-per-unes-education-civica-e-digitale/		
Participants			
Female:	16		
Male:	35		
Non-binary:	N.D.		
From country 1- Italy:	51		
From country 2 [name]:			
From country 3 [name]:			
...			
Total number of participants:	51	From total number of countries:	51

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Description

Provide a short description of the event and its activities.

INDICE

1. Introduzione
2. Programma e svolgimento dell'evento
3. Feedbacks
4. Comunicazione e promozione dell'iniziativa
5. Foto dell'iniziativa

1. Introduzione

Il Media Masters Workshops - Playing the Educational Game, dedicato ai ragazzi e ragazze è stato realizzato in collaborazione con l'associazione Scomodo ETS, associazione giovanile che promuove il giornalismo partecipativo come strumento di cittadinanza attiva e per il coinvolgimento politico e sociale dei giovani. La presenza di questa realtà (Scomodo Ets) è stata fondamentale per riuscire a contestualizzare il gioco MediaMaster all'interno della più ampia finalità alla lotta alla disinformazione giovanile. Infatti scegliere di collaborare con un'associazione giovanile del terzo settore ha permesso di interagire con i giovani in spazi inclusivi e non giudicanti e ciò ha favorito l'attrattività dell'iniziativa e del gioco.

Seguendo la stessa linea di pensiero si è scelto di organizzare un evento con un chiaro approccio bottom-up e non istituzionale che secondo la nostra esperienza risulta essere una metodologia più efficace di coinvolgimento e partecipazione dei giovani. Infatti, questo tipo di approccio, grazie alle sue caratteristiche orizzontali e dialogiche favorisce la partecipazione, l'inclusione e l'accessibilità dei partecipanti ed in particolare di un target group come quello dei giovani.

In linea con questo tipo di approccio si è scelto di dividere l'evento in due giornate diverse per assicurare la creazione di spazi accoglienti in grado di facilitare il dialogo ed il confronto tra i partecipanti.

2. Programma e svolgimento dell'evento

L'evento si è tenuto il 10 ed il 11 Giugno all'interno della "Redazione" uno degli spazi operativi legati all'organizzazione Scomodo ETS. Queste giornate hanno seguito il seguente format:



- **Sessione introduttiva** (30 minuti): Questa sezione si è articolata in due momenti principali. Il primo è stato dedicato alla presentazione del progetto e delle sue finalità. Il secondo ha previsto una breve ma coinvolgente formazione interattiva sul tema delle fake news e della disinformazione.

Durante questa seconda fase, è intervenuta la caporedattrice di *Scomodo ETS*, che ha illustrato i concetti chiave legati alla disinformazione e alle fake news. Ha spiegato l'importanza di riconoscere le strategie di manipolazione dell'informazione attraverso i diversi mezzi di comunicazione e ha evidenziato la necessità di sviluppare uno spirito critico verso i contenuti informativi. In particolare, ha sottolineato l'importanza di interrogarsi sulle fonti, promuovendo l'abitudine alla verifica delle notizie mediante una ricerca attenta e consapevole.

- **Introduzione al gioco Media Masters** (25 minuti): Durante questa sezione si è illustrato il gioco e si sono spiegate le sue finalità e le regole del gioco. Infine si è lasciato spazio per domande e dubbi circa le modalità di gioco.
- **Svolgimento del gioco Media Masters** (60 minuti): Durante questa fase, il gioco è stato testato da due gruppi distinti: 25 partecipanti nel primo giorno e 26 nel secondo. Per ottimizzare l'esperienza di gioco e favorire l'interazione, i partecipanti sono stati suddivisi in 5 tavoli, composti ciascuno da 5 o 6 persone, così da consentire lo svolgimento simultaneo delle partite. Questa organizzazione ha facilitato un dialogo dinamico tra i partecipanti, promuovendo la condivisione di prospettive eterogenee e valorizzando la diversità dei punti di vista.

Tutti i partecipanti coinvolti erano maggiorenni, condizione che ha reso possibile l'accesso all'intero set di domande previsto dall'applicazione, comprendente sia quelle destinate alla fascia Under 18 sia quelle pensate per gli Over 18. Questo ha consentito una sperimentazione completa dei contenuti, permettendo ai partecipanti di esprimere valutazioni più approfondite sia sull'esperienza di gioco in generale che sulla coerenza e pertinenza delle domande proposte.

- **Discussione post-gioco** (45 minuti): Al termine della fase di gioco, si è avviata una discussione collettiva tra i partecipanti all'evento. Il confronto è stato moderato dai membri dello staff, con l'obiettivo di garantire a tutte e tutti la possibilità di esprimersi liberamente, nel rispetto delle diverse esigenze e caratteristiche individuali, e di preservare un ambiente sicuro e accogliente.

Il ruolo delle moderatrici e dei moderatori si è rivelato fondamentale anche nella gestione di eventuali divergenze di opinione e momenti di tensione, facilitando il dialogo e promuovendo un confronto costruttivo tra i partecipanti. Da questa fase sono emersi una serie di suggerimenti e di pareri che verranno riportati di seguito.



- **Questionario e riflessione finale** (20 minuti): Durante gli ultimi 20 minuti, sono stati somministrati i due questionari: il questionario interno di valutazione del gioco ed il questionario europeo. Entrambi i questionari sono stati accessibili attraverso la proiezione di due QR code scansionabili dai partecipanti con i loro device digitali.

Per l'evento è stato realizzato inoltre un Power Point illustrativo che è stato proiettato nella sala dell'evento. Il PPT conteneva le slide con i seguenti contenuti:

- Descrizione del progetto
- Contenuti del gioco
- Modalità di gioco
- Link e QR per scaricare l'app sul proprio device
- QR per il questionario interno Medmas
- QR per il questionario europeo

Inoltre ai partecipanti sono state distribuite shopper e matitine brandizzate. L'obiettivo una volta finalizzato il sito internet è quello di distribuire assieme alle shopper anche un flyer illustrativo con un QR code che rimanda al sito internet del progetto per aumentare la visibilità del gioco e dei suoi obiettivi.

3. Feedbacks:

I feedback raccolti nel corso delle due giornate di testing si sono rivelati estremamente ricchi e articolati, toccando diversi aspetti dell'esperienza di gioco, sia dal punto di vista contenutistico che strutturale. Per facilitare la lettura e l'elaborazione, si è scelto di organizzare le osservazioni in aree tematiche, evidenziando le criticità ricorrenti, i suggerimenti più significativi e le proposte migliorative emerse in modo spontaneo dai partecipanti.

I feedback sono stati suddivisi in quattro macro categorie: 1) Dinamiche di gioco e ritmo; 2) Contenuti ed accessibilità; 3) Grafica, design e usabilità; 4) Correttezza e coerenza delle domande.

Dinamiche di gioco e ritmo

Uno dei temi ricorrenti emersi nei feedback è relativo al **ritmo di gioco**. Numerosi partecipanti hanno lamentato la lentezza del procedere sul tabellone, osservando come, dopo 45 minuti, la maggior parte dei gruppi avesse avanzato di pochissime caselle. Tale lentezza, oltre a influire sulla percezione del tempo, ha minato in parte il coinvolgimento.

In risposta, sono emerse varie proposte:

- l'introduzione di bonus di avanzamento dopo un certo numero di risposte corrette
- l'utilizzo di un dado a tre facce (d3) per calibrare meglio gli spostamenti

- e la possibilità che il numero ottenuto con il dado corrisponda direttamente alle caselle da percorrere, indipendentemente da altri parametri.

Sempre in relazione al ritmo, è stato evidenziato come **l'attesa tra un turno e l'altro risultasse eccessiva**, portando a cali di attenzione. Per ovviare al problema, molti suggeriscono di modificare la struttura da gioco competitivo individuale a gioco a squadre, in coppie o piccoli gruppi, così da stimolare il confronto e ridurre i tempi morti. È stata inoltre avanzata la proposta di introdurre un limite di tempo per rispondere alle domande, utilizzando un timer o una clessidra integrata nell'app, a condizione che le domande siano uniformi per durata o che ciascuna riceva un tempo di risposta calibrato.

Contenuti e accessibilità

Un altro nucleo di osservazioni riguarda i **contenuti testuali delle domande**. Molti partecipanti le hanno definite troppo lunghe, articolate e con termini eccessivamente tecnici o complessi, giudicati inadatti al contesto ludico. Questa caratteristica, oltre a rallentare il gioco, ha sollevato dubbi in termini di accessibilità e inclusione. I testi sulle carte sono stati percepiti come troppo piccoli, in particolare da chi potrebbe avere difficoltà visive o disturbi come la dislessia. **Per risolvere tali criticità, sono stati suggeriti diversi interventi:**

- Integrare nell'app una funzione di lettura vocale del testo
- Fornire spiegazioni contestuali per i termini complessi, ed eventualmente uniformare la lunghezza delle domande o suddividerle in più sezioni

Molti partecipanti hanno sottolineato che alcune domande **richiedevano conoscenze pregresse difficili da colmare sul momento**. Sono stati menzionati casi specifici, come domande su Scientology o su personaggi come Gabor Maté, le cui informazioni di contesto non erano immediatamente accessibili. **Per affrontare questo problema**, è stato suggerito di:

- Fornire link a fonti esterne
- Citazioni reali o estratti multimediali, così da permettere una risposta più consapevole.

Tuttavia, anche in questo ambito sono state evidenziate criticità: alcuni link forniti conducevano a pagine di errore, altri risultavano fuorvianti o disorientanti, anche per via della presenza di un'icona a forma di "X" che, **cliccata per errore, portava alla chiusura della domanda prima che potesse essere completata**.

Grafica, design e usabilità

Dal punto di vista estetico e funzionale, sono emerse diverse osservazioni critiche. In particolare, i partecipanti hanno evidenziato come alcuni colori (blu e viola) risultassero troppo simili, generando confusione nel distinguere le caselle sul tabellone. Le grafiche

sono state definite da più persone come “sterili e ripetitive”, e il **design visivo complessivo non è stato percepito come coinvolgente o coerente** con le finalità del gioco. Anche il layout delle carte e la coerenza tra il colore della casella e quello della carta associata sono stati segnalati come elementi migliorabili.

Sul fronte dell’usabilità digitale, è emersa l’idea, proposta da sei partecipanti, che il **gioco potrebbe funzionare anche (o meglio) interamente in digitale**, soprattutto considerando che già ora è necessario utilizzare un dispositivo per scansionare i QR code. L’integrazione con tablet o smartphone, secondo i partecipanti, potrebbe consentire aggiornamenti continui delle domande, l’introduzione di nuove meccaniche, e una gestione più agile dei contenuti. Interattività e varietà **Per contrastare la percezione di monotonia e ripetitività del gioco**, è stata avanzata la proposta di:

- introdurre caselle speciali e domande-imprevisto, in grado di sorprendere il giocatore e spezzare la linearità della partita. Alcuni esempi includono: sfide tra squadre in cui una cerca di convincere l’altra che una notizia falsa sia vera, oppure domande che offrano bonus o penalità inattese.

Questa componente “narrativa” aggiuntiva, ispirata ai giochi da tavolo più dinamici, è stata percepita come una possibile leva per accrescere l’engagement e stimolare ulteriori dinamiche sociali all’interno del gruppo. **Un suggerimento particolarmente interessante**, emerso nel secondo workshop: riguarda la possibilità di coinvolgere direttamente i giocatori nella creazione di nuove fake news, rendendoli parte attiva del processo e non solo fruitori passivi. Tale approccio potrebbe favorire un apprendimento più profondo e stimolare creatività e senso critico.

Correttezza e coerenza delle domande Sono stati riscontrati numerosi problemi di accuratezza nei contenuti delle domande. Alcune presentavano errori di traduzione, refusi sintattici, o testi incompleti nelle risposte. In almeno un caso, su tre risposte disponibili due erano identiche. Inoltre, alcuni partecipanti hanno evidenziato che la risposta corretta era troppo frequentemente posizionata come seconda opzione, rendendo la dinamica prevedibile. Anche la ripetizione di domande simili nelle righe inferiori ha generato confusione. Infine, è stato segnalato un problema di chiarezza nelle regole: non è del tutto comprensibile cosa succeda al momento del movimento della pedina dopo una risposta, né se il dado debba essere rilanciato o meno. I partecipanti richiedono una spiegazione più esplicita delle meccaniche, magari supportata da un tutorial video o un’infografica.

Aspetti positivi

Nonostante le numerose critiche costruttive, sono emersi anche diversi feedback positivi. I partecipanti hanno definito i contenuti del gioco interessanti e stimolanti, apprezzando la varietà delle domande e il valore educativo del format. È stato riconosciuto il merito del gioco nel “attivare il cervello”, ponendo sfide che vanno oltre il semplice quiz per



stimolare il ragionamento critico. Inoltre, la modalità cooperativa è risultata efficace nel creare un clima partecipativo e riflessivo all'interno dei gruppi.

4. Comunicazione e promozione dell'iniziativa

La promozione e la comunicazione è passata per canali informali e formali di entrambe le organizzazioni (Museo dei Bambini SCS e Scomodo ETS).

La **promozione dell'evento** all'interno del target "giovani maggiorenni" è passato totalmente attraverso canali informali questo perché l'organizzazione Museo dei Bambini SCS dialoga prevalentemente con un'altra fascia d'età e perché si è preferito attivare dei contatti stretti e diretti per riuscire a certe per riuscire a promuovere l'iniziativa all'interno di fasce eterogenee di beneficiari in termini di età, provenienza culturale e socio-economica. Nello specifico si è optato per diffondere l'iniziativa attraverso la rete degli studenti medi, liceali ed universitari. Inoltre si è provveduto ad intercettare altri utenti attraverso collettivi ed associazioni territoriali. Questo ha permesso creare una relazione di prossimità con i partecipanti e anche di poterli contattare personalmente attraverso email e contatti telefonici assicurando così anche una maggiore attendibilità e monitoraggio sul numero di iscritti al workshop.

La comunicazione dell'iniziativa è avvenuta in maniera congiunta tra le due organizzazioni ed è stata una comunicazione ex-ante ed ex-post dell'evento ed è avvenuta sui canali social e sito internet delle organizzazioni

FaceBook: Sul canale social, le pubblicazioni sono avvenute solo dall'account del Museo dei Bambini SCS in quanto Scomodo ETS non ha un account FB in virtù del target prevalentemente giovanile dell'associazione. Infatti questo social ormai è utilizzato in maniera molto residuale dalle giovani generazioni che invece fanno un massiccio utilizzo di Instagram e Tik Tok

Post FB ex-post dell'iniziativa dove oltre alla promozione del laboratorio Feedbacks dei partecipanti. Il post ha avuto 1183 visualizzazioni ed è visionabile al link https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1197463585753974&id=100064710309170&mibextid=wwXlfr&rdid=cUFeHgDmvQP0TL4D#



Explora - il Museo dei Bambini di Roma

3 g · 🌐

...

🌟 Due giornate speciali per parlare di media e notizie con i più giovani!

Il 10 e 11 giugno abbiamo partecipato a un evento davvero stimolante grazie al progetto MEDMAS, ospitato dalla redazione di [Scomodo](#). Abbiamo parlato di fake news, giocato, riflettuto e ... imparato tantissimo! 💡

📅 I prossimi appuntamenti si terranno martedì 24 e mercoledì 25 giugno, sempre nella redazione di Scomodo, e saranno dedicati al corpo docente, insegnanti e dirigenti scolastici.

👉 Per partecipare scrivi una mail a: sofia@leggiscomodo.com

📍 https://mdbr.it/.../il-progetto-medmas-per-una-educ...

📘 Media Master: enhancing media literacy - MEDMAS, è un progetto cofinanziato dal programma Cittadini, uguaglianza, diritti e valori (CERV) dell'Unione Europea.

[La Redazione](#)



👍 2

👍 Mi piace

💬 Commenta

Instagram: Sul canale Instagram i post sono avvenuti in modalità cross-posting tra Museo dei Bambini e Scomodo ETS.

Post ex-ante: Questo post è stato pubblicato il 4 Giugno 2025 per promuovere l'evento del 10 e 11 Giugno presso la redazione di Scomodo. Ha avuto 2722 visualizzazioni ed è visionabile al Link: <https://www.instagram.com/p/DKeZoc->

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

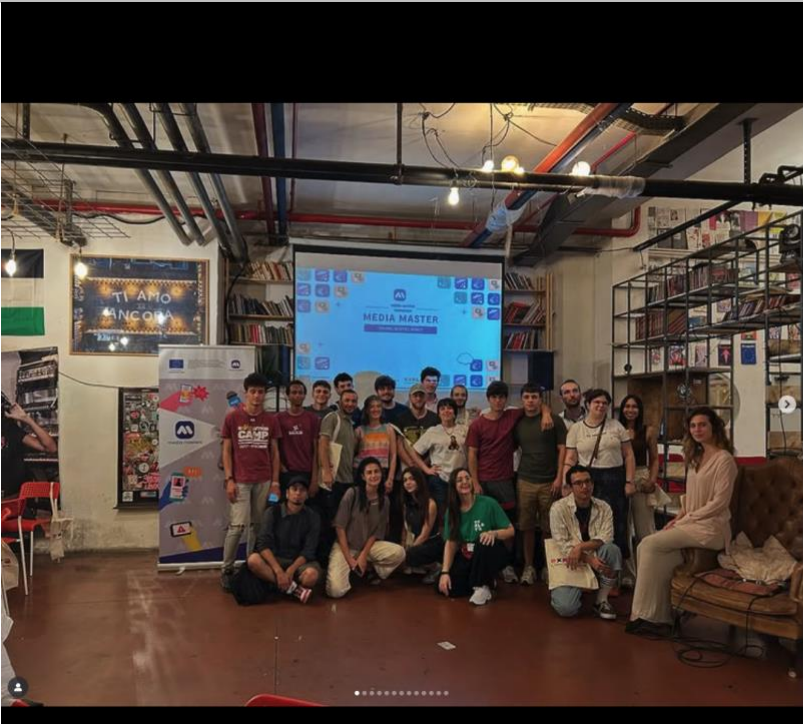


NULr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Post ex-post: Questo post è stato pubblicato il 14 Giugno 2025 per riportare e comunicare la realizzazione dell'evento. Per questa ragione si è optato per realizzare una gallery di immagini delle attività realizzate il 10 e 11 Giugno presso la redazione di Scomodo. I dati relativi alle visualizzazioni sono disponibili solo per l'organizzatore del post (in questo caso la redazione di Scomodo). Il post è visionabile al seguente link:

https://www.instagram.com/p/DK4bxQ-NKak/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



laredazioneroma e museo_explora

laredazioneroma Due giornate speciali per parlare di media e notizie con i più giovani!

Il 10 e 11 giugno abbiamo partecipato a un evento davvero stimolante grazie al progetto MEDMAS, ospitato qui a [@laredazioneroma](#) di [@escomodo](#)

Abbiamo parlato di fake news, giocato, riflettuto e ... imparato tantissimo! 🥰

I prossimi appuntamenti si terranno martedì 24 e mercoledì 25 giugno, sempre qui a [@laredazioneroma](#), e saranno dedicati al corpo docente, insegnanti e dirigenti scolastici.

📧 Per partecipare scrivi una mail a: sofia@leggiscomodo.com

Per ulteriori info scrivi a [@museo_explora](#) !

3 g

Sito web:

Inoltre per assicurare la visibilità nazionale ed internazionale del progetto è stato redatto, sul sito del Museo dei Bambini, un articolo informativo e di promozione del workshop per gli educatori ed insegnanti che sarà realizzato il 24 e 25 Giugno 2025. L'articolo è stato redatto in lingua nazionale (italiano) ed in inglese per permettere anche a utenti stranieri di rimanere informati sull'andamento del progetto.



Il progetto MEDMAS per un'educazione civica e digitale

Giugno 12, 2025



Martedì 10 e mercoledì 11 giugno, il museo Explora ha partecipato a due giornate di grande importanza educativa grazie all'incontro previsto dal progetto **Media Master: Enhancing Media Literacy – MEDMAS**, ospitato presso la Redazione di **Scomodo**.

Un appuntamento che ha messo al centro l'educazione digitale e mediatica dei più giovani, con un'attività coinvolgente e innovativa: aperto da un workshop sulle fake news a cura dell'Editoriale di Scomodo, l'incontro è proseguito nella sperimentazione di un **gioco da tavolo multilingue**,.



Link ITA: <https://mdbr.it/news/il-progetto-medmas-per-uneducazione-civica-e-digitale/>

The MEDMAS project for civic and digital education

June 12, 2025



On Tuesday 10 and Wednesday 11 June, the museum experienced two days of great educational importance thanks to its participation in the meeting organised by the **Media Master: Enhancing Media Literacy – MEDMAS** project, hosted at the Editorial Office of **Scomodo**.

The event focused on digital and media education for young people, with an engaging and innovative activity: opening with a workshop on fake news organised by Scomodo's editorial team, the meeting continued with the testing of a **multilingual board game**, the result of the MEDMAS



Link ENG: <https://mdbr.it/en/news/il-progetto-medmas-per-uneducazione-civica-e-digitale/>

5. Foto dell'evento

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



HISTORY OF CHANGES		
VERSION	PUBLICATION DATE	CHANGE
1.0		Initial version

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-funded by
the European Union



media masters



media masters

WORK PACKAGE N° 36

MEDIA MASTERS WORKSHOPS - PLAYING THE EDUCATIONAL GAME ITALY (ROME)

Delivered By:

MUSEO DEI BAMBINI SCS



IL MUSEO DEI BAMBINI DI ROMA

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Document Identification:

Project full name	Media Masters: Enhancing Media Literacy
Project acronym	MEDMAS
Grant agreement no.	101148165
CERV Programme	CERV-2023-CITIZENS-CIV- Citizens' engagement and participation
Dissemination level	Public
Work Package	WP36
Partner(s) responsible <i>(Legal Name and Short Name)</i>	Museo dei Bambini SCS Explora
PIC Number:	998561069
Author(s)	Silvia Di Benedetto

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



EVENT DESCRIPTION			
Event number:	WP 36		
Event name:	Media Masters Workshops - Playing the Educational Game		
Type:	Workshop		
In situ/online:	In situ		
Location:	Italy, Rome		
Date(s):	10th June 2025 and 11th June 2025		
Website(s) (if any):	Article on the partner website: ITALIAN: https://mdbr.it/news/il-progetto-medmas-per-unes-education-civica-e-digitale/ ENGLISH: https://mdbr.it/en/news/il-progetto-medmas-per-unes-education-civica-e-digitale/		
Participants			
Female:	16		
Male:	35		
Non-binary:	N.D.		
From country 1- Italy:	51		
From country 2 [name]:			
From country 3 [name]:			
...			
Total number of participants:	51	From total number of countries:	51

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Description

Provide a short description of the event and its activities.

TABLE OF CONTENTS

1. **Introduction**
2. **Program and Event Structure**
3. **Feedback**
4. **Communication and Promotion of the Initiative**
5. **Event Photos**

1. Introduction

The Media Masters Workshops – Playing the Educational Game, aimed at young people, was organized in collaboration with Scomodo ETS, a youth-led association that promotes participatory journalism as a tool for active citizenship and for fostering youth political and social engagement. The involvement of Scomodo ETS was essential to contextualize the MediaMasters game within the broader objective of combating youth disinformation.

Partnering with a third-sector youth organization made it possible to engage young people in inclusive, non-judgmental environments, increasing both the appeal and impact of the initiative and the game itself.

In line with this approach, the event was intentionally designed with a bottom-up, non-institutional format, which we believe is a more effective method for engaging young people. This horizontal, dialogue-based model encourages inclusion, participation, and accessibility, particularly for younger audiences.

To reinforce this methodology, the event was spread over two separate days, allowing the creation of welcoming, interactive spaces that foster dialogue and peer exchange.

2. Event Schedule and Implementation

The event took place on June 10th and 11th in the "Redazione" space, one of the operational hubs of the youth organization Scomodo ETS. The two days followed this structured format:

- **Introductory Session (30 minutes):**
This session was divided into two main parts. The first focused on presenting the project and its objectives. The second featured a short yet engaging interactive

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



training on the topics of fake news and disinformation.

During this second part, the editor-in-chief of Scomodo ETS gave a talk outlining key concepts related to misinformation and fake news. She explained the importance of recognizing manipulation strategies used across different media channels and stressed the need to cultivate a critical approach to informational content. In particular, she emphasized the importance of questioning sources and fostering a habit of verifying news through careful and informed research.

- **Introduction to the Media Masters Game (25 minutes):**

This segment included an overview of the game, its educational goals, and a clear explanation of the rules. Participants were then invited to ask questions or express doubts regarding gameplay mechanics.

- **Media Masters Game Session (60 minutes):**

During this phase, the game was tested by two separate groups: 25 participants on the first day and 26 on the second. To enhance the playing experience and encourage interaction, participants were divided into five tables of 5–6 people each, enabling simultaneous gameplay. This setup fostered dynamic dialogue and the exchange of diverse perspectives, enriching the overall experience.

All participants were adults, which allowed access to the full range of questions in the app, including both Under 18 and Over 18 content. This enabled a comprehensive test of the game's content, allowing for more detailed feedback on both the gameplay and the relevance and consistency of the questions.

- **Post-Game Discussion (45 minutes):**

Following the gameplay, a collective discussion was facilitated among participants. Moderated by staff members, this session aimed to ensure everyone had the opportunity to share their thoughts in a respectful and inclusive environment.

The role of the facilitators proved essential in managing differing opinions or potential moments of tension, encouraging constructive dialogue among attendees. A variety of suggestions and observations emerged from this discussion and will be outlined in the following section.

- **Final Survey and Reflection (20 minutes):**

In the final 20 minutes, participants completed two surveys: the internal evaluation questionnaire and the European project questionnaire. Both were made accessible via two QR codes projected on a screen, which attendees could scan with their digital devices.

Additionally, an informative PowerPoint presentation was shown during the event, which included slides covering the following content:

- Project description



- Game content overview
- Gameplay mechanics
- Link and QR code to download the app
- QR code for the internal Media Masters questionnaire
- QR code for the European questionnaire

Participants also received branded tote bags and pencils. Once the project website is finalized, a printed flyer with a QR code linking to the website will be distributed along with the tote bags. This aims to boost visibility for the game and its goals.

3. Feedbacks:

The feedback collected over the two days of testing was exceptionally rich and nuanced, addressing various aspects of the gameplay experience—both in terms of content and structure. To facilitate analysis and readability, the comments were organized into thematic areas, highlighting recurring issues, key suggestions, and improvement proposals that emerged organically from the participants.

The feedback was grouped into four main categories: 1) Game dynamics and pacing; 2) Content and accessibility; 3) Graphics, design, and usability 4) Accuracy and consistency of the questions

Game Dynamics and Pacing

A recurring theme in the feedback was the **slow pace of the game**. Many participants noted that after 45 minutes, most groups had advanced only a few spaces on the board. This sluggish progress negatively impacted engagement and gave a distorted perception of time. In response, **several suggestions emerged**:

- Introducing advancement bonuses after a set number of correct answers
- Using a three-sided die (d3) to better calibrate movement
- Allowing the die roll to directly determine the number of spaces moved, regardless of other parameters



Additionally, long waiting times between turns were seen as a drawback, leading to lapses in attention. To address this, many participants recommended changing the format from individual competition to team-based play (in pairs or small groups), to encourage discussion and reduce idle time. Another proposal was to introduce a time limit for answering each question, using either a timer or an hourglass embedded in the app—provided the time allocated is standardized across all questions or appropriately adjusted for each one.

Content and Accessibility

Another major area of concern was the **textual content of the questions**. Many participants found them too long, complex, and filled with overly technical or academic language, which was seen as unsuitable for a game-based setting. This not only slowed down gameplay but also raised issues of accessibility and inclusiveness. The text on the cards was also described as too small, especially for players with visual impairments or reading disorders such as dyslexia. **Several solutions were proposed:**

- Integrating a text-to-speech function in the app
- Providing contextual definitions for complex terms
- Standardizing the length of questions or breaking them into more digestible parts

Some questions required background knowledge that participants did not have readily available. Specific examples included questions about Scientology or public figures like Gabor Maté, for which context was missing. **Suggested solutions included:**

- Linking to external sources
- Including real quotes or multimedia snippets to provide useful background

However, there were issues with this approach as well: some links led to error pages, while others were misleading or confusing. An “X” icon, when clicked accidentally, prematurely closed the question, further frustrating users.

Graphics, Design, and Usability

From both a **visual and functional standpoint, several criticisms emerged**. Specifically, some participants found that similar colors (like blue and purple) made it hard to distinguish spaces on the board. The overall graphic design was described as “sterile and repetitive,” and **not visually engaging or consistent** with the game’s educational purpose.



The layout of the cards and the color alignment between board spaces and cards also needed improvement.

On the digital usability side, six participants suggested that the game could (or should) **be fully digital**, especially since devices are already required to scan QR codes. Integration with smartphones or tablets could enable real-time updates to the question bank, the introduction of new mechanics, and more flexible content management.

Interactivity and Variety:

To counter the sense of **monotony**, participants proposed adding special tiles or surprise questions that break the game's linearity and keep players on their toes. Examples included team challenges where one group tries to convince the other that a fake news item is real, or unexpected bonus/penalty questions.

This added "narrative" component, inspired by more dynamic board games, was seen as a potential way to boost engagement and spark deeper social interactions. A particularly compelling suggestion from the second workshop was to involve players in creating new fake news items themselves—turning them into active contributors rather than passive participants. This could foster deeper learning while encouraging creativity and critical thinking.

Accuracy and Consistency of Questions

Numerous issues were reported concerning the accuracy of question content. Some questions included translation errors, typos, or incomplete answers. In at least one case, two of the three multiple-choice options were identical. Some participants also noticed that the correct answer was too often placed in the second position, making it predictable. Repetition of similar questions in the lower rows of the game board also caused confusion.

Finally, there was a lack of clarity regarding game rules: it was unclear what exactly should happen after answering a question—should the token move immediately, and is the die rolled again? Participants requested a clearer explanation of the mechanics, possibly supported by a tutorial video or an infographic.

Positive Aspects

Despite the many constructive critiques, participants also shared several positive impressions. The game's content was described as engaging and thought-provoking, with a good variety of questions and strong educational value. Many appreciated how the game "activated the brain," offering challenges that went beyond a standard quiz format



and encouraged critical thinking. The cooperative format, in particular, helped foster a participatory and reflective group atmosphere.

4. Communication and Promotion of the Initiative

The promotion and communication of the initiative were carried out through both formal and informal channels of the two organizing entities—Museo dei Bambini SCS and Scomodo ETS.

For the specific target group of young adults, the promotional strategy relied entirely on informal channels. This was due to the fact that Museo dei Bambini SCS primarily engages with a different age demographic, and because the organizers preferred to activate close, direct contacts in order to effectively reach a diverse group of participants in terms of age, cultural background, and socio-economic status.

Specifically, the initiative was promoted through student networks, including high school and university students, and by reaching out to local grassroots groups and associations. This approach allowed for building a relationship of proximity and trust with participants and also enabled personal follow-ups via email and phone contact, ensuring better reliability in tracking registrations for the workshop.

The communication strategy was jointly managed by the two organizations and included both pre-event and post-event messaging. It was carried out through their respective social media channels and official websites.

Facebook:

Posts were made only via the Museo dei Bambini SCS Facebook page, as Scomodo ETS does not maintain a Facebook account, reflecting its primarily youth-oriented audience. Facebook is increasingly seen as outdated by younger generations, who now use platforms like Instagram and TikTok far more extensively.

A post-event Facebook update was shared to promote the workshop and showcase participants' feedback. The post reached approximately 1183 users and can be viewed at the following link:

https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=1197463585753974&id=100064710309170&mibextid=wwXlfr&rdid=cUFeHgDmvQP0TL4D#



On Instagram, posts were shared through **cross-posting** between the **Museo dei Bambini** and **Scomodo** ETS accounts.

Pre-event post:

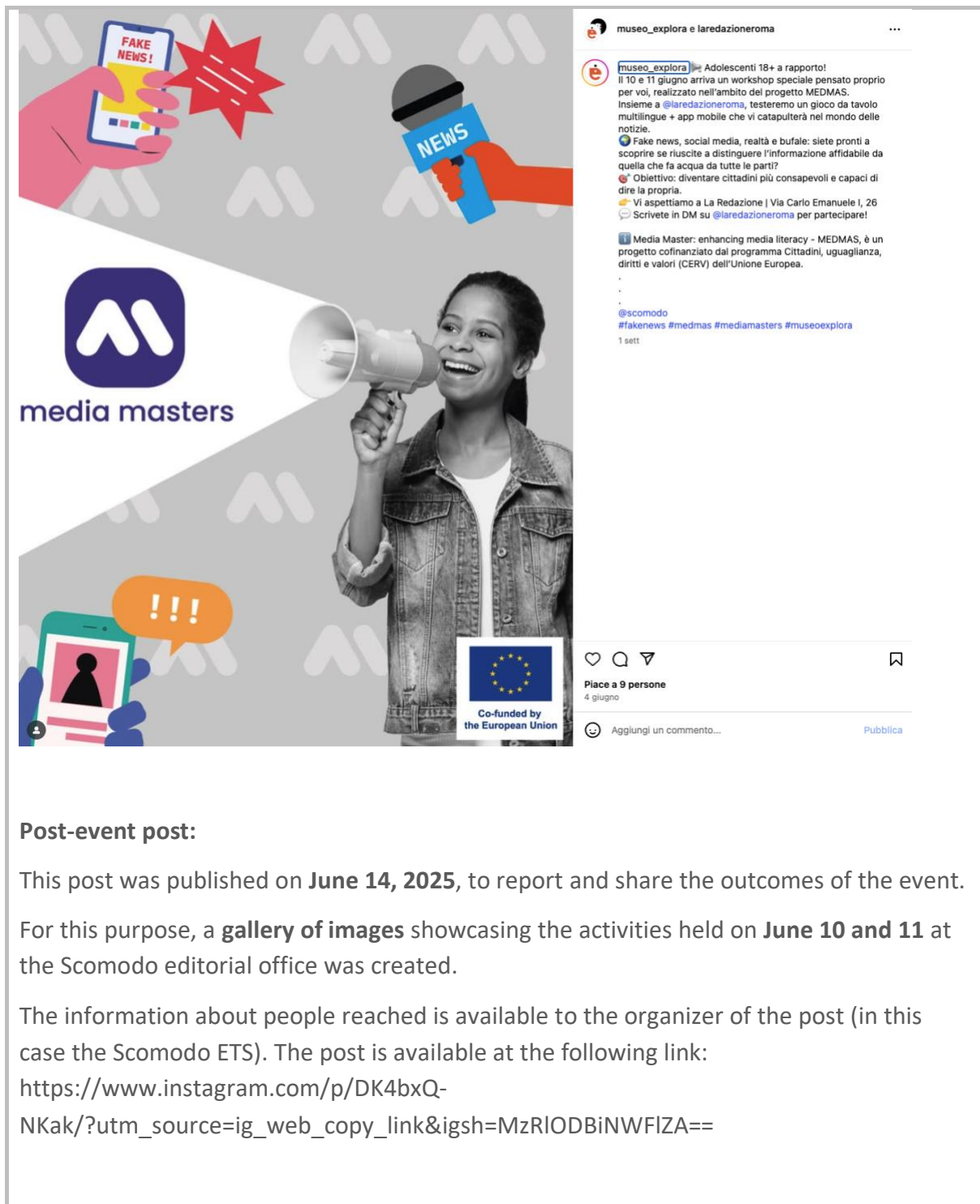
This promotional post was published on **June 4, 2025**, to advertise the event scheduled for **June 10–11** at the Scomodo editorial office.

It reached approximately 2722 users and is viewable at the following link:

[https://www.instagram.com/p/DKeZoc-](https://www.instagram.com/p/DKeZoc-NULr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

[NULr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DKeZoc-NULr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Post-event post:

This post was published on **June 14, 2025**, to report and share the outcomes of the event.

For this purpose, a **gallery of images** showcasing the activities held on **June 10 and 11** at the Scomodo editorial office was created.

The information about people reached is available to the organizer of the post (in this case the Scomodo ETS). The post is available at the following link:

[https://www.instagram.com/p/DK4bxQ-](https://www.instagram.com/p/DK4bxQ-NKak/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

[NKak/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DK4bxQ-NKak/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)



Sito web:

To ensure both **national and international visibility** of the project, an **informative and promotional article** was published on the **Museo dei Bambini** website. The article focuses on the upcoming **workshop for educators and teachers**, scheduled for **June 24–25, 2025**.

It was written in both **Italian and English** to allow international users to stay informed about the project's progress and developments.

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Il progetto MEDMAS per un'educazione civica e digitale

Giugno 12, 2025



Martedì 10 e mercoledì 11 giugno, il museo Explora ha partecipato a due giornate di grande importanza educativa grazie all'incontro previsto dal progetto **Media Master: Enhancing Media Literacy - MEDMAS**, ospitato presso la Redazione di **Scomodo**.

Un appuntamento che ha messo al centro l'educazione digitale e mediatica dei più giovani, con un'attività coinvolgente e innovativa: aperto da un workshop sulle fake news a cura dell'Editoriale di Scomodo, l'incontro è proseguito nella sperimentazione di un **gioco da tavolo multilingue**,
MEDMAS



Link ITA: <https://mdbr.it/news/il-progetto-medmas-per-uneducazione-civica-e-digitale/>

The MEDMAS project for civic and digital education

June 12, 2025



On Tuesday 10 and Wednesday 11 June, the museum experienced two days of great educational importance thanks to its participation in the meeting organised by the **Media Master: Enhancing Media Literacy - MEDMAS** project, hosted at the Editorial Office of **Scomodo**.

The event focused on digital and media education for young people, with an engaging and innovative activity: opening with a workshop on fake news organised by Scomodo's editorial team, the meeting continued with the testing of a **multilingual board game**, the result of the MEDMAS



Link ENG: <https://mdbr.it/en/news/il-progetto-medmas-per-uneducazione-civica-e-digitale/>

5. Photo

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



HISTORY OF CHANGES		
VERSION	PUBLICATION DATE	CHANGE
1.0		Initial version

Disclaimer: Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.