



Erasmus+

РЪКОВОДСТВО ЗА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ ЗА МЛАДЕЖКИ РАБОТНИЦИ ОТ РОМСКИ ПРОИЗХОД

Erasmus+



Съфинансиран от
програма Erasmus+
на Европейския съюз



Съдържание

Речник на термините	3
Въведение	4
Какво е медийна грамотност?	6
Защо е важна медийната грамотност?	8
Медийно образование	9
Влиянието на медиите върху ценности, нагласи и стереотипи	16
Използване на медии в обучението по медийна грамотност	17
Декодиране на медийни съобщения	17
Преподаване по медийна грамотност на младежи от групи в неравностойно положение	18
Елементи на медийната грамотност	20
Участие	20
Достоверност	20
Идентичност	21
Поверителност	21
Авторство	22
Сесия 1 – Запознаване	23
Сесия 2 – Медиите през вековете / дигиталното разделение	24
Сесия 3 – Компютърно-медирана комуникация	26
Сесия 4 – Wiki журнал	28
Сесия 5 – Как работят търсачките	30
Сесия 6 – Информацията в интернет	33
Сесия 7 – Рисковете в интернет	35
Сесия 8 – Нашия онлайн идентитет	37
Сесия 9 – Самопрезентация в интернет	39
Сесия 10 – Онлайн поверителност	41
Сесия 11 – Онлайн поверителност 2	42
Сесия 12 – Онлайн поверителност: Идентифициране на рискова информация	43
Сесия 13 – Онлайн сигурност	45
Сесия 14 – Използване на интернет съдържание	46
Сесия 15– Въведение в авторското право	48
Сесия 16– Разработка на съдържание	50
Библиография	51

Речник на термините

Аватар	електронно изображение, което представлява и може да бъде манипулирано от компютърен потребител
Блог	уебсайт, който съдържа лични размишления, коментари, хипервръзки, видеоклипове и снимки, предоставени от автора под формата на статии
Компютърно-медирана информация	вид комуникация, която възниква чрез използване на мрежов компютър (имейл, чат, уеб форум)
Бисквитки	малък отрязък от текст съхранявани на потребителски компютър на World Wide Web, и впоследствие прочетени от сървър на уебсайт, съдържат лична информация
Авторско право	система от правни норми, уреждащи, регулиращи и защитаващи отношенията, възникнали при или по повод създаването и използването на научни, литературни, художествени и други произведения продукт на интелектуален труд.
Управление на авторско право	набор от различни лицензи, които позволяват на хората да споделят авторските си произведения, за да бъдат копирани, редактирани, надградени и т.н., като същевременно запазват авторските права върху оригиналната дума (често използвана атрибутивно)
Кибертормоз	съзнателната обида, заплашване, или тормоз чрез съвременни средства за комуникация, обикновено за по-дълъг период от време.
Критично мислене	синтезиране, анализиране, проучване и оценка на информация, за да се стигне до отговор или заключение

Въведение

Изглежда, че не е имало по-оспорвано време за истинската информация. В ерата на разрастването на фалшивите новини, медийната грамотност се превърна в един от ключовите инструменти за противодействие на този проблем. Въпреки това, медийната грамотност не може да се развие за една нощ. Съвременните теми за медийна грамотност се организират около пет ключови теми: младежко участие, обучение на учители, родителска подкрепа, политически инициативи и изграждане на база данни. Тъй като младите поколения израстват с различни цифрови инструменти и разчитат до голяма степен на тези инструменти за получена информация и комуникация със света, значението на знанията и уменията за етично и ефективно използване на тези медии е все по-важно. Тези нови медии се различават значително от традиционните медии, като вестници, телевизия или радио. В този смисъл медийната грамотност не е нова концепция, но нейното значение и приоритет в общността се разширява с разширяването на нови обекти и стратегии за масово разпространение на информация. В традиционните медии масовата комуникация е по-централизирана в смисъл, че информацията се разпространява чрез сравнително малък брой търговски обекти. В социалните медии всеки може да стане източник на съобщение и да разпространява съдържание на милиони други хора. Това, от една страна, предоставя възможности за демократизация на медиите, но също така значително разширява възможността за фалшиви новини и пропаганда. Въпреки това, с правилния набор от умения, хората могат функционално да четат тези съобщения и да различават надеждна от ненадеждна информация.

Медийната грамотност е важна за уязвимите групи. Тези групи не само са в състояние да бъдат заклеймени в различни медии, но също така са по-податливи на ненадеждна информация и пропаганда. Това е особено важно за членовете на уязвими групи, които нямат достъп до качествено образование. Медийната грамотност е важна предпоставка за функционално участие в обществото.

Информационните и комуникационни технологии (ИКТ) увеличиха достъпа до информация чрез системите за съхранение и циркулация на данни (Интернет и Интранет). Тези технологии имат дематериализирани пространствени и времеви граници, създавайки нови форми на посредствени взаимоотношения и комуникация. Тези технологии ускориха процеса на глобализация: те допринесоха и улесниха глобалната взаимозависимост, увеличаваща циркулацията на стоки, идеи и ценности. Този достъп до информация обаче създаде нови форми на изключване, изострящи по-старите форми и източници на социално неравенство. Друго следствие от тези процеси са претоварването с информация, така че хората да са по-малко способни да възприемат и проверяват нейната надеждност (Ranieri, 2011, стр. 10).

В по-голямата част от света Интернет се превърна в доминираща технология за извършване на различни дейности. Успоредно с това се засилва и дебатът относно ролята на Интернет и тези медии за живота на новите поколения. Както в повечето социални дебати, и тук има поляризиращи позиции. Едната е позицията на *„Luddites“ дефинирани като „апокалиптични“, които се концентрират върху негативното въздействие на медиите върху младежта (например убеждението, че телевизията засилва насилственото поведение сред младите хора, или че компютрите, интернет и социалните мрежи произвеждат десоциализация и др.). Другата крайност е тази на „интегрираните“, които приписват на новите медии присъща положителна роля, обосновавайки своите твърдения с убежденията, че младите поколения имат нови познавателни способности, свързани с използването на медийни технологии.

Това ръководство заема средна позиция, целяща да разкрие рисковете, но също така и да се възползва от новите технологии и ролята на обучението по медийна грамотност за ефективно използване на медиите, както и че медийното образование е от съществено значение за „съзнателното, критично и ефективно използване на медиите“ (Раниери, 2011, стр. 11–12).

* Лудитите са социално движение от XIX век на английските производители на текстил, които протестирали, често унищожавайки механизирани тъкачни станове, обявявайки се срещу промените, предизвикани от промишлената революция. Смятат, че тези промени ги оставят без работа и променят начина им на живот.

Тази обучителна програма има за цел да подпомогне ромските младежки работници за укрепване на уменията за медийна грамотност сред младите роми. Целта е да се представи концепцията за медийна грамотност, нейните цели, стратегии и методи, както и да осигури подкрепа на младежките работници, работещи с млади роми. Това ръководство е разработено като част от проекта за подпомагане на социалното включване на младите роми чрез неформално образование, част II, реализиран от IRCA от Албания, Националния ромски център (NRC) от Република Северна Македония и Академика-245 от България. Проектът е подкрепен от програма Еразъм + на Европейския съюз. Програмата за обучение се състои от 16 сесии, с приблизителна продължителност от 2 часа за всяка.

Много от упражненията са предназначени да отговорят на нуждите както за индивидуална, така и за групово работа. Въпреки това, в зависимост от размера на групата, много от тях могат да се извършват и като индивидуална работа. Специфичните упражнения са предназначени да се изпълняват индивидуално от обучаемите, като тези, свързани с придобиване на определени ИКТ умения.

Програмата е предназначена да включва интензивно използване на ИКТ. Следователно ефективното провеждане на курса изисква компютри или смартфони и достъп до Интернет. Независимо от това, част от работата може да се извърши и с химикал и хартия, без използването на ИКТ.

Какво е медийна грамотност?

В днешният свят е почти невъзможно да се работи без медии. Дейностите като четене, слушане на музика, получаване на ежедневна информация за различни събития... всички те пристигат чрез някакъв носител. Повечето медийни съдържания активно се стремят да привлекат вниманието и да предадат съобщение. Появата на дигиталните медии оказва силно въздействие върху ежедневието на хората, както на социално-културното, така и на психо-когнитивното ниво (Ranieri, 2011, стр. 10).

Определения за медийна грамотност се развиват в няколко посоки, но общите характеристики включват възможността за достъп, оценка, анализ, разбираемост, преглед, критика, и информационни продукти от различен вид медии (Mihail- IDIS, 2009 г., стр. 7). Най-общо казано медийната грамотност е способността да се разбира съдържанието на информация без значение от носител (печат, аудио, видео или друг тип), както на повърхностно, така и на по-дълбоко ниво (Smiler, 2014). С други думи, медийната грамотност представлява набор от умения, които могат да бъдат приложени към всеки носител. Националната асоциация за образование по медийна грамотност определя концепцията като „способността за достъп, анализ, оценка и комуникация на информация в различни форми, включително печатни и непечатани съобщения“ (Smiler, 2014, стр. 1).

„Очакваше се медийната грамотност да се бори с огромни и сложни социални проблеми. Медиите се възприемаха като причина за проблемите както на обществото, така и на децата, като решението беше образование по медийна грамотност. От учителите се очакваше да могат да се поставят извън тези процеси на медийно влияние и така да предоставят на учениците умения за критично мислене, които също биха ги овластили.“

- *Dafna Lemish, Children and Media: A global Perspective, 2015*

Основните определения за медийната грамотност обаче се отнасят не само до голямото разнообразие от медийни източници, но и към вида дейности, за които се отнасят те. Това е ключовият сегмент на друго определение за медийна грамотност, което го нарича „активно разследване и критично мислене за съобщенията, които получаваме и създаваме“ (Hobbs & Jensen, 2009, цитирано в Bulger & Davison, 2018). Следователно можем да заключим, че медийната грамотност представлява комбинация от различни умения, които, когато се прилагат в контекста на тълкуване и създаване на съобщения за масова комуникация, се наричат медийна грамотност. Американската национална асоциация за образование по медийна грамотност (NAMLE) определя медийната грамотност като „способността за достъп, анализ, оценка, създаване и действие, използвайки всички форми на комуникация“ (Bulger & Davison, 2018, стр. 3).

Характерното за двете дефиниции е фокусът им върху тълкувателните отговорности на индивида. Тези способности, особено споменатите по-горе, не са нещо, което се научава само от един предмет / курс. Те трябва да представляват част от цялостния образователен опит и процес на човека.

В миналото, в резултат на дискурса за „развращаващото влияние“ на медиите, медийното образование се състоеше предимно от педагогика, фокусирани върху съпротивата срещу медиите. Това се запазва в много западни страни до 60-те години, а в други части на света дори и до по-късно.

По време на Националната лидерска конференция по медийна грамотност през 1992 г., повечето експерти се съгласяват, се приема новата концепция / парадигма, че медийната грамотност е способността за достъп, анализ, оценка и комуникация на съобщенията в различни форми (NAMLE).

Дефиницията, която най-често се цитира в САЩ, е кратко изречение, измислено от участниците в Аспенския институт за лидерство на медийната грамотност през 1992 г. : Медиаграмотността е подход на 21-ви век към образованието. Той предоставя рамка за достъп, анализ, оценка, създаване и участие, като се използват съобщения в различни форми - от печат до видео до Интернет. Медийната грамотност изгражда разбирането за ролята на медиите в обществото, както и основните умения за разследване и себеизразяване, необходими на гражданите на демокрацията. Важното е да се разбере, че медийната грамотност не е свързана с „защита“ на децата от нежелани съобщения.

Въпреки че, някои групи хора настояват семействата просто да изключват мобилния телефон или телевизора, факт е, че медиите са толкова вкоренени в нашата културна среда, че дори да изключите технологията, пак не можете да избягате от днешната медийна култура. Медиите вече не влияят само на нашата култура. Те са нашата култура. Следователно медийната грамотност се състои в това да се помогне на обучаемите да станат компетентни, критични и грамотни във всички медийни форми, така че те да контролират интерпретацията на това, което виждат, чуват или взаимодействат, вместо да позволят на интерпретацията да ги контролира.

Да станеш медийно грамотен не означава да запомняш факти или статистически данни за медиите, а по-скоро да се научиш да повдигаш правилните въпроси за това, което гледаш, четеш, слушаш или за което допринасяш. Лен Мастерман, автор на „Преподаване на медии“, нарича медийната грамотност „критична автономия“ или способността да мислим за себе си. Без тази фундаментална способност човек не може да има пълно достойнство като човешка личност или да упражнява гражданство в демократично общество, където да бъдеш гражданин е едновременно да разбереш и да допринесеш за дебатите по това време. Определенията обаче се развиват с течение на времето и сега е необходима по-силна дефиниция, за да се разположи медийната грамотност в контекста на нейното значение за образованието на учениците в глобалната медийна култура на 21-ви век. MediaLit Kit™ на CML използва тази разширена дефиниция (Thoman & Jolls, 2008, стр. 42).

- „Естетични и творчески умения: способност за преглед, слушане, създаване и интерпретиране на медийно съдържание. Учениците могат да развият тези умения, като сами създават медийно съдържание.
- Интерактивни умения: способност за комуникация чрез медии и способност да се идентифицират с различни медийни роли. Тези умения могат да се развият чрез съвместно обучение. Интерактивните умения са показател за готовност за изразяване на нечии възгледи и нагласи.
- Умения за критичен анализ. Умение да се придават значения и да се разбира различното медийно съдържание. Обучаемият може да тълкува и оценява медийни форми и съдържание чрез различни аналитични инструменти. Тези умения се развиват най-добре чрез изучаване на разнообразно медийно съдържание и жанрове.
- Умения за сигурност. Умение за решаване на проблемни ситуации и избягване на неприятни обстоятелства. Що се отнася до онлайн безопасността, най-важните умения за сигурност включват защитата на неприкосновеността на личния живот и избягването на вредно съдържание и контакти“.

Важно е да се отбележи, че медиите непрекъснато се развиват както по техническите си качества, така и по своите форми и начини за достигане до публиката. Това от своя страна прави непрекъснатата необходимостта от обучение по медийна грамотност. Никога не можем в един момент да придобием всички умения за използване и интерпретиране на медийни съобщения, които ще са ни необходими през целия ни живот, а трябва да инвестираме усилия за непрекъснато актуализиране на нашите знания и умения.

Какво не е медийна грамотност:

- Производството на медии не е медийна грамотност, въпреки че предполага притежаването на някакъв вид медийна грамотност на създателя;
- Представянето на различни форми на медии в клас не е обучение по медийна грамотност;
- Анализът на медийно съдържание за политически послания не е медийна грамотност; понятието е много по-широко;
- Самото консумиране на медийно съдържание няма автоматично да доведе до по-голяма медийна грамотност.

Защо е важна медийната грамотност?

Важността относно медийната грамотност за нашето общество нараства с бързото развитие на нови и по-достъпни технологии за масова комуникация. Медийната грамотност е важна поради факта, че тя оказва дълбоко влияние върху начина, по който общуваме и взаимодействаме в нашите общности:

1. „Влиянието на медиите в нашите централни демократични процеси. В глобалната медийна култура хората се нуждаят от три умения, за да бъдат активни граждани на демокрацията: критично мислене, себеизразяване и участие. Медийната грамотност обучава в тези основни умения, позволявайки на бъдещите граждани да сортират политически опаковки, да разбират и да допринасят за публичния дискурс и в крайна сметка да вземат информирани решения на пример в кабината за гласуване.
2. Висок процент на медийно потребление и насищането на обществото от медиите. Когато се има предвид мобилните телефони, социалните мрежи, видео игрите, телевизията, поп музиката, радиото, вестниците, списанията, билбордовете, интернет, ние сме изложени на повече медиирани съобщения за един ден, отколкото нашите прабаби и дядовци са били изложени за една година. Медийната грамотност преподава уменията, от които се нуждаем, за да се придвижваме безопасно през това море от образи и послания - през целия ни живот.
3. Влиянието на медиите върху формирането на възприятия, убеждения и нагласи. Докато изследователите не са съгласни по отношение на степента и вида на влияние, несъмнено е, че медиите оказват значително влияние върху начина, по който разбираме, тълкуваме и действаме върху нашия свят. Помагайки ни да разберем тези влияния, медийното образование ни помага да се отделим от зависимостите произхождащи от тях.
4. Нарастващото значение на визуалната комуникация и информация. Докато в училищата продължават да доминират печатните издавания, животът ни е все по-силно повлиян от визуални изображения - от корпоративни логота до огромни билбордове до мобилни телефони и интернет сайтове. Да се научим как да „четем“ множеството слоеве на комуникация, основана на изображения, е необходимо допълнение към традиционната грамотност за печата, защото живеем в мултимедийен свят.
5. Значението на информацията в обществото и необходимостта от учене през целия живот. Обработката на информация и информационните услуги са в основата на производителността на нацията, но растежът на глобалните медийни индустрии също предизвиква независими гласове и разнообразни възгледи. Медийното образование може да помогне както на учителите, така и на учениците да разберат откъде идва информацията, чии интереси могат да бъдат обслужвани и как да се намерят алтернативни възгледи “(Thoman & Jolls, 2008, стр. 12).

Медийната грамотност страда от проблеми, които тормозят образованието като цяло; въпрос е и оценката на въздействието върху учащите и тяхното поведение по-късно в живота. Освен това, много изследвания относно въздействието на образованието по медийна грамотност са критикувани, че не отчитат културните и социално-икономическите различия, които са в основата на използването на медиите, особено свързаните с сблъсъка на мнения по отношение на това дали образованието по медийна грамотност може да изравнява социално-икономически контекст на достъп използване.

Обучението по медийна грамотност в бъдеще трябва да се стреми към няколко цели (Bulger & Davison, 2018):

- A. Разработване на съгласувано разбиране за медийната среда: това представлява непрекъснато усилие по отношение на картографирането на медийната среда - отговорността за достъп до висококачествена и надеждна информация не зависи само от индивида, но също така и сред институциите, технологичните платформи и правителствата.
- B. Подобряване на междудисциплинарното сътрудничество: това дава основание за цялостно разбиране на структурата на медийната среда и как хората се ориентират в нея.
- C. Използване на настоящата медийна криза за консолидиране на заинтересованите страни: изграждането на по-голяма съгласуваност в тази област ще допринесе за подобряване на разбирането за това кои фактори допринасят за успешната практика на медийна грамотност

Образование по медийна грамотност

За разлика от много други умения, ние се учим на медийна грамотност най-често по неформален, спонтанен и несистематичен начин. А именно, много хора имат солидни умения за медийна грамотност, без да преминат някакво специфично образование и обучение по темата. Те се учат, като правят, или като гледат как други използват медии, по практически и интуитивен начин. Именно, ние изпускаме от поглед факта, че „настоящият социален контекст и технологичният и медиен контекст всъщност налагат своята имплицитна, почти тайна учебна програма“ (Tuominen & Kotilainen, 2012).

Въпреки това, с бързите промени в начина, по който взаимодействаме с медиите, и с появяващите се нови методи за масова комуникация, ученето за медиите по структуриран и систематичен начин става все по-важно. Освен това не трябва да забравяме, че не всички имат еднакви възможности / достъп за неофициално изучаване на медиите.

Обучението по медийна грамотност има за цел да разкрие често невидимите структури в процеса на създаване, разпространение и интерпретация на информация, с цел да допринесе за развитието на бдителни купувачи, скептични наблюдатели и добре информирани граждани. Доказано е, че медийната грамотност оказва положително въздействие в редица области, които надхвърлят разбирането и тълкуването на масово разпространяваните съобщения: по-лесно адаптиране към внезапни промени и кризи (както сред учители, така и сред ученици), като инструмент за разработване на критично мислене и промяна в поведението (особено сред младите хора), както и разпознаване и адекватно реагиране на фалшиво съдържание (Bulger & Davison, 2018).

В днешното информационно общество медийната грамотност представлява основно умение не само за младежите, но и за възрастните. Обучението по медийна грамотност се състои не само в преподаване на технически умения (как да използвате програма, изпращане на имейл, създаване на уеб страница, навигация в Интернет), но и способността на учениците да разберат социалните последици и функциите на медиите, и да ги използват (взаимодействайте с тях) по най-рефлексивния и отговорен начин (Ranieri, 2011, стр. 9).

Когато говорим за образование по медийна грамотност, има осем ключови концепции, които трябва да се вземат предвид:

1. Всички медии са всъщност един вид конструкции. Това са съобщения, които са внимателно проектирани от създателите им. Тяхното развитие често изисква големи умения и усилия. Като например - филми, които представляват върховния медиен продукт, който е комбинация от фотография, звук, монтаж, осветление, звук, специални ефекти, костюм, грим и др. Същността на медийната грамотност е да се гледа отвъд повърхността за да могат да се идентифицират как и защо са изградени.
2. Медиите предлагат „конструкции на реалността“. Много често хората приемат медийните съобщения „за даденост“, те ги възприемат като обикновени изрази на реалността, без да осъзнават, че това са представяния на реалността, произтичащи от гледна точка за реалността.
3. Тълкуването на медийните съобщения не е еднакво. Различните аудитории реагират по различен начин на медийните съобщения, в зависимост от техния мироглед, нивото на медийна грамотност. При преподаването по медийна грамотност е важно да се отбележи, че обучаемите трябва да бъдат отворени за множество интерпретации на текстове и да са наясно, че реакцията върху текст е продукт както на самия текст, така и на всичко, което аудиторията носи към текста по отношение на натрупването му - късен опит в живота.
4. Медиите оказват осезаемо въздействие върху нашата култура, например чрез насърчаване на консуматорството. Обучаемите по медийна грамотност трябва да осъзнаят, че голямо количество медийно съдържание се създава не просто за информиране, а за популяризиране на определен тип поведение и начин на живот.

5. В този контекст медиите съдържат и популяризират идеологически и ценностни послания. Например повечето игрални филми популяризират това, което се нарича Холивудската мечта, в която любовта побеждава всички. Различните медии се обръщат към различни аудитории, които понякога са ясно идеологически профилирани.

6. Медиите имат място в политическите битки. Обектите за масова комуникация могат да играят мощна роля като фасилитатори и промотори на социални действия и социални промени. Медийните съобщения могат да бъдат използвани много ефективно за мобилизиране на маси хора за някои каузи. Откриването на социалните и политическите последици от медийните текстове е важно умение при анализа на масовата комуникация.

7. Формата и съдържанието са тясно свързани в медиите. Понякога възприятието ни за събитие или проблем се влияе от медиите. Хората, които четат различни вестници, създават различни впечатления за едни и същи новини.

8. Всяка среда има своя уникална естетическа форма. Анализът на текстовете за масова комуникация трябва да подобри способността на обучаемите да се наслаждават и забавляват, докато растат в разбирането на това как работят медийните текстове. (Адаптирано от Ресурсен документ за медийна грамотност, Министерството на образованието на Онтарио, Торонто, 1989).

Важен елемент за медийната грамотност е информационната грамотност. Терминът информационна грамотност се отнася до набор от компетенции за получаване, разбиране, оценяване, адаптиране, генериране, съхраняване и представяне на информация за анализ на проблеми и вземане на решения.

Информационната грамотност се отнася до притежаването на няколко ключови умения: критично мислене, анализ на информацията и използването ѝ за самоизразяване, независимо учене, производство, информиране на гражданите и професионалистите и участие в управлението и демократичните процеси на техните общества.

Следователно хората, които са информационно грамотни, са в състояние да събират, използват, управляват, синтезират и създават информация и данни по етичен начин.

Информационната грамотност включва следните умения (Tuominen & Kotilainen, 2012, стр. 11):

- „Идентифициране / разпознаване на информационни нужди: Какво искам да разбера? Какъв проблем се опитвам да реша?
- Идентифициране на източници на информация: Използвам ли интернет, книги или телевизия? Използвам ли първични, вторични или други източници?
- Намиране или извличане на информация: Къде трябва да потърся информация? Кого мога да помоля за помощ?
- Анализ и оценка на качеството на информацията: Как да разбера, че информацията е надеждна?
- Организиране, съхраняване или архивиране на информация: Как да организирам ефективно информация от множество източници?
- Използване на информация по етичен, ефективен и етичен начин: Как да взема предвид авторското право?
- Създаване и предаване на нови знания: Как да представя информацията си? “

Обучението по медийна грамотност ще бъде ефективно само при пълно участие на учителите и осигуряване на възможности за потапяне в медийното съдържание. За тази цел е важно по време на учебния процес те да получат възможност да изпитат и разберат различните роли в медийното производство и интерпретация. Процесът на обучение трябва да включва подходящи за възрастта, забавни и увлекателни практически упражнения, които биха увеличили мотивацията за учене. Освен това, определяне на ясни цели за всеки клас / сесия и представяне на резултатите на групата, така че те да могат да преценят дали са постигнали тези цели.

Основни принципи на обучението по медийна грамотност (адаптирано от Основни принципи на обучението по медийна грамотност в САЩ (Scheibe & Rogow, 2012)).

Обучението по медийна грамотност изисква активно проучване и критично мислене за съобщенията, които получаваме и създаваме

Учи студентите да задават конкретни видове въпроси, които ще им позволят да получат по-дълбоко или по-сложно разбиране на медийните съобщения.

Подчертава критичното мислене със смисъл, т.е. задаването на въпроси за всички медийни съобщения, а не само за тези, с които може да не сме съгласни.

Обучава учениците да използват основани на документи доказателства и аргументирани тези в подкрепа на своите заключения.

Не е свързана с подмяна на перспективите на учениците с нечий други (вашите собствени, на учителите, медийните критици, експертите и т.н.). Това включва представяне на видеозаписи за медийна грамотност, филми, книги или други учебни материали като заместител на преподаването на критични умения за проучване.

Учителите не обучават учениците да питат АКО има пристрастия в дадено съобщение (тъй като всички съобщения в медиите са предубедени), а по-скоро КАКВО може да бъде веществото, източникът и значението на пристрастието.

За учителите по медийна грамотност насърчаването на критичното мислене е рутинно. То призовава институционалните структури да подкрепят усилията чрез активно насърчаване на критичното мислене във всички класни стаи.

Простото използване на медии в класната стая не представлява обучение по медийна грамотност.

Обучението по медийна грамотност разширява концепцията за грамотност (т.е. четене и писане), като включва всички форми на медии.

Подобно на печатната грамотност, която изисква както четене, така и писане, обучението по медийна грамотност включва както анализ, така и изразяване.

Дава възможност на учениците да изразяват собствените си идеи чрез множество форми на медии (напр. традиционен, електронен, дигитален печат) и помага на ученици да установят връзки между разбирането и правенето на умозаключение в печата, визуално и аудио носител.

Обучението по медийна грамотност се провежда в различни среди, като: училища, извън училищни дейности, онлайн, университети и колежи, религиозни институции и вкъщи.

Обучението по медийна грамотност приветства използването на широка гама медийни „текстове“, включително и от популярни медии.

Обучението по медийна грамотност признава, че развиващите се медийни форми, обществените промени и институционалните структури изискват все по-нови подходи и практики за обучение.

Обучението по медийна грамотност има пресечни точки с обученията по други грамотности, т.е. различава се, но споделя и много цели и техники с останалите печатни, визуални, технологични, информационни и други грамотности.

Обучението по медийна грамотност изгражда и укрепва уменията на учащите се от всички възрастови групи. Подобно на печатната грамотност, тези умения изискват интегрирана, интерактивна и многократна практика.

Медийната грамотност не е компетенция, която я „имаш или не“, а по-скоро постоянно развиващ се континиум от умения, знания, нагласи и действия.

Изискванията в обучението по медийна грамотност не могат да бъдат адресирани с едно събитие, клас, един ден или дори едноседмична намеса. По-скоро обучаемите се стремят да предоставят на учениците многобройни и разнообразни възможности за практикуване и развиване на умения за анализ и изразяване.

Обучението по медийна грамотност ангажира учащите се с различни стилове на обучение. Обучението по медийна грамотност е най-ефективно, когато се използва с педагогически за съвместно обучение, при които учителите се учат от обучаемите, а обучаемите се учат от учителите и от съучащите.

Обучението по медийна грамотност изгражда умения, които насърчават здравословния начин на живот и вземането на решения.

Обучението по медийна грамотност обучава медиен мениджмънт по начин, който помага на участниците да се научат да вземат информирани решения относно времето, прекарано в използване на медии и кои медии и защо са избрали да използват.

Обучението по медийна грамотност развива информирани и ангажирани участници, които са от съществено значение за демократичното общество.

Обучението по медийна грамотност насърчава интереса на учащите към нови и актуални събития като измерение на активното гражданство.

Обучението по медийна грамотност е предназначен о да създаде граждани, които са скептични, а не цинични.

Обучението по медийна грамотност дава на участниците уменията, от които се нуждаят, за да поемат отговорност за собственото си използване на медиите.

Обучението по медийна грамотност уважава различните гледни точки.

Обучението по медийна грамотност изследва представителите, погрешни представители и липсата на представителство на култури и държави в глобалната общност .

Обучението по медийна грамотност ооценява, независимо произведените медийни информации.

Обучението по медийна грамотност обучава учащите да изследват как медийните структури (напр. собственост, разпространение и т.н.) влияят върху начините, по които хората осмислят медийните съобщения.

Обучението по медийна грамотност признава, че КАК преподаваме нещата, колкото и КАКВО преподаваме е важно. Класните стаи трябва да бъдат места, където приносът на учащите се зачита, оценява и се действа.

Обучението по медийна грамотност не е заместител на правителственото регулиране на медиите, нито правителственото регулиране е замества обучението по медийна грамотност.

Обучението по медийна грамотност не е заместител на медиите, отговарящи за тяхната отговорност да служат на обществения интерес. В същото време не става въпрос за медийно „разбиване“, т.е. опростени, риторични или прекалено генерализирани атаки срещу някои видове медии или медийни индустрии като цяло.

Образованието по медийна грамотност признава, че медиите са част от културата и функционират като агенти на социализацията.

Обучението по медийна грамотност интегрирани медийни текстове, които представят различни мнения, перспективи и общности.

Обучението по медийна грамотност включва възможности за изследване на алтернативни медии и международни перспективи.

Обучението по медийна грамотност разглежда теми като насилие, пол, сексуалност, расизъм, стереотипи и други въпроси.

Обучението по медийна грамотност споделя със собствениците на медии, продуцентите и членовете на творческата общност отговорност за улесняване на взаимното разбиране на въздействието на медиите върху хората и върху обществото.

Обучението по медийна грамотност не изхожда от предпоставката, че медиите са без значение или че медиите са проблем.

Обучението по медийна грамотност потвърждава, че хората използват своите индивидуални умения, убеждения и опит, за да изградят свои собствени значения от медийните съобщения.

Обучението по медийна грамотност не е свързано с обучението на учащите какво да мислят; става въпрос за това как могат да стигнат до информиран избор, който е най-съобразен със собствените им ценности.

Обучението по медийна грамотност помага на учениците да осъзнаят и рефлектират върху изводите които те си правят от медийните съобщения, включително как изводите ги свързват със собствените им ценности.

Обучението по медийна грамотност ти казва кое е „истинското“ или „правилното“ или „скритото“ значение на медийните съобщения, нито идентифицира кои медийни съобщения са „добри“ и кои „лоши“. Медийният анализ е изследване на разнообразието.

Обучението по медийна грамотност признава, че интерпретациите на учащите в медийни текстове могат да се различават от интерпретациите на учителя, без да са грешни.

Обучението по медийна грамотност използва групова дискусия и анализ на медийни съобщения, за да помогне на учащите да разберат и оценят различните гледни точки.

Обучението по медийна грамотност признава и приветства различния медийен опит на лица от различни възрасти.

Обучението по медийна грамотност използва групова дискусия и анализ на медийни съобщения, за да помогне учащите да разберат и оценят различните перспективи и гледни точки.

Влиянието на медиите върху ценности, нагласи и стереотипи

Медиите са мощен катализатор за образуване на ценности и нагласи. Те не само отразяват обществените дебати и условия, но също така участват в процеса на борба с убежденията. Един пример е влиянието на медиите върху ролята на пола. Традиционно супергероите са мъжки фигури, докато жените се изобразяват като обект на мъжкото внимание. Такива медийни стереотипи засилват някои социални позиции по отношение на същността и ролята на различните полове. Медийните стереотипи могат лесно да бъдат изложени, особено по теми, по които зрителите нямат личен опит. Стереотипите не винаги са отрицателни, често дори ни помагат да разберем света. Тези стереотипни изображения обаче служат и като основа за социалната критика на традиционалистки позиции и за насърчаване на дебат на различните тези и идеи по отношение на социалните роли.

Използване на медии в обучението по медийна грамотност

Медийната грамотност се изучава най-добре чрез ангажираност и активно участие в процеса на обучение. Ангажираност означава да се предостави възможност на учащите да изпита, анализира и използва различни видове медии. Scheibe и Rogow предоставят насоки за използване на медиите в обучението по медийна грамотност (Scheibe & Rogow, 2012, стр. 97–98):

1. Използвайте „богато“ медийно съдържание. Това включва извършване на оценка на предпочитанията на групата ученици, за да може ефективно да се интегрира медийно съдържание, което би било интересно за групата. Те обаче трябва да отговорят на учебните цели и да могат да предоставят обратна връзка дали обучаемите са постигнали целите на сесията. Често най-дълбоките прозрения се случват с медии, които обучаемите използват редовно, но не са мислили много, и самите те могат да бъдат насърчавани да правят примери от медиите, които намират за интригуващи, вдъхновяващи, объркващи и подвеждащи.
2. Когато обучавате в умения за декодиране, уверете се, че използвате различни видове носители на информация. Използвайте както историческо, така и съвременно съдържание, както търговско, така и независимо, професионално създадено или генерирано от потребителите, както и представители на различни медийни жанрове и медийни форми.
3. Уверете се, че решавате правилно проблемите с авторските права.
4. Подгответе предварително подходяща основна информация за някакъв медиен жанр или форма.
5. Не забравяйте, че по-малкото е повече и че е по-добре да се съсредоточите в малък брой сесии и една конкретна цел или тип умение за медийна грамотност. Когато използвате „богато“ медийно съдържание, уверете се, че е кратко и годно за работа по отношение на техническите, пространствените и времевите ограничения на сесиите.

Декодиране на медийни съобщения

Декодирането на медийни съобщения представлява ключово умение за медийна грамотност. По-долу са представени няколко насоки при работа по тази тема в обучението по медийна грамотност:

1. Осигурете предистория и контекст за анализ преди работата по декодиране. Уверете се, че когато работите с аудио-визуално медийно съдържание, съдържанието е с кратка продължителност. Преди началото на декодирането, обяснете на групата какъв тип дискусия ще последва след сесиите за декодиране, така че те да получат малки подсказки какво да търсят и анализират в процеса на декодиране.
2. Винаги започвайте декодирането с въпрос. Въпросите могат да бъдат общи, за да започнат и да предизвикат дебат сред участниците. Въпросите при откриването на сесията са важни, защото задават тон и посока на дискусията и процеса на декодиране. Ето няколко примера за такива въпроси:
 - а. Какви съобщения получавате?
 - б. Какво почувствахте, докато гледахте / четохте / слушахте това?
 - в. Някой може ли да коментира своите впечатления, за да започнем дискусията?

По-късно могат да бъдат зададени по-конкретни въпроси:

- г. Коя е целевата аудитория за това и откъде знаеш?
- д. Кой може да се възползва от това съобщение? Кой може да бъде ощетен?
- е. Това факт, мнение ли е, или нещо друго?
- ж. Какви техники използва медийният производител, за да предаде съобщения по темата?

3. Участниците отговарят на въпроси, които се отнасят до доказателства за техните твърдения.

Например можете да задавате въпроси като:

- а. Къде виждате това?
- б. Какво те кара да кажеш това?
- в. Откъде знаеш?

4. Когато е уместно, задайте допълнителни въпроси, които могат да ви дадат представа за ключовите изводи, правени от участниците:

- а. Разширения („Разкажи ми повече за това ...“, „Какво имаш предвид под това ...“)
- б. Тълкувания („Как бихте описали това ...“)
- в. Пояснения („И така, вие казвате ...“, „Имате предвид ...“)
- г. Повторни препратки (Искане за преизчисляване на концепция или точка)
- д. Утвърждения („Това е интересно“).

5. Уверете се, че включвате и всички обучаеми в сесията:

- а. Някой друг има мнение по този въпрос?
- б. Съгласни ли сте или не?
- в. Аврора, какво мислиш ти?

б. Бъдете уважителни, когато задавате въпросите. Използвайте колкото е възможно повече положителни фрази за да създадете гостоприемна атмосфера, в която учащите ще се чувстват комфортно и свободни да изразяват мнението си, дори когато други обучаеми (или вие) може да не сте съгласни. Винаги имайте предвид ролята, която играете като модел за вашите обучаеми. Помислете също как бихте могли да конфигурирате бюрата или столовете по начин, които улеснява дискусиата (напр. В кръг, така че всеки да вижда всички останали и така че вниманието на всички да не е насочено само към вас) (Scheibe & Rogow, 2012, стр. 101– 102).

Преподаване на медийна грамотност на младежи от групи в неравностойно положение

Медийната грамотност е особено важна за учащи, които са в неравностойно положение или в риск - „млади хора, чийто потенциал да станат отговорни и продуктивни възрастни е ограничен или застрашен от предизвикателства случващи се в техния живот“. Учащите, принадлежащи към тази важна група, могат да имат проблеми при сътрудничеството в часовете по медийна грамотност, особено с възрастните и под тяхното ръководство (Friesem, 2014).

Когато работи с учащи в неравностойно положение, учителят трябва да е наясно с възможните предизвикателства, с които ще се сблъска по време на учебния процес. Обучаемите с по-малко възможности и произхождащи от семейства с финансови затруднения вероятно ще имат по-малко опит и познания за различни видове медии в сравнение с техните връстници. Освен това много от тях разпознават това и изпитват срам или могат да бъдат подигравани от своите връстници.

Следователно, когато планирате обучение по медийна грамотност с група младежи в неравностойно положение, се препоръчва да се направи предварителна оценка на нивото на медийна грамотност на групата преди обучение и да се планира допълнително време за справяне с тези предизвикателства по време на тренировъчните сесии. Много от обучаемите няма да имат практически опит с някои технологии. Ключът е да накарате участниците да се чувстват комфортно с групата, да се чувстват комфортно с технологиите, които ще използвате, и да се чувстват удобно по време на образователния процес. Това ще развие и предизвика техния интерес и те с нетърпение ще участват в обучението и постигането на целите на обучението.

Таблица за оценка на медийната грамотност (Tuominen & Kotilainen, 2012).

Ниво	Умения
Елементарно ниво	Няма умения или много лоши умения за четене и писане.
	Основни умения в използването на различни медии.
	Много малка или никаква възможност за използване на медии у дома.
Основно ниво	Средни умения за четене и писане.
	Опит в използването на технически медии (използване на имейл, сърфиране в мрежата, промяна онлайн)
	Възможност за използване на различни медии у дома
Напреднало ниво	Добри умения за четене и писане, опит за самоизразяване чрез медии (видео, телевизия, радио)
	Опит в използването на технически устройства
	Възможност за използване на различни носители на медии у дома

Медийната грамотност има особено значение за младите хора, принадлежащи към групи в неравностойно положение от няколко причини. Единият е свързан с нарастващото значение на медийната грамотност за пълноценно и ефективно участие в обществото. В съвременната епоха медиите представляват ключов инструмент за достъп до информация и комуникация с институции, други членове на общността и др. Медийната грамотност помага на младите хора да изразят гласа си, да се свържат със своите общности и да увеличат гражданската си ангажираност, като споделят с връстници и възрастни техните мнения по социално важни проблеми (Friesem, 2014).

Медийната грамотност има различно значение за различните поколения. Поколението млади хора, израснали в дигиталната ера, не могат да си представят живота си без медии и технологии. Хората от така нареченото поколение Z, „цифровите жители“, използват медиите като ежедневие. Съществува и разлика между хората, които са родени и израснали в дигиталната ера, „цифровите жители“ и хората, които не са израснали с цифрови медии наоколо, т.н. „цифровите имигранти.“ Тези две групи имат различно отношение към медиите и тяхната роля в съвременната култура и живот. За младите хора използването на медии има силен социален елемент. Използвайки медии, те изследват виртуални общности, създават нови или поддържат връзка с приятели и семействата си. (Tuominen & Kotilainen, 2012, стр. 31–32).

Когато работите с младежи в неравностойно положение, имайте предвид, че:

- те ще са активно ангажирани в учебния процес ако им е позволено да развият собствено разбиране на понятията;
- те ще учат най-добре, когато това, което намират като съдържание е подходящо и приложимо, свързано с „реалния живот“ и техните специфични преживявания;
- те ще учат по-ефективно, когато техните мнения - знания, въпроси - бъдат оценени и интегрирани в процеса на обучение;
- те ще учат по-ефективно, ако преценят, че сте отдадени на темата и целите на сесията.

Елементи на медийната грамотност

Участие

Участието се отнася до ролята, които младите хора изпълняват във връзка с различни медии. Участието може да има различни форми, от участие в интернет форум, създаване на съдържание, писане на блог, споделяне на полезни ресурси. Участието може да има множество предимства на индивидуално ниво (развитие на компетенции, излагане на различни гледни точки), на общностно и социално ниво (ангажираност на общността и демократично участие). Дженкинс (цитиран в (Ranieri, 2011)) твърди, че цифровите технологии подобряват развитието на „културите“, чрез съвместно изграждане на знания, което предоставя възможност на младите хора да развият нови знания и умения и може да допринесе за ангажирането на общността и овластяване на младежта. Тези технологии крият и някои рискове, например отваряне на възможности за нови форми на тормоз, разпространение на реч на омразата и др. (Ranieri, 2011).

По отношение на темата за участие, учебната програма (представена в следващите глави) ще има за цел да популяризира умения и знания, свързани с:

- разбиране на концепцията за цифровото разделение;
- разбиране на концепцията за онлайн / офлайн общност;
- комуникативни умения;
- умения за обсъждане;
- умения за анализ, оценка и синтез.

Достоверност

Цифровите технологии предоставят възможност за достъп до широк спектър от информация, което със сигурност е едно от основните предимства. Независимо от това, това също крие известни рискове по отношение на достоверността и надеждността на източниците на информация. Това налага приемането на механизми за контрол на качеството, както на индивидуално, така и на институционално ниво. От особено значение са SEO механизмите, които много търсачки използват, но и съществуването на медии, които умишлено разпространяват фалшиви новини. Младите хора, които широко използват тези медии, са най-изложени на тези рискове. Това се дължи на две причини, една от които е, че тяхното осъзнаване на тези рискове може да бъде по-ниско от това на възрастните и тъй като тяхното емоционално развитие е по-малко зряло, те са по-податливи на риска. (Ranieri, 2011)

Основна част от ефективното използване на информационните технологии е способността на потребителите да намират, избират, оценяват и организират информация. Интернет разшири възможностите за достъп до данни и информация извън всякакви граници. Базите данни, информационните източници, онлайн инструментите и приложенията за различни сфери са само на няколко „щраквания“ (Ranieri, 2011, стр. 47).

Как е възможно да се намери надеждна онлайн информация?

Какви критерии са ни необходими, за да определим нейната достоверност?

Как можем да разработим и представим информация по критичен и творчески начин?

По отношение на темата за достоверността програмата за обучение (представена в следващите глави) ще има за цел да популяризира умения и знания, свързани с:

- как работят търсачките;
- концепцията за надеждност на информацията;
- способност за разработване на стратегия при търсене в мрежата;
- концепцията за достоверност на информацията;
- способност за критична оценка на информацията;
- способност за организиране и обобщаване на информация.

Идентичност

Новите дигитални медии могат да улеснят развитието на лична идентичност сред младите хора и да им помогнат да изследват своите интереси, себеизразяване, да дискутират анонимно проблемите си, да експериментират с ново поведение и да намерят хора със сходен интерес.

Това също така води до някои рискове - ангажиране в измамни връзки, експериментиране с опасно поведение, отдаване на нарцисизъм и егоцентризъм (особено по отношение на самопрезентацията в социалните мрежи) и самовъзприятие въз основа на обратната връзка от други потребители на интернет (Раниери, 2011, стр. 15).

Каква роля могат да играят цифровите технологии в процеса на търсене / развитие на идентичността сред младите хора? Някои експерти подчертават положителната роля, която мрежите могат да имат по отношение на подпомагане на самоизследването и експериментирането с множество идентичности и възможност за анонимност.

Тези технологии също така предоставят разнообразни възможности за самоизразяване на младите хора, които могат да развият своите таланти и да научат нови умения. Тези технологии обаче могат да доведат и до неприятни последици, например да станат жертви на измами или да извършат сами измами.

По отношение на темата за идентичността програмата за обучение (представена в следващите глави) ще има за цел да популяризира умения и способности, свързани с:

- разбиране на онлайн / офлайн концепцията за идентичност;
- разбиране на връзката между идентичността и ролите;
- разбиране на положителните и отрицателните последици от цифровите технологии върху идентичността;
- способност за самоизразяване в онлайн и офлайн контекст;
- способност за ефективна самопрезентация.

Сигурност и защита

Може би един от най-важните въпроси при използването на цифровите технологии е свързан с въпроса за поверителността. Новите цифрови медии предоставят безпрецедентни възможности (а понякога и изисквания) за споделяне на лична информация, което поражда загриженост относно безопасността и сигурността на потребителските данни. Много млади хора са много малко или изобщо не са наясно с рисковете от споделянето на конкретна лична информация или имат познания за това как с тази информация може да бъде злоупотребено. Особено тревожно е идентифицирането на лична информация за търговски цели.

Младите хора са конкретна цел за въздействие в мрежата, тъй като споделят точен профил на интернет потребител чрез действията си в Интернет, демонстрират предпочитания. Кражбата и злоупотребата с лични данни означава, че е особено важно да се предоставят на младите хора знания и умения за управление на личните им данни в Интернет.

Поверителността едва ли е статична концепция и нейното значение по отношение на това какво може да се направи публично достояние и какво трябва да остане лично, какво може да се покаже и какво не, се променя с течение на времето. По този начин концепцията за неприкосновеност на личния живот е силно повлияна от социално-културния и технологичния контекст. Имайте предвид, че в някои случаи анонимността и поверителността, предоставени от цифровите технологии, представляват подходяща стратегия за някой да споделя своите идеи и мисли пропагандиращи негативни виждания.

Как да управлявате присъствието си онлайн?

Колко лична информация трябва да споделяме онлайн?

Какви са опасностите от споделянето на информация онлайн?

Следващата глава има за цел да разшири знанията и осведомеността на обучаемите относно концепцията за неприкосновеност на личния живот в онлайн света. Чрез това те трябва да могат по-добре да разберат и да гарантират сигурността на личната си информация, да могат да оценят рисковете, свързани с представянето на лична информация в Интернет.

По отношение на темата за неприкосновеността на личния живот програмата за обучение (представена в следващите глави) ще има за цел да популяризира умения и способности, свързани с:

- концепцията за неприкосновеност на личния живот и свързаните с нея понятия;
- концепцията за неприкосновеност на личния живот в Интернет и в социалните мрежи;
- способност за управление на лична информация онлайн;
- способност за защита на неприкосновеността на личния живот и личната информация при взаимодействие онлайн;
- зачитане на поверителността на другите потребители при взаимодействие онлайн.

Авторство

Новите технологии предоставят безпрецедентни възможности за създаване на различни видове съдържание - писане на блогове, създаване на видео предавания / влогове, изкуство, музика и др. В същото време нарастват новите форми на авторски права, но също и проблеми, като незаконно споделяне и изтегляне на файлове.

През последните години преподавателите, особено в средното и висшето образование, са изправени пред феномена „копиране и поставяне“. Това се превърна в почти редовна практика сред учениците. Поради лесната достъпност на дигитално съдържание (книги, статии и др.) писането на статии често се поддава на компилация от копирани разкази от различни източници, без представяне на оригинална мисъл и често без правилно препращане към източниците. Освен това, с появата на 2.0 технологии, Wikipedia е един пример за това. Това е проект, в който никога не познаваме авторите. Разработването на лицензите Creative Common също внесе радикална промяна в разбирането за авторските права.

По отношение на темата за авторството програмата за обучение (представена в следващите глави) ще има за цел да популяризира умения и способности, свързани с:

- Разбиране на концепцията за препращане / цитиране
- Разбиране на концепцията за авторското право
- Разбиране на концепцията за повторно използване на източници правилно
- Възможност за използване на лицензите Creative Commons

Сесия 2 – Медията през вековете / цифровото разделение

За учителя:

Необходимото оборудване включва поне 1 компютър на 2 ученика и интернет връзка. Предполага се, че студентите могат да използват сърфиране в интернет, търсачки и текстообработка. Интерактивна медийна дъска може да се използва за визуална демонстрация на ключовите моменти от лекцията.

Целта на дейността е да се отрази концепцията за цифровото разделение. Направете преглед на темата за масовата комуникация през вековете и помолете учениците да създадат график за развитието на средствата / инструментите за масова комуникация. Учениците трябва да работят в групи по 3-4 човека. За да завършат презентацията си, те могат да използват флипчарт, маркери, стикери, лепило и картинки. Помолете един или двама членове от всяка група да представят работата си. Обсъдете кои инструменти са включени в цялата група.

Въпроси за дискусия:

Пропуснати ли са някои инструменти / технологии?

Как различните технологии влияят на формите и потока на комуникацията?

Колко достъпни са тези инструменти на обществото? Как са имали / имат достъп и контрол хората върху тях? Какви са последиците от това?

Лекция: Цифрово разделение

Цифровото разделение се отнася до границата между тези, които имат достъп до технологии за масова комуникация, и тези, които нямат. Що се отнася до концепцията за цифрово разделение, тя се отнася предимно до достъпа до технологично оборудване - тази цифрова празнина се тълкува като вид изключване на тези лица, които нямат достъп до ИКТ. Цифровата разлика обаче се отнася и до социална разлика, която я интерпретира предимно като последица от предишни / настоящи неравенства по отношение на достъпа и използването на ИКТ. Още една перспектива интерпретира цифровото разделение като несъответствие в достъпа до съдържание, предимно знания и информация. Това се отнася за тези, които имат достъп до такова съдържание и тези, които нямат достъп.

*ОИСР определя, че цифровото разделение представлява „пропастта между хората, организациите, компаниите, географските области в много различни социално-икономически нива по отношение на техните възможности и достъп до ИКТ и използването на Интернет за широк спектър от дейности. Цифровото разделение показва много разлики между страните и вътре в страните. Способността на хората и компаниите да се възползват от промените в Интернет в значителна степен сред страните, които принадлежат към зоната на ОИСР и тези, които не принадлежат към нея“ (ОЕСД, 2001).

Следователно, концепцията за цифрово разделение, когато се прилага на универсално ниво, се отнася до различни измерения (географски, социални, технологични) и включва два различни проблема, достъпа до и използването на ИКТ, и представлява явление, повлияно от достъпа на телекомуникационни съоръжения и инфраструктури (Ranieri, 2011).

*ОИСР - Организацията за икономическо сътрудничество и развитие, ОИСР е международна икономическа организация на развитите държави с цел стимулиране на икономическия прогрес и световната търговия.

Упражнения:

Разделете участниците на групи и обмислете цифровото разделение в техните собствени общности.

Въпроси за дискусия:

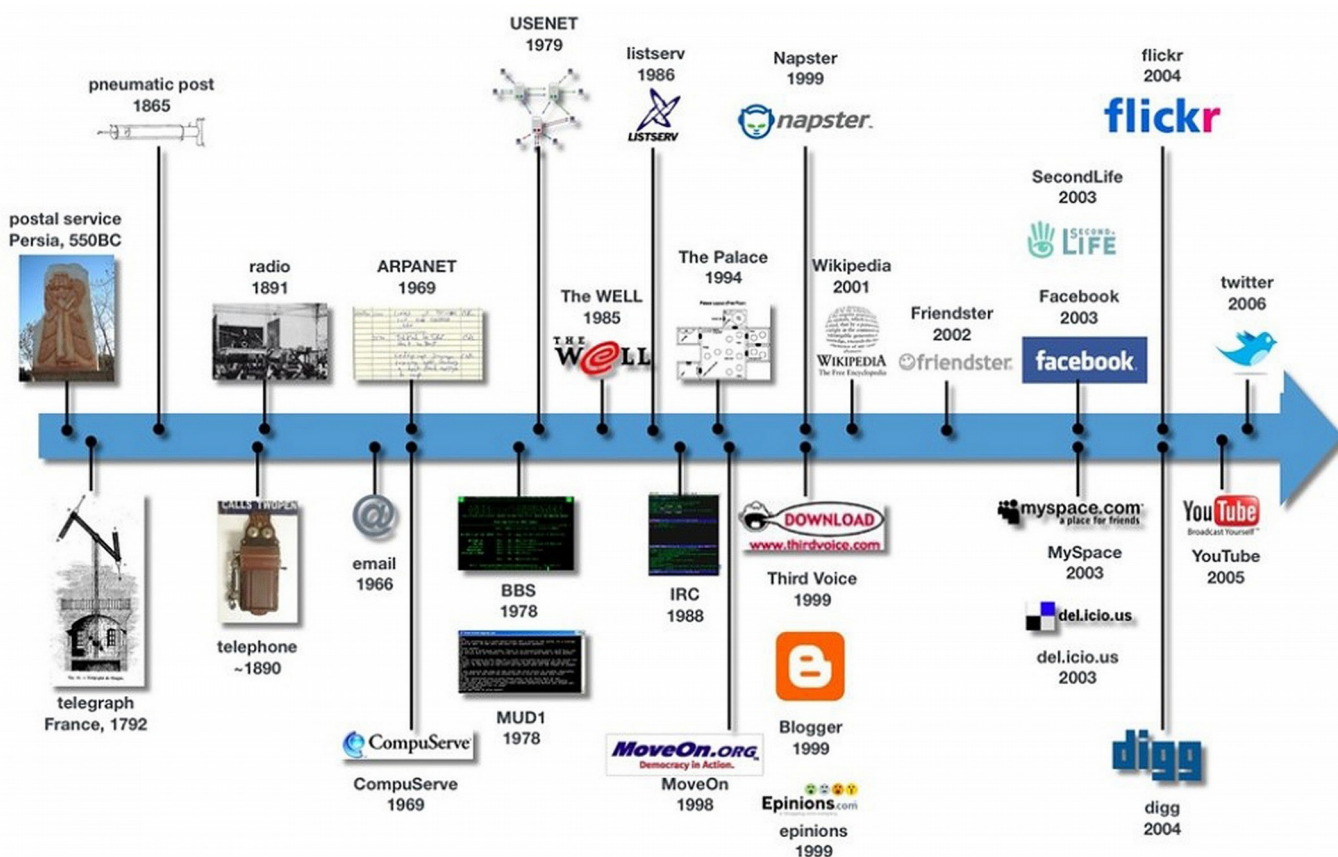
1. Кои групи имат ограничен или никъкъв достъп до цифрови технологии? Защо?
2. Важен въпрос ли е това? Защо?
3. Как това се отразява на тяхното участие в обществото?
4. Какво трябва да се направи по този въпрос?

Теми за последващо изучаване:

- История на комуникацията
- История на радиото
- История на телевизията
- Историята на Интернет
- История на компютрите
- История на мобилните телефони

Завършете дискусията, подчертавайки как цифровото разделение може да създаде нови видове изключване и да има отрицателно въздействие върху участието на гражданите. По-конкретно обърнете внимание на въздействието, което то може да окаже сред маргинализираните групи, и обяснете многократните последици от това разделение върху тяхното включване в обществото.

Медиите през времето – Графика 1



Сесия 3 – Компютърно-медирана комуникация

За учителя:

Целта на тази дейност е да помогне на обучаемите да помислят за най-важните аспекти на компютърно-медираната комуникация (СМС), както и за отговорностите на дадено лице спрямо други хора и общността, към която той или тя принадлежи при онлайн взаимодействие.

Лекция: Компютърно-медирана комуникация (СМС)

Терминът Компютърно-посредническа комуникация (СМС) се отнася до всяка форма на комуникация, възможна чрез използването на компютри. Какви са основните характеристики на СМС? По какво СМС се различава от „комуникацията лице в лице? Има няколко характеристики, които отличават СМС от другите форми на комуникация:

- СМС комуникацията е неограничена от пространствени и времеви бариери и предоставя възможност както за синхронна (развиваща се едновременно „жива комуникация“), така и за асинхронна комуникация (по различно време).
- предоставя възможност за многопоточни взаимодействия - от един към един (като например имейли), един към много (например видео стрийминг) и много до много (като уеб форуми), предоставяйки възможност за онлайн работни общности.
- мултимедийност - може да се реализира чрез множество форми - текст, изображение, видео, звук, видео-блогове, подкасти и др.
- отсъствие на някои форми на не вербални елементи - тъй като това е посредствена форма на комуникация, която предполага липса на физическо присъствие, някои елементи на традиционната комуникация, като език на тялото, жестове и мимики, е възможно да липсват.
- социално-релационна несигурност - това е една от определящите черти на СМС, отнасяща се до степента на доверие на хората във възприятията им за участие в междуличностни отношения. Несигурността във връзката е неяснотата, която хората изпитват относно състоянието на самата връзка („Колко съм сигурен за бъдещето на тази връзка?“).
- чувството за принадлежност, отнасящо се до нов тип принадлежност, който не е свързан повече с физическо присъствие и територия, а със споделените интереси и общи цели.

СМС може да има и нежелани прояви, които са свързани главно с възможността за взаимодействие по анонимен начин. Има няколко типа поведение, които са свързани със злоупотребата чрез СМС:

- flaming: когато се изпращат обидни съобщения;
- spamming: когато се изпращат нежелани съобщения (често използвани в рекламата);
- lurking: практиката когато например се присъединяват към уеб форум, но рядко, а най-често изобщо не участват в дискусиата (Ranieri, 2011, стр. 31).

„Нетикет“ се отнася до набора от правила за съзнателно и отговорно онлайн общуване.

Упражнение:

Продължителността на упражнението е 40 минути. Разделете участниците на групи от 4-5 души. Предоставете на групите сценарии. Отделете трима от тях, като им възложите следните роли:

- модератор - човек, който модерира дебата; опитва се да гарантира качество на участието; обобщава основните въпроси на дискусиата.
- репортер - прави бележки за разказаното по време на дебата;
- критик - прави критични наблюдения, подчертава проблеми или аспекти, които не са взети под внимание.

Сценарий 1: Ивана е споделила снимки от празника си във Facebook. Туристическата агенция споделя нейните снимки на страницата им във Facebook. Ивана не е доволна от това и решава да се свърже с тях (цялата комуникация трябва да бъде под формата на коментари в социалните мрежи).

Сценарий 2: Арбен, Игор и Елез споделят групов чат във Viber. Елез разбира, че Игор показва личните им съобщения на другите си приятели. Той решава да говори с него по този въпрос (цялата комуникация трябва да бъде под формата на коментари в социалните медии).

Сценарий 3: Елена започва работа в маркетингова компания. Нейната задача е да популяризира в социалните медии. Тя често използва публикациите на приятелите си в социалните медии, за да популяризира компанията си в коментарите. Тя се сблъсква с приятелите си за това поведение (цялата комуникация трябва да бъде под формата на коментари в социалните медии).

Групите играят сценариите, докато специалният екип прави бележки. Накрая специалният екип представя констатациите от своите наблюдения. Обсъдете с групата. Помолете участниците да помислят за различни правила, които се прилагат или не се прилагат във виртуалното взаимодействие, за разлика от взаимодействието лице в лице.

За обучаемите:

Това упражнение е под формата на ролева игра, свързана с начина, по който общуваме онлайн. Следвайте инструкциите на треньора и изпълнете упражнението.

Сесия 4 – Wiki журнал

За учителя:

Целта на тази дейност е да насърчи сътрудничеството между участниците по време на използването на ИКТ и СМС. Заданието е свързано с онлайн журналистиката, където различни групи участници ще трябва да разделят задачи, роли и правила и да си сътрудничат при разработването на съвместен медиен проект. Участниците ще бъдат помолени да създадат съвместен вестник, използвайки wiki, блог или и двете.

Лекция: Журналистика на участието

Журналистиката на участието, известна още като „отворена журналистика“ и „гражданска журналистика“ е вид журналистика, която изисква някакъв вид сътрудничество или участие от страна на читателя, или дори случаи, когато цялостното развитие на журналистическата работа е дело на четец. Появата на Технологиите 2.0 правят процеса на публикуване изключително лесен и незабавен, като по този начин превръщат читателите от обикновени потребители в производители на информация. Интегрирането на двете роли създаде „потребителя“.

Често гражданската журналистика е фокусирана върху местните новини, за да увеличи участието на гражданите в гражданския живот. В зависимост от участието и ролята на читателя в процеса на производство на новини, има няколко форми на журналистика на участието:

1. Прост коментар от читателя;
2. „Лесен“ принос от читателя (връзка, снимка) към статия на професионален журналист;
3. Пряк принос от читателя, който включва сътрудничество с професионални журналисти;
4. Блогърът-гражданин, лице, което произвежда новинарско съдържание (обикновено по отношение на местни новини) и ги публикува онлайн във вестник или блог;
5. Участие в написването на статия от професионален журналист, организация за новини;
6. Участие в журналистически уебсайт, изцяло управляван от граждански журналисти, пишещ за местни събития;
7. Участва в хибридна форма на журналистика, сътрудничество между професионални и любителски журналисти;
8. Wiki журнал, форма, при която всеки може да пише и публикува новини и истории, както и да редактира написаното от други.

Упражнение: Продължителността на упражнението е най-малко 2 часа. Преди да започнете упражнението, уверете се, че участниците са добре запознати с технологичните инструменти, участващи в дейностите, особено с блог или wiki.

Има няколко популярни инструмента, които могат да се използват при разработването на wiki или блог. Разделете участниците на групи от 4-5 ученици.

Това упражнение изисква следното оборудване:

Поне 1 компютър на работна група (поне 1 компютър на 4-5 ученика) и най-малко 2 камери.

Участниците трябва да имат основни познания по обработка на текст и редактиране на снимки / видео. За представяне на крайните резултати е необходим проектор.

Обяснете задачата на всяка от групите и помолете членовете да се разделят на различни роли в екипа (например главен редактор, репортер, коректор, фотограф, оператор, видео редактор). Уверете се, че членовете на групите са наясно и разбират задачите и отговорностите, които имат в развитието на вестника. Обяснете с точни думи какво се очаква от тях, за да разберат добре задачата. Представете няколко примера за гражданска журналистическа работа и блогове, колкото да илюстрирате вашите точки по-ефективно.

За обучаемите:

Вашата задача ще бъде да разработите wiki журнал. Ще работите в екипи.

Всеки екип има задачата да изготви поне 3 кратки новинарски теми по теми, които ги интересуват.

Дейността е организирана в няколко стъпки:

1. Определяне на моделът - редакционният екип определя проблемите, които ще бъдат обхванати, и делегира задачи и роли. В тази стъпка ще бъде определен конкретният тип отразяване на всяка новина.
2. Изследване на новини - екипът може да използва търсене в Интернет, интервюта с други ученици в обучението и т.н.
3. Проверка на източниците - напомнете на „гражданите журналисти“, че трябва да проверят своите източници.
4. Изготвяне на статиите в wiki - споделете WikiQuette и насочете учениците към ефективна работа;
5. Преглед на работата.
6. Издателство.

Завършете упражнението, като всеки екип представи работата си и гласува най-добрия вестник.

Как да напиша ефективна статия?

- 1. Поставете се на мястото на читателя - пишете кратки и прости изречения.**
- 2. Не забравяйте ключовата си точка.**
- 3. Пишейки историята си, се придържайте към - кой, какво, кога, къде и защо.**
- 4. Напишете привлекателно заглавие (Ranieri, 2011, стр. 39)**

Сесия 5 – Как работят търсачките

За учителя:

Целта на дейността е да обучи участниците в това как работят търсачките, както и какви са различните стратегии за търсене на информация онлайн.

Лекция: Търсачки

Търсачките представляват инструменти, които позволяват на хората да намират информация онлайн чрез търсене на думи и фрази, за които се смята, че са свързани с информацията, която търсят. Как работят търсачките?

Когато използва търсачки за достъп до информация, потребителят трябва да знае, че:

- търсачките анализират около 30-35% от наличните уеб страници, докато останалото принадлежи на така наречената „невидима мрежа“, която се състои от защитени страници;
- търсачките не търсят в цялата мрежа. Те търсят само думите, посочени от потребителя, в индекс, актуализиран автоматично от софтуер;
- това, което може да се намери в мрежата с помощта на търсачка, не съвпада точно с това, което е на разположение, тъй като процесът на търсене се основава на собствения списък с думи на търсачките, а не на това, което е достъпно в мрежата по всяко време ;
- различните търсачки не работят еднакво - работят на различни принципи и всяка търсачка артикулира тези принципи по различен начин;
- рекламите оказват силно въздействие върху резултатите и тяхното класиране в уеб търсене;
- информационните източници / страници, класирани на първо място, не трябва да бъдат най-важните или най-точните. Докато почти всички са склонни да се консултират само с първите резултати, това е важно нещо, което трябва да се отбележи.

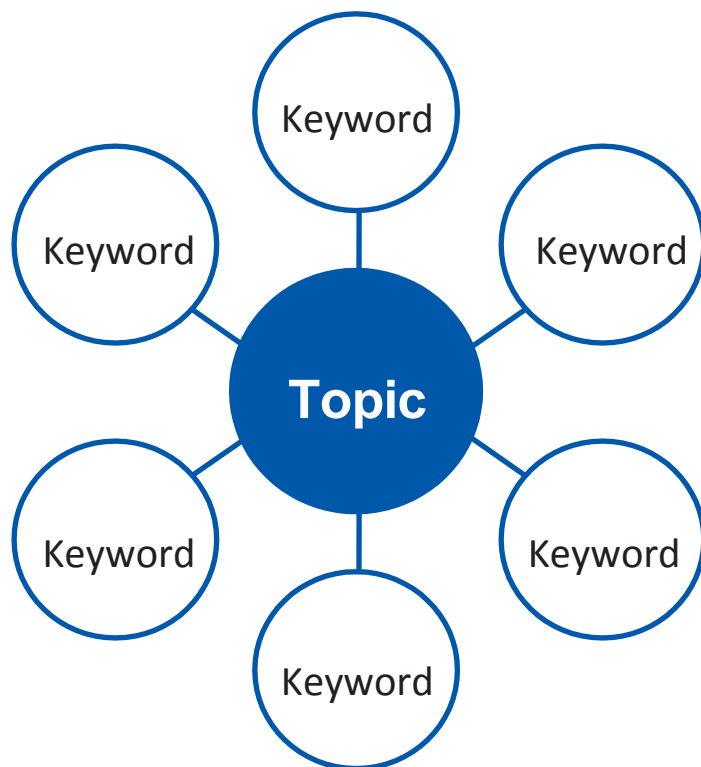
Упражнение 1: Дебат. Упражнението продължава 20 минути. Задайте на групата ученици няколко въпроса, например:

1. Знаят ли какво представляват търсачките?
2. Каква е целта на търсачките?
3. Имате ли предпочитана търсачка? Ако да, коя е тя? Защо предпочитате да използвате точно нея?
4. Опишете как търсите информация в Интернет.

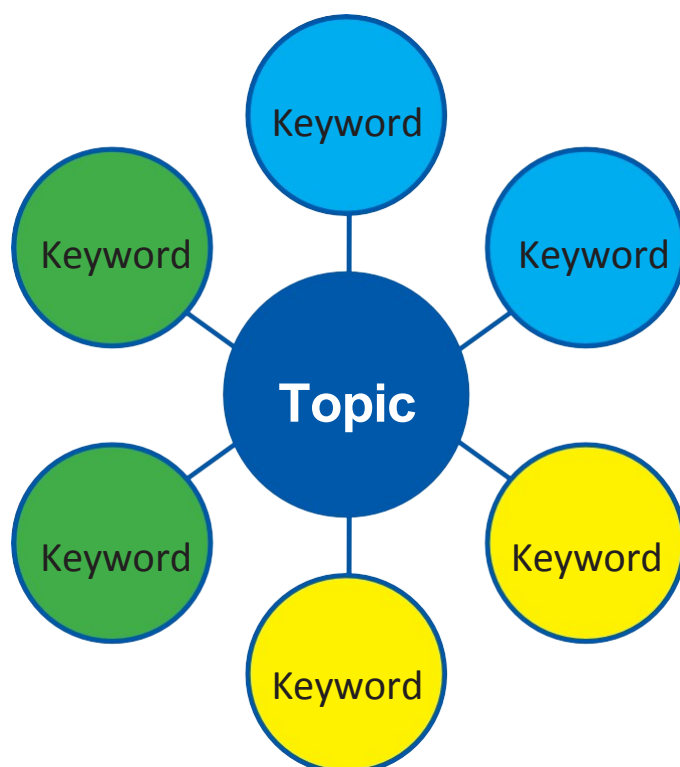
Упражнение 2: Търсене на информация

Продължителността на упражнението е 15 минути. За предпочитане е участниците да работят индивидуално или по двойки. Необходимото оборудване за изпълнение на това упражнение е 1 компютър или смарт устройство на участник или двойка участници и стабилна интернет връзка.

Помолете участниците да обмислят различни ключови думи по избрана от вас тема. След като приключите, помолете ги да организират ключовите думи, както е показано на таблицата по-долу.



Помолете ги да организират информацията по тези схеми. След като съберат информацията, помолете ги да реорганизируют резултатите, като използват ключови думи от всяка област, като ги групират тясно свързани понятия и ги подчертаят.



След това участниците търсят в Интернет с помощта на браузъра, използвайки идентифицираните ключови думи, започват търсенето. Четейки първата селекция от търсенето, помолете ги да открият нови думи, които могат да бъдат добавени на картата. След това преразгледайте списъка, ако например с помощта на някаква ключова дума не са намерени резултати по темата, тогава тази ключова дума трябва да бъде изтрита и заменена.

В края на дейността всяка група трябва да покаже резултатите от собствената си работа, като посочи:

- Колко резултата са използвани;
- Колко резултата са избрани;
- Колко ключови думи са добавени; кои бяха най-свързани с темата;
- Колко и кои ключови думи са изтрети.

За участниците:

Следвайте инструкциите на треньора и завършете упражнението.

Сесия 6 – Информацията в интернет

За учителя:

Целта на тази тема е да научи студентите на значимостта на достоверността и надеждността на информацията, намерена в Интернет. Сесията може да започне с обсъждането на това, кои стратегии участниците използват, за да определят достоверността и надеждността на информацията, намираща се онлайн. Ако е необходимо, в зависимост от възрастта на участниците, може да се наложи да обясните на групата концепциите за достоверност и надеждност.

Лекция: Търсачки

Търсачките представляват инструменти, които позволяват на хората да намират информация онлайн чрез търсене на думи и фрази, за които се смята, че са свързани с информацията, която търсят. Как работят търсачките?

Търсачките представляват инструменти, които позволяват на хората да намират информация онлайн чрез търсене на думи и фрази, за които се смята, че са свързани с информацията, която търсят. Как работят търсачките?

Когато използва търсачки за достъп до информация, потребителят трябва да знае, че:

- търсачките анализират около 30-35% от наличните уеб страници, докато останалото принадлежи на така наречената „невидима мрежа“, която се състои от защитени страници;
- търсачките не търсят в цялата мрежа. Те търсят само думите, посочени от потребителя, в индекс, актуализиран автоматично от софтуер;
- това, което може да се намери в мрежата с помощта на търсачка, не съвпада точно с това, което е на разположение, тъй като процесът на търсене се основава на собствения списък с думи на търсачките, а не на това, което е достъпно в мрежата по всяко време ;
- различните търсачки не работят еднакво - работят на различни принципи и всяка търсачка артикулира тези принципи по различен начин;
- рекламите оказват силно въздействие върху резултатите и тяхното класиране в уеб търсене;
- информационните източници / страници, класирани на първо място, не трябва да бъдат най-важните или най-точните. Докато почти всички са склонни да се консултират само с първите резултати, това е важно нещо, което трябва да се отбележи.

Упражнения: Дебат. Продължителността на упражнението е 30 мин.

Темата на дебата е достоверността и надеждността на информацията онлайн. Ето няколко примерни въпроса, които можете да обсъдите с участниците:

• Според вас вярна ли е онлайн информацията? Надеждна ли е? Възможно ли е да разчитаме на това, което се публикува в Интернет? Не забравяйте да ги помолите да разяснят нагласите си и може би ще ви предложат и някои примери.

• Случвало ли ви се е да се съмнявате в истинността на някои данни, намерени онлайн? Защо? Можете ли да опишете случая?

• Как определяте достоверността на информацията, намерена онлайн? Какви са вашите критерии? Запишете (на дъска, интелигентна дъска или на проектор) критериите, разгледани и използвани от участниците си, и ги сравнете с критериите за оценка, представени по-долу. Коментирайте приликите и разликите в двете групи критерии.

Упражнение 2: Продължителността на упражнението е приблизително 40-60 минути. Разделете участниците на двойки. Необходимото оборудване за изпълнение на това упражнение е 1 компютър или интелигентно устройство на участник или двойка ученици и стабилна интернет връзка. Помолете участниците да анализират първите 5-6 резултата от търсенето от предишното упражнение, като използвате таблицата за оценка по-долу. Осигурете им 30 минути, за да изпълнят заданието.

След приключване на груповата работа, помолете всяка двойка да представи своите резултати. След като всяка двойка представи резултатите си, помолете групата да сравни приликите и разликите в оценката.

След това помолете двойките да се върнат към своите карти (от първото упражнение) и да ревизират резултатите си според достоверността на уебсайтовете, предлагащи определени ключови думи (Ranieri, 2011, стр. 57).

За обучаемите:

Следвайте инструкциите на учителя и завършете упражнението.

Критерий 1	Кой е авторът? Познат ли е той? Надеждна и позната ли е или неизвестна организация?
Критерий 2	Каква е целевата аудитория на източника? Трябва ли да имате някакви предишни познания по темата, за да я разберете?
Критерий 3	Какъв е обхватът на уебсайта?
Критерий 4	Добре ли е написана информацията? Кратка ли е?
Критерий 5	Информацията стара ли е? Актуализирана ли е тя?

Таблица за оценка (Ranieri, 2011).

Уебсайт	Ниво на надеждност	Надеждност или ненадеждност (посочете поне две причини за всяко)
Уебсайт 1	Високо	Причина 1: този уебсайт е надежден / ненадежден, защото ...
	Средно	
	Ниско	Причина 2: този уебсайт е надежден / ненадежден, защото ...
Уебсайт 2	Високо	Причина 1: този уебсайт е надежден / ненадежден, защото ...
	Средно	
	Ниско	Причина 2: този уебсайт е надежден / ненадежден, защото ...
Уебсайт 3	Високо	Причина 1: този уебсайт е надежден / ненадежден, защото ...
	Средно	
	Ниско	Причина 2: този уебсайт е надежден / ненадежден, защото ...

Сесия 7 – Рисковете в интернет

За учителя:

Целта на дейността е да популяризира знанията и уменията сред учениците за критична оценка на информацията. Основата на учебния процес в тази сесия ще бъде уеб търсене - дейност на изследване, базирана на интернет източници - чиято цел е да се открие коя система разпространява зловредни програми. В края на заниманието учениците ще разберат по-добре какво представляват компютърните вируси и как работят.

Упражнение 1. Брейнсторминг и дискусия.

Това е кратка сесия за мозъчна атака, която ще ви помогне да въведете темата, а също така ще ви предостави възможност да оцените знанията и уменията на вашите обучаеми по темата. Примерни въпроси за дискусията:

- Знаете ли какво е компютърен вирус?
- Знаете ли какво е злонамерен софтуер?
- Компютърът Ви някога заразяван ли е с вирус или злонамерен софтуер? Ако да, какво се е случило? Как се случи това?
- Знаете ли как да защитите компютъра си от вируси? Ако отговорът е да, моля, обяснете.

Можете също така да пуснете няколко демонстративни видеоклипа, показващи как работи компютърен вирус и зловреден софтуер.

Лекция: Компютърен вирус

Компютърните вируси представляват определен вид злонамерен софтуер, който може да зарази вашия компютър и да извърши действия, за които е проектиран. В много случаи потребителят не разпознава, че компютърът му е заразен. След като вирусът бъде изпълнен, той може да се репликира и да създаде задна врата, чрез която създателят на вируса получава достъп до компютъра на потребителя и причинява щети на компютъра.

Има различни видове софтуер, който може да бъде злонамерен за вашия компютър (Ranieri, 2011, стр. 61)

Злонамерен софтуер: вирус, създаден с цел да навреди на хостващия компютър;

- червеи: този тип вирус може да намали производителността на компютъра;
- полиморфен вирус: този тип вирус може да се промени при всяка инфекция, поради което е трудно да бъде открит и отстранен;
- метаморфен вирус: този тип вирус може напълно да промени кода си, което го прави много трудно за откриване за антивирусни програми;
- Троянски кон: вероятно един от най-известните видове вируси.

Технически някои не ги считат за вируси, защото не се репликират; те са файлове, които веднъж отворени от потребителя заразяват компютъра. За да объркат потребителя, те често имат имена и икони, подобни на други компютърни програми.

Упражнение: Разделете групата на по-малки групи от 3-4 участника. Представете три различни сценария. Помолете ги да обобщят кога и къде във всеки сценарий има опасност от компютърна инфекция.

Сценарий 1: Изтегляте филм от нелегален торент уебсайт. Има ли някакви опасности по отношение на безопасността на вашия компютър?

Сценарий 2: Вие сте получили имейл от неизвестен подател, в който се твърди, че сте спечелили 100 000 евро. Трябва да кликнете върху връзка, за да оставите вашите данни, за да заявите печелившата. Какво ще направите?

Сценарий 3: Искате да си купите пуловер онлайн. Формулярът изисква информация за вашата кредитна карта? Какво трябва да вземете предвид, преди да извършите плащането?

За обучаемите:

Следвайте инструкциите на учителя и завършете упражнението.

Сесия 8 – Онлайн идентичност

За учителя:

Целта на тази сесия е да насърчи разбирането сред групата по отношение на концепцията за идентичност, както в онлайн, така и в офлайн контекст. В началото на сесията, като форма за разгриващо упражнение, помолете учениците да направят малка самопрезентация, като създадат лична карта, и след това да участват в упражнение за ролева игра, изправени пред различни ситуации. Целта на упражнението е да покаже на участниците как човек може да се промени в зависимост от контекста.

Лекция: Идентичност (онлайн/офлайн)

Социалният живот и нашите взаимоотношения и роли в общността създават ситуации, които могат да променят нашата идентичност с течение на времето и в различен контекст. Изграждането на идентичност е процес, който се развива през целия ни живот. През целия си живот ние изпълняваме нови роли и създаваме нови отношения, прекъсваме стари връзки, които са ситуации, които изискват приспособяване. Всяка от тези корекции прави промяна в нашата идентичност, чувството ни за себе си, в нашето само усещане. Понякога тези промени се извършват съзнателно и с желание (например, когато искаме да станем по-организирани или да живеем по-здравословен начин на живот), но често те отиват на заден план и ние до голяма степен не осъзнаваме това.

Но какъв вид въздействие имат медиите върху този процес и по-точно каква роля играят социалните мрежи?

Социалните мрежи принадлежат към тип уебсайтове, чиято основна характеристика е да насърчават взаимодействието между потребителите. Те се основават на потребителски профили, които са навигационни и хората могат да представят информация за себе си, своите предпочитания и хобита, както и съдържание, което искат да споделят с други хора. Това са виртуални мрежи, като най-известните са Facebook, Twitter, Instagram, YouTube и TikTok. Всяка от тях е специализирана в някаква форма на взаимодействие и представяне на потребителите. „Животът в“ социалните мрежи предоставя възможност за самопрезентация на потребителя, като всяко действие е публично или полу-публично. Това може да доведе до редица проблеми, свързани с изграждането на идентичност.

Упражнение: Продължителността на това упражнение е приблизително 20 минути. Упражнението включва дискусия по темата за идентичността. Задайте на групата следните въпроси (можете да добавите други въпроси или да промените въпросите, ако сметнете за добре):

- Какво означава идентичност?
- От какво се състои нашата идентичност?
- Какво влияе върху нашата идентичност?
- Възможно ли е да имаме повече от една идентичност в реалния живот?
- Променя ли се нашата идентичност? Какво влияе на тази промяна?
- Има ли разлики между онлайн и нашата офлайн идентичност?

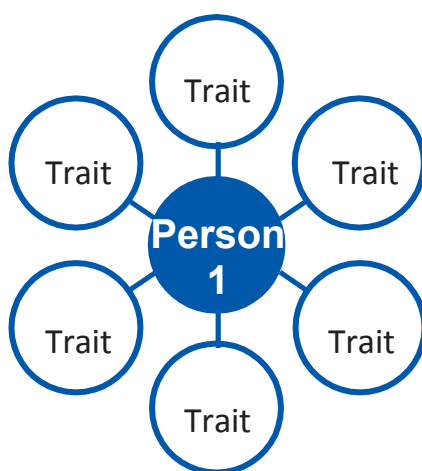
Напишете най-важните идеи, разработени по време на дискусията, на дъска. Уверете се, че сте подчертали някои ключови понятия, като например: че идентичността зависи от контекста; идентичността непрекъснато се променя; изграждането на идентичност е селективен процес, в който решаваме каква информация за нас искаме да споделим с другите.

След изясняване на понятията, помолете участниците да създадат самопрезентация, форма на лична карта. Това, от което ще се нуждаете, е голям лист хартия за всеки ученик, цветни маркери, ножици, лепило, цветна хартия и др. Помолете ги да бъдат креативни и да представят кои са те на листа хартия. Дайте им 20 минути, за да завършат упражнението.

Упражнение 2: Ролева игра. Разделете участниците на групи от 5-6 души. Всяка група трябва да изиграе мим - трябва да анализира предоставената сюжетна линия (ситуация) и да я изиграе пред групата. Останалата част от групата трябва да отгатне ситуацията. По-долу е даден списък на възможните сценарии (можете да добавите допълнителни сценарии).

Роля	Ситуация
Персонаж 1, суетният. Става суетен пред други хора.	Отива да пазарува близкия мол.
Персонаж 2, коравият човек. Става арогантен около другите.	В парка с приятели.
Персонаж 3, отличникът. Той/Тя винаги вдига ръка, за да задава въпроси.	В училище, по време на час.
Персонаж 3, по-голямата сестра. Тя е много грижовна за своите братя и сестри.	В семейството/домашна среда.
Персонаж 4, палав студент. Тя/той говори по време на час и нарушава дисциплината.	В училище, по време на час.

Групата, която успешно отгатне най-много ситуации, е победител. По време на отгатването трябва да напишете всички черти на лицата в сценариите на дъска или флипчарт.



Оказва се, че Персонаж 2 има различни, а понякога и противоречиви идентичности. Помолете групата да разсъждава по този въпрос и накрая да разработи история, в която различните роли, изпълнявани от Персонаж 2, имат смисъл. Мотивирайте участниците да разсъждават как това може да се случи, да могат да разберат трудната динамика на себе си и различните идентичности чрез създаване на истории и фантазия. Уверете се, че подчертавате значението на по-доброто самопознание и влиянието на контекста върху начина, по който действаме и живеем.

За обучаеми:

Следвайте инструкциите на учителя и завършете упражнението.

Сесия 9 – Самопрезентация онлайн

За учителя:

Целта на тази сесия е да засили информираността на участниците за понятието - онлайн идентичност и съответно за измама с идентичността. По време на тази сесия участниците ще бъдат помолени да вземат предвид съотношението между офлайн и онлайн идентичностите и тяхната собствена презентация в онлайн света.

Упражнение: Продължителността на упражнението е 30-40 минути. За да осъществите това упражнение ще ви трябват проектор и копие от филма „Аватар“ от Джеймс Камерън. Проектирайте избрани сцени, които демонстрират динамиката между аватара и героя зад него, което ще помогне да представите концепцията на вашите обучаеми и да ги запознаете с основните проблеми, свързани с виртуалните идентичности.

В края на прожекцията отворете дебат между участниците, задавайки въпроси като:

- Знаете ли какво означава аватар?
- Използвали ли сте някога аватар в онлайн комуникацията?
- Сигурни ли сте, че зад аватара се крият хората, за които се твърдят, че са?

Напишете на дъска или флипчарт ключовите моменти, повдигнати от участниците по време на дискусиата.

Упражнение 2: Целта на упражнението е да засили капацитета за самопрезентация сред участниците в онлайн света. Като начало помолете обучаемите да подготвят кратка презентация за себе си, като използват пет ключови точки - те могат да използват изображения, текст, кратки видеоклипове и музика. Презентацията трябва да отразява техните интереси, страсти и житейски опит. Помолете ги да работят индивидуално. В края на работата си по отделните презентации помолете всеки от тях да представи презентацията си на друг от групата и след това взаимно да оценят ефективността на своите презентации.

Лекция: Дигитално разказване на истории

Дигиталното разказване на истории днес се използва повече от всякога, като важен инструмент за откриване, изследване на себе си, както и инструмент за взаимодействие с други хора и споделяне на собствени интереси, предпочитания и опит. Изразът дигитален разказ на истории датира от Джо Ламбърт и Дана Атчли, които през 90-те години създадоха мултимедийна интерактивна система, където хората могат да се представят, използвайки текст, звук, изображение и т.н. различни хора споделят своите житейски истории и творчески въображения с другите. Тази по-нова форма на разказване на истории се появи с появата на достъпни техники за производство на медии, хардуер и софтуер, включително, но не само цифрови камери, цифрови диктофони, iMovie, Microsoft Photos, Final Cut Express и WeVideo. Тези нови технологии позволяват на хората да споделят своите истории чрез интернет в YouTube, Vimeo, компакт дискове, подкасти и други електронни системи за разпространение (Ranieri, 2011).

Упражнение 3: Кратка дискусия. Продължителността на упражнението е 20 мин.

Помолете учениците да опишат какво е автобиография. Помолете ги да изброят няколко примера за автобиографии. Помолете ги да посочат няколко формата за представяне на автобиография. Попитайте ги дали някога са писали и автобиография. Помолете ги да опишат разликата между CV и автобиография.

Обобщете отговорите, предоставени от учениците, на дъска или флипчарт.

Упражнение 2: Упражнение за самопрезентация. Продължителността на упражнението е приблизително 30-40 минути. Помолете ги да подготвят презентация за тях, като отговорят на следните въпроси:

- 1) Аз съм ...
- 2) Какво мога да направя ...
- 3) Какво обичам да правя ...
- 4) Какво бих искал да се науча да правя ...
- 5) Какво не обичам да правя ...

След като подгответе информацията (отговори на въпросите по-горе), помолете ги да ги трансформират в проект за разказване на истории.

Упражнение 4: Създаване на дигитална история / самопрезентация.

Продължителността на упражнението е приблизително 1 час. За реализирането на това упражнение ще ви трябва един компютър / смарт устройство на ученик и интернет връзка, микрофон, слушалки. Можете да използвате различни инструменти за дигитално разказване на истории, в зависимост от вашите предпочитания, както и компютърната компетентност. (ще трябва да оцените това във фазата на подготовка на тази глава). Помолете учениците да разработят самопрезентация, използвайки текст, изображения, музика и избор на аватар. Помолете ги да споделят резултатите си (презентацията си) с останалата част от групата, след като приключат.

За обучаеми:

Следвайте инструкциите на учителя и създайте своя цифрова история.

Аватар:	Описание на себе си:	Произведение на изкуството (музика, филм, книга, живопис и др.), което ме описва:
---------	----------------------	---

Сесия 10 – Онлайн поверителност

За учителя:

Упражнение 1: Дискусия.

Продължителността на упражнението е 15-20 минути. Подбудете дискусия относно концепцията за неприкосновеност на личния живот сред участниците. Ето няколко въпроса, които могат да помогнат за воденето на дебата (списъкът не е изчерпателен и можете да използвате други въпроси, ако установите, че са по-подходящи за групата, с която работите):

- Знаете ли какво е поверителност?
- Ако да, в какъв контекст / повод сте чували за термина?
- Имате ли лична информация, за която смятате, че другите хора не трябва да знаят?
- Какъв тип лична информация обикновено споделяте в Интернет?

По време на дискусията запишете ключовите точки на дъска / флипчарт, които да се използват като напомняне по-късно по време на други упражнения. Обърнете специално внимание по отношение на това какви данни учениците посочват, че са им не удобни да споделят онлайн.

Упражнение 2: Дефиниции.

Продължителността на това упражнение е 40 минути. Изберете ключови думи, свързани с концепцията за неприкосновеност на личния живот, и помолете учениците да предоставят определения. Разделете групата на по-малки групи от 3-4. За реализирането на това упражнение отделните групи ще трябва да имат поне едно интелигентно устройство, достъп до Интернет, лист хартия и моливи / маркери. Обяснете, че въпреки че трябва да търсят информация онлайн, определенията, които предоставят, трябва да бъдат направени със собствените им думи, в тяхното собствено разбиране на прочетеното. След като участниците попълнят дефинициите, помолете ги да представят резултатите си пред останалите групи.

След презентацията предоставете на всяка група списък с определения на понятията, които са били включени в упражнението, и ги помолете да сравнят със собствените си определения. Обсъдете разликите между определението на участниците и определенията в наръчника.

Определения: Когато говорим за поверителност, трябва да изясним някои свързани понятия:

Информирано съгласие - говорим за информирано съгласие, когато човек ясно изразява волята си да приеме определено действие или да участва в друго, включващо неговата лична информация.

Лични данни - личните данни са информацията, която идентифицира дадено лице по пряк начин. Личните данни могат да включват: име и фамилия, адрес, личен идентификационен номер, дата на раждане. Личните данни могат също да включват информация, която може да ви идентифицира директно, като снимки, гласови записи и т.н.

Чувствителни данни - това са данни, които изискват особено внимание при представянето в онлайн сферата, поради факта, че те се отнасят до лична информация като - религиозни убеждения, политически убеждения, здравословно състояние и др.

Поверителност - терминът поверителност показва както правото да защитите личната си сфера, така и начина, по който използвате личните данни в онлайн света.

За обучаеми:

Следвайте инструкциите на учителя и създайте своя цифрова история.

Сесия 11 – Онлайн поверителност 2

Целта на дейността е да се повиши осведомеността сред обучаемите относно различни рискове, свързани с споделянето на личната им информация онлайн, но също така да се повиши осведомеността относно аспектите на онлайн презентацията, които трябва да бъдат ефективно управлявани. Започнете сесията с дискусия относно събития / случаи, свързани с злоупотребата с личната им информация онлайн. След това им покажете два различни профила на хора онлайн, съдържащи част от личната им информация, и ги помолете да идентифицират информация, която може да бъде чувствителна и рискова за публикуване онлайн.

Лекция: Поверителност в ерата на интернет и социалните мрежи

Мрежите за социални услуги (SSN) т.е, т.н социалните мрежи, както ги наричат, представляват нови предизвикателства за поддържане на неприкосновеността на личния живот и защита на личните данни в съвременната епоха. Социалните мрежи като Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn имат милиарди потребители. Една от определящите характеристики на SSN е, че ако искате да станете част от тях, трябва да направите определена лична информация повече или по-малко достъпна за обществеността. Според Бойд (Ranieri, 2011) има няколко определящи характеристики на неприкосновеността на личния живот в онлайн сферата:

- 1) всичко, което се публикува онлайн, продължава да бъде онлайн с течение на времето;
- 2) възможно е да се търси в Интернет, за да се намери нечия лична информация;
- 3) човек никога не може да бъде сигурен кой го вижда/ коя е „публиката“.

Това означава, че когато публикуваме информация, особено лична информация онлайн, трябва да сме наясно, че тази информация ще остане достъпна за по-дълъг период от време, което означава, че хората вероятно ще имат достъп до нея, ще я изтеглят и ще я споделят с други хора. Следователно, винаги имайте предвид дали информацията, която публикувате, ще ви е „удобна“ след 10-20 години.

Упражнение 1: Намиране на лична информация онлайн.

Продължителността на това упражнение е приблизително 30 минути. Лекторът ще ръководи това упражнение. Ще ви е необходим поне един компютър (за лектора), проектор и / или интелигентна дъска, на която ще проектирате вашите открития. Отворете произволна страница в социалната мрежа и потърсете снимка на потребител. Изтеглете снимката и отворете друга програма (можете да изпълните това в MS Word) и започнете да създавате нечий профил. Целта на тази демонстрация е да покаже на учениците колко лесно е да се получат лични данни на някой друг и да се използват за цели, за които първоначалният потребител не е запознат или е позволил това.

Завършете упражнението с дебат. Разделете участниците на две групи. Изберете един от тях за модератор и трима за съдии. Помолете двете групи да подготвят презентации по темата: използването на социални мрежи е (не) безопасно, защото ... Едната група е професионалистът - съдия, а другата е натоварена със задачата да защитава противниците. Дайте на двете групи 15 минути за подготовка. След това модераторът задава въпроси и улеснява дискусията. Реферите избират коя група е „спечелила“ дебата - няма действителни победители, целта на упражнението е да постави участниците в позиция да могат да измислят колкото се може повече причини, поради които социалните мрежи са полезни, но и как те могат представляват заплаха за личната информация на потребителите. Помолете съдиите да уточнят своето решение.

За обучаеми:

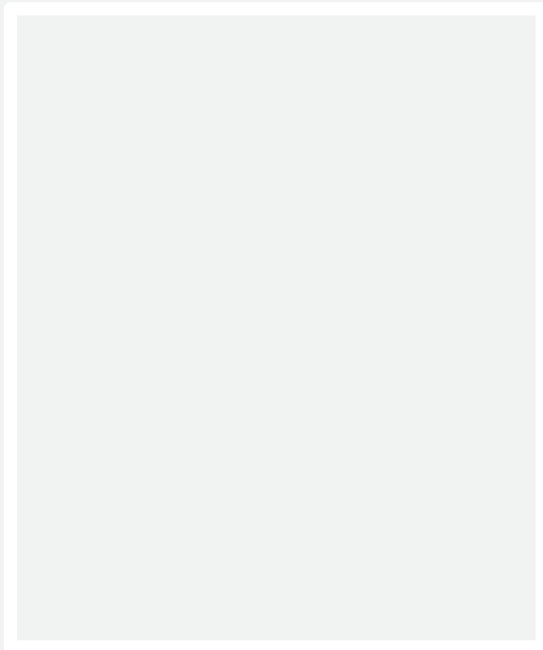
Следвайте инструкциите на учителя и създайте своя цифрова история.

Сесия 12: Онлайн поверителност: Идентифициране на рискова информация

За учителя:

Продължителността на упражнението е 40-50 минути. Разделете участниците на групи от 4-5 души. Разпространете подготвителните материали (предоставени по-долу) и ги помолете да попълнят исканата информация въз основа на наученото за личната информация до момента.

Профил No. 1

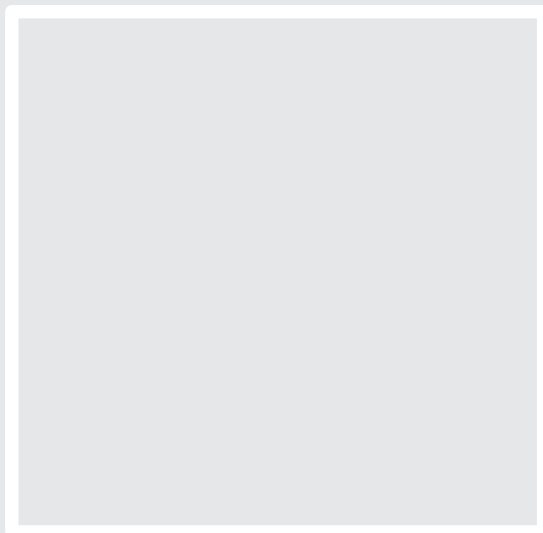


Казвам се Ирена Скендери. Аз съм на 17 и живея в Тирана. Живея с родителите си и брат си в къща близо до центъра на града.

Аз съм гимназистка и искам да стана актриса. Обичам да прекарвам времето си с най-добрите си приятели Клаудия и Арбен. Често ходим на плаж заедно през лятото.

Ако искате да се свържете с мен, можете да ми напишете имейл на irenaskenderi@mailmailmail.com или да ми се обадите на мобилния си телефон на този номер: 123456789.

Профил No. 2



Казвам се Ален. Уча компютри в Скопие. И аз учих в чужбина, и отидох на програма за обмен в Барселона.

Планирам да продължа образованието си в Германия. Интересува ме всичко, свързано с компютрите. Свържете се с мен за всякакви интересни теми или въпроси, които имате.

3 Source of image: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.pngegg.com%2Ffen%2Fpng-xgrq&psig=AOwWaw0MhH5a7A-ZULqOs5Ucecnp&ust=1596456820651000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCMivhqe_OoCFQAAAAAdAAAAABAJ

4 Source of image: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.cleanpng.com%2Fpng-creative-commons-license-robe-edward-kenway-costum-2440612%2F&psig=AOwWaw0MhH5a7A-ZULqOs5Ucecnp&ust=1596456820651000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCMivhqe_OoCFQAAAAAdAAAAABAP

Разкрита информация	Анализ на рисковете
<p>Разкрити ли са имената? да не</p>	<p>Това опасно ли е? Моля, представете пример...</p>
<p>Разкрита ли е възрастта? да не</p>	<p>Кога е добре да дадете информация за възрастта си?</p>
<p>Разкрита ли е контактната информация? да не</p>	<p>Това опасно ли е? Моля, представете пример... Кога е необходимо да предоставим тези лични данни?</p>

За обучаеми:

Следвайте инструкциите на учителя и продължете упражнението.



Сесия 13: Онлайн сигурност

За учителя:

Целта на тази сесия е да подобри знанията на участниците относно стратегиите за онлайн сигурност. Започнете сесията с кратко въведение в концепцията за онлайн сигурност, преди да преминете към практически упражнения, които ще подпомогнат развитието на практически умения сред обучаемите по отношение на стратегии и инструменти в онлайн сигурността.

Лекция: Поверителност и онлайн сигурност

Въпросът за неприкосновеността на личния живот и онлайн сигурността включва не само лична информация, която сме решили да оповестим публично, но и информация, придобита от други страни. Много от дейностите, които извършваме в Интернет, независимо дали това е пазаруване по интернет, плащане на сметки или просто влизане в уебсайт, харесване на страници в социалните медии, участие в онлайн проучвания, викторини и игри, се характеризират с използването на лична информация за потребителите. Понякога някои уебсайтове могат да изискват вашата лична информация (най-основният пример е, че някои уебсайтове могат да изискват датата ви на раждане, за да потвърдят, че не сте непълнолетни), като попълните електронен формуляр; тази информация може да се използва за търговски цели. Понякога личните данни на потребителя се събират без негово / нейно знание и често без конкретно одобрение чрез регистрационни файлове с данни и бисквитки.

Какво представляват дневниците с данни? Когато сте свързани в Интернет, сървърите на доставчика автоматично регистрират връзката. Целта на тези дневници с данни е да получат представа за историята на сърфирането; това може да се използва за създаване на потребителски профил, който по-късно може да се използва за търговски цели.

Какво представляват бисквитките? „Бисквитките“ са малки програми, които регистрират информация за предпочитанията на сърфиране на даден потребител. Например, мениджър на уебсайт може да разпознае потребителя, който посещава страницата, да анализира честотата на посещенията и да придобие представа за предпочитанията на посетителя. Последната директива на Европейския съюз изисква уебсайтовете да изискват изрично съгласие от името на посетителя за използването на бисквитки и вида на използваните бисквитки.

Какво е фишинг? Фишингът се отнася до практиката на събиране на информация. Например фишингът може да бъде изпращане на имейли до интернет потребители, в които изпращачът, представящ се за банка или друга официална институция, иска от потребителя лична информация.

Упражнение: Изготвяне на ръководство за поверителност онлайн.

Продължителността на упражнението е 60-90 минути. Разделете групата на по-малки групи от 4-5 участника. За да завърши упражнението, всяка група ще се нуждае от компютър или няколко листа хартия, химикалки / моливи, маркери. Помолете участниците да си сътрудничат при изготвянето на ръководство за поверителност в мрежата. Ръководството трябва да се състои от определен списък с практически съвети, които те биха дали на своите връстници и близки, за да защитят себе си и личните си данни онлайн. Уверете се, че те са наясно, че трябва да предоставят обяснение за всеки от съветите, предоставени в ръководството, което разработват. Позволете на участниците да направят малко проучване и да проучат различни решения за онлайн поверителност. След края на груповата работа (45-60 минути), помолете различните групи да представят резултатите пред своите връстници. Помолете групата да избере най-полезните съвети и да ги отдели на дъска или флипчарт.

За обучаемите:

Следвайте инструкциите на учителя и продължете упражнението.

Сесия 14: Използване на интернет съдържание

Целта на тази сесия е да повиши осведомеността сред обучаемите за проблема с електронния плагиат и да ги научи относно правилното използване на електронните ресурси. Започнете сесията, като попитате участниците каква е обичайната им практика да използват други източници при писането на хартия. Записвайки ги на дъска или флипчарт.

Лекция: Електронно плагиатство

Простият електронен плагиат се отнася до обичайната практика „копиране и поставяне“, което поражда големи опасения относно авторството и оригиналността в ерата на Интернет. За да се фалшифицира този проблем, са разработени различни софтуерни решения срещу плагиатството, с различен успех. Някои експерти обаче предлагат различни стратегии за справяне с този въпрос, като се фокусират повече върху превенцията, т.е. относно разбирането на това какво е предлагането на други източници и как може ефективно и правилно да се използва при разработването на съдържание. Плагиатството може да се случи поради различни причини - от намерение за извършване на измама, до неразбиране на начина, по който работи справянето, до неспособност да се изразят оригинални идеи.

Плагиатството е проблем, който не само крие опасност за оригиналността на мисълта и иновациите, но е и такъв, който уврежда интелектуалните права.

Упражнение 1: Дискусия.

Приблизителната продължителност на това упражнение е 20-30 минути. Темата на дискусията е използването на други електронни източници при писане и концепцията за цитиране. По-долу са дадени някои примери за въпроси, които могат да помогнат за раздвижването на дискусията:

- Знаете ли какво означава цитиране?
- Използвали ли сте някога някои електронни ресурси, когато правите домашна работа / пишете хартия?
 - Когато използвате електронни ресурси, цитирате ли от тях?
 - Ако цитирате, посочвате ли автора на цитата? Ако да, как?
 - Освен текст, възможно ли е да цитирате от други медии, като филми, песни? Уверете се, че сте записали най-важните точки на дъска или флипчарт.

Упражнение 2: Търсене на цитати.

Приблизителната продължителност на упражнението е 30-45 минути. Разделете групата на двойки. Участниците могат да използват хартия за изпълнение на упражнението, но наличието на интелигентно устройство (компютър / смартфон / таблет) и интернет връзка ще улесни попълването на упражнението и провеждането на изследването.

Предоставете на участниците материалите за това упражнение (представени по-долу). Тези материали се състоят от цитати от известни автори. Задачата е да намерят източника на цитата и датата на текста. След като идентифицират авторите, помолете ги да използват предоставените цитати, за да напишат кратък текст. След края на работата по двойки, помолете участниците да представят резултатите от своите изследвания и да прочетат кратките текстове, използвайки цитатите.

След упражнението обяснете правилното цитиране и демонстрирайте предварително подготвени примери за цитиране.

За обучаеми:

Следвайте инструкциите на учителя и завършете упражнението.

Цитат	Кой?	Кога?	Източник?
<p>Най-голямата слава в живота се крие не в това никога да не падаме, а във това да се издигаме всеки път, когато падаме.</p>			
<p>Начинът да започнете е да спрете да говорите и да започнете да правите.</p>			
<p>След двадесет години ще бъдете по-разочаровани от нещата, които не сте направили, отколкото от тези, които сте направили</p>			
<p>Тези, които се осмеляват да се провалят нещастно, могат да постигнат много.</p>			
<p>Приятелят е човек, който ви дава пълна свобода да бъдете себе си.</p>			

Сесия 15: Въведение в авторското право

За учителя:

Целта на тази сесия е да повиши осведомеността и знанията на учениците относно понятието за авторско право и други понятия, свързани с него. Преди да започнете урока, попитайте обучаемите дали са запознати с термина Creative Commons. Попитайте ги дали някога са изтегляли или използвали съдържание чрез торенти / незаконно. Не забравяйте да обясните последиците от такова нарушение на авторските права.

Лекция: Авторско право

Творческите творби (книги, филми, музика) са защитени с авторски права. Авторското право се отнася до набор от изключителни права за икономическа употреба на произведението, както и морални права, които защитават личността на автора. Понятие, свързано с авторското право, е copyleft. Копилефтът предоставя различно тълкуване на авторските права, като предоставя права на хората по различен начин. Например в авторското право повечето права, включително повторно производство и модификация, принадлежат на автора на произведението, докато в Copyleft те се прехвърлят на потребителя. Въз основа на основите на copyleft, Creative Commons е основана през 2001 г. Creative Commons е организация с нестопанска цел, която поддържа отворени лицензи за съдържание.

Упражнение 1: Дебат.

Приблизителната продължителност на това упражнение е 15-20 минути. Темата на дискусиата е авторското право. Попитайте участниците какви са техните настоящи знания относно авторското право. Знаят ли по какъв начин авторското право предполага тяхното използване на онлайн съдържание?

Ето няколко примера за въпроси, които могат да се използват за раздвижване на дебата. Можете да зададете други въпроси или да добавите други:

- **Чували ли сте някога за термина авторско право? Ако да, знаете ли какво означава?**
- **Знаете ли какво представлява нарушаването на авторските права?**
- **Чували ли сте за потенциалните последици от нарушаването на авторските права?**

Много е възможно групата да не е запозната предварително с концепцията и да се наложи да предоставите основното обяснение. Опитайте се да използвате колкото се може повече примери и практически ситуации от реалния живот, за да направите тази абстрактна концепция по-свързана и разбираема. Всеки път, когато предоставите обяснение, помолете групата за примери, за да сте сигурни, че са разбрали за какво говорите.

Не забравяйте да запишете ключови думи и точки на дъска или флипчарт.

Упражнение 2: Creative Commons

Продължителността на упражнението е 45-60 минути. Разделете участниците на групи по 3-4. Задачата на групите е да оценят три случая (предоставени в отделни листовки) и да определят кои употреби са съвместими с условията за използване на автора и кои не. Дайте 30-40 минути за групова работа. След края на груповата работа, помолете групите да представят своите констатации и да разяснят своите решения. Едната листовка се състои от обяснение за лицензите на Creative Commons, а другата представя трите случаи, които предстои да бъдат оценени.

За обучаеми:

Следвайте инструкциите на учителя и завършете упражнението.

Сценарий No. 1

Сами иска да направи презентация в PowerPoint за туристическите атракции на родния си град. Той иска да включи снимки, които е намерил в Google Images.

Въпроси:

Може ли Сами да използва снимка, без да посочва източника? Защо?

Може ли да използва снимката в рекламата си на местния хотел?

Може ли да модифицира/променя снимката?

Сценарий No. 2

Лили пише есе за изменението на климата. Тя решава да направи малко проучване онлайн, за да получи подходяща информация. При търсене тя намира множество източници, сред които съответно изследване, което пише за проблемите, които я интересуват най-много. Тя решава да използва материала.

Въпроси:

Може ли Лили да копира съдържанието в своето есе? Защо?

Може ли тя да използва съдържанието, без да посочва източника?

Как да посочи източника?

Сценарий No. 3

Омер си прави домашното по Първата световна война. Той решава да използва някои материали от Уикипедия.

Въпроси:

Трябва ли Омер да използва съдържанието на Уикипедия? Защо?

Може ли да използва съдържанието, без да посочва източника?

Как да посочи източника?

Сесия 16: Разработка на съдържание

За учителя:

Целта на тази дейност е да стимулира участниците да използват правилно онлайн съдържание, разработвайки собствено съдържание.

Лекция: Как да използваме онлайн съдържание

Днес има много уебсайтове и бази с данни, които имат съдържание, публикувано под лиценза на Creative Commons. Важно е да знаете тези източници, както и как можете да използвате това съдържание, за да не нарушавате авторските права. Списъкът по-долу съдържа някои уебсайтове, чието съдържание може да се използва безплатно под лиценза Creative Commons:

1. Музика: ccMixter.org, MusOpen, FMA – Free Music Archive, TeknoAXE
2. Wikimedia Commons
3. Flickr Creative Commons
4. Unsplash
5. Libreshot

Упражнение 1: Създаване на мото.

Продължителността на упражнението е приблизително 120-180 минути. За да изпълни упражнението, всеки участник се нуждае от достъп до компютър и интернет връзка. Може да са необходими основни познания в обработката на думи и изображения и учителя трябва да предоставя помощ, когато е необходимо. Участниците са помолени да разработят и рекламират девиз или слоган по техен избор (не е нужно да измислят лозунга, те могат да използват любимите си цитати, девизи или лозунги) и да създадат кратка реклама, използвайки мултимедийни материали, които намерят онлайн.

За обучаеми:

Предстои ви работа по популяризирането на вашия девиз.

Помислете за житейския си девиз. Как бихте го съобщили на другите? Той не е задължително да включва само текст - можете да добавяте изображения, звуци и движещи се анимации.

Използвана литература

Bulger, M., & Davison, P. (2018). Обещанията, предизвикателствата и бъдещето на медийната грамотност. Списание за обучение по медийна грамотност, 10(1).

Friesem, E. (2014). История за конфликти и сътрудничество: медийна грамотност, видеопродукция и младежи в неравностойно положение. Списание за образование по медийна грамотност, 6(1). www.jmle.org

Mihailidis, P. (2009). Доклад за изследване на СИМА: Медийна грамотност: Овластяване на младежта по света. Център за международна медийна помощ (СИМА).

Ranieri, M. (2011). Обучение за цифрова и медийна грамотност. Виртуални етапи срещу насилието

MScheibe, C., & Rogow, F. (2012). Ръководството за учители по медийна грамотност: критично мислене в един мултимедийен свят . Corwin.

Smiler, A. (2014). Практиката има значение.

Thoman, E., & Jolls, T. (2008). Обучение по медийна грамотност Част I: Теория CML MediaLit Kit Рамка за обучение и преподаване в Media Age Издание 2
http://medialit.org/pdf/mlk/ola_mlkorientation_

Tuominen, S., & Kotilainen, S. (2012). Педагогика на медийна и информационна грамотност. UNESCO.
www.iite.unesco.org



Съфинансиран от програма
Erasmus+ на европейския
съюз

Подкрепата на Европейската комисия за производството на тази публикация не представлява гаранция за информацията, която може да се съдържа в настоящата публикация.