



ЦЕНТР
ЦИФРОВОЇ ОСВІТИ
ТА МЕДІАКУЛЬТУРИ

МІЖНАРОДНИЙ ПРОЄКТ "ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНЯЙ: ІНФО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ" В МИКОЛАЇВСЬКОМУ ОІППО

Збірник навчально-методичних матеріалів

ЧАСТИНА I

Миколаїв, 2022



*Миколаївський обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти*

Центр цифрової освіти та медіакультури

**Міжнародний проєкт
«Вивчай та розрізняй:
інфо-медійна грамотність»
у Миколаївському обласному
інституті післядипломної
педагогічної освіти**

Частина I

*Збірник
навчально-методичних
матеріалів*

Миколаїв
2022

Упорядник: **М. В. Запорожченко**, завідувач центру цифрової освіти та медіакультури Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Рецензенти: **О. В. Тараненко**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, менеджерка із розбудови потенціалу Ради міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX);

Л. М. Олійник, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри теорії й методики дошкільної та початкової освіти Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Відповідальна з випуску: **В. В. Стойкова**, кандидат педагогічних наук, заступник директора з науково-педагогічної роботи Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Рекомендовано до друку вченою радою Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, протокол від 30 листопада 2021 року № 6.

Збірник містить навчально-методичні розробки науково-педагогічних та педагогічних працівників Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, учасників міжнародного проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

Перша частина збірника об'єднує такі блоки: матеріали для підвищення кваліфікації вчителів, керівників закладів освіти, працівників ІППО; матеріали для використання в освітньому процесі; матеріали для організації позакласної медіаосвітньої роботи.

Розміщені в 2-х частинах збірника авторські матеріали спрямовані на вдосконалення навичок критичного сприйняття інформації в учасників освітнього процесу та на урізноманітнення шляхів інтеграції інфомедійної грамотності в навчальні предмети зміст курсів підвищення кваліфікації.

Видання буде корисним для педагогів, учнів, студентів, науковців і всіх, хто цікавиться питанням інтеграції інфомедійної грамотності в освітній процес.

Міжнародний проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» у Миколаївському обласному інституті післядипломної педагогічної освіти. Частина I / Упоряд. М. В. Запорожченко. – Миколаїв : ОІППО, 2022. – 104 с.

© Центр цифрової освіти та медіакультури

© Центр редакційно-видавничої діяльності

Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти
2022

ЗМІСТ

Вступне слово.....	4
--------------------	---

РОЗДІЛ 1. МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ВЧИТЕЛІВ, КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ, ПРАЦІВНИКІВ ІППО

Набір практичних вправ, пропонує до застосування на заняттях за темою: «Моделювання внутрішньої системи забезпечення якості у закладі освіти» (Вікторія Стойкова, Оксана Кулешова).....	6
Набір практичних вправ для застосування під час вивчення тематичного модуля за темою «Створення інтерактивних онлайн вправ» (Ольга Захар).....	11
«Вплив медіа та критичне сприйняття інформації» тренінг для вчителів історії, які викладають курс «Громадянська освіта» (Максим Запорожченко).....	18
«Ваш цифровий слід. Тренінг для працівників ІППО» (Ганна Шевченко).....	28
Тренінг для вчителів інформатики до Дня безпечного Інтернету «Як бути обачним та пильним під час роботи в мережі Інтернет, уміти себе захистити і водночас не втрачати ввічливість та сміливість» (Ольга Богданова).....	32
Тренінг для учителів хімії «Інтеграція інфомедійної грамотності в освітньому процесі з хімії» (Анастасія Кравченко).....	43
Тематичний модуль «Підвищення інфомедійної грамотності вчителів природничих дисциплін на прикладі теми «Основи математичної статистики: діаграми та графіки» (Наталя Махровська, Ганна Погромська).....	53

РОЗДІЛ 2. МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ ПІД ЧАС ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В ШКОЛІ

План-проспект практичного заняття «Вивчення регіональних текстів на уроці літератури шляхом імплементації компетентностей інфомедійної грамотності» (Дарія Лукьяненко, Анастасія Кузнецова).....	64
Урок української літератури, 10 клас. Новела «Сойчине крило» – жіноча доля в новітній інтерпретації (Людмила Назаренко).....	71

РОЗДІЛ 3. МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПОЗАУРОЧНОЇ РОБОТИ

Класний час «Вчимося кібербезпеці: запобігання та подолання фішингу» (Наталя Клименюк).....	87
Практичний модуль «Ефективна комунікація в закладі освіти» (Анна Федосова).....	98

ВСТУПНЕ СЛОВО

Міжнародний проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольства Сполучених Штатів Америки та Посольства Великої Британії в Україні, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української Преси (далі – Проєкт).

Ціль Проєкту полягає у набутті українськими школярами навичок критичного сприйняття інформації та усвідомлення ними цінності високоякісної інформації в контексті шкільної освіти.

Спираючись на розроблені IREX та перевірені на практиці методики медійної та інформаційної грамотності, Проєкт допомагає розвинути ефективну сталу модель інтеграції навичок критичного сприйняття інформації в освітній процес закладів освіти.

Проєкт містить в собі чотири компоненти:

- заклади загальної середньої освіти: навчання практичних навичок критичного сприйняття інформації в школах в кожній з 24 областей України;
- заклади післядипломної педагогічної освіти: сприяння підвищенню рівня підготовки та зміцнення потенціалу викладачів і вчителів через оновлення освітніх ресурсів та посилення інституційної спроможності;
- заклади вищої педагогічної освіти: підтримка процесу модернізації навчальних програм та модулів підготовки майбутніх педагогів; забезпечення імплементації інфомедійної грамотності та навичок критичного сприйняття інформації в освітній процес;
- онлайн освіта: розробка та поширення електронних навчальних ресурсів, що сприяють розвитку інфомедійної грамотності для громадян, навчальних закладів, вчителів, викладачів та студентів.

Миколаївський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти бере участь у реалізації Проєкту з червня 2019 року. Впровадження Проєкту в інституті відбувається відповідно до Протоколу про наміри між Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) та Міністерством освіти і науки України від 22 грудня 2017 року, листа Міністерства освіти і науки України від 22 липня 2019 року № 1/9-473 «Щодо реалізації проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»» та листа Академії української преси від 28 листопада 2019 року № 5.1-1919 «Щодо реалізації проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»».

Близько 40 науково-педагогічних та педагогічних працівників МОІППО взяли участь у серії тренінгів з інфомедійної грамотності для успішної імплементації навичок критичного сприйняття інформації в процес підвищення кваліфікації педагогів Миколаївської області:

□ **І хвиля (вересень-жовтень 2019):**

- ✓ базовий тренінг з інфомедійної грамотності.
- **II хвиля (листопад 2019):**
 - ✓ інтерактивні методики навчання в освітньому процесі;
 - ✓ онлайн-інструменти в освітньому процесі.
- **III хвиля (грудень 2019):**
 - ✓ діалогові комунікації в освіті;
 - ✓ методологія інтеграція інфомедійної грамотності в освітній процес.
- **IV хвиля (Зимова Школа, лютий 2020):**
 - ✓ практикуми з інтеграції інфомедійної грамотності;
 - ✓ вивчення методики змішаного навчання курсу Very Verified;
 - ✓ застосування інструментів ігрофікації в освітньому процесі (квест «Fake Busters» - I місце серед усіх учасників – команда МОІППО).

Перша частина видання «Міжнародний проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність в Миколаївському ОІППО» містить в собі розробки працівників МОІППО, які подавалися для відбору на зимові школи Проєкту, що відбулись 17-20 лютого 2020 року в Полтавській області та 24-27 лютого 2020 року в Чернігівській області.

Усі розробки, які вміщено в збірнику «Міжнародний проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» в Миколаївському ОІППО. Частина I» успішно апробовані та регулярно використовуються в рамках курсів підвищення кваліфікації, сертифікованих заходів, модулів, тренінгів у нашій установі.

Максим Запорожченко, завідувач центру цифрової освіти та медіакультури МОІППО, координатор міжнародного проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» у МОІППО

РОЗДІЛ 1.
МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕДАГОГІВ,
КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ, ПРАЦІВНИКІВ ІППО
НАБІР ПРАКТИЧНИХ ВПРАВ, ПРОПОНОВАНИХ ДО ЗАСТОСУВАННЯ
НА ЗАНЯТТЯХ ЗА ТЕМОЮ: «МОДЕЛЮВАННЯ ВНУТРІШНЬОЇ СИСТЕМИ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ У ЗАКЛАДІ ОСВІТИ»

*Вікторія Стойкова, к.пед.наук, заступник
директора з науково-педагогічної роботи
МОІППО*

*Оксана Кулешова, завідувач навчально-
методичної лабораторії моніторингу якості
освіти та сертифікації*

Цільова аудиторія: керівники закладів освіти.

Мета: формування професійних компетентностей щодо моделювання внутрішньої системи якості освіти інституційного рівня.

Завдання щодо формування професійних компетентностей:

➤ *Систематизувати знання щодо:*

- процедур, принципів, методів та правил менеджменту якості;
- чинників, які впливають на якість освіти;
- індикаторів, критеріїв якості освіти;
- методів і інструментів для оцінювання якості освіти.

➤ *Сформувати вміння (навички):*

- слухач уміє виявляти чинники поліпшення якості і конкурентоспроможності освітньої послуги;
- слухач вміє операціоналізувати індикатори якості через критерії оцінювання;
- слухач вміє добирати методи і інструменти для оцінювання якості освіти на інституційному рівні;
- слухач уміє розробити модель внутрішньої системи якості інституційного рівня.

➤ *Розвинути установки до:*

- аналітико-прогностичної діяльності.

Завдання щодо формування інфомедійної грамотності:

➤ *Сформувати вміння (навички):*

- критичного мислення;
- стійкості до впливів, фактчекінг;
- інформаційної грамотності;
- візуальної грамотності.

ВПРАВА 1

Опис: вправа спрямована на формування здатності до критичного мислення, вміння ідентифікувати неякісний контент.

Навчально-методичне забезпечення: проєктор, фліпчарт, папір, маркери, смартфони, планшети, ноутбуки, підключення до мережі інтернет.

Час на виконання: 60 хв.

Алгоритм виконання:

Етап перший: індивідуальна робота

1. Знайдіть у мережі інтернет заголовки статей і новин, що містять поняття «якість освіти» (3–5).
2. Проаналізуйте ці заголовки за пропонованою формою (таблиця 1)

Таблиця 1

№	Заголовок	Емоційне забарвлення (так/ні)	Тональність висловлювання (нейтральне, негативне, позитивне)	Наявність суб'єктивізму (так/ні)	Інформативність (так/ні)

3. Поясніть яку(і) статтю(і) ви захочете прочитати.

Тренер на фліпчарті фіксує основні властивості, які впливають на читача, (червоним маркером фіксуються властивості неякісного контенту, зеленим – якісного).

Обговорюються питання:

- Чи можна зрозуміти зміст статті/ новини і зробити висновки лише за заголовком?
- Чи містить заголовок категоричні твердження, які не можна перевірити?

Тренер узагальнює інформацію, підводить учасників до розуміння понять: факт, судження, типи контенту, журналістські стандарти.

Етап другий: снігова куля.

1. Прочитайте статтю/новину, яка вас зацікавила. Як розуміється поняття «якість освіти» авторами. Запишіть сформульоване визначення.
2. Об'єднайтеся в пари (за кольором найменок). Обговоріть інформацію, яку

ви отримали зі статей/ новин, і сформулюйте узгоджену позицію щодо розуміння авторами поняття «якість освіти».

3. Об'єднайтеся в групи по 3 пари. Повторіть попереднє завдання. Запишіть визначення на фліпчарті.

На екран виводиться нормативне визначення поняття «якість освіти».

Обговорюється різниця у принципах та підходах до його формулювання.

ВПРАВА 2

Опис: вправа спрямована на формування здатності до критичного мислення, вміння ідентифікувати неякісний контент.

Навчально-методичне забезпечення: проєктор, фліпчарт, папір, маркери, смартфони, планшети, ноутбуки, підключення до мережі інтернет.

Час на виконання: 60 хв.

Алгоритм виконання:

Групова робота (літаючі плакати)

1. Об'єднайтеся в групи (за кольорами стікерів, які витягнули рандомно).
2. Познайомтеся зі змістом публікацій щодо результатів України в міжнародному дослідженні якості освіти PISA–2018 (за QR кодами) у визначеній послідовності. На плакаті запишіть характеристики публікацій за критеріями: заголовки, емоції, джерела, факти, логіка, експерти, очевидці.

Статті для аналізу:

- *«Результати українських учнів з міжнародного тесту PISA: в чому «зрада»: .*



- *«Найкраще вчаться міські китайці. Українці посередньо. PISA 2018: результати міжнародного дослідження (ІНФОГРАФІКА)»:*



– «PISA оголосило результати оцінювання знань школярів»



– «Результати PISA – дороговказ для підвищення якості національної освіти»:



3. Групи обмінюються плакатами по колу та доповнюють попередників.
4. Плакати розміщуються на стінах аудиторії, учасники голосують стікерами за характеристики публікацій.
5. Тренер узагальнює результати голосування, підбиває підсумки вправи.

ВПРАВА 3

Опис: вправа спрямована на розвиток базових навичок емоційного інтелекту.

Навчально-методичне забезпечення: проєктор, фліпчарт, папір, маркери, смартфони, планшети, ноутбуки, підключення до мережі інтернет

Час на виконання: 60 хв.

Алгоритм виконання:

Етап перший. Групова робота (відкритий мікрофон).

1. Слухачі об'єднуються у групи (за формою різнокольорових стікерів).
2. Учасникам пропонується переглянути відео репортаж «Чи вважаєте ви якість освіти в Україні задовільною?» (додаток).
3. Проаналізуйте якість пропонованого контенту.

Етап другий. Групова робота (рольова гра).

1. Рандомно в групах розподіліть ролі: керівник закладу освіти, учитель, учень, батько, представник громади.
2. Дотримуючись визначених ролей, обговоріть у групах компоненти системи якості освіти на рівні школи.
3. Узгоджену позицію презентуйте на фліпчарті.

Тренер цікавиться чи складно, дотримуючись ролей, дійти спільної думки. Що

заважало процесу? Тренер встановлює, що учасникам заважало невміння чути та розуміти потреби один одного.

Тренер пропонує виконати те ж саме завдання за методикою «Я–твердження» (таблиця 2).

Таблиця 2

<i>КОЛИ...</i>	<i>описати ситуацію</i>
<i>Я ПОЧУВАЮСЯ...</i>	<i>висловити власні емоції та переживання з приводу ситуації</i>
<i>ТОМУ ЩО...</i>	<i>висловити власні потреби і інтереси</i>
<i>ОСЬ ЧОМУ Я ХОЧУ/БАЖАЮ</i>	<i>описати бажані зміни, запропонувати варіант вирішення ситуації</i>

Тренер підбиває підсумки виконання вправи, роблячи акцент на можливості розв'язання конфліктної ситуації через спільну потребу сторін.

Додаткові матеріали доступні за QR кодом:



**НАБІР ПРАКТИЧНИХ ВПРАВ
ДЛЯ ЗАСТОСУВАННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ТЕМАТИЧНОГО МОДУЛЯ
ЗА ТЕМОЮ «СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ОНЛАЙН ВПРАВ»**

*Ольга Захар, к. пед. наук, заступник директора
з науково-педагогічної роботи МОІППО*

Мета модуля: сформувати вміння щодо створення та використання різних типів інтерактивних онлайн вправ та ігор у навчанні, зокрема за допомогою сервісу learningapps.org

Цільова аудиторія: педагогічні працівники закладів загальної середньої та позашкільної освіти

Створення онлайн-вправ пропонуємо слухачам після ознайомлення із інтерфейсом та можливостями сервісу та реєстрації на ньому.

Практична робота (вправа 1): Створюємо вправу «Факти vs Судження» (тип вправи «Класифікація»).

ЧАС: 20 хв.

МЕТА:

- Сформувати вміння створювати за допомогою сервісу learningapps.org вправу типу «Класифікація»;
- сформувати/актуалізувати знання про факти та судження.

ІНФОМЕДІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ:

- Вміння відрізняти факти від суджень.
- Вміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам.

В залежності від рівня підготовленості педагогів вправу можна запропонувати в двох варіантах: перший – коли пропонується створити вправу на основі відмінностей фактів від суджень, другий – коли слухачі самостійно класифікують запропоновані ствердження та створюють вправу із ними.

Покрокова інструкція:

1. На сервісі <https://learningapps.org/> оберіть «Створення вправи».
2. Із запропонованих варіантів вправ оберіть «Класифікація» та натисніть «Створити нову вправу».
3. У відкритому вікні введіть назву вправи «Факти vs Судження» та опис завдання (Розподіли ознаки у відповідні стовпчики – для першого варіанту, Розподіли

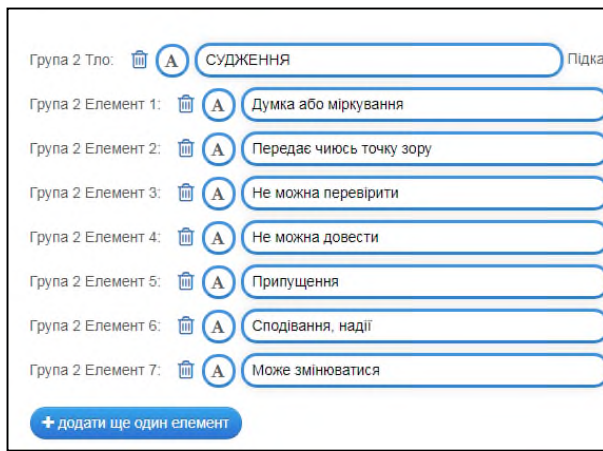
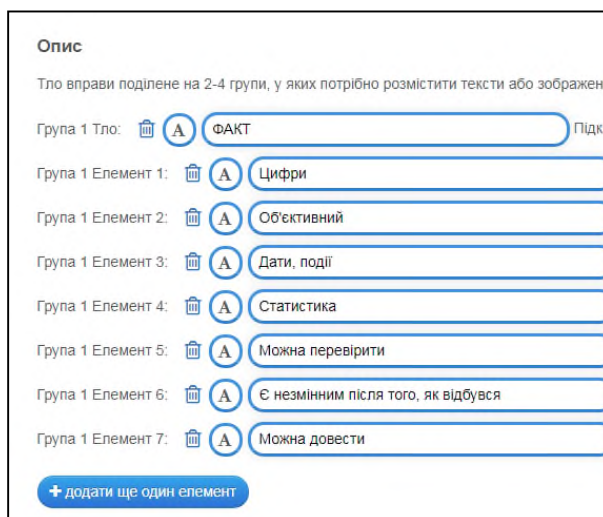
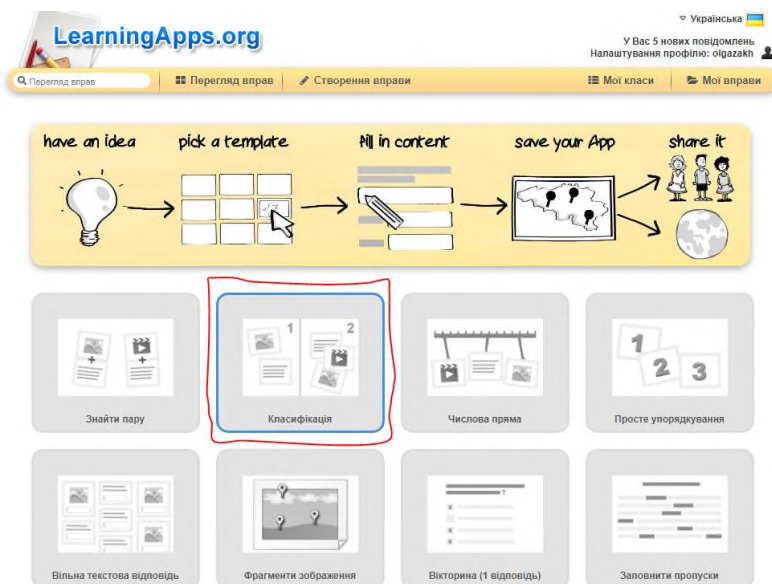
факти та судження у відповідні стовпчики – для другого варіанту).

4. Введіть назви груп:
група 1 – ФАКТ, група 2 – СУДЖЕННЯ.

5. Для першого варіанту завдання: в кожний рядок елемента групи 1 введіть ознаки фактів, в кожний рядок елемента групи 2 – ознаки суджень.

Для другого варіанту завдання пропонується набір тверджень, слухачі самостійно визначають до якої групи належить кожне твердження і додають його до елементів відповідної групи.

- Найглибша точка Чорного моря – 2 210 м.
- У Середземному морі мешкають приблизно 9 000 видів тварин.
- Тільки на 20% світлин розміщених в інтернеті ви можете побачити щось інше, окрім оголених жінок.
- Володарям блакитних очей не пощастило. Усі вони мають низький больовий поріг.
- У світі існує, як мінімум, шестеро людей схожих на вас як дві краплі.
- У місяці, який починається з неділі, обов'язково буде п'ятниця 13-е.
- Якщо ви проживете 70 років, то ви проживете 10 років понеділків.
- За словами вчених із Копенгагенського університету, спочатку в усіх нас був темний колір очей, а блакитноокі люди з'явилися 6-10 тисяч років тому в результаті генної мутації.
- Жінка за 5 років застосовує стільки помади, що якщо це число представити у вигляді тюбика, то він зрівнявся б з її зростом.
- У комарів є зуби.



- На Чорногірському хребті знаходиться шість найвищих точок України.
- Розчинну каву винайшов Джордж Вашингтон.
- Вчені виявили, що фастфуд провокує атрофію мозку.
- Британські вчені дійшли висновку, що 25 чашок кави на день шкодять судинам не більше, ніж одна чашка.

(За матеріалами сайтів <http://tut-cikavo.com/>, <https://gazeta.ua/>, <https://zvidusil.in.ua/>)

6. Після заповнення елементів груп обираємо «Карта для показу та класифікації».

7. У рядок «Зворотний зв'язок» вводимо фразу про успішне виконання та завершення завдання.

8. Натискаємо кнопку «Завершити редагування та переглянути вправу».

9. Якщо під час виконання вправи виявилось, що потрібно внести певні корективи, натискаємо кнопку «Продовжити редагування».

10. Якщо все добре, то натискаємо «Зберегти вправу». Створена вправа розміщується в папці «Мої вправи», їй надається URL-адреса (наприклад, <https://learningapps.org/display?v=pim129szc20>) та QR-код.

The screenshot shows the 'Перегляд карти' (Map preview) section of the LearningApps editor. It includes a dropdown menu for selecting a map, a 'Зворотний зв'язок' (Feedback) text input field with a placeholder 'Чудово, ти вмієш відрізнити факт від судження!', and a 'Довідка' (Feedback) text input field with a placeholder 'Запиши підказки про виконання вправи. Їх можна буде переглянути, клацнувши невеличкий значок у верхньому лівому куті. Це поле можна залишити порожнім.' At the bottom, there are two buttons: '← продовжити редагування' and '▶ Завершити редагування та переглянути вправу'.

Практична робота (вправа 2): Створюємо вправу «Шість типів контенту» (тип «Пазл»)

ЧАС: 20 хв.

МЕТА:

- Сформувати вміння створювати за допомогою сервісу learningapps.org вправу типу «Пазл»
- сформувати/актуалізувати знання про різні типу медійного контенту, вміння їх розрізняти.

В залежності від рівня підготовленості педагогів вправу можна запропонувати в двох варіантах: перший – коли пропонується створити вправу на основі таблиці «Практичні маркери: шість типів контенту», другий – коли слухачі самостійно класифікують запропоновані зображення та створюють з ними вправу.

ІНФОМЕДІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ:

- знання практичних маркерів різних типів контенту.
- уміння відрізнити інформування, судження, рекламу, соціальну рекламу, рр та пропаганду, розрізнити типи реклами.
- уміння ідентифікувати прояви пропаганди, інструменти маніпуляції.
- уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам.

Покрокова інструкція:

1. На сервісі <https://learningapps.org/> оберіть «Створення вправи».
2. Із запропонованих варіантів вправ оберіть «Пазл» та натисніть «Створити нову вправу».
3. У відкритому вікні введіть назву вправи «Шість типів контенту» та опис завдання (до поданих типів контенту добери їх властивості – для першого варіанту, до поданих типів контенту добери відповідні зображення – для другого варіанту).



Назва вправи Мова показу :

Опис завдання

Напишіть опис завдання цієї вправи, який показуватиметься при її запуску. Можна залишити поле порожнім.

4. Введіть назви груп: ІНФОРМУВАННЯ, СУДЖЕННЯ, РЕКЛАМА, СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА, ПРОПАГАНДА, РР.

5. Для першого варіанту завдання – в кожний рядок елементу групи введіть відповідні властивості.

Група термінів та терміни

Введіть до 6 груп термінів. Дайте кожній групі одну тематичну назву. Потім вони будуть випадковим чином розподілені в головоломку.

Група 1: Інформування

Група 1 Елемент 1: Використовуються факти

Група 1 Елемент 2: Мета - поінформувати

Група 1 Елемент 3: Викликає допитливість, інтерес

Група 1 Елемент 4: Нейтральне ставлення до предмету

[+ додати ще один елемент](#)

Для другого варіанту завдання пропонується набір зображень, слухачі самостійно визначають до якої групи належить кожне зображення і додають його до елементів відповідної групи.

6. Після заповнення елементів груп обираємо розмір карток («середні картки» – для першого варіанту виконання завдання, «великі картки» – для другого варіанту).

7. У рядок «Зворотний зв'язок» вводимо фразу про успішне виконання та завершення завдання.

Розмір карток

Оберіть розмір ігрових карток

Зворотній зв'язок

Напишіть текст зворотнього зв'язку, який з'явиться, коли правильне рішення буде знайдено.

8. Натискаємо кнопку «Завершити редагування та переглянути вправу».

9. Якщо під час виконання вправи виявилось, що потрібно внести певні корективи, натискаємо кнопку «Продовжити редагування».

Шість типів контенту

Інформування | Судження | Реклама | Соціальна реклама | PR | Пропаганда

Мета - впливати на вибір	Позитивне ставлення до предмету	Викликає страх, гнів/...	Викликає позитивні емоції	Мета - формувати	Апелювання до бажань
Апелювання до моральності	Різно позитивне або негативне ставлення до предмету			Гра на позитивних емоціях, асоціаціях	Апелювання до почуття відповідальності
Позитивне або негативне ставлення до предмету	Маніпулювання стереотипами	Викликає допитливість, інтерес	Нейтральне ставлення до предмету	Позитивне ставлення до предмету	Мета - впливати на думку про кампанію
Використовуються факти	Викликає альтруїзм, страх, стурбованість	Висловлює власне судження	Пов'язане з політичними темами	Мета - впливати на те, в що ти віриш	Перебільшення, підтасовування фактів

Завдання:
До поданих типів контенту добери їх властивості

[← продовжити редагування](#) [✓ Зберегти вправу](#)

10. Якщо все добре, то натискаємо «Зберегти вправу». Створена вправа розміщується в папці «Мої вправи», їй надається URL-адреса (наприклад, <https://learningapps.org/display?v=p6ddhfz0520> або <https://learningapps.org/display?v=p0rcbkq9k20>) та QR-код.



LearningApps.org

Поиск Все упражнения Новое упражнение Вход

Шість типів контенту 2020-01-18

ІНФОРМУВАННЯ СУДЖЕННЯ РЕКЛАМА СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ПРОПАГАНДА PR

Завдання:
До поданих типів контенту добери відповідні зображення

OK

Создать подобное приложение

Запомнить и положить в МОИ упражнения

Практична робота (вправа 3): Створюємо вправу «Етапи розвитку інформаційного простору» (тип «Знайти пару»).

ЧАС: 15 хв.

МЕТА:

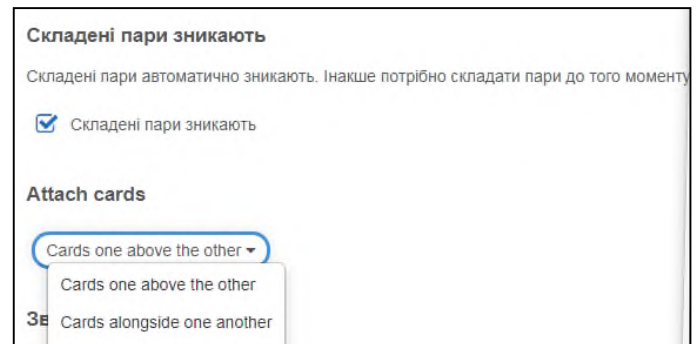
- сформувати вміння створювати за допомогою сервісу learningapps.org вправу типу «Знайти пару»;
- сформувати/актуалізувати знання про інформаційний простір, етапи його розвитку.

ІНФОМЕДІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ:

- Вміння оцінювати та інтерпретувати події.
- Вміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам.

Покрокова інструкція:

1. На сервісі <https://learningapps.org/> оберіть «Створення вправи»
2. Із запропонованих варіантів вправ оберіть «Знайти пару» та натисніть «Створити нову вправу».
3. У відкритому вікні введіть назву вправи «Етапи розвитку інформаційного простору» та опис завдання (добери правильні пари).
4. Впишіть пари: час (рік) та подію, що виникла.
5. Після введення всіх пар, оберіть опції «Складені пари зникають» та «Cards one above other» (картки з'являються по черзі).
6. Завершуємо створення вправи аналогічно до попередніх (вводимо фразу в рядок «Зворотний зв'язок», перевіряємо та зберігаємо вправу).



Назва вправи

Етапи розвитку інформаційного простору

Опис завдання

Напишіть опис завдання цієї вправи, який показуватиметься при її запуску

Підбери пари

Пари

Вкажіть два об'єкти, які відповідають одне одному - це може бути поєднання

Пара 1: А 6 ст. до н.е.

Пара 1: А Поштовий зв'язок

Пара 2: А 1430

Пара 2: А Друковані книги

[+ додати ще один елемент](#)

**«ВПЛИВ МЕДІА ТА КРИТИЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ»
ТРЕНІНГ ДЛЯ ВЧИТЕЛІВ ІСТОРІЇ, ЯКІ ВИКЛАДАЮТЬ КУРС
«ГРОМАДЯНСЬКА ОСВІТА»**

*Максим Запорожченко, завідувач центру
цифрової освіти та медіакультури
Миколаївського обласного інституту
післядипломної педагогічної освіти*

<i>Тема</i>	«Вплив медіа та критичне сприйняття інформації»
<i>Категорія учасників</i>	Вчителі історії, які викладають курс «Громадянська освіта»
<i>Мета</i>	Розвиток медіакомпетеності педагогів закладів освіти, уміння орієнтуватися в сучасному інформаційному світі, відрізняти факти від суджень, інформування від пропаганди, розрізняти фейки та уміти протистояти мові ворожнечі
<i>Які навички/компетентності розвиває</i>	Медіаграмотність, критичне мислення, цифрова безпека, соціальна толерантність, критичне мислення
<i>Допоміжний та роздатковий матеріал</i>	Листи для фліпчарту, фломастери, стікери
<i>Орієнтовний час тренінгу</i>	2 академічні години
<i>Медіаконтент (назви відео або інших матеріалів)</i>	Відео - «Децентралізація в Україні», «Strangers», «Розслідування ВВС», «Соціальна відповідність», «Дотримання ПДД», «Реклама Pepsi», «Приклад маніпуляцій в відео», презентація до тренінгу
<i>Презентація до заняття та додаткові матеріали</i>	

ПЛАН

1. Вступ.
2. Блок 1 «Види інформації, вступ до пропаганди».
3. Блок 2 «Пропаганда: види, історія. Маніпуляції».
4. Блок 3 «Фейки та фактчекінг – визначення, різновиди, приклади».
5. Блок 4 «Мова ворожнечі в ЗМІ».
6. Використані джерела.

ХІД ЗАНЯТТЯ

Вступ. Слово тренера. Слова вдячності організаціям-партнерам та авторам посібників та основі яких побудовано даний тренінг.

Притча про Лисицю та Черепаху

«Жила-була звичайна Черепаха, і вона постійно тягала на своїй спині важкий панцир. Панцир придавлював її до землі, і кожен крок Черепаху давався важко. Тому життя її, що вимірюється кількістю цих непростих кроків, також, була нелегкою. Але зате, коли з сусіднього лісу вдавалася голодна Лисиця, Черепаха ховала голову під панцир і спокійно перечікувала небезпека. Лисиця стрибала навколо, пробувала панцир на зуб, намагалася перевернути свою жертву, коротше кажучи, вона застосовувала всі властиві агресору прийоми, але Черепаха стояла на своєму і залишалася живою.

Одного разу Лисиця принесла з собою великий гаманець, привела юриста і, сівши навпроти, запропонувала свої послуги стосовно купівлі панцира. Довго думала Черепаха, але в силу бідності фантазії змушена була відмовитися. І знову руда віддалилася ні з чим. Йшов час, навколишній світ змінювався. У лісі з'явилися нові технічні телекомунікаційні засоби.

І одного разу, вийшовши з дому, черепаха побачила висячий на дереві телевізійний екран, де демонструвалися літаючі черепахи без панцира. Захлинається від захвату диктор-дятел коментував їх політ: «Яка легкість! Яка швидкість! Яка краса! Яке витонченість!» День дивилася черепаха ці передачі, два, три... І потім в її маленькій голові народилася думка про те, що вона дура, раз тягає на собі подібну тяжкість – панцир. Чи не краще скинути його? І жити тоді стане набагато легше. Страшно? Так, трохи страшно, але в останніх новинах телеведуча Сова заявила, що ніби Лиса подалася в кришнаїти і вже стала вегетаріанкою. Світ змінюється. Ліс он теж стає зовсім іншим, все менше залишається в ньому дерев і самотніх звірів, а все більше стає схожих один на одну бездомних собак і шакалів.

Чому б не політати?

Небо ... воно таке велике і таке прекрасне!

«Досить відмовитися від панцира і мені відразу буде легше!» - думала Черепаха.

«Досить відмовитися від панцира і її відразу буде легше з'їсти!» - думала Лисиця, підписуючи рахунок на чергову рекламу літаючих черепах. І в один прекрасний ранок,

коли небо, як ніколи здавалося великим, Черепаха зробила свій перший і останній крок до свободи від системи захисту. Черепаха не знала і вже ніколи не дізнається, що інформаційна війна – це цілеспрямоване навчання ворога того, як знімати панцир з самого себе.» (4 хв).

Слово тренера та обговорення суті притчі.

БЛОК 1 «ВИДИ ІНФОРМАЦІЇ, ВСТУП ДО ПРОПАГАНДИ»

СТРІЧКА НОВИН У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ

Знайомство через аналіз стрічки новин у Facebook або в будь-якій з соціальних мереж. Оновлюємо стрічку, читаємо заголовок новини, яка вразила, представляємося та говоримо про свої емоції від прочитання заголовку та новини. Обговорення та слово тренера (до 15 хв).

ВИДИ ІНФОРМАЦІЇ (ФАКТИ-СУДЖЕННЯ) – НА СЛАЙДІ

ВПРАВА «БІЛИЙ ШУМ», АБО «ЯКУ КНОПКУ ОБЕРЕШ ТИ». Серед усіх учасників обираємо 2-3 охочих людини та просимо їх вийти з аудиторії. Іншим роздаємо рядки з української пісні «Несе Галя воду» і просимо за вказівкою одночасно та голосно озвучити ці слова. Далі запрошуємо по черзі людей, які знаходилися поза аудиторією, даємо в руки умовний «пульт», представляємо аудиторію як інформаційний простір України. При озвученні пісні одночасно, зазвичай учасники не можуть розпізнати, який текст зашифровано. Пропонуємо обрати на вибір 2-3 «канали». Коли учасник здогадується про що мова, аплодуємо та запрошуємо іншого, повторюємо. Після завершення вправи – аналізуємо та проводимо паралелі з насиченим світом масмедіа.

РОБОТА З ТАБЛИЦЕЮ ТА СТІКЕРАМИ (КАРТА ІДЕЙ)

«АСОЦІАЦІЇ ЗІ СЛОВАМИ «ІНФОРМУВАННЯ» ТА «ПРОПАГАНДА»

Перед тим, як ми з вами заглибимося в тему медіаінформування, поговоримо, що є інформування, а що пропаганда. Ми не будемо поринати в історію та теорію, а спершу поговоримо, що ці слова означають для кожного з нас.

Інформування	Пропаганда

(асоціації записати на стікерах та прикріплюємо до фліпчарту)

КЛЮЧОВІ ТЕЗИ:

Інформування: інформує, роз'яснює, АЛЕ: не дає готових рішень;

Пропаганда: інформує, роз'яснює, АЛЕ: компрометує, маніпулює та містить заклики до дій.

Приблизний список:

Інформування	Пропаганда
Повідомлення	Заклик
Знання	Вплив
Просвіта	Агітація
Опис подій	Реклама
Спілкування	Навіювання
Об'єктивний	Оцінний
	Змінювати думку

ВІДЕОМАТЕРІАЛИ «ПРИКЛАДИ ІНФОРМУВАННЯ ТА ПРОПАГАНДА ЧЕРЕЗ ВІДЕО». Учасники мають визначити, яке відео належить до пропаганди, а яке – до інформування.

Відео 1. Децентралізація в Україні. Інформування. (1 хв)

Відео 2. Децентралізація. Пропаганда (1 хв)

У цьому відео наявні маніпулятивні образи та фрази, не повністю розкрито плюси-мінуси такої реформи (наприклад, що робити дотаційним містам), одностороннє подання інформації.

Голосування за відео (червоний та зелений стікер)

Слово тренера.

Примітка: під час аналізу відео звертаємо увагу учасників на емоційне забарвлення інформації, що подається у переглянутих відеороликах. Наприклад, відео, що є прикладом інформування, містить у собі спокійний, нейтральний тон подання матеріалу. У ролику ж пропагандистського характеру репортер (ведучий, журналіст) супроводжує матеріал, активізуючи маніпуляторні голосові способи: тривожний тон, акценти, провокативні запитання. У разі, якщо ви за приклад обрали два ролики на тему децентралізації в Україні, зверніть увагу учасників на відмінності ілюстративних складників відеороликів. У ролику пропагандистського характеру здебільшого акцентується на грошах, незмінних елементах усього сюжету: грошових мішок, ілюстрація росту капіталу, демонстрація великих сум, цифр, постійна зміна картинок не дає сфокусуватися на правдивості інформації. Після перегляду глядач запам'ятає три кодові слова: зростання, гроші, прибуток – головні елементи, щоб процес децентралізації лишився у пам'яті в позитивному контексті з ярликом «Децентралізація – це добре».

Підсумок: кожна людина сприймає інформацію по-різному, й один і той же меседж можна по-своєму пояснити. Не знаючи маркерів і практичних інструментів, які допомагають розрізнити інформування та пропаганду, ми не **можемо правильно їх ідентифікувати.**

**ТАБЛИЧКА РОЗДАТКОВА, ПОРІВНЮЄМО ВІДЕО ТА ОБГОВОРЮЮЧИ
ЗАПОВНЮЄМО ТАБЛИЦЮ.**

Перелік питань:	Інформування	Пропаганда
На кого спрямовано? (об'єкт)	Аудиторія (Жителі одного села/міста/країни; певна група: пенсіонери, виборці, студенти тощо)	Аудиторія (Жителі одного села/міста/країни; певна група: пенсіонери, виборці, студенти тощо)
Для чого? (мета)	Передати	Нав'язати
Спрямовано на інформування чи почуття?	Загальну обізнаність людини	Людські емоції та почуття
Які емоції/враження/ефект викликає?	Обізнаність, інтерес, вивчення	Гордість, відчуття приналежності до чогось, бажання діяти, ненависть, страх, жах
Які методи роботи?	Описання, передача, відображення, порівняння	Образа, «словесна позолота», перебільшення, переключення уваги, свідчення «авторитетних» людей, підтасовка фактів, маніпуляція символами та стереотипами, постійне повторення
Яке ставлення до предмету, про який говорить?	Нейтральне	Позитивне, негативне
Який тип інформації?	Точна, повна, відкрита	Неточна, часткова, прихована
Результат для аудиторії	Обізнаний	Залучений до дії, зміна поглядів, викривлено світогляд

БЛОК 2 «ПРОПАГАНДА: види, історія»

Під час аналізу інформування та пропаганди дуже важливо розуміти не тільки їхні джерела, але й способи їх передавання. Існує кілька моделей інформаційної взаємодії, та ми з вами виділимо основні дві.

Слайд 1: Найпростіша модель – однобічна. При такій моделі процес передавання інформації відбувається лінійно.

Наприклад, наш із вами тренінг. Хто – я; Що – передаю інформацію; Кому – вам (учасникам).

Слайд 2: Та інформація не завжди поширюється лінійно. Розглянемо двоступеневу модель інформаційної взаємодії: інформація спершу надходить до лідерів думок, а потім від них до людей – основної маси споживачів, їхніх послідовників. Лідери думок – це не обов'язково журналісти, «зірки», політики тощо. Лідерами цілком можуть бути ваші друзі та знайомі, які жваво цікавляться будь-якою тематикою, і чия думка з цієї тематики авторитетна для вас.

Слайд 3: Для України особливо актуальна ця модель. Чому? За даними дослідження Інституту соціології НАН України, у 2019 р. 47% українців не довіряли

українським медіа і тільки 25% довіряли. Ми все більше схилиємося до того, щоб довіряти тим, кого безпосередньо знаємо, а не якимось напіванонімним медіаавторитетом.

ПОЯСНІТЬ: Гарний приклад – це соціальні або рекламні кампанії, коли обличчям або спікером компанії (бренду) стає попзірка, спортсмен тощо.

ВІДЕО «МАЙКЛ ДЖЕКСОН РЕКЛАМУЄ ПЕПСІ»

СЛАЙД «ВІДОМИЙ ЕКСПЕРТ ЧИ ВІДОМА ЛЮДИНА: ХТО АВТОРИТЕТНІШИЙ?» – пояснюємо на прикладі.

Людина звичайна < Експерт звичайний
Експерт звичайний < Експерт відомий
Експерт звичайний < Людина відома
Людина відома = Експерт відомий

Слово тренера. Про «лідерів думок», які часто нав'язують нам свою суб'єктивну думку як експертну.

ОБГОВОРЕННЯ ВІДЕО «Майкл Джексон рекламує пепсі»: Пригадаймо нашу таблицю на початку тренінгу. Куди б ми віднесли це відео? Це інформування чи пропаганда?

Аналізуйте відео, ставлячи запитання з лівої колонки. **ПРИМІТКА:** На слайді правильні відповіді виділені, і, клікаючи послідовно, вони ідентифікуються.

ОБГОВОРЕННЯ: Як бачимо, більше відповідей збіглося з колонкою пропаганди. Отже, ми можемо зробити висновок, що це відео – пропаганда? Отже, воно має негативний контраст, а, відповідно, й наслідки?

Вислухайте думки учасників. У процесі дискусії підведіть до думки, що негативний контраст у цьому випадку є, але тільки як маніпуляція, щоб нав'язати покупку.

ВІДЕО – СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА (ППД)

ОБГОВОРЕННЯ: Чи належать, наприклад, соціальні ролики здорового способу життя, дотримання правил дорожнього руху до пропаганди? Адже, виходячи з нашої таблиці, вони теж спрямовані на чуттєвий складник людини, змушують замислитися, змінюють світогляд. Який контраст вони мають? Негативний чи позитивний? Після того, як почуєте кілька думок з аудиторії, перейдіть до наступного слайда.

ПОЯСНІТЬ: Для того, щоб розібратися з цим питаннями, пригадаємо трохи історію. Механізм пропаганди запущено у Ватикані після створення Конгрегації пропаганди віри, що ставила за мету просування впливу католицької церкви у її боротьбі зі світською владою у світі, створення місій у різних країнах. Шишого розмаху та вжитку вона дістала під час Першої та Другої світової війни. Із цього часу

термін «пропаганда» має переважно негативний характер (ненависть і боротьба з ворогом, об'єднання сил і важка робота, щоб його перемогти). Після Другої світової війни пропаганда набула такого негативного відтінку, що більше це поняття неможливо було позиціонувати у позитивному сенсі через викликані нею страхітливі наслідки.

Тому в ХХ столітті позитивна пропаганда була замінена іншими поняттями: соціальна реклама, піар («зв'язки із громадськістю»), які й здобули масовий ужиток.

Як бачимо, такі поняття, як «соціальна реклама», «піар», «реклама» вийшли з позитивної пропаганди. Вони сильно перетинаються і викликають багато запитань: Чи всюди міститься пропаганда? У чому її головні відмінності? Реклама – це пропаганда?

Необхідно пам'ятати, що соціальна реклама, піар, реклама товарів, послуг – це витоки «білої» (позитивної) пропаганди. У сучасному світі термін «пропаганда» використовується тільки в негативному значенні і застосовується здебільшого лише в таких сферах, як політика та ідеологія.

Коли вам незрозуміло, пропаганда це чи рекламний хід, необхідно поставити собі два важливі запитання: «Що говорить мені цей ролик/постер/листівка тощо» та «На що він націлений?». Відповіді на ці запитання в різних видів подання інформації будуть відповідно також різні.

Запитайте себе:	Інформування	Соціальна реклама	Пропаганда	Піар	Реклама
Що говорить ця інформація?	Що ти бажаєш знати?	Ти за чи проти?		Ти партнер!	Ти споживач!
На що націлена?	Обізнаність	Задуматися, емоційно зачепити	Маніпуляцію свідомістю і діями, емоційно зачепити	Маркетингове просування (брендинг)	Продати

На слайді ви бачите, які різні відповіді на ці ідентичні запитання.

ПРИМІТКА: Зробіть аналіз за таким алгоритмом: Якщо ми себе запитуємо: «Що говорить мені ця інформація?», то при інформуванні відповідь буде... Якщо ми запитуємо себе: «На що націлена:?», відповідь буде...

Кожен має свої канали довіри. Для когось це – телебачення, інтернет, друковані видання, радіо, а для когось – друзі або знайомі та їхня думка. Але абсолютно кожен із цих засобів можна зманіпулювати у необхідному для себе напрямку. Щоб побачити, як на практиці створюється маніпулятивна інформація й двозначні заголовки, почнемо з друкованої преси.

РОБОТА З ПОСТЕРАМИ (із посібника «Не потони в інформаційному дощі»)



Реклама
Постер реклами асес-ініювдровий напій «Сока-Сола».
Переклад: Невірлива якість – це якість, якої ви довіряєте.



Інформування
Листок про майбутній фестиваль.



Соціальна реклама
Постер часів СРСР. Соціальна реклама проти вживання алкоголю.




Пропаганда
Цю листівку часів Другої світової війни (1941 р.) поширювали німецькі війська серед радянських солдатів, щоб дещо зблизити війська, полегшити страх і викликати слабкість перед ворогом.




Піар- кампанія
Коли шведські рекламні агенти «Трей Стокгольм» об'їздилися у 2011 році, їм на годину завдання було залучити своїх прихильників за допомогою соціальних мереж. Для організації старалися створити у Facebook і на сторінці в соціальній мережі у створенні нового логотипу для компанії. Кожного разу, коли нові відвідувачі заходили на сайт, у логотипі автоматично з'являлися фотографії тої ж самої людини. З кожним картинкою логотип ставав більшим і зрештою складався з 2890 фотографій. Знач зображення необхідну кількість фотографій пролітали 4-а години.

Інформація та мас-медіа
27


Інформація та мас-медіа
28




Реклама
Постер реклами батончиків «Кіт Кат».
Переклад: Зробіть перерву – з'їж «Кіт Кат».




Пропаганда
Радянська пропаганда Другої світової війни, що зображує «дружню зустріч російського та англійського пілотів».
Переклад: Дружина зустрінь над Берліном.



Соціальна реклама
Соціальна реклама проти куріння.
Переклад: Фільтруй своє життя! Перестань спалювати своє життя!



Інформування
Інформаційна листівка про правила безпечного харчування.



Піар- кампанія
«Ред Булл» і «Зоряні війни», 2005 рік.
Команда з Мелтон-Квінса також відзначилася творчим підходом. У Монте-Карло «Ред Булл» провів рекламну акцію з творчим фільмом «Зоряні війни», присвячену виходу шостої частини серії – «Помста слонів». Всі дії відбуваються по шаблону в Монте-Карло проголошувалися перші «Зоряні війни», фонди кожна команда отримали соціальну «середину» ларою, а місцеві страви використовувалися в оздобленні костюмами, стилізованими під уніформу знаменитих астронавтів.



Реклама
Постер рекламику весільно-свадьбному мережу ресторанів швидкого харчування «Макдоналдс».
Переклад: Я це люблю.



Інформування
Інформаційна листівка про отруйні рослини.



Пропаганда
Дитина на листині. Перша світова війна, 1914-1918 роки.
Переклад: Чи, а що ТМ робили під час Воєнної війни?



Соціальна реклама
Соціальна реклама проти насильства над дітьми.



Піар- кампанія
Приклад рекламування послуг перукарні з використанням навколишнього середовища як платформи реклами.
Переклад: Потребую змін! Подвійні мені... Перукар.

Інформація та мас-медіа
29

МАНІПУЛЯЦІЇ В ЗАГОЛОВКАХ – ПРИКЛАДИ НА СЛАЙДАХ

ВПРАВА – «МАЛЮНОК НА СПИНІ». Учасники об'єднуються в 2-3 групи, в кожній групі обирають «капітана», якому тренер показує просте зображення (квітка у вазоні), а завдання капітана – не розповідаючи про саме зображення, зобразити його пальцем на спині в людини, яка попереду. І так поки не дійде до останнього учасника. Останній учасник малює те, що залишилось «в голові» на листі фліпчарту. Порівнюємо результати.

Слово тренера про те, як інформація доходить до кінцевого споживача й в результаті спотворюється.

БЛОК 3 «ФЕЙКИ» ТА ФАКТЧЕКІНГ – ВИЗНАЧЕННЯ, РІЗНОВИДИ, ПРИКЛАДИ

(презентація). Говоримо про фейки (з прикладами), різновиди, як не потрапити на гачок, що таке фактчекінг, які організації в Україні ним займаються (за можливості показуємо сайт однієї з організацій, та конкретний приклад розвінчання фейку).

Слово тренера та обговорення та презентація.

ВПРАВА «10 грн за 1 грн». Тренер пропонує учасникам «купити» у нього 10 гривень всього за 1 гривню. Після продажу 10 грн йде обговорення.

Психотипи по сприйняттю інформації – яструб, голуб, страус.

Слово тренера.

СЛАЙДИ «ПО ЯКИМ ЗАГОЛОВКАМ КРАЩЕ НЕ КЛІКАТИ?» (презентація)

Слово тренера – емоції, «експерти», на кого розраховано.

ВІДЕО «ВВС розвінчує фейк російських ЗМІ про вбивство ЗСУ дівчинки в Донецьку». Обговорення.

БЛОК 4 «МОВА ВОРОЖНЕЧІ В ЗМІ» (20 хвилин)

ВПРАВА «П'ЯТЬ КАДРІВ» (людина арабської зовнішності, рюкзак, потяг, телефон та символ іудеїв «Зірка Давида»).

Сформууйте 2-4 групи й попросіть написати стислий сценарій фільму, заснований на картинках, які вони бачать на слайді (час на роботу 5-7 хвилин).

Під час виконання завдання пройдіться між учасниками, щоб переконатися, що всі зрозуміли завдання.

Прослухайте сценарії груп (не коментуйте їх). Одразу після прослуханих сценаріїв увімкніть фільм «Strangers». **Зупиніть відео на 1 хв 30 с.**

ПИТАННЯ: Чому присвячено сюжет фільму? Хто його герої? Які між ними стосунки? Як далі розвиватиметься сюжет?

Продовження демонстрації фільму. Стоп-кадр «Зупинка на станції» **04 хв 04**

ПИТАННЯ: Чи з'явилися нові герої? Як це вплинуло на сюжет? Чи змінилися взаємини перших двох героїв? Яким чином? Як ви гадаєте, як далі розвиватиметься сюжет?

Завершення перегляду фільму.

ПИТАННЯ: Чи сподобався вам фільм?

Пригадайте картинки (виведені на екран), запропоновані вам для написання сценарію, які стереотипні уявлення ви мали, готуючи сценарій? (у цій дискусії немає правильних чи неправильних відповідей – важливий сам процес роздумів над стереотипами).

СЛОВО ТРЕНЕРА: Араби та євреї – конфліктні сторони, вони воюють і тому, напевне, можна було припустити, що будь-які два представники цих національностей перебуватимуть по різні боки барикад. Проте герої стрічки повелися інакше.

Найчастіше ми створюємо стереотипи про тих, хто найменше схожий на нас: - ми часто використовуємо соціальні стереотипи як спосіб ідентифікації особи; - спираємося на фіксовані ознаки ідентичності, а не на поведінку конкретної людини.

АНАЛІЗ СТРІЧКИ НОВИН У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ПІСЛЯ ПРОХОДЖЕННЯ ТРЕНІНГУ

Опанувавши багато інструментів маніпуляції, пропоную проаналізувати тепер свою стрічку новин, то назвати хоча б одну, яка викликала у вас підозри та чому.

Обговорюємо.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА:

1. Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». – К.: IREX в Україні, 2019-2020.

2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/ Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.

3. Не потони в інформаційному дощі»: навчання медіаграмотності громадян: посібник для тренерів. – [К., 2016]. – 200 с.

4. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / За загал. ред. В. Ф. Іванова. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 100 с.

5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya vprovadzheniya mediaosviti v ukraini nova redaktsiya/>.

«ВАШ ЦИФРОВИЙ СЛІД». ТРЕНІНГ ДЛЯ ПРАЦІВНИКІВ ІППО

Ганна Шевченко, методист центру цифрової освіти та медіакультури Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Обґрунтування

Співробітники установи мають розуміти поняття цифрового сліду та його ролі у безпеці інформаційних активів, як власних, так і тих, що належать компанії. Типові помилки, що здійснюються співробітниками ОІППО: відправка інформації закритого характеру по відкритих каналах зв'язку; використання ресурсів мережі Інтернет у позаслужбових цілях; переходи по покликаннях сумнівного змісту; недоцільне використання можливостей соціальних мереж та часто розповсюдження фейкової або маніпулятивної інформації – все це призводить до значних негативних наслідків для організації в цілому.

Мета тренінгу	<ul style="list-style-type: none">• Впровадження в корпоративну культуру співробітників ОІППО навичок інформаційної безпеки.• Формування тактики вдумливого користувача та створення позитивної цифрової репутації.• Формування інформаційної грамотності.
Тривалість	4 години (2 сесії)
Форма проведення	Інтернет-кафе (столи розташовані групами на 4-5 осіб, у кожній групі є ноутбуки)
Кількість учасників	До 25

І СЕСІЯ



Привітання. Утворення груп до 5 осіб за допомогою лічилки.

Перегляд Відео 1. Коментарі та пояснення тренера щодо цифрового сліду, який ми залишаємо у Мережі.

Вправа «Фокус-група». Мета – збір актуальної інформації.

На стіл кожної групи кладуть бокс із папірцями, на яких надруковані запитання. Представники кожної групи по черзі витягують папірці із запитаннями й відповідають на них.

Необхідні матеріали:

- папірці, на кожному з яких надруковано одне запитання;
- невеликі бокси(кількість за числом груп).

Орієнтовні запитання до аудиторії:

- Як би ви пояснили перехожому, що таке цифровий слід?
- У чому різниця, на вашу думку, між активним і пасивним цифровим слідом?
- Чому потенційний начальник може поглянути на ваш цифровий слід?
- Чи є ваш цифровий слід постійним? Чому так або чому ні?
- Що ви можете зробити для створення позитивного цифрового сліду?
- Чому експерти кажуть, що цифрові сліди можуть бути небезпечними?
- Як можна залишатися в безпеці в Інтернеті?
- Як створюється ваш цифровий слід?
- Як люди можуть бачити мій цифровий слід?
- Чому важливо дбати про свій цифровий слід?
- Як налаштування конфіденційності на сайтах соціальних мереж можуть допомогти захистити вашу цифрову репутацію?
- На скільки важко видаляти інформацію, коли вона перебуває в Мережі?
- Які плюси і мінуси цифрового життя?

Вправа «Літаючі плакати». Мета – згенерувати якнайбільше відповідей на проблемні питання. Кількість проблемних питань за числом груп. Кожна група отримує своє питання та впродовж 5 хвилин генерує ідеї й записує їх на листі ватману. Після цього плакати передаються по колу. В кінці вправи кожна група отримує свій плакат і презентує узагальнені рішення за поданим проблемним питанням.

Необхідні матеріали: маркери, ватман.

Орієнтовні проблемні питання:

1. Чому мій цифровий слід має значення?
2. Цифрова «гігієна» у соцмережах.
3. Перспективні технології захисту даних.
4. Онлайн-репутація: позитивне іміджування вчителя.
5. Шифрування повідомлень: які програми використовувати.

Вправа «Оцінка власного цифрового сліду». Учасники тренінгу працюють за ноутбуками. Мета – відкрити та оцінити свій цифровий слід.

Необхідні матеріали: ноутбуки (за кількістю учасників), маркери, ватмани (за кількістю груп).



1. Почати можна з проведення онлайн-пошуку власного імені та прізвища (в тому числі дівочих прізвищ), а також особистої адреси, номера телефону, особистих або конфіденційних зображень тощо в пошукових системах.

2. За допомогою презентації 1 познайомити учасників тренінгу з деякими технологіями, які слідкують за нами, та способами зарадити цьому (слідкування за місцезнаходженням та слідкування за діями у браузері).

3. В якості підсумку запропонувати кожній групі створити плакат-презентацію інструментів та засобів, що можуть зміцнити їхню безпеку в цифровому світі. По закінченню кожна група представляє свій плакат.

II СЕСІЯ



Руханка «Атоми і молекули». Об'єднання в нові групи до 5 осіб.

Вправа «Чорне дзеркало». Мета – вгадати особливості людини за його вподобайками у соцмережах (стать, вік, захоплення, професія, риси характеру і т.ін.). Для цього кожна група отримує роздаткові матеріали (QR-код). Час на виконання завдання – 15 хв. Після цього групи представляють свою роботу та перевіряють, наскільки вірними були їхні припущення.

Необхідні матеріали: роздаткові матеріали на кожен групу, маркери, листи паперу А4 (за кількістю груп).



Вправа «Лайкнути або не лайкнути?». Мета – дізнатися про різні види контенту, навчитися розрізняти ті, що вводять в оману або призначені для маніпулювання свідомістю людей. Групи отримують роздаткові матеріали від курсу Verified (QR-код) про типи контенту. Кожна група всередині обговорює, яку інформацію варто шерити чи “лайкати”, а яку краще проігнорувати, і чому. Час на обговорення - 15 хвилин. Після цього кожна група висловлює свій погляд щодо кожної публікації або плакату, і учасники спільно заповнюють карту на фліпчарті (за допомогою скотча публікації приклеюють у відповідну колонку):

Лайкати	Не лайкати
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

Інтеграційний танок у колі. Після танка розрахуватися на перший–другий. Об'єднання у 2 групи. Організувати учасників так, щоб вони сиділи або стояли навпроти одне одного.

Вправа «Так–Ні». Мета – зібрати якомога більше порад щодо ведення сторінки педагога у соціальних мережах. Умови вправи: перша група дає твердження позитивне, а друга обов'язково з частинкою «не». Наприклад, перша група каже: «Захистіть свою приватну інформацію». А друга – «Не намагайтеся вирішувати реальні проблеми за допомогою соцмереж». Учасники кожної групи висловлюються по черзі.

Підсумки. Підбити підсумки II сесії. Для підсумків з кібербезпеки (I сесія) використати презентацію 2 (QR-код).

Рефлексія «Дій». Мета – сформулювати плани на майбутнє з урахуванням знань, отриманих на тренінгу.



Джерела інформації, використані при підготовці до тренінгу:

- Матеріали проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».
- ІНТЕРАКТИВНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ/ За редакцією Петра Шевчука та Пшемислава Фенриха. – Щецін – Львів, 2005.
- <https://myshadow.org/ru>
- <https://habr.com/ru/post/271713/>
- <https://habr.com/ru/article/413191/>
- <https://habr.com/ru/company/softline/blog/434578/>
- <https://csrc.nist.gov/CSRC/media/Events/Federal-Information-Systems-Security-Educators-As/documents/9.pdf>
- <https://www.beonedevelopment.com/en/solutions/vr-game/>
- <https://www.internetsociety.org/tutorials/your-digital-footprint-matters/>

Додаткові матеріали доступні за QR кодом:



**ТРЕНІНГ ДЛЯ ВЧИТЕЛІВ ІНФОРМАТИКИ ДО ДНЯ БЕЗПЕЧНОГО ІНТЕРНЕТУ
«ЯК БУТИ ОБАЧНИМ ТА ПИЛЬНИМ ПІД ЧАС РОБОТИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ,
УМІТИ СЕБЕ ЗАХИСТИТИ І ВОДНОЧАС НЕ ВТРАЧАТИ ВВІЧЛИВІСТЬ
ТА СМІЛИВІСТЬ»**

Ольга Богданова, завідувач навчально-методичної лабораторії інформаційно-комунікаційних технологій, медіаосвіти та системного адміністрування

Навички з інфомедійної грамотності:

- менеджмент приватності, розуміння цифрового сліду;
- навички з особистої кібербезпеки;
- уміння запобігати ризикам у комунікації;
- уміння систематизувати інформацію, висувати гіпотези та оцінювати альтернативи;
- уміння аналізувати передумови та причини події;
- навички етичного спілкування;
- уміння ідентифікувати ботів і тролів;
- уміння ідентифікувати фейки й інструменти маніпуляції;
- уміння аналізувати фото, лого, символи, постери, інфографіку, інші візуальні ряди.

ОБАЧНІСТЬ: Освітні завдання, які формують в учнів відповідальне ставлення до роботи в мережі Інтернет

Вправа на знайомство

Соцмережі знають про своїх користувачів багато, а інколи — навіть забагато. Уся інформація, яку людина залишає в інтернеті, називається цифровим відбитком або цифровим слідом (від англ. digital footprint). Оновлення статусу, запис у блозі, нове фото чи вподобана стаття – це може бути що завгодно.

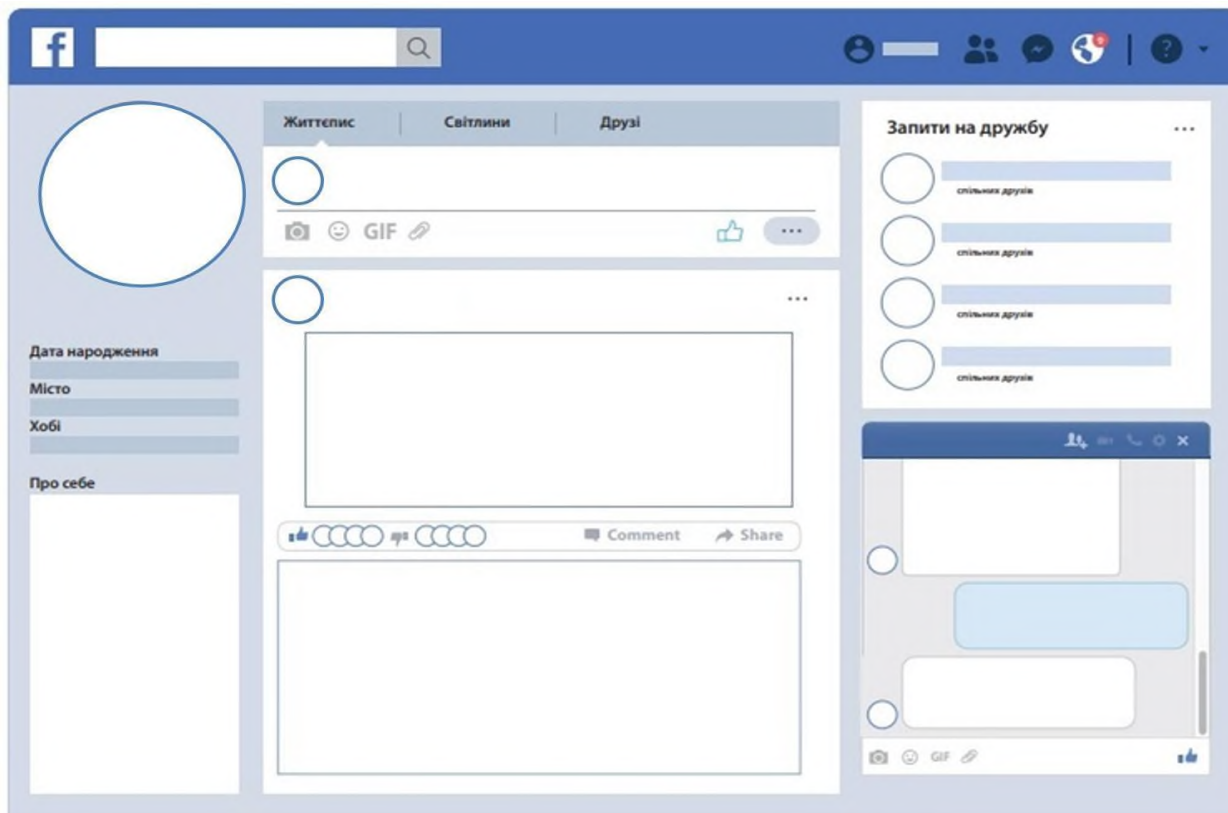
Учасникам пропонуємо на аркуші розмістити інформацію, яка розповість про самого учасника та яку можна розмістити у власному профілі в соцмережі. Після виконання завдання, учасники представляють себе присутнім.

Завдання: Підпишіть свій профіль та введіть дані про себе, вкажіть ваше хобі, у чаті поділіться невеличкою таємницею, у пості напишіть яким своїм досягненням ви пишаєтеся.

Ви можете піклуватися про свою безпеку і не давати номер телефону неперевіреною особам у 2020 році, але у 2011 році опублікували його у якійсь соцмережі й забути про це. Цим цифровим відбитком може скористатися будь-хто, кому вистачить насаги його знайти.

Цифрова тінь – інформація про вас, яка потрапляє в мережу від інших людей, наприклад, позначки на фото. У сумі вони формують цифрову спадщину — результат вашої діяльності в інтернеті.

Репутація в мережі у 21 сторіччі майже прирівнюється до репутації поза нею, тож люди змушені поводитися у цифровому просторі більш усвідомлено.



«5 ознак фейкового акаунту», джерело: <http://mediadrivеr.online/>

Вправа «Килимок ідей» (освітні завдання вчителів, які привчають учнів безвідповідально відноситися до мережі Інтернет).

Повсюдна поширеність Інтернету сприймається нами вже як даність. Мережа дає нам можливість знаходити великі масиви найрізноманітнішої інформації, об'єднуватися у співтовариства та встановлювати зв'язки, спілкуватися з друзями та отримувати послуги. А чи задумувалися ви про те, чи завжди завдання, які ми даємо учням, привчають відповідально відноситися до мережі Інтернет та інформації, яку вони там знаходять?

Об'єднати учасників у 3 групи.

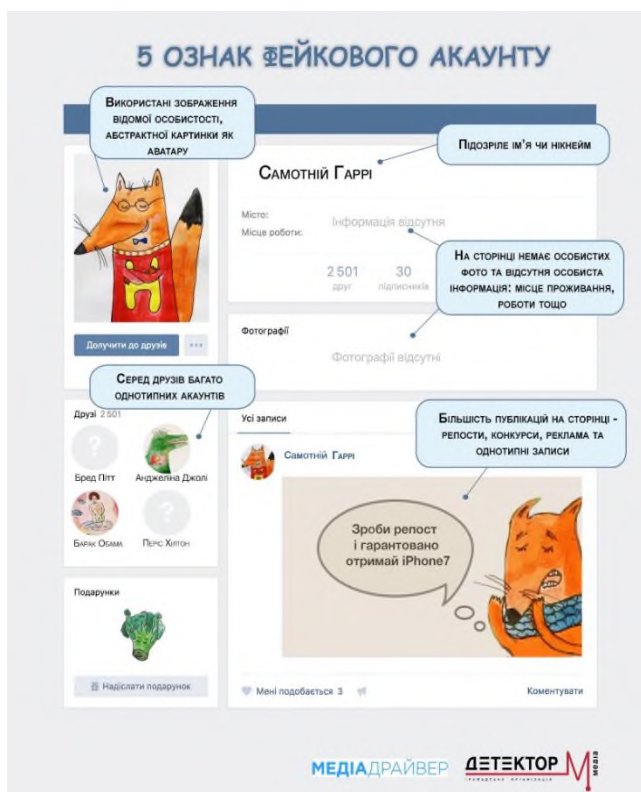
Кожна група отримує плакат та кольорові смужки (6 червоних і 6 зелених). На зелених смужках учасники пишуть варіанти завдань, які вони найчастіше дають дітям на уроці чи для домашнього завдання з використанням Інтернет. На червоних смужках – завдання, які можуть привчати дітей до безвідповідального відношення до мережі Інтернет.

Потім кожна група презентує свій «килимок» ідей та пояснює свій вибір.

Наприклад, зелена смужка – знайти інформацію в Інтернеті на задану тему, червона смужка – знайти інформацію про шкідливі звички (довготривалий пошук може призвести до цікавості і використання).

Варіанти написів на червоних смужках:

- Група в соцмережі до 13 років.
- Примусове висвітлення інформації у групі.
- Публікація фото без згоди, використання імен.
- Знайти інформацію в Інтернеті без покликання на автора, використання у презентаціях (порушення авторського права, плагіат).



Вправа «4 кути»

Люди часто думають так: «Зі мною цього ніколи не станеться», але «якщо все ж таки зі мною це станеться, то я буду готовий». Обидві ці думки докорінно невірні. Статися може все що завгодно, в тому числі й неприємність, яка надходить віртуально, тобто онлайн.

Учасники на аркушах пишуть ситуацію на тему «Найгірше, що сталося/може статися зі мною в Інтернеті».

Тренер розвішує по кімнаті аркуші з написами: страх, гнів, щастя, спокій, відраза, подив, сум. Тренер збирає аркуші з історіями та по черзі зачитує їх або пропонує за бажанням прочитати свої історії самих учасників.

Завдання учасникам: після озвучення історії стати під тим аркушем з написом, який відповідає їхньому стану та пояснюють, чому саме цю емоцію вони відчули.

ПІЛЬНІСТЬ: Нейромережі у створенні фейків

Рухавка «Етапи розвитку інформаційного простору»

Учасники отримують картки із зазначеним винаходом. Завдання: стати в порядку зростання років винаходів.

Завдання спочатку для 2-х груп, а потім групи об'єднуються у спільний ланцюг.

Вправа «Реальність чи фотошоп»

У мережі з'являється дедалі більше фейків – неправдивих повідомлень, які підкріплюються підробленими фото- відеоматеріалами, свідченнями псевдоочевидці, «експертів» тощо.

Термін «фейк» (англ. fake – підробка) має багато значень. Часто фейком називають недостовірну, неправдиву інформацію. Але таке визначення не відображає

повної суті фейку. Адже фейк – це підробка, фальшивка, яка поширюється спеціально для того, щоб дезінформувати аудиторію.

Учасникам пропонуємо виконати вправу на комп'ютерах або мобільних пристроях та визначити свій рівень розпізнавання фейкового зображення (QR-код).



На що варто звертати увагу в матеріалах з фото:

- емоції;
- достовірність;
- правдивість;
- джерела.

На що варто звернути увагу в медіатексті:

- заголовки;
- емоції;
- факти, логіка;
- експерти;
- очевидці;
- джерела.

На що варто звертати увагу в соцмережах:

- джерела;
- аналіз;
- безпека;
- емоції;
- штучність;
- відповідальність.

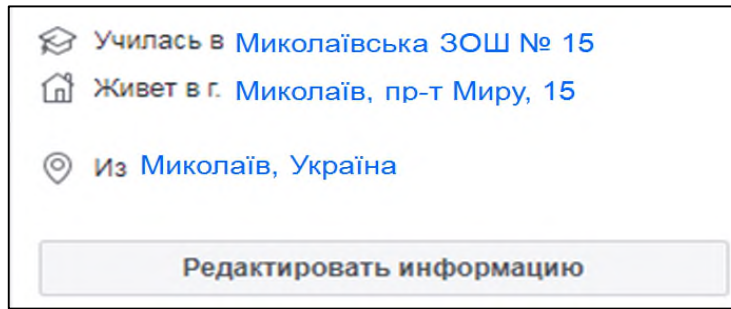
Вправа «Що можна сказати про людину?»

Цікаво, що соціальні мережі, без яких сьогодні важко уявити наш світ, сприяють вирощуванню таких собі «балакунів». Повертається дівчина додому після типових буднів, заварює улюблений чайок, включає ноутбук та дивиться, як там справи у Дашки-Наташки-Пашки із соцмережі. А там – життя кипить: Даша полетіла на Мальдіви, ще й новим купальником хвалиться (!), Наташа – на якусь серйозну конференцію та отримала грант, Паша вечеряє у шикарному ресторані зі своєю пасією, від зовнішнього вигляду якої заздрісно смикається око ...

Кожен пост про наше життя – чудова можливість розказати про те, чим ми живемо, що відчуваємо, де буваємо чи мріємо побувати... Із одного боку, людина, яка замкнена у собі може розкрити себе невідомого. З іншого, базіка – знахідка для шпигуна, який зможе таким чином дізнатися про нас багато цікавого.

Тренер пропонує учасникам фрагменти постів та скріншотів персональних даних. Які наслідки може нести така публікація?

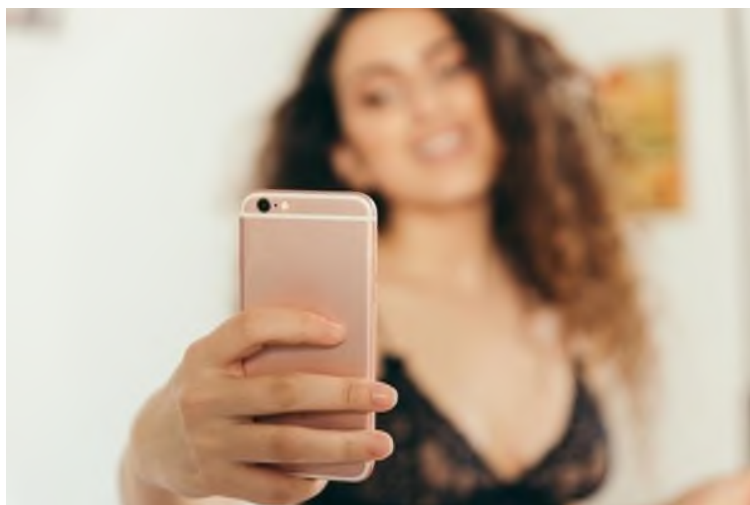
- використання персональних даних



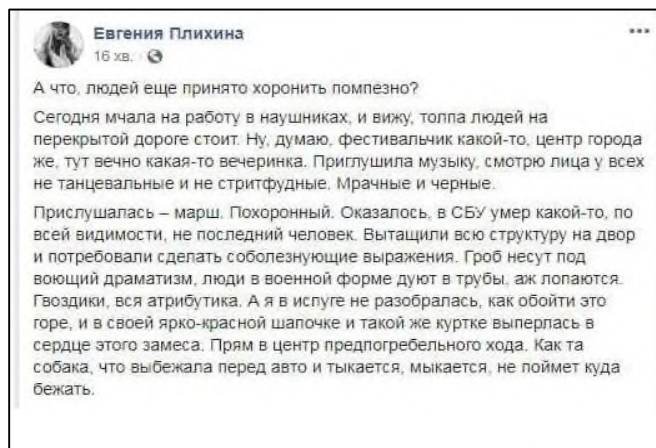
- вказування місця перебування у реальному часі



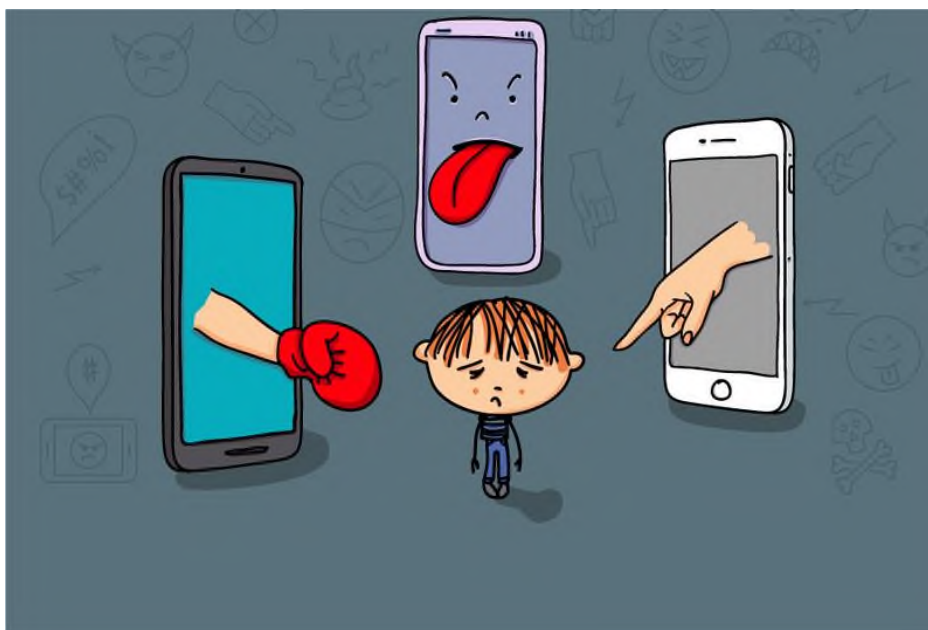
- демонстрування власних принад через фото



- зневажливе ставлення



- кібербулінг



Здається, бум на штучний інтелект пройшов і тепер уже нікого не дивує, що алгоритми самостійно пишуть книги, музику і навіть створюють власні фільми. Одні бачать в цьому перші кроки до створення «мозку вищого порядку», а інші вважають неймережі просто забавами програмістів.

Пропонуємо ТОП-16 навичок, якими неймережі оволоділи досконало (це може зіграти на руку шахраям):

- розпізнавання п'яних;
- зміна кольору фото;
- фільтри для фото;
- імітація реального голосу;
- створення неіснуючих людей;
- оживлення фото;
- демонстрація вигляду в старості;
- визначення по фоту віку, полу, раси;
- визначення рецепту блюда по фоту;

- створення власних стандартів краси;
- перетворення малюнків олівцем на реалістичні фото;
- відновлюють фото з пікселізованих кадрів;
- конкуренція з письменниками;
- підбір гардеробу;
- розпізнавання психічних розладів за голосом.

ЗАХИСТ: Інтернет-загрози та залежність сучасної молоді

Рухавка «Крокодил»

Учасники стають один за одним у шеренгу. Ведучий останньому учаснику пошепки говорить словосполучення. Учасники жестами та мімікою демонструють словосполучення один одному. Останній учасник має назвати словосполучення вголос.

Вправа «Загроза vs залежність»

Сьогодні важко уявити собі життя без смартфона. За його допомогою ми перевіряємо електронну пошту, чатимося з друзями, постимо фотографії у соцмережах...

Багато користувачів вважають, що залежність від Інтернету не тягне за собою ніякої небезпеки. Однак такий підхід до проблеми неправильний. На відміну від наркоманії та алкоголізму, інтернет-залежність виявити досить складно. В цьому і полягає небезпека.

Тренер пропонує учасникам об'єднатися у 3 групи та класифікувати картки на 2 види: загрози та залежності. Під час оголошення відповіді учасники пояснюють значення терміну та які поради для захисту можна надати.

Відповідь:

Загрози: танцюючі свині, зомбі, хеппіслепінг, вуайеризм, скам, претестінг.

Залежності: селфізм, психо-вуайеризм, інформаційна жадібність, планшетні зомбі, Fb-душ, фабінг, фрепінг.

Вправа «Селфі-словник»

Бажання якомога частіше робити селфі та викладати свої фото в соцмережі поступово переростає в загальну захопленість. Захопленість, яку одні називають «хворобливою» залежністю XXI століття, а інші – просто новою модою, яка пройде сама собою.

Американська психіатрична асоціація вже офіційно визнала селфіт психологічним розладом і виділила 3 стадії захворювання:

1 стадія: людина робить селфі щонайменше 3 рази на день, але не виставляє їх у соцмережі.

2 стадія: людина фотографує себе мінімум 3 рази на день і розміщує фото в інтернеті.

3 стадія: людина робить селфі в будь-який зручний момент, понад 6 разів на день, і розміщує їх у соцмережах. Їй хочеться знімати себе цілодобово, і вона не контролює цей стан. Яскравий приклад «гострого селфіту» – 19-річний британський студент Денні, який щодня робив по 200 фото самого себе, витрачаючи на це по 10 годин.

Також залежність від селфі призводить до того, що в пошуках незвичайного кадру людина навіть ризикує своїм життям: намагається сфотографувати себе на даху поїзда, на лінії електропередач або на залізничних коліях. В Україні зафіксовано вже кілька таких нещасних випадків. Більшість із постраждалих-селфітів — підлітки, які в гонитві за красивими знімками та ефектними кадрами йдуть на невиправдані жертви. «Оксфордський словник» визначив слово «selfie» популярним словом 2013 року.

Учасники створюють спільну презентацію, у якій на зазначеному слайді вносять означення виду селфі та розміщують відповідне фото.

ВВІЧЛИВІТЬ ТА СМІЛИВІСТЬ: ТОП основних правил захисту дитини в Інтернеті

Вправа «Літаючий плакат»

Проблема етикету в інтернеті піднімалася вже неодноразово. Зокрема, про неї говорять на численних форумах, коференціях, семінарах тощо, не кажучи вже про ті сотні публікацій, які можна відшукати, спробувавши ввести відповідний запит у Гуглі. Але, як би там не було – основна ідея залишається зрозумілою: всім нам потрібно ще багато і наполегливо працювати, перш ніж ми зможемо назвати себе культурними та ввічливими користувачами всесвітньої мережі.

Учасники об'єднуються у 3 групи. На запропонованих аркушах із ситуаціями пропонуємо сформулювати ту саму чи схожу думку більш позитивно та конструктивно або спрямувати розмову в більш доброзичливе русло.

Після заповнення першого аркуша, тренер передає по колу іншій групі. Кожна група заповнює 3 аркуша.

Запропоновані коментарі:

- «Ха-ха, Костя єдиний з усього класу не їде на екскурсію».
- «Усі вдягніть завтра синє, тільки Людї не кажіть!»
- «Вибач, я не зможу запросити тебе на мій день народження, бо вийде задорого».
- «Без образ, але ти геть не вмієш малювати. Ми не хочемо робити з тобою стінгазету».
- «Жах, мене аж тіпає. Чого вона вирішила, що вміє співати?»
- «Ти зможеш вступити в нашу групу, тільки коли даси мені ім'я користувача та пароль від свого облікового запису».
- «Я одна думаю, що Жанна схожа на смурфика?»



Вправа «Мій ТОП»




Інтернет – джерело корисної інформації. Всеосяжна енциклопедія, знання, відповіді на багато запитань. Діти можуть користуватись інтернетом для досліджень, шкільних проєктів і рефератів, онлайн навчання, спілкування з вчителями та дітьми, ігор, читання та інших корисних речей.

Але нарівні з усіма цими чудовими плюсами, мережа може бути небезпечною для дитини: неприйнятний контент, кібербулінг, жорстокі та лякаючі картинки та відео, шахраї, педофіли, злочинці, онлайн-хижаки.

Навчити дитину безпечній та відповідальній поведінці в інтернеті набагато важливіше, ніж просто заблокувати небажані матеріали та сайти. Адже дитина все одно подорослішає і без належних знань може зробити безліч помилок.

Учасники об'єднуються у 3 групи. Кожній групі потрібно скласти свій ТОП-захист від Інтернет-загроз.

І група: за діями персонажів скласти правила безпечного Інтернету.

		
Маша, 12 років	Правило №1	Петя, 30 років
<i>Мама дуже любить спілкуватися з друзями та заводити нові знайомства в мережі Інтернет. Однак інколи дівчинка так захоплюється, що розповідає зайве.</i>	Ніколи не повідомляй стороннім людям свою адресу, номер телефону, місце навчання і роботи батьків. Особиста інформація на те й особиста, щоб не повідомляти її абикому.	<i>Петя – грабіжник. Він також любить спілкуватися у мережі. Він завжди представляється іншою людиною і дізнається в них усю необхідну інформацію, аби потім пограбувати.</i>

		
Іванко, 10 років	Правило № 2	Віталік, 20 років
<i>Іванко дуже допитливий хлопчик. Він думає, що в Інтернеті немає жодної загрози. Тому заходить на всі сайти і не звертає уваги на попередження антивірусу. Якось його комп'ютер перестав працювати.</i>	У мережі Інтернет дуже багато шкідливого ПЗ. Тому завжди користуйтеся антивірусними програмами та не ігноруйте їхні застереження.	<i>Віталік знає комп'ютер краще ніж Іванко. Але він використовує свої знання для створення шкідливого програмного забезпечення. Найулюбленіше його заняття – створювати віруси. Це завжди йому Іванків комп'ютер не працює.</i>



**Марічка,
14 років**

Марічка вважає себе дуже модною дівчиною. Вона багато знає про моду та знаменитостей. Марічка вірить усього, що пишуть на сайтах, часто переходить за посиланнями. Цього разу дівчинка отримала повідомлення про виграш і поспішила відправити SMS.



Правило № 3

У мережі багато шахраїв. Не переходь за посиланнями, якщо не впевнений, що це не пастка, або якщо попереджає антивірус. Не надсилай SMS на незнайомі номери.



**Андрій,
35 років**

Андрій спеціаліст зі створення реклами. А ще він створює повідомлення типу Ви виграли 1 млн гривень! та розміщує їх на сайтах. Одне з його повідомлень отримала Марічка



**Сашко,
11 років**

Сашко дуже любить грати в футбол, а ще він любить онлайн-ігри. Хлопчик все більше часу витрачає на ці задави. Нещодавно він почав витрачати на ігри кишенькові гроші.



Правило № 4

Надмірне захоплення Інтернетом та онлайн-іграми може призвести до залежності від якої важко позбавитися. Намагайся витрачати на Інтернет 20-30 хвилин на день. Навколо стільки цікавого!



**Вова,
15 років**

Хлопець любить інтернет-ігри. Але просте захоплення парубка з часом стало залежністю. Вова почав погано вчитися, постійно свариться з батьками. Друзі перестали спілкуватися з підлітком.

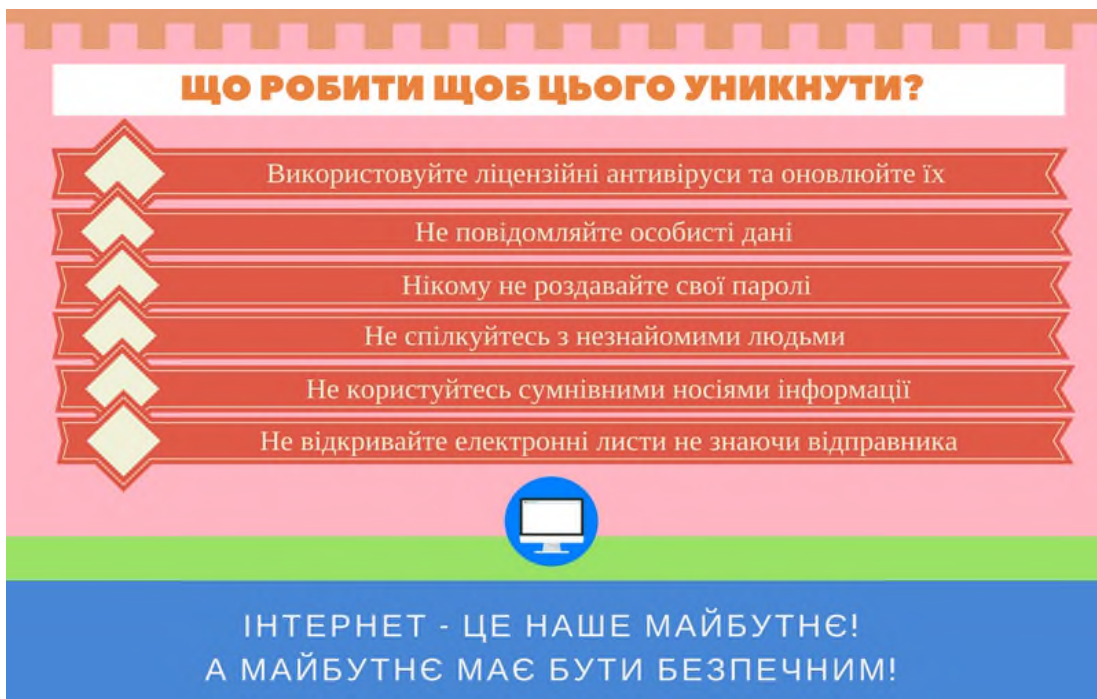
Із матеріалів тренінгу для вчителів інформатики до Дня безпечного Інтернету, проведеного в МОІППО 30 січня 2020 року (<https://it.moippo.mk.ua/>)

2 група: скласти джентельменський набір користувача, який не буде шкодити власній репутації.



Із матеріалів тренінгу для вчителів інформатики до Дня безпечного Інтернету, проведеного в МОІППО 30 січня 2020 року (<https://it.moippo.mk.ua/>)

3 група: що робити батькам, щоб уникнути ризиків.



Із матеріалів тренінгу для вчителів інформатики до Дня безпечного Інтернету, проведеного в МОІППО 30 січня 2020 року (<https://it.moippo.mk.ua/>)

ТРЕНІНГ ДЛЯ УЧИТЕЛІВ ХІМІЇ «ІНТЕГРАЦІЯ ІНФО-МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ З ХІМІЇ»

Анастасія Кравченко, старший викладач кафедри теорії та методики природничо-математичної освіти та інформаційних технологій

Мета:

- **освітня:** розкрити сутність, зміст, задачі медіаосвіти;
- **виховна:** сформувати в здобувачів освіти навички медіаінформаційної грамотності, критичного мислення, етики спілкування в мережі Інтернет, соціальної толерантності;
- **розвиваюча:** розвинути ефективну та сталу моделі інтеграції навичок критичного сприйняття інформації в освітній процес із хімії у закладах загальної середньої освіти.

Презентація до заняття доступна за покликанням:



(Слайд 2) «Ламання криги»

Вправа ЩИТ

Вправа «Що для вас інфомедійна грамотність» – карта ідей (Слайд 3)

План:

Теоретична частина

1. Вступ.
2. Сутність, зміст і задачі медіаосвіти.
3. Компетентності, що розкриває проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

Практична частина

4. Сприйняття інформації.
5. Впровадження компетентностей, що розкриває проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» в освітній процес з хімії. **(Слайд 4)**

Вступ: Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи масмедіа нагально потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. Майбутнє суспільство все більше спиратиметься на інформаційно-комунікаційні технології: web-технології,

хмарні обчислення і big data, смартфони та інтернет «розумних речей», штучні інтелекти та інші гаджети. На взаємодію з різноманітними медіа (книги, преса, радіо, кіно, телебачення, інтернет) припадає все вагоміша частка в бюджеті вільного часу громадян України, чим зумовлюється значний вплив медіа на всі верстви населення, передусім на дітей і молодь. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання, стають засобом дистанційної і джерелом неформальної освіти.

Медіаосвіта має стати одним із головних чинників забезпечення відкритості освіти щодо сучасних швидко змінюваних знань і наближення змісту освіти до потреб повсякденного життя людини. **Медіаосвіта** – не тільки шлях до ефективності діяльності людини в системі трудових відносин, але спосіб залишатися самим собою, цілісною особистістю, здатною до самовираження і людяності. Не втрачають значення і традиційні завдання медіаосвіти, які полягають у запобіганні вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення медіазалежностей.

Слайд 4: визначення понять:

- ✓ медіаінформаційна грамотність;
- ✓ медіаосвіта;
- ✓ медіапедагоги;
- ✓ медіакультура;
- ✓ медіаобізнаність;
- ✓ медіаграмотність;
- ✓ медіакомпетентність.

Задачі медіаосвіти (слайд 5):

Завдання 1. Підготовка учнівської молоді до життя в сучасних інформаційних умовах, розвиток навичок із розуміння та усвідомлення наслідків впливу різних видів медіа на психіку особистості та суспільства в цілому.

Завдання 2. Підготувати підростаюче покоління до свідомого існування у медіасередовищі та органічної інтеграції в медіакультуру через формування критичного мислення, перетворення учнівської молоді як споживачів медіапродуктів у свідомих і творчих користувачів масмедіа, вироблення імунітету до маніпулятивної дії екрану, створення умов інформаційної безпеки для свідомих громадян суспільства.

Завдання 3. Свідоме спілкування з масмедіа, дасть можливість критично оцінювати як інформацію, так і норму поведінки особи в суспільстві.

Медіаінформаційні технології у сучасному суспільстві поряд з навчальними функціями формують свідомість, керують групами людей. Особливого значення медіаосвіта та аудіовізуальна грамотність набувають в контексті підготовки учнівської молоді до взаємодії зі складним інформаційним світом, вільного входження юнацтва та молоді в полікультурний простір, що є складовими

професійної підготовки вчителя. Адже саме вчитель є представником сучасної культури в соціумі школярів. Від рівня його інформаційно-комунікативних знань та вмінь залежить рівень медіакультури учнівської та студентської молоді. Тому медіаосвіта (медіаграмотність) поряд із педагогікою має дати додаткову освіту учнівській молоді, яка буде підґрунтям для стійкої психіки та свідомості до несприятливого зовнішнього впливу.

Отже медіаосвіта й основи інфомедійної грамотності сприятимуть створенню культурного і духовного адаптаційного середовища.

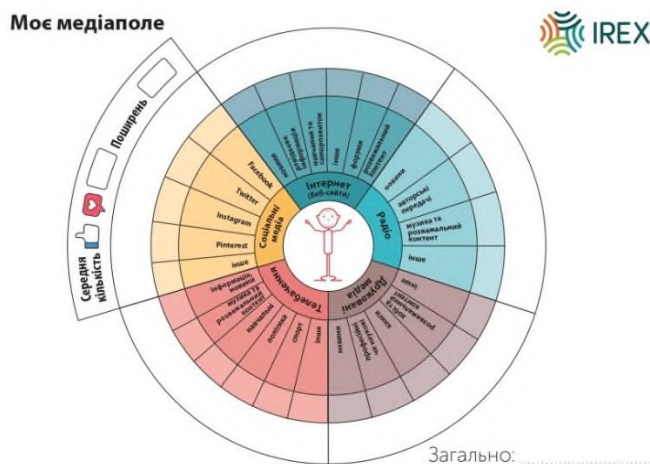
(Слайд 6, 7) – інформація про проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

(Слайд 7) - компетентності, що розкриває проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» (візуалізація від IREX).



4. Сприйняття інформації. Практична частина (Слайд 9)

Вправа «Моє медіаполе» (візуалізація від IREX)



Робота з роздатковим матеріалом (Слайди 10-14)

НА ЩО ВАРТО ЗВЕРТАТИ УВАГУ В МАТЕРІАЛАХ З ФОТО

- ЕМОЦІЇ**
 - 1 Чи емоції викликає фото?
 - 2 Чи впливає емоційне враження від фото на ваше ставлення до проблеми, чи спонукає до дій?
- ДЖЕРЕЛА**
 - 1 Чи вказано джерело, автор фото? Чи є можливість перевірити цю інформацію?
- ДОСТОВІРІСТЬ**
 - 1 Чи відповідає фото тексту: чи той саме інстаграмний фото з головним меседжем, з сучтою події?
 - 2 Планш під фото роз'яснює сумніш, пояснює зміст, чи намагає емоції?
- ПРАВДИВІСТЬ**
 - 1 Чи ви впевнені, що фото зроблене саме там і той, як стверджується в тексті? Чи підписи?
 - 2 Це фото є репортажним чи постановним? Чи є в ньому ознаки спеціальної обробки?
 - 3 Це фото з місця події чи фотомонтаж, який видається за реальний?

IREX

НА ЩО ВАРТО ЗВЕРНУТИ УВАГУ В МЕДІАТЕКСТІ?

- ЗАГОВОРКИ**
 - 1 Чи можна додати зміст повідомлення і зробити висновок лише за заголовком?
 - 2 Чи варто поширювати матеріал і поширювати, пропуская людину за заголовком та над підписом, перш ніж діяти?
 - 3 Заголовок відображає інформацію в тексті?
 - 4 Чи вистієть загальнокатегоричні твердження, які не можна перевірити?
- ЕМОЦІЇ**
 - 1 Чи викликає заголовок, фото і судження в тексті певні емоції, чи намагається їх викликати, щоб спонукало вас до дій, певних ставлень?
- ДЖЕРЕЛА**
 - 1 Чи вказані джерела інформації, чи є можливість її перевірити?
 - 2 Дата події та дата публікації статті?
 - 3 Чи базується текст на фактах чи на спекуляціях?
- ФАКТИ, ЛОГІКА**
 - 1 Чи містить текст односторонні судження і чи не відображає жодних фактів?
 - 2 Чи є хоча б один факт, який підтверджує чи спростовує судження?
 - 3 Чи не вказана подія в контексті?
- ЕКСПЕРТИ**
 - 1 Чи є думка експерта на правду фактом?
 - 2 Коментар експерта містить аналіз і прогноз чи емоційну оцінку / категоричне судження?
- ОЧЕВИДЦІ**
 - 1 Чи вказано ім'я, що вказує на відповідальність на місці події?
 - 2 Чи дійшли з наміром очевидці в текст і експертна оцінка чи повсякденність фактів?

IREX

НА ЩО ВАРТО ЗВЕРТАТИ УВАГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ?

- ДЖЕРЕЛА**
 - 1 Чи можна знайти першоджерело інформації, чи активно поширюється в мережі?
 - 2 Як поширює інформацію в мережі: чи береться за цю інформацію? Чи перевіряє її?
 - 3 Якщо ви довели до джерела інформації (це для нас підручник), чи судження і оцінки над фактами? Аналізи?
 - 4 Чи не має ознак маніпуляції: чи показує тільки те, що вам потрібно? Чи не вказує на першоджерело інформації? Чи не вказує на першоджерело інформації? Чи не вказує на першоджерело інформації?
- АНАЛІЗ**
 - 1 Чи можна гарантувати поширення інформації? Коли його було створено, чи створено це вже, чи є реальні фото і відео, чи реальні дані?
 - 2 Чи розкрито на сторінці того, хто поширює інформацію, до якого колективу? Чи можна оцінити упередженість чи об'єктивність цієї особи у даному темі?
 - 3 Чи вказано поширювач інформації? Чи вказано на автора фото і поширення та відповідальність за нього?
- БЕЗПЕКА**
 - 1 Чи не надаєте ви в своєму профілі зайвої особистої інформації? Чи можна знайти інформацію про вас в мережі?
 - 2 Чи можна знайти свій довідок в соціальній мережі? Чи можна отримати на довідок друзів?
 - 3 Чи надано в нас поради, що стосуються як власного цифрового безпечності?
- ЕМОЦІЇ**
 - 1 Для чого цю сторінку на вашій сторінці? Чи спонукає вас до певних дій, чи розкриває аналіз (наприклад, роботу, здатність проработувати «наслідок» цієї сторінки, проблеми, цінності)?
 - 2 Що саме вас «приваблює» в об'єктивній інформації? Чи це не просто і чи варто поділитися цю інформацію?
 - 3 Чи не варто заохочувати, вказувати на певні проблеми чи інформацію без емоцій до того, як розкрито першоджерело, чи не вказано першоджерело?
- ШТУЧНІСТЬ**
 - 1 Чи можна по вашій сторінці оцінити рівень про вас, як людину певних інтересів, знань, адекватності?
 - 2 Коли ви читали інформацію, чи не відображає ви її в певній формі: підписання своїх постів, оцінок, емоцій, реакцій?
 - 3 Чи вказано це на ту інформацію, яку ви бачили в своїй сторінці коментарі?
 - 4 Як зрозуміти, чи не вказано першоджерело інформації, чи не вказано першоджерело?
- ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**
 - 1 Як ви думаєте, чи є ви відповідальні для інших людей? Чи багато їх?
 - 2 Чи можна така ситуація, коли люди, які вам доводяться, не будуть перевіряти інформацію, яку ви поширюєте, просто зробите перепост?
 - 3 Чи завжди ви перевіряєте інформацію перед тим, як робити поширення?
 - 4 Якщо і так, багато поділюсь, чи зможете ви бути відповідальними, чи не зможете ви бути відповідальними, чи не зможете ви бути відповідальними?

IREX

ЗАПИТАЙТЕ СЕБЕ, КОЛИ ДИВИТЕСЬ ТЕЛЕВІЗОР

- ВЛАСНИК**
 - 1 Хто є власником цього каналу ТВ?
 - 2 Чи просуває інтереси певних підприємств, інформації?
 - 3 Яку ціл поширювання саме на цьому каналі і саме вразі?
- ДЖЕРЕЛА**
 - 1 Чи вказано джерело інформації та чи є можливість її перевірити?
 - 2 Де це можна почути інформацію про події, висвітлену на певному каналі ТВ (Інтернет, інші канали)?
- ЕМОЦІЇ**
 - 1 Чи викликає емоційні поведінки, домінують чи ваші емоції?
 - 2 Для чого вам інформація поширюється саме в цей канал? Чи це не просто і чи варто поділитися цю інформацію?
 - 3 Чому це варто додати до вашого каналу? Чи це не вказує на першоджерело інформації? Чи не вказує на першоджерело інформації?
- ОЧЕВИДЦІ**
 - 1 Чи є вказано ім'я, що вказує на відповідальність на місці події?
 - 2 Чи дійшли з наміром очевидці в текст і експертна оцінка чи повсякденність фактів?
- ЕКСПЕРТИ**
 - 1 Чи є думка експерта на правду фактом?
 - 2 Коментар експерта містить аналіз і прогноз чи емоційну оцінку / категоричне судження?
- КАРТІНКА**
 - 1 Чи відповідає зміст повідомлення сюжету зображення, текст зображення, першоджерело інформації? Чи не вказано першоджерело інформації? Чи не вказано першоджерело інформації?
 - 2 Чи вказано ім'я, що вказує на відповідальність на місці події? Чи дійшли з наміром очевидці в текст і експертна оцінка чи повсякденність фактів?
 - 3 Чи не вказано ім'я, що вказує на відповідальність на місці події? Чи дійшли з наміром очевидці в текст і експертна оцінка чи повсякденність фактів?
 - 4 Чи не вказано ім'я, що вказує на відповідальність на місці події? Чи дійшли з наміром очевидці в текст і експертна оцінка чи повсякденність фактів?

IREX

Матеріали проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»

(Слайд 15)

Факт означає подію, тобто те, що справді відбулось і що можна перевірити.

Судження – це така форма мислення, яка розкриває зв'язок між предметом і його ознакою.

Істинним називається таке судження, котре правильно відображає дійсність, відповідає тому, що є насправді.

Хибним є судження, яке неправильно відображає дійсність, не відповідає тому, що є насправді.

(Слайд 16) Додаток «99 способів розподілу на групи».

Об'єднання учителів у групи (Слайд 17).

Вправа «Судження, факт, факт без підтвердження».

Прочитайте статті: червоним підкресліть факти; зеленим – судження; жовтим – факти без підтвердження.

(Слайд 18) **Стаття № 1** «У Києві 4-річна дівчинка отримала хімічний опік легень через іграшку «слайм»».

Стаття № 2. **Вправу можна використати у 8 класі під час вивчення теми «Періодична система хімічних елементів»**

«Чи правда, що Менделєєв побачив Періодичну систему хімічних елементів уві сні?».



Вправа (Слайд 19).

Проскануйте QR-код та перегляньте відеоролик.

Сформуйте до нього:

- 1 група – 5 питань відкритого типу;
- 2 група – 5 питань закритого типу.



8 клас, тема: «Види хімічного зв'язку» (Слайд 20). Міжпредметні зв'язки: англійська мова.

9 клас, тема: «Жири» (Слайд 21). Міжпредметні зв'язки: англійська мова, фізика, біологія.



Вправа (Слайд 22)

7 клас. Домашній хімічний експеримент «Взаємодія харчової соди із соком квашеної капусти, лимонною кислотою, кефіром» (захист відеороликів). Міжпредметні зв'язки: інформатика.

Інструкція щодо створення відеоролику:

- Відеозапис експерименту не повинен бути довготривалим (змонтуйте його та зробіть швидку зйомку).
- Виділіть те, що може бути особливо цікаве.
- Озвучте відеозапис. Спирайтеся тільки на факти.
- Вибирайте енергійні, місткі слова.

Вправа (Слайд 23)

9 клас, тема: «Крохмаль і целюлоза як біополімери. Склад їхніх молекул, властивості, поширення в природі»

Із дитинства ми знаємо про користь молочних продуктів харчування. По телебаченню багато реклами молочних продуктів, але покупці вважають, що їх обманюють, та стверджують, що в молочно-кислих продуктах міститься крохмаль. Виробники запевняють, що не використовують крохмаль під час виготовлення молочно-кислих продуктів. Хто правий? Проведіть експериментальне дослідження (сетана, йогурт, сирок). Перед початком роботи повторіть правила ТБ (Техніки безпеки)

Аналіз медіаповідомлень (Слайд 24, 25)

Вправа (Слайд 26) 9 клас, тема: «Спирти. Загальні відомості, хімічні властивості одноатомних спиртів».

Клас об'єднується в дві групи. Проаналізуйте статті про користь і шкоду алкоголю: червоним підкресліть факти; зеленим – судження; жовтим – факти без підтвердження. *Зробіть висновки.*



Стаття 1 «Пийте на здоров'я. Вчені довели, що алкоголь все-таки продовжує життя».



Стаття 2 «Через надмірне вживання алкоголю у світі за рік померло понад 3 мільйони людей, більшість з них – чоловіки».

Вправа (Слайд 27). 7 клас, тема: «Кислотні дощі: нітратні та сульфатні»

Проаналізуйте статтю «Де на Херсонщині пройшли слабо кислотні дощі»: червоним підкресліть факти; зеленим – судження; жовтим – факти без підтвердження. *Запропонуйте які є варіанти вимірювання рН?*



Робота з токсичним контентом: аналіз прикладів дезінформації та нетолерантної лексики (Слайд 28).

Обговорення:

Що таке фейк? Як відрізнити фейкову новину від справжньої? Чи є ця інформація фейком? Запропонуйте варіанти як ми можемо це перевірити?

8 клас (Слайд 29). Тема: «Солі, їх склад і назва, фізичні властивості, поширення в природі та практичне застосування».

Три абразиви – діоксид кремнію, карбонат кальцію і пірофосфат натрію, – дбайливо та ретельно очищають зуби від нальоту чаю, кави, сигарет, їжі, ефективно видаляють поверхневе фарбування і вікову зміну кольору емалі зубів.

- **Діоксид кремнію** – найбільш ефективний абразив, що щадить і ефективно видаляє з поверхні зубів наліт від кави, чаю і залишків їжі.
 - **Карбонат кальцію** – поліруюча речовина, бере участь у процесі насичення зубів мікроелементами, попереджає розвиток карієсу. Комбінація діоксиду кремнію і карбонату кальцію дає найбільш виражену очищаючу дію.
 - **Пірофосфат натрію** сприяє ремінералізації емалі, відновленню мілких царапин і тріщин, попереджає утворенню зубного каменю і розвитку карієсу.
- «Як обрати зубну пасту? Подивившись на те, якого кольору квадратик на тюбику, можна визначити особливості складу пасти.**

Маркування на тюбику зубної пасти:

1. **Зелений квадратик** говорить про те, що паста складається практично повністю з натуральних інгредієнтів. До речі, такі квадратики можна помітити і на тюбиках з іншою косметикою!

2. **Синій квадратик** свідчить про те, що в пасті містяться як натуральні, так і хімічні компоненти.

3. Червоний квадратик на тюбику вказує на наявність невеликої кількості небезпечних хімікатів: таку пасту ні в якому разі не можна ковтати!

4. Чорний квадратик є найнебезпечнішим знаком. Шкідливі зубні пасту практично повністю складаються з хімікатів і відзначені таким значком на тюбику!



Таке маркування виробники використовують вже дуже давно! Особливо важливо перевірити дитячу зубну пасту, адже дітки так часто ковтають її під час чищення зубів ... Обирайте тільки натуральну продукцію!» (Джерело: <https://shlyakta.com.ua/pro-shcho-kazhut-kvadratky-na-zubnii-pasti-povnyen-znaty-kozhen/>).

Відскануйте QR-код та проаналізуйте матеріал та співставте його з попереднім:



Ідентифікація власних стереотипів (Слайд 30)

7 клас (Слайд 31). Тема: «Хімія – природнича наука»

Існує стереотип, що жінка не може бути науковцем, а гарна жінка та ще й білявка взагалі нічого в цьому не розуміє. Пропонуємо переглянути відеосюжет «На конкурсі «Міс Америка» перемогла дівчина-біохімік. Покликання на відео:

<https://www.youtube.com/watch?v=H9s4WPrbcHo>



Вправа

10 клас (Слайд 32). Тема «Нітрати в продуктах харчування»

Ще з садочка ми досить часто чуємо від батьків, а особливо від бабусь та дідусів, що продукти, які продають у супермаркетах містять багато «хімії», а саме нітратів. Корисніше купувати овочі та фрукти на базарі, а ще краще коли продають дачники. Так це чи ні зараз ми з вами перевіримо.

Перед вами два фото. Проаналізуйте їх. Які ви знаєте методи аналізу фейкових фото?



Фотографії з Інтернету



Джерело: <https://en.paperblog.com/>

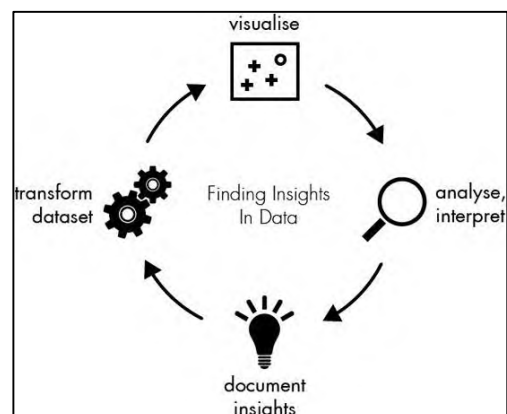
Перед вами два яблука, одне я купила в супермаркеті, інше на базарі. Запропонуйте, як ми можемо виміряти вміст нітратів в даних яблуках, та проведіть аналіз. Дотримуйтесь правил ТБ.

Слайд (34–44). Візуальні джерела та візуалізація – слайд (45–47).

8–11 клас під час виконання практичної частини програми.

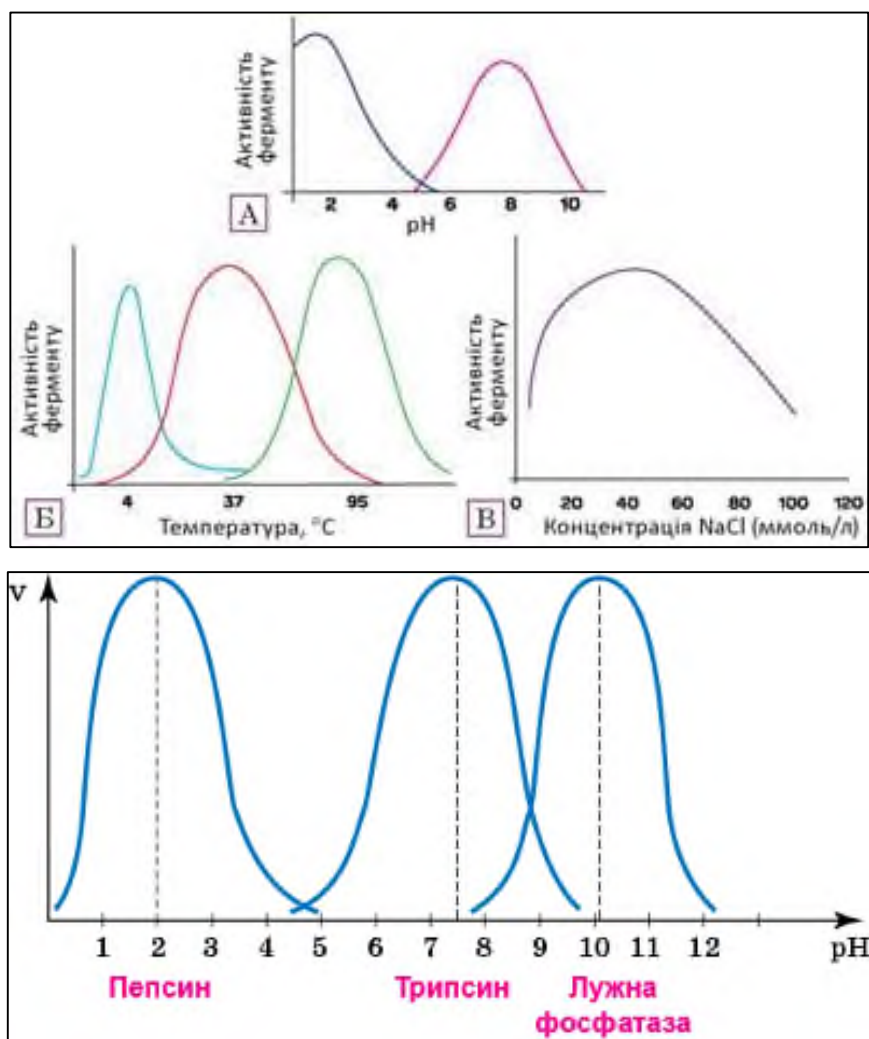
Візуалізація надає унікальний метод бачення бази даних. Візуалізувати дані можна в найрізноманітніші способи.

Таблиці є дуже потужними, коли ви маєте справу з порівняно малою кількістю позицій даних. Вони показують категорії та кількісні дані в найбільш структурованій та організованій формі, і розкривають свій повний потенціал у поєднанні із можливістю сортувати та



Джерело: <https://iassistdata.org/>

відфільтровувати дані. На додачу до цього, Едвард Тафт рекомендує включати невеликі діаграми у колонки з даними, наприклад, один стовпчик на рядок, або маленький лінійний графік (відомий також як спарклайн, sparkline). Але як уже було сказано у вступі, таблиці, без сумніву, мають свої обмеження. Вони прекрасно показують вам одновимірні дані (наприклад, перша десятка чогось), але погано пристосовані для порівняння різновимірних даних (наприклад, зміна чисельності населення в країні протягом часу).



Джерело: <https://lifelib.info/>

Графіки та діаграми загалом дають вам змогу вказувати різні виміри в ваших даних у формі візуальних пропорцій геометричних форм.

Пошук і перевірка інформації (Слайд 48).

Створення власних медіаповідомлень/медіапродуктів (Слайд 52).

Вправа (Слайд 53).

8 клас, тема: «Періодичний закон Д. І. Менделєєва (сучасне формулювання)».

«Створення Фейсбук-сторінки Д. І. Менделєєва»

Запропонуйте учням уявити, що Д. І. Менделєєв такий же соціально активний,

як і ми тепер й відтворити облікові записи (акаунти) відомих постатей із предмету в соціальних мережах. Під час відтворення, поміркуйте над тим, які б дописи могли б містили сторінки відомих діячів, що б вони коментували, кого «лайкали», а кого «дизлайкали», відповідно до переконань, знань, наукових інтересів, місця проживання, соціального статусу в суспільстві тощо.

Вправа «Знайди відповідність».

Узагальнення (Слайд 54).

ПІДСУМКОВА ДИСКУСІЯ (Слайд 55).

Використані джерела:

1. Журналістика даних: Посібник [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://texty.org.ua/archive-books/40161/zhurnalistyka-danykh-posibnyk-40161/>.

2. Закон України «Про доступ громадян до публічної інформації». Відомості Верховної Ради України. Київ, від 13.01.11 №2939.

3. Закон України «Про інформацію». Відомості Верховної Ради України. Київ 02.10.92 №2657 (із змінами, внесеними згідно із Законами. Останній від 13.01.11 №2938).

4. Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». – К.: IREX в Україні, 2019-2020.

5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya vprovadzhennya mediaosviti v ukraini nova redaktsiya/>.

6. Медіаосвіта (медіаграмотність) (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників): навчальна програма [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.aup.com.ua/uploads/programm.pdf>.

7. Портал "Медіаосвіта та медіаграмотність" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://medialiteracy.org.ua/>.

**ТЕМАТИЧНИЙ МОДУЛЬ «ПІДВИЩЕННЯ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ
ВЧИТЕЛІВ ПРИРОДНИЧИХ ДИСЦИПЛІН НА ПРИКЛАДІ ТЕМИ
«ОСНОВИ МАТЕМАТИЧНОЇ СТАТИСТИКИ: ДІАГРАМИ ТА ГРАФІКИ»**

*Наталя Махровська, к. пед. наук, доцент
кафедри теорії та методики природничо-
математичної освіти та ІТ*

*Ганна Погромська, к. пед. наук, доцент
кафедри теорії та методики природничо-
математичної освіти та ІТ*

Категорія: вчителі природничих дисциплін.

Мета модуля:

- Систематизувати знання про математичну статистику як розділ математики та аналітичні і статистичні дані.
- Ознайомити зі способами подання статистичних даних; розвивати вміння будувати частотні таблиці, полігон частот, гістограми, діаграми.
- Формувати вміння зображення й аналізу кількісної інформації, представленої у різних формах (таблиці, діаграми, графіки реальних залежностей).
- Розвивати пам'ять, увагу, логічне мислення, розумову діяльність, уміння робити порівняльний аналіз та систематизувати матеріал, спонукати до пізнавальної діяльності.
- Формувати навички критичного аналізу отриманих результати, використовуючи математичні методи (арифметичний, метод підбору, обернений розв'язок).

Навички з інфомедійної грамотності:

- уміння аналітично та графічно інтерпретувати та представляти вхідну та вихідну інформацію;
- уміння систематизувати інформацію, висувати гіпотези та оцінювати альтернативи;
- уміння відрізняти факти від думок та суджень.

Компетентності:

- критичне мислення;
- цифрова безпека;
- візуальна грамотність;
- інформаційна грамотність.

ОПИС. Модуль включає в себе завдання та активності, які можуть бути використані під час вивчення теми шкільного курсу математики «Основи математичної статистики: діаграми та графіки». Вони спрямовані на критичний аналіз отриманих результатів з точки зору математики та статистики.

Необхідні інструменти: ноутбуки або смартфони, підключення до інтернету.

За шкільною програмою

Уміння:

- міркувати, робити висновки на основі інформації, поданої в різних формах (у таблицях, діаграмах, на графіках);
- здійснювати необхідні розрахунки для встановлення пропорційності, відтворення перспективи, створення об'ємно-просторових композицій; унаочнювати математичні моделі, зображати фігури, графіки, рисунки, схеми, діаграми.

Навчальні ресурси:

- складання графіків та діаграм, які ілюструють функціональні залежності результатів впливу людської діяльності на природу;
- візуалізація даних, побудова графіків та діаграм за допомогою програмних засобів.

ЗМІСТ МОДУЛЯ

АКТИВНІСТЬ «КРИГОЛАМ ЩИТИ». Знайомство з групою.

МОТИВАЦІЙНИЙ КОМПОНЕНТ

ВПРАВА 1. «СТЕПІНЬ ЧИСЛА 1»

ПОЯСНЕННЯ. Якщо прийняти зусилля за 1 та підвести до 365 степеня – кількість днів одного року, то результат не змінюється. Якщо буду робити трішечки менше, ніж можете – і всі зусилля зводяться практично до 0. Але докласти трішечки більше зусиль, ніж ви це робите зазвичай, то результат збільшується у рази! (рис. 1)

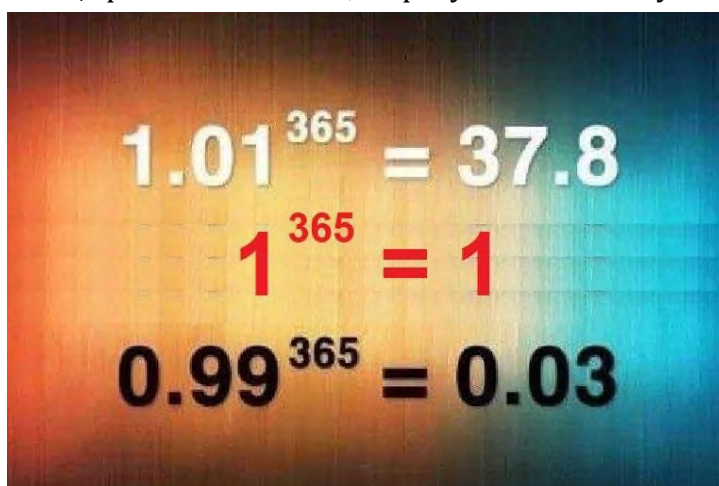


Рис. 1

ОСНОВНА ЧАСТИНА

ЗАПИТАЙТЕ в учасників, чи знайомі вони з поняттям «високосний рік»? Чи знають, чому виникла необхідність запровадження такого року? За яким календарем ми живемо? Як обчислюється номер високосного року?

ВПРАВА 2. «Перевіряємо правильність суджень учасників на прикладі поняття «високосний рік».

Засобами пошукових систем знайти інформацію про високосний рік:

1. Знайти інформацію за запитом «**високосний рік**» у різних джерелах.
2. Знайти поняття «**високосний рік**» у академічному тлумачному словнику української мови (<https://www.slovnuk.ua/>, <http://sum.in.ua/>)

ВИСОКОСНИЙ РІК. Кожний четвертий календарний рік, що має на одну добу більше (366) за звичайний (365), номер якого без остачі ділиться на чотири.

3. В українській *Вікіпедії* (uk.wikipedia.org) знайти інформацію про те, як вираховується номер високосного року.

Наприкінці 1582 році папа Григорій XIII запровадив у католицьких країнах календар, у якому рік є високосним, якщо він кратний до 4, але не кратний до 100, або ж кратний до 400

РОБИМО ВИСНОВОК про результати пошуку інформації за запитом (*звернути увагу* на формулювання запиту та його уточнення).

ЗАПИТАЙТЕ, на що варто звернути увагу, коли ми беремо інформацію з Інтернет?

ПОЯСНІТЬ особливості медіатексту, використовуючи плакат «На що варто звернути увагу в медіатексті» (додаток 1).

ДОДАТКОВЕ ЗАВДАННЯ. Які прикмети та забобони пов'язані з високосним роком?

ВПРАВА 3. «ФАКТ-СУДЖЕННЯ»

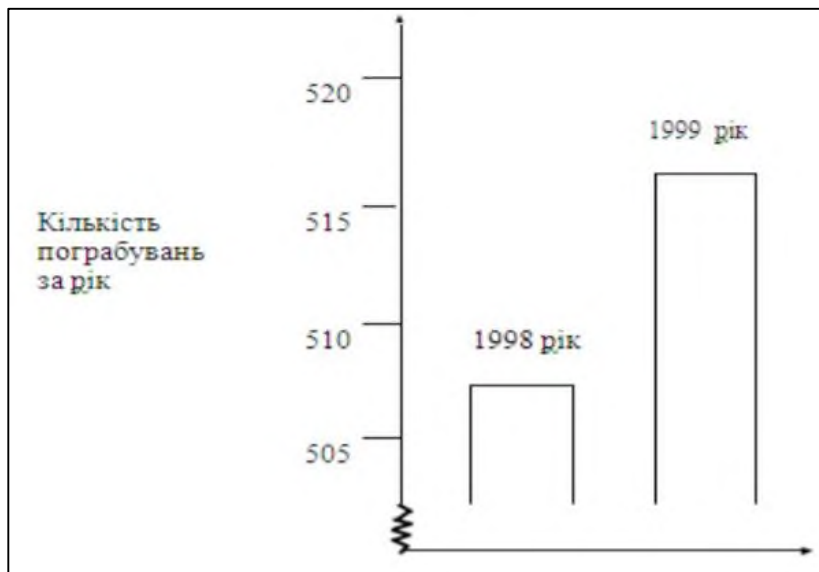
ПОЯСНІТЬ терміни «факт» та «судження» і різницю між ними, використовуючи плакат «Факт vs судження» (Додаток 2).

АКТИВНІСТЬ «Об'єднання в групи за порами року»

ВПРАВА 4. «ФАКТ ЧИ СУДЖЕННЯ?»

ОПИС. Слухачам пропонується розглянути дані, представлені у вигляді таблиці та діаграм, висловивши власну позицію щодо понять «Факт vs судження».

Питання 1. ПОГРАБУВАННЯ



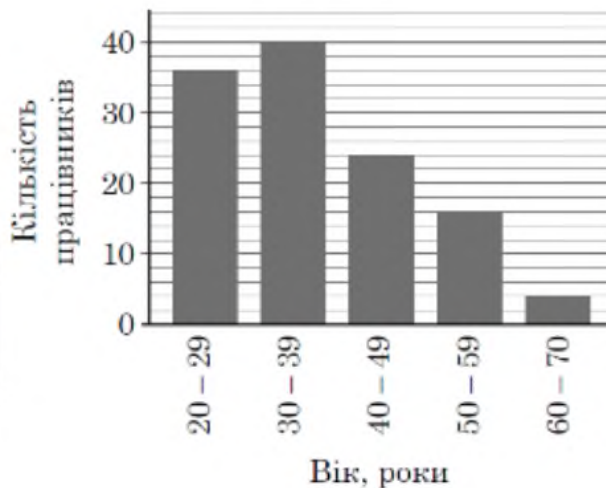
У телепередачі журналіст показав наступну діаграму і сказав: «Діаграма показує, що порівняно з 1998 роком, в 1999 році різко зросла кількість пограбувань».

Чи вважаєте ви, що журналіст зробив правильний висновок на основі цієї діаграми? Це факт чи судження?

Питання 2. ПРАЦІВНИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На діаграмі відображено розподіл кількості працівників фірми за віком. Скільки всього працівників працює на цій фірмі?

А	Б	В	Г	Д
40	96	120	144	110



Діаграма побудована на основі фактичних чи суб'єктивних даних? Відповідь до завдання є фактом чи судженням?

Питання 3. УЛЮБЛЕНА ПОРА РОКУ

Пора року	Загальна кількість
Весна	13
Літо	18
Осінь	9
Зима	12



На основі опитування учнів дев'ятих класів про їх улюблену пору року побудовано стовпчикову гістограму. За діаграмою можна зробити висновок, що для учнів цієї школи улюблена пора року – літо.

Чи правильний цей висновок? Це факт чи судження?

Питання 4. ЗМАГАННЯ З ЛЕГКОЇ АТЛЕТИКИ

Результати змагань з легкої атлетики

Ім'я	Найкращий результат		
	Стрибок у довжину з розбігу (см)	Метання м'яча (м)	Біг на 30 м (с)
Іван	240	26	8
Петро	271	20	7
Юрій	242	27	6

- Чи правда, що Іван був найкращим у цих змаганнях? Це факт чи судження?
- На які з наступних питань можна дати відповідь на основі даних з таблиці?
- В яких одиницях вимірювались результати стрибків у довжину з розбігу?
- Скільки всього хлопчиків і дівчат брали участь у змаганнях?
- Який результат Юрія у метанні м'яча?
- Хто з хлопців переміг у двох видах змагань?
- Хто був переможцем проведених змагань?
- Які з відповідей є фактом, а які судженням?

ЗАУВАЖТЕ. Слід обов'язково звертати увагу на академічну доброчесність при використанні завдань або додаткових відомостей (автор, джерело).

АКТИВНІСТЬ «Поділ на групи жеребкуванням з використанням карток з назвами звірів» (ведмідь, носорог, лев, слон)

ВПРАВА 5. «Складаємо рейтинг тварин-довгожителів на базі рішення задачі «Про слона».

ОПИС. Пропонується проаналізувати та співставити отримані результати-відповідь задачі з дійсною інформацією, користуючись додатковими джерелами (енциклопедія, інтернет-ресурси тощо).

МАТЕМАТИЧНА УМОВА. Середня тривалість життя білого ведмеда – 32 роки, що становить $\frac{2}{3}$ середньої тривалості життя носорога, $\frac{4}{5}$ – лева і $\frac{4}{25}$ – слона. Знайти середню тривалість життя носорога, лева і слона.

ЗАПРОПОНУЙТЕ

1. Кожна група розв'язує задачу самостійно (3 хв) та заносить результати у таблицю на дошці.
2. Тренер узагальнює інформацію та оприлюднює рейтинг тварин-довгожителів за результатами відповідей задачі.
3. Кожна група знаходить дійсну інформацію про роки життя тварини за назвою групи з інтернет-джерел, енциклопедій тощо.
4. Тренер заносить знайдену правильну інформацію у загальну таблицю, запитуючи при цьому у кожної з груп: якими джерелами даних ви користувалися щоб зробити такі висновки? Скільки джерел ви перевірили?
5. Спільно робиться висновок та знаходиться ступінь розходження.
6. Кожна група будує стовпчикову гістограму (за результатами задачі, правильні дані).

ПІДСУМОК. Коли ми отримаємо результати розв'язання задачі, слід звертати увагу слухачів на те, що завдання, які пропонуються учням на уроках, мають бути коректними та відповідати дійсності.

ЗАУВАЖТЕ. Важливим є формування в учнів умінь подавати дані у вигляді таблиць, графіків і діаграм різних типів та на основі їхнього аналізу робити відповідні висновки

АКТИВНІСТЬ «6 на 6 на 6»

ВПРАВА 6. «Вміння отримувати дані з візуальних джерел інформації на базі задачі «Озеро Чад»

МАТЕМАТИЧНА УМОВА. На рисунку 1 показано зміни рівня води в озері Чад у північно-африканській частині пустелі Сахара. Озеро Чад повністю зникло приблизно в 20 000 р. до нашої ери під час останнього Льодовикового періоду. Приблизно в 11 000 р. до нашої ери воно з'явилося знову. Сьогодні рівень води в цьому озері приблизно той самий, яким він був у 1 000 р. нашої ери.

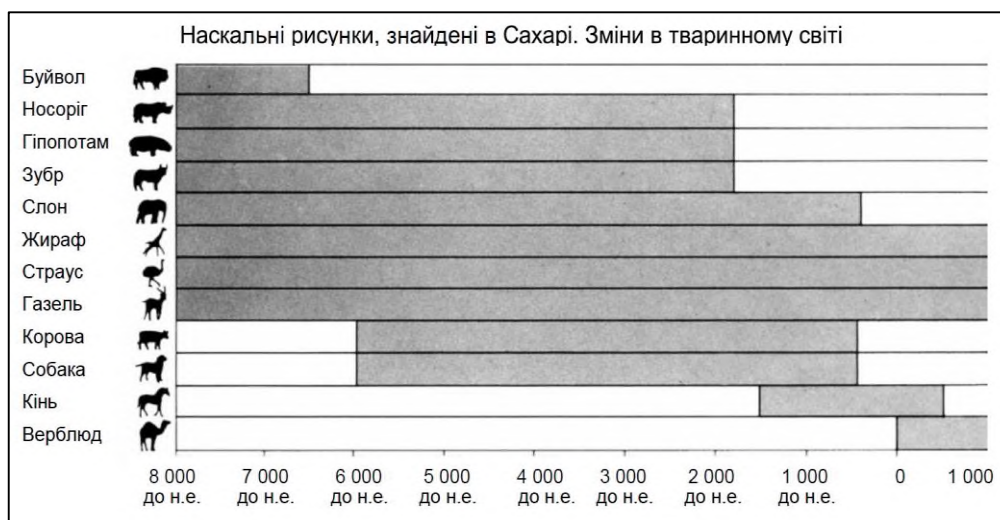


Рис. 1

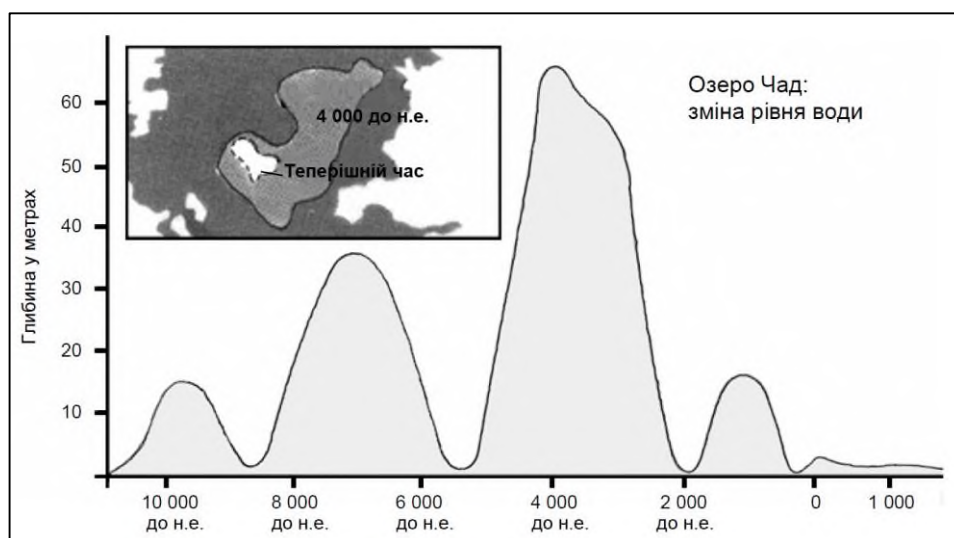


Рис. 2

На діаграмі, що представлена на рисунку 2, показані наскальне мистецтво в Сахарі (стародавні малюнки або живопис, знайдені на стінах печер) і зміни у тваринному світі.

Завдання 1. Яка глибина озера Чад на сьогоднішній день?

- А. Близько двох метрів.
- Б. Близько п'ятнадцяти метрів.
- В. Близько п'ятдесяти метрів.
- Г. Воно повністю зникло.
- Д. Інформація про це відсутня.

Завдання 2. Який приблизно рік відповідає початковій точці графіка на рисунку 1?

Завдання 3. Чому автор обрав саме цей рік як початкову точку на графіку?

Завдання 4. Рисунок 2 заснований на припущенні про те, що:

- А. тварини, зображені на наскальних малюнках, мешкали в районі озера

Чад у той час, коли їх малювали.

- Б. художники, які малювали тварин, мали високу техніку малюнка.
- В. художники, які малювали тварин, мали можливість подорожувати на далекі відстані.
- Г. не було спроби приручити тварин, зображених на наскельних малюнках.

Завдання 5. Для відповіді на це питання вам потрібно об'єднати інформацію, що представлена на рисунках 1 і 2.

Зникнення носорога, гіпопотама та зубра з наскельних малюнків пустелі Сахара сталося:

- А. на початку самого останнього Льодовикового періоду.
- Б. у середині періоду, коли глибина озера Чад досягала найвищого рівня.
- В. після того, як рівень озера Чад знижувався протягом більше тисячі років.
- Г. на початку безперервного сухого періоду.

ПІДСУМОК. У сучасному світі важливим є вміння аналізувати фото, лого, символи, постери, інфографіку та інші візуальні ряди щоб на їх основі робити власні правильні висновки.

ВПРАВА 7. «Читання за діаграмами і графіками»

1. Використання *QR коду* для переходу на «Kahoot!»
2. Тестування на «Kahoot!» «Зчитування даних з діаграм та графіків». Слухачам пропонуються діаграми різних типів із завданням отримання з них правильних даних.

ЗАПРОПОНУЙТЕ слухачам курсів ознайомитися зі способами роботи на *Kahoot!*

ВПРАВА 8. «Види діаграм та способи їх побудови»

ПОЯСНІТЬ слухачам курсів:

1. Види діаграм та їх відмінності. Галузі застосування.
2. Способи побудови, зокрема засобами Гугл-таблиць.

Активність «Об'єднання у групи жеребкуванням із використанням карток з назвами типів діаграм».

ВПРАВА 9. «Аналітичне опрацювання та представлення даних»

1. Кожна група отримує відомості зі статистичними даними з різних джерел (задач).
2. Слухачі мають побудувати діаграми, підібравши раціональний тип діаграми (*Гугл таблиці*).
3. Додати побудовані діаграми на відповідний слайд групи у спільній Гугл-презентації.

ВИСНОВКИ

Отже, у ході тренінгу слухачі удосконалять уміння аналізувати візуальну інформацію, представлену у вигляді діаграм та графіків, співставляти факти та судження стосовно інтерпретації отриманих результатів розв'язків задач.

Використані джерела:

1. PISA: математична грамотність / уклад. Т. С. Вакуленко, В. П. Горох, С. В. Ломакович, В. М. Терещенко; перекл. К. Є. Шумова. – К. : УЦОЯО, 2018. – 60 с.
2. Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проекту "Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність". – К.: IREX в Україні, 2019-2020.
3. Мерзляк А. Г. Математика. 5 клас: підручник для закладів загальної середньої освіти / А. Г. Мерзляк, В. Б. Полонський, М. С. Якір. – Вид. 2-ге, доопрац. відповідно до чинної навч. програми. – Х.: Гімназія, 2018. – 272 с.: іл.

НА ЩО ВАРТО ЗВЕРНУТИ УВАГУ В МЕДІАТЕКСТІ?

ЗАГОЛОВКИ

- ? Чи можна зрозуміти зміст повідомлення і зробити висновки лише за заголовком?
- ? Чи варто поширювати матеріал в соцмережах, орієнтуючись лише на заголовок та лід (підзаголовок, перший абзац)?
- ? Заголовок відповідає інформації в тексті?
- ? Чи містить заголовок категоричні твердження, які не можливо перевірити?

ЕМОЦІЇ

- ? Чи апелюють заголовок, фото і судження в тексті до ваших емоцій, чи намагаються їх використати, щоб спонукати вас до дії, зміни ставлення?

ДЖЕРЕЛА

- ? Чи вказані джерела інформації, чи є можливість її перевірити?
- ? Дата події та дата публікації співпадають?
- ? Чи не базується текст на чутках, узагальненнях, упередженнях та стереотипах?



ФАКТИ, ЛОГІКА

- ? Чи містить текст оцінчні судження і чи не підміняють вони собою факти?
- ? Зв'язок між фактами та описаними подіями є логічним і послідовним?
- ? Чи не вирвана подія з контексту?

ЕКСПЕРТИ

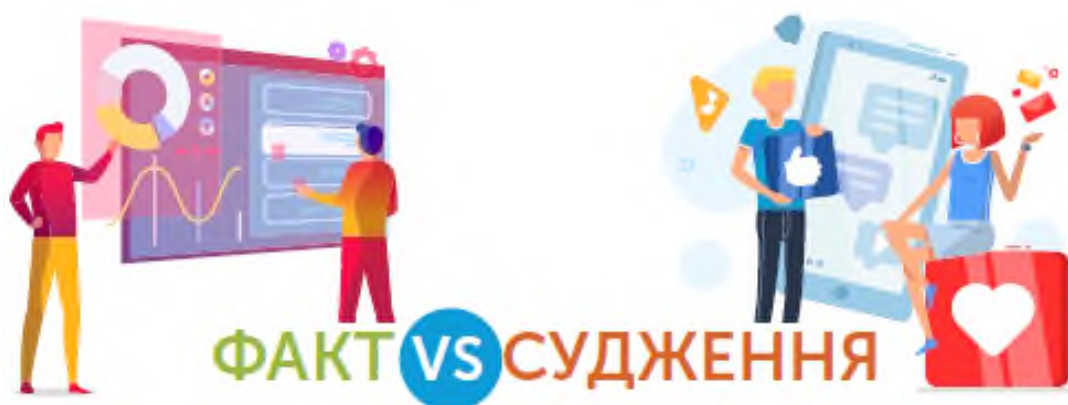
- ? Чи є думка експерта насправду фаховою?
- ? Коментар експерта містить аналіз / прогноз чи емоційну оцінку / категоричне судження?

ОЧЕВИДЦІ

- ? Чи впевнені ви, що вказані очевидці були присутніми на місці події?
- ? Чим діляться очевидці в тексті – емоціями та оцінками чи повідомляють факти?



Із матеріалів проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»



Факт	Судження
Цифри, дати, події, статистика, докази, досягнення тощо	Чийсь думки, розмісли, припущення, міркування або відчуття, надії, сподівання з приводу чогось
Об'єктивний – має місце сам по собі	Суб'єктивне – передає точку зору людини
Можна довести	Не можна довести
Можна перевірити	Не можна перевірити
Є незмінним після того, як відбувся	Може змінюватися в залежності від настрою, мети або кількості нових фактів, на основі яких створено
Можуть бути основою для судження	Можуть базуватися або не базуватися на фактах
Для його повідомлення часто використовуються дієслова: «було, буде», показувати, демонструвати, відкривати, доводити	Для його повідомлення часто використовуються дієслова: думати, вважати, припускати, відчувати, сподіватися, висловлювати (погляди) тощо
Зазвичай сприймається сам по собі, незалежно від того, хто його повідомив	Зазвичай сприймається невідривно від людини, яка його повідомляє
В медіа зазвичай подаються в рубриках: «Новини», «Події», «Розслідування»	В медіа зазвичай подаються в рубриках: «Думка», «Редакторська колонка»
Розрізняють: <ol style="list-style-type: none"> 1) Доведені факти 2) Факти, які треба перевірити 3) Неправда, представлена як факт (фейк) 	Розрізняють: <ol style="list-style-type: none"> 1) Думку – судження базоване на фактах 2) Погляд, або переконання – судження, засноване на вірі, моралі або цінностях 3) Упередження – думка на підставі недостатніх або не повністю досліджених доказів

Із матеріалів проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»

РОЗДІЛ 2

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ ПІД ЧАС ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В ШКОЛІ

ПЛАН-ПРОСПЕКТ ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ «ВИВЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕКСТІВ НА УРОЦІ ЛІТЕРАТУРИ ШЛЯХОМ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ»

Дарія Лукьяненко, к.пед.наук, доцент кафедри теорії й методики мовно-літературної та художньо-естетичної освіти МОІППО

Анастасія Кузнєцова, старший викладач кафедри теорії й методики мовно-літературної та художньо-естетичної освіти МОІППО

Мета: проаналізувати поетичні твори Сашка Обрія («Голодні соцмережі», «гаджет»), розкрити їхню проблематику, визначити художню цінність; розвивати й удосконалювати навички критичного і творчого мислення, зв'язного монологічного й діалогічного мовлення, уміння ефективно працювати в різних формах взаємодії, навички етичного спілкування, уміння аналізувати візуальну інформацію; зацікавити творчістю нашого земляка, виховувати інтерес до літератури як мистецтва; спонукати до подальшого професійного й особистісного розвитку.

Компетентності:

- літературна;
- читацька;
- мовленнєва/державомовна;
- комунікативна;
- компетентності інфо-медійної грамотності;
- уміння вчитися впродовж життя.

Компетентності інфомедійної грамотності:

- інформаційна грамотність;
- критичне мислення;
- візуальна грамотність;
- соціальна толерантність;
- стійність до впливів;
- інноваційність, розвиток креативності.

Переваги розробки:

1. Інтеграція читацької, літературної складових і медіаграмотності.
2. Популяризація регіональних текстів (література Миколаївщини).
3. Використання маловідомих недосліджених художніх текстів ХХІ століття на актуальну для молоді тематику.

Завдання 1. Прочитайте вірш Сашка Обрія «Голодні соцмережі». Спрогнозуйте, скільки років автору, хто він за фахом.

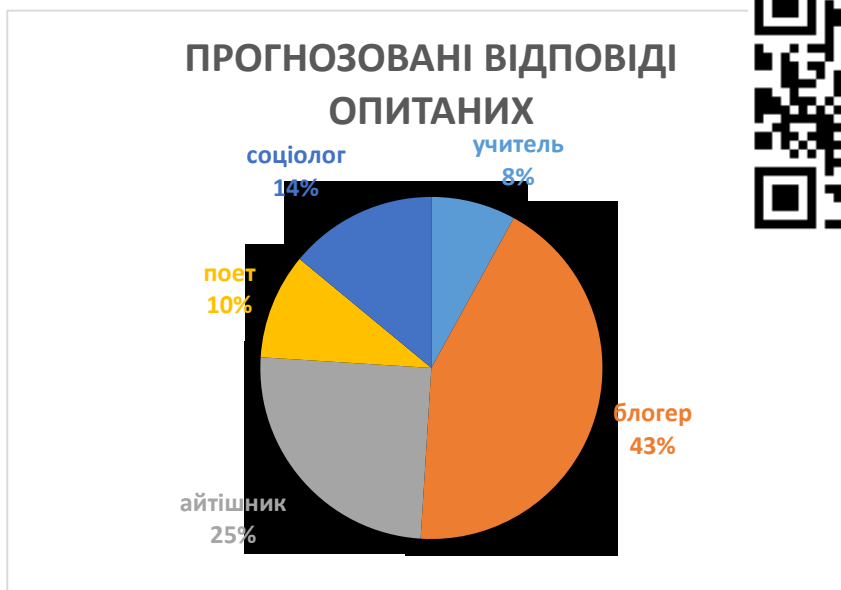
*Наче хтось напустив в мою душу іржі,
Кислотою чимдуж роз'ятрив її струни –
Я невільником втрапив до соцмережі,
Осушивши солодкий з отрутою трунок...*

*На руках і ногах я не маю оков,
Та міцніш, ніж кайданами, воля закута.
І у жилах скипає розбурхана кров,
Лиш коли інтернет мене вабить у пуга!*

*Добровільно в заточення йду без питань,
Не пручаючись... – наче приречений смертник,
Від «Вконтакте» й «Фейсбука» в мені пророста
Безліч коренів, безліч мотузок інертних.*

*Чи довічно, мов кролик, вклоняться їм,
Лжепророкам сучасним, що манять в тенета?
Хто кого? – Може ви мене, я вас, мо', з'їм?
Апетити зростають в очах інтернету!*

Узагальнення прогнозів:



Відскануйте QR-код і зіставте Ваш прогноз із біографією Сашка Обрія.

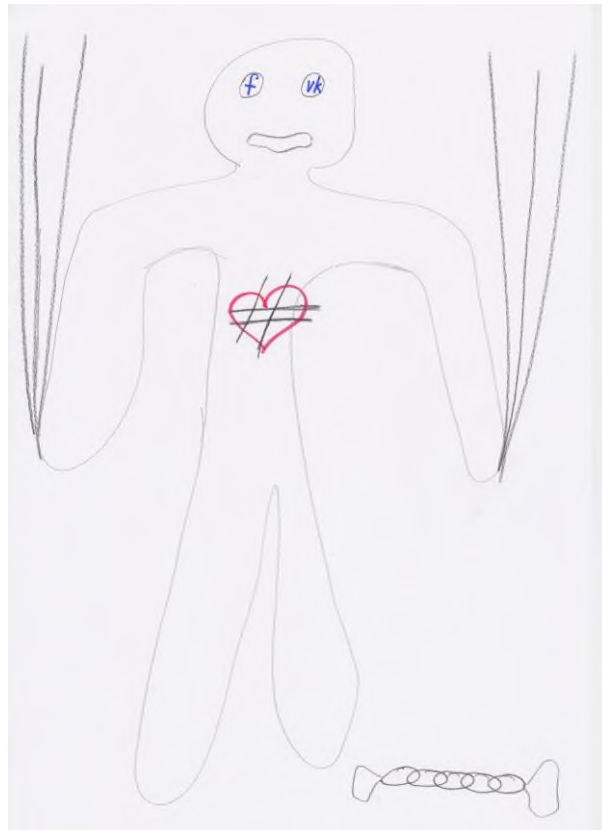
Завдання 2.1 Попрацюйте в малих групах, об'єднавшись за розрахунком «Фейсбук», «Твіттер», «Інстаграм», «Ютуб».

Проаналізуйте символ з інтернету: чи може він бути візуалізацією ліричного героя? Аргументуйте свою думку.



Джерело: <https://cutt.ly/4rvhR2w>

Завдання 2.2. Намалюйте рисунок-асоціацію ліричного героя або доповніть запропоноване зображення. Прокоментуйте, використавши цитатний матеріал.



Приклад виконаного завдання. Робота авторів розробки

Завдання 3.1. Об'єднайтеся в малі групи за результатами жеребкування геометричними фігурами (квадрат, трикутник, круг, овал, прямокутник). Створіть схему каскаду наслідків «Якщо зникнуть соцмережі».



(Джерело схеми: Громадянська відповідальність: 80 вправ для формування громадянської та соціальної компетентностей під час вивчення різних шкільних предметів. 5-9 клас. Посібник для вчителя / Рафальська М., Боярчук О., Герасим Н. та ін. – Київ, 2017. – 136 с.; С. 29)

Завдання 3.2. Прокоментуйте створену схему за допомогою складнопідрядних речень з умовно-наслідковим зв'язком.

Завдання 4. Перегляньте відео «Як це жити без соцмереж» (<https://cutt.ly/IrvhFlz>).

Запитання для обговорення:

- ✓ У чому суть челенджу?
- ✓ Чи є у вас така потреба?
- ✓ Які висновки зробила героїня медіатексту?
- ✓ Чи готові ви до такого челенджу?

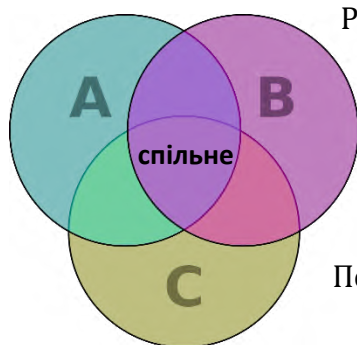
Завдання 5. Вправа «4 кути»

Я відмовлюся від...



Завдання 6. Робота в «трійках», сформованих за власними вподобаннями.

З'ясуйте значення слова «гаджет», скориставшись різними джерелами (Можливі джерела: <https://cutt.ly/nrvjDvT>, <https://cutt.ly/NrvjFm4>, <https://cutt.ly/RrvjHEs>)



Результати представте у форматі діаграми Вена.

A, B, C – відмінне. (Джерело: https://uk.wikipedia.org/wiki/Діаграма_Вена).

Примітка. Кількість кіл залежить від кількості джерел.

Завдання 7.1. Прочитайте вірш Сашка Обрія. Поміркуйте, чому в назві автор використовує малу літеру?

гаджети

*Снять про гаджети сини.
Кожен з них придбає гаджет.
Влітку, взимку й восени.
Ох і гад же ти, ой гад же!*

*Ти збираєш данину,
крадучи увагу й спокій.
Хлопчаки і дами, ну!
Ну ж бо, ситі лежебоки!*

*Гаджет з вас віршовки в'є.
Гаджет вам себе навішав.
Вже Адамів замість Єв
полонить модель новіша.*

*Тора, Біблія й Коран
в стороні нервово курять:
Бог – один. І це – екран.
Хитрий вовк в овечій шкурі.*

*Вже й забули про пісні,
про танкі і про пивниці.
Щастя й горе – прописні.
Київ, Харків, Кропивницький*

*все запишуть в «світляки»,
смирно втупившись у сенсор.
Бачиш, сину, світ який –
гаджет більше має сенсу.*

*Гаджет – наш новий пророк –
світло в голови нестиме.
Гаджет краще всіх природ.
Наша віра, сила, стимул.*

*Мам і тат, бібліотек
ліпше, теплий і ребристий.
Певно, гаджет – це сам Пек.
Ох і наволоч мій пристрій!..*

Завдання 7.2. Що вважає гаджетом автор однойменного вірша? Чи поділяєте ви його думку? Згадайте визначення, з'ясовані за допомогою різних джерел (завдання 6). Чи змінили ви свою думку щодо змісту слова «гаджет»?

Підсумок. Завдання 8.1. «Мій тайм-планер». Сплануйте свій інтернет-тиждень: запишіть види занять та орієнтовну кількість часу, витраченого на них.

Кількість витраченого часу в інтернеті							
Вид заняття / День тижня	пн	вт	ср	чт	пт	сб	нд

Можливі види занять:

- ✓ перегляд фільмів;
- ✓ серфінг;
- ✓ онлайн-ігри;
- ✓ навчання;
- ✓ перегляд передач соціокультурного змісту;
- ✓ перегляд розважальних передач;
- ✓ спілкування.

Завдання 8.2. Підрахуйте кількість «витраченого» часу в кожен день тижня. Запишіть на наліпках.

Руханка «Ранжування»: учасники вишиковуються від найменшої кількості часу до найбільшої за кожным днем тижня.

Примітка: важливо з’ясувати, хто буде постійним «лідером»; хто «відстає»; хто займає стабільне місце.

Чому саме в той чи той день тижня спостерігаємо найвищі / найнижчі результати? Наприклад, у понеділок за допомогою інтернету «знімаємо стрес» початку робочого тижня.

Домашнє завдання: проведіть опитування «Які гаджети потрібні школярам?» Визначте самостійно респондентів. Результати опитування представте у форматі інфографіки.

Джерело віршів: Живлюща сила Ємигії : Літературна антологія Миколаївщини : Для старшокласників / гол. ред. В. Шуляр; укл. В. Шуляр, Д. Лукьяненко. – Миколаїв : Іліон, 2019. – 356 с.; С. 339–341.

Додаткові матеріали доступні за QR кодом:



**УРОК УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ, 10 КЛАС.
НОВЕЛА «СОЙЧИНЕ КРИЛО» – ЖІНОЧА ДОЛЯ В НОВІТНІЙ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ**

*Людмила Назаренко, к. пед. наук,
доцент, методист навчально-
методичної лабораторії управління
розвитком регіональної освіти*

Опис. Пропонуємо інтегрувати інфомедійну грамотність у навчальні матеріали з української літератури (10 клас) через тренінг, використовуючи 9 шляхів упровадження інфомедійної грамотності проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»:

1 – основи критичного мислення (обґрунтування позиції, встановлення причиново-наслідкових зв'язків між почуттями жінок і можливими їхніми вчинками. Вправа «Карта ідей»).

2 – аналіз медіаповідомлень (Робота зі статтею щодо ставлення І. Франка до жінок. Вправа «Стрічка новин»).

3 – робота з токсичним контентом (інтерпретування демонічних образів у творі, їхнього емоційного впливу, накреслення шляхів протидії мікроагресії. Вправа «Вчимося протидіяти мікроагресії»).

4 – ідентифікація власних стереотипів (добір власних асоціацій до образу жінки, пошук їх за твором, проведення паралелей сприймання образу жінки через призму вірувань і часових нашарувань, гендерна дискримінація у творі (факт, емоції, потреби, прохання). Вправа «Літаючі плакати»).

5 – візуальні джерела та візуалізація (робота з ілюстративним матеріалом до твору, фрагментом запису вистави на сцені Харківського театру «Post Scriptum», пошук і аналіз маніпуляційних ефектів);


6 – пошук і перевірка інформації (пропозиції учнів про можливість перевірки шахрая й крадія Генрися, якби події у творі розгортались у наш час. Вправа «Фактчекінг»).

7 – проведення паралелей між явищами, процесами (дискусія з приводу емоційного сприйняття смислу вислову «штука для штуки» Манею та Массіно. Вправа «Аналіз впливу сприйняття на емоції», Вправа «Барометр»).

8 – створення власних медіаповідомлень (створення учнями дома атмосферного буктрейлера за новелою «Сойчине крило», фейсбук-сторінок героїв).

9 – текст про медіа для аналізу (Вправа «Навчаємося готувати промову для публічного виступу». Підсумковий виступ «Жіноча доля в новітній інтерпретації за новелою «Сойчине крило» І. Франка»).

<p>Учень має знати</p> <ul style="list-style-type: none"> • композицію та сюжет новели «Сойчине крило». 	<p>Учень має розуміти</p> <ul style="list-style-type: none"> • морально-етичні проблеми, порушені у творі. 	<p>Учень має вміти</p> <ul style="list-style-type: none"> • характеризувати модерністську специфіку твору.
<p>Мета уроку</p> <ul style="list-style-type: none"> • Допомогти учням глибше усвідомити ідейно-художній зміст новели. • Розкрити долю людини в новітній інтерпретації. • Продемонструвати маркери емоційного впливу інформації. • Розвивати навички аналізу образів, зв'язного мовлення, образне мислення. • Формувати інтерес до модернової літератури. • Виховувати культуру людських відносин. 	<p>Навички з інфомедійної грамотності</p> <ul style="list-style-type: none"> • аналіз медійного контенту; • розвиток критичного мислення; • розвиток емоційного інтелекту; • інформаційна безпека; • використання цифрової грамотності у творчій діяльності учнів-читачів; • ідентифікація впливу медіа на емоції; • уміння проводити паралелі з теперішнім часом. 	<p>Що необхідно підготувати до уроку</p> <ul style="list-style-type: none"> • комп'ютер та проектор для перегляду презентації, відео, рекламного ролику, роздруківки пам'ятки для підготовки публічного виступу; • фліпчарт, стикери й маркери.

Опис	Зображення, схема, фото, слайд із презентації тощо
<p style="text-align: center;"><u>Вправа «Карта ідей»</u></p> <p>СКАЖІТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Жіноче серце – океан, рай і пекло водночас. Зрозуміти жіночу поведінку, її серце намагались багато століть, але й до цього часу точаться суперечки. Узаємовідносини між чоловіком і жінкою – це два світи, які вбирають у себе переживання, емоції, відчуття, настрої. Кохання, що виникає між особистостями, єдине у своєму роді, але може вбирати в себе інші почуття. Складно вберегти його, але кому це вдасться, відчує себе щасливим. <p>ЗАПИТАЙТЕ.</p> <p style="padding-left: 40px;">Жіноче серце! Чи ти лід студений, Чи запашний, чудовий цвіт весни? Чи світло місяця? Огонь страшенний, Що нищить все? Чи ти як тихі сни?</p> <p style="text-align: right;">І. Франко</p> <ul style="list-style-type: none"> • Спробуйте дати відповіді на запитання, поставлені І. Франком. • Напишіть на 3 стікерах, що, на вашу думку, керує жіночими вчинками? Думку обґрунтуйте. (Наприклад, гормони, почуття, ставлення, упередження, мораль, психологічний стан, здоров'я, стреси, зовнішність, самооцінка...) • Прочитайте кожен спочатку по одній відповіді, а потім наступні. Аркуші зі схожими думками наклейте на ватман один біля одного. • Обведіть маркером «острівці», які утворилися в нашому «морі»? Дайте їм назви. • Встановіть причиново-наслідкові зв'язки. • Ми отримали карту, яка стане пугівником у розумінні вчинків Мані на подальше її життя. <p>ПРИМІТКА. Учитель слідує за процесом, скеровує, але не нав'язує свою позицію.</p>	 <p style="text-align: center;">Портрет І. Франка</p>

Вправа «Стрічка новин»

ЗАПРОПОНУЙТЕ учням з'ясувати взаємне ставлення І. Франка до жінок і висловити свою думку, ознайомившись із текстом медійної статті (QR-код).



ЗАПИТАЙТЕ:

- Хто автор повідомлення?
- Який тип контенту? Із якою метою його створено?
- Хто цільова аудиторія?
- Чи дотримано журналістських стандартів?
- Чи врятувало кохання І. Франка й жінок від розчарувань, страждань, смерті?

СКАЖІТЬ:

- На основі статті запропонуйте назви до стрічок новин про О. Рошкевич, Ю. Дзвонковську та Ц. Зигмунтовську.

ЗАПИТАЙТЕ:

- Прослідкуйте, чи не є заголовки маніпулятивними?
- Яка з новин вам ближча й чому?
- Які з заголовків можуть бути використані для блогу, сайту, авторської колонки, статті?
- Як змінювалося ваше ставлення до жінок у процесі читання заголовків?
- З'ясуйте, чому новела називається «Сойчине крило»? На що натякає автор, даючи таку назву своєму твору?
- Яку назву ви запропонували б?



Сойка (фото з Інтернету)

Вправа «Вчимось протидіяти агресії/мікроагресії»

ЗАПИТАЙТЕ:

- Образ якого птаха ще присутній у творі? Який він позитивний чи негативний? (Символ сови з одного боку – позитивний, часто використовується для театрального ефекту, а з іншого – демонський).
- Проведіть паралелі між цими символами. На що вони вказують?
- Хто уособлює демонічні риси у творі? Чому?
- Як ви ставитесь до вбивства сойки Манею?
- Назвіть причини, що спонукали її до цього, чи виправдовують вони такий вчинок? Як це впливає на психологічний стан жінки? (Через ревності ненависть до сойки набуває лютої агресії: Маня вбиває пташку. Саме це вбивство потім позначається на пригніченому стані молодій жінки, її демонічних рисах).
- Чи намагалася Маня емоційно, психологічно вплинути на Массіно? Яким чином?
- Як ви розумієте вислів О. Радищева «Тільки тоді станеш людиною, коли навчись бачити її в іншому»?
- Чи доводилося вам у житті зустрічатися з проявами агресії?
- Які морально-етичні проблеми піднімає автор у творі?



Сойка (фото з Інтернету)

ЗАПРОПОНУЙТЕ учням переглянути на EdEra відео «Протидія домашньому насильству. Спецпроект «Знай свої права!»»

Покликання: https://www.youtube.com/watch?v=jSKE79F_ugk

СКАЖІТЬ:

- Перегляньте відео, попрацюйте в парах і накресліть шляхи уникнення агресії / мікроагресії.

Вправа «Асоціація»

ЗАВДАННЯ: попросіть учнів поділитися на пари, 1 – написати на аркуші паперу слово «Жінка», 2 – записати слова чи твердження, які в них асоціюються лише з образом Мані (на пошук асоціацій – 1 хвилина).

ПРИМІТКА. Вислухайте, з'ясуйте, чи є упереджені думки і чим вони викликані (віруваннями, часовими напруженнями, гендерною дискримінацією...)? Спростуйте фейки й стереотипи.

СКАЖІТЬ:

- Попрацюйте в парах. Оберіть собі завдання: 1. Напишіть на аркуші паперу слово «жінка» й усі можливі асоціації до нього; 2. Запишіть слова чи твердження, які у вас асоціюються лише з образом Мані за новелою «Сойчине крило». Думку обґрунтуйте.
(Наприклад, Маня – лісничиха – авантюристка – мисливиця – сойка – весна – демон – фатальна жінка – актриса – троянда).
- Проведіть паралелі сприймання образу жінки у творі, у житті.

ЗАПИТАЙТЕ:

- Які стереотипи, упередження помітили?
- Як вони виникають?
(Наприклад, жінка-господина – християнський канон жіночності, дама – завдяки трубадурам із Провансу (Франція, кінець XI – початок XII століття).
Стереотип: Дитячі роки Прекрасної Дами пройшли в суворому чоловічому оточенні. Її породили введені лицарським кодексом честі традиції світського обходження, гарних манер, уміння вести приемну бесіду, а головне, скласти пісні на честь Дами.



Образ Мані (фото з Інтернету)

- Як би ви спростували батькові фейкову новину стосовно лісничівки про те, що вона стала крадіркою?
- Охарактеризуйте модерністську специфіку твору.

ПІДСУМУЙТЕ

Стереотип – це усталений шаблон мислення, забобон, як правило, не має безпосереднього відношення до реальності (<https://uk.wikipedia.org/wiki/>).

Вправа «Літаючі плакати»

ЗАВДАННЯ: розподіліть учнів на 4 групи. Дайте завдання на основі листів Мані утворити ланцюжок подій із твору, які стосуються її спілкування з чоловіками (1 група – факти, 2 група – емоції, 3 група – потреби, 4 група – прохання). Нагадайте, що приклади з твору мають бути конкретні. Після 4 хвилин попросіть припинити вносити записи й передати плакат сусідній групі. Обмін відбувається 4 рази. Прослідкуйте, щоб кожен плакат повернувся до того, хто розпочинав писати. Запропонуйте учням продемонструвати по черзі плакати, обравши найсуттєвіше.

СКАЖІТЬ:

- Попрацюйте в групах. Запишіть на отриманому аркуші протягом 4 хвилин факти / емоції / потреби / прохання Марії по відношенню до її чоловіків.
- Зверніть увагу на те, щоб факти не перетворилися на судження.
- Репрезентуйте найкращі ідеї.



Вправа «Фактчекінг»

ЗАВДАННЯ: Увімкніть презентацію «Поради ефективного пошуку». Поясніть кожну запропоновану пораду.

Слайд 1. Використовуйте конкретні описові ключові слова для звуження пошуку та одержання точніших результатів: при використанні для пошуку слова «концерти» ви одержите інформацію про різні музичні заходи, можливості придбання квитків і дати їх проведення. При використанні для пошуку слів «класичний концерт Антоніо Бочеллі» ви одержите кращі результати про локальний захід.

Слайд 2. Якщо перша спроба не результативна, використовуйте синоніми: якщо ви зробили спробу знайти «рідкісні коти», однак не знайшли те, що шукали, спробуйте використати слова «екзотичні коти», «рідкісні породи котів» або «екзотичні породи котів».

Слайд 3. Використовуйте лапки для виділення конкретних слів або конкретних фраз, які ви шукаєте: якщо вам необхідна інформація про резиденцію президента, використовуйте словосполучення «Білий дім», а не «білий дім».



Слайд 4. Для пошуку ви можете використовувати два слова одразу, поставивши між ними розділовий знак «-»: Якщо вам необхідна інформація про Університет Грінченка, але в пошуковій системі ви знаходите коледж та університет, використовуйте розділовий знак «-». Наприклад: «університет-коледж». Таким чином ви будете знаходити інформацію, яка буде стосуватись лише запиту «університет».

Слайд 5. Пошук і зосередження уваги на типах доменів URL:

- com = компанія,
- gov = вебсайт державного органу,
- edu = навчальна установа,
- org = організація.

Якщо ви шукаєте інформацію про парки і використовуєте сполучення літер .gov як ключове слово, у результатах вашого пошуку будуть вебсайти державних органів.

Якщо ви шукаєте інформацію про парки і використовуєте сполучення букв .com як ключове слово, то одержите інформацію про приватні парки.

Слайд 6. **Визначте формат необхідної вам інформації:** Велика кількість пошукових систем забезпечують можливість вести пошук лише зображень, відео, новин, блогів або навіть наукових статей. Інформація з різних джерел допоможе вам розширити ваші знання з будь-якої галузі.

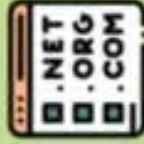
Якщо ви шукаєте інформацію про «військову техніку XX сторіччя», то одержите цю інформацію з різних боків:

- блогів: думки людей стосовно військової техніки;
- відео: відеоматеріали про військову техніку. Окремі матеріали може підготувати будь-яка одна особа, водночас інші можуть створювати інформаційні агенції,

Для пошуку ви можете використовувати два слова одразу, поставивши між ними розділовий знак «-»



Пошук і зосередження уваги на типах доменів URL.
gov = урядові сайти
edu = веб-сайти державних органів
org = організаційні сайти



Визначте формат інформації, яка вам необхідна:

Відео;
Новини;
Спеціальні ресурси



Використовуйте хештеги для пошуку інформації!



організації чи державні органи; новин: останні статті з новинами та історії про військову техніку;

- соціальних мереж: фотографії, пости, покликання на заходи, виставки, новини, що стосуються даної теми

Слайд 7. Використовуйте хештеги для пошуку інформації: хештеги допомагають знайти інформацію з різних сфер та джерел, забезпечують швидкий пошук з тем, що цікавлять.

Також, коли ви знайшли певну інформацію за хештегом, дуже важливо зрозуміти, чи отримана інформація надійна та вірогідна, чи можемо ми її використовувати та поширювати далі. Звертайте увагу на таке:

- Надійні джерела матимуть імена, що відповідають їхнім назвам, тобто, якщо це офіційна сторінка телеканалу чи іншого медіа, то покликання на профіль у соцмережах можна знайти на сайті цього медіа. Наприклад, якщо це офіційний інтернет сайт Адміністрації Президента України (<https://www.president.gov.ua> – слово president написано без помилок та додаткових символів, також є розширення .gov.ua), то у верхньому правому куті знаходяться символи соцмереж, які при натисканні відкривають офіційні профілі Адміністрації, чи президента у соцмережах – Facebook, Twitter, YouTube. Так само із засобами масової інформації – на сайті української служби Голосу Америки (<https://ukrainian.voanews.com>) нагорі поряд із назвою медіа розміщені символи-кнопки на їхні офіційні сторінки у соціальних мережах.
- Акаунти відомих осіб у твітері та фейсбуці перевіряють і вони мають блакитну позначку, як, наприклад, як офіційний акаунт Прем'єр-міністр Канади Джастіна Трюдо. Зазвичай офіційні акаунти також мають гіперпосилання на інші соцмережі чи сайт цієї особи.
- Профілі звичайних користувачів зазвичай мають фото, вказання міста та країни, часу створення профілю та іншу інформацію. Також публікації можуть мати

різний характер – перепости новин, особисті роздуми, фото тощо. Також задля інформаційної гігієни краще додавати у друзі тих людей, яких ви знаєте особисто.

- Якщо нікнейм профілю – це випадковий набір букв, цифр і символів, якщо цей профіль робить ретвіти чи перепости цілодобово або публікує лише за якоюсь однією темою, якщо майже немає особистих фото чи особистих дописів – це вказує на ймовірність того, що за профілем стоїть не жива людина, а бот («бот» – це скорочення від слова «робот», спеціальна програма, функція якої – імітувати дії живої людини). На цьому прикладі ботів із Твіттеру видно, що вони поширюють ідентичний допис, мають різні імена, але жоден не має фотографії профілю.

СЛОВНИК:

Хештег) – це слово, або фраза без пробілів, якому передує символ #. У соціальних мережах такі слова стають гіперлінками, при натисканні на них, з'являються інші публікації з цими ж словами чи фразами.

«Бот» – це скорочення від слова «робот», спеціальна програма, функція якої – імітувати дії живої людини

Ключові слова – це окремі слова або словосполучення, за якими відбувається пошук інформації в мережі інтернет.

Джерело інформації – фізичні особи, друковані видання, сайти, документи, органи влади та будь-які інші установи, на які посилається автор інформації. Джерела інформації можуть бути вірогідними та невірогідними, компетентними та некомпетентними.

ЗАВДАННЯ: Після інструкцій поясніть учням завдання вправ: перевірити образ Генрися на приналежність до крадіїв і шахраїв.

СКАЖІТЬ:

- Уявіть, що події у творі відбуваються в наш час. Запропонуйте шляхи перевірки Генріся як шлюбного афериста, шахрая і крадія, послуговуючись сучасними інформаційними засобами й джерелами Інтернету, а також на контекстній основі. Опишіть процес пошуку інформації.

ЗАПИТАЙТЕ:

- Назвіть сучасні чинники в медіапросторі, які впливають на нашу поведінку?
- Як протистояти їхньому впливу?
- Як вам ця вправа? Що нового ви дізнались?

ПРИМІТКА. Учні можуть пропонувати перевірити фото через гугл, встановити особистість, відслідкувати зображення, прочитати листування в соціальних мережах, знайти відгуки про особу на сайті знайомств, проаналізувати соціальну сторінку героя (лайки й репости), знайти інформацію за ключовими словами, звернути увагу на лексику, засоби маніпуляції й поведінку у творі. Учителю варто наголосити на найбільш ефективних пропозиціях.

ПОЯСНІТЬ: Завжди ставте під сумнів заяви, оцінки, прогнози, обіцянки людей, у репутації яких ви не впевнені.

Вправа «Аналіз впливу сприйняття на емоції»

ЗАВДАННЯ: провести дискусію з приводу емоційного сприйняття смислу вислову «штука для штуки» Манею та Массіно з метою проведення паралелей між явищами, процесами

СКАЖІТЬ:

- Дослідіть, як мистецтво гри впливає на особисте життя людини. Доведіть цитатами з тексту.
- Як сприймав Массіно листи коханої?
- Поясніть вплив сприйняття смислу слів «штука для штуки». На вашу думку, гра – це життя, чи життя – це гра? Може, життя – це мистецтво гри?
- Візьміть участь у дискусії «Хто з героїв найбільший гравець?»

ЗАПРОПОНУЙТЕ учням утворити дві групи.

Перша група – доводить тезу про те, що все життя Хом – гра, ілюзія.

Друга група – доводить думку про те, що Маня краща актриса за Хому.

Завдання першої групи — переконати учнів другої групи в тому, що Хома живе граючись.

Завдання другої групи — переконати опонентів (учнів першої групи) у тому, що Маня граючись живе.

Основні правила ведення дискусії:

1. Відверто висловлювати думки.
2. Поважати точки зору всіх членів дискусії.
3. Слухати інших, не перебиваючи.
4. Не говорити занадто довго та занадто часто.
5. Водночас має говорити лише одна особа.
6. Дотримуватися позитивних ідей та стосунків.
7. Не критикувати себе та інших.

8. Незгоди й конфлікти відносно ідей не повинні бути направлені на конкретну особу.

ПРИМІТКА. До дискусії учні завчасно готують тези як домашнє завдання.
ЧАС на підготовку аргументів дискусії — 10 хвилин.

ПРИКЛАД. Схематичне представлення мистецтва гри для початку дискусії може бути таким.

Мистецтво гри	
<u>Раціоналізована сутність (чоловіча)</u>	<u>Ігрова, стихійна сутність (жіноча)</u>
<p>1) Удосконалений спосіб існування у світі з метою убезпечення себе від негативних впливів.</p> <p>2) Інтровертний захист.</p>	<p>1. «Театр зваби».</p> <p>2. Діють закони естетичного буття.</p> <p>3. Режисура, омана.</p>
<p>«І я вірив мріяв, любив. Тонув душею в рожевім тумані, будував золоті замки на вітрі, вважав окрасою життя те, що було лише конвенціональною брехнею». (Массіно)</p>	<p>«Як добрий режисер я брала допомочі все, що було під рукою: сонце й ліс, пурпури сходу, чар полудня і меланхолію вечора. Оповідання батька і шум лісу. Рев бурі і тихі шепти дружньої розмови». (Маня)</p> <p>«Женщина живе чуттям і, як геліотроп до сонця, обертається все до тих, хто вміє грати на струнах чуття».</p>

ПІДСУМУЙТЕ. Навіть на найбільш переконливі аргументи можуть знайтися контраргументи. Тому варто завжди шукати додаткову інформацію з кожного питання, яке вас цікавить.

Вправа «Барометр»

ЗАВДАННЯ: У кінці уроку роздайте кожному учневі по одному стікеру та намалюйте на фліпчарті (або на дошці) умовну лінію «барометра». Напишіть на лінії-барометрі варіанти відповідей (зліва направо):

- «Підтримую лише Маню»;
- «Підтримую більше Маню»;
- «50 на 50»;
- «Підтримую більше Массіно»;
- «Підтримую лише Массіно».

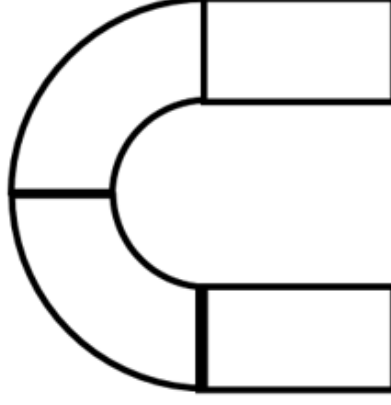
СКАЖІТЬ. Візьміть собі по одному стікеру й напишіть на ньому своє прізвище. Прикріпіть стікер ближче до твердження, яке ви підтримуєте.

Після цього попросіть деяких учнів аргументувати свою позицію фактами з життя героїв, які вони вже знають. Підкресліть, що кожна людина має право на власну думку, навіть якщо ця думка не збігається з усталеними поглядами.

ПРИМІТКА. Якщо хтось з учнів у кінці змінить свою думку, спитайте, які літературні факти переконали змінити власний погляд на ситуацію. Наголосіть, що змінювати власну позицію – це природно для людини. Головне при цьому – стежити, щоб наша позиція змінювалася лише під впливом правдивих фактів, а не фейків і маніпуляцій.

ПІДСУМУЙТЕ. Жінка для Франка була святиною, але життя змушувало її страждати, переживати випробування, бути квіткою в пилюці. Автор співчував своїй героїні, його любов всепрощаюча і світла. Письменник побудував сюжет з елементами інтриги, як цікаву історію, яку можна розповісти. Сюжетом править рух почуттів. Показано психологічні переживання, зосереджено увагу на нюансах. Передано моральний біль. Розглянуто філософію вини, кари, каяття. Врешті решт головні герої перестають бути загубленими. Думки та настрої персонажів тримали нас в

На малюнку барометр має виглядати як підкова.



<p>гіпнотичному стані, доки все не завершилось. Потрібно бути геніальною людиною, щоб з пережитого почуття створити прозу, яка потрібна не лише автору, а й усім. Сподіваюсь, що спостереження за долями героїв навчили вас цінувати життя, людські почуття.</p>	
<p>ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ: створити власне медіаповідомлення на вибір:</p> <ul style="list-style-type: none"> • атмосферний буктрейлер за новелою «Сойчине крило», (приклад власного атмосферного буктрейлеру за покликанням: https://www.youtube.com/watch?v=zic0iZRaouk); • фейсбук-сторінку героя; • підсумковий виступ «Жіноча доля в новітній інтерпретації за новелою «Сойчине крило» І. Франка»; • гра «Фейк і правда» за програмою «KaHoOT». 	
<p>ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Назаренко Л. Система уроків з вивчення творчості Івана Франка (Урок п'ятий. Доля людини в новелі "Сойчине крило") // Українська література в загальноосвітній школі : науково-методичний журнал. 2013. № 2. 20 – 21. 2. Паламар С. П., Назаренко Л. А. Компетентнісний підхід до викладання літератури з використанням хмарних технологій. // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. № 3 (137), 2018. 102–109. 3. Матеріали з YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=JSKE79F ugk, https://www.youtube.com/watch?v=eMCE7KMV4Ik, 4. Матеріали проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». 	

РОЗДІЛ III.
МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПОЗАУРОЧНОЇ РОБОТИ КЛАСНИЙ ЧАС
«ВЧИМОСЯ КІБЕРБЕЗПЕЦІ:
ЗАПОБІГАННЯ ТА ПОДОЛАННЯ ФІШИНГУ»

*Наталія Клименюк, к. пед. наук, доцент
кафедри педагогіки, психології та
менеджменту освіти*


Опис. Кіберагресія на сучасному етапі стало дуже поширеним явищем, що зачіпає, здебільшого, підлітків, які знаходяться в особливій зоні ризику, через високу користувацьку активність, у поєднанні зі слабкою обізнаністю щодо небезпек Інтернет-простору.





Практично кожен підліток стикався хоча б з одним видом агресії, а кожен другий – з більш ніж трьома. Очевидно, що діти підліткового віку є найбільш вразливою групою для кібербулінгу, оскільки їх неконтрольоване спілкування в Інтернеті тягне за собою різноманітні ризики. Зважаючи на значне різноманіття видів кіберагресії (флеймінг, тролінг, кіберсталкінг, хейтінг, секстинг, грумінг тощо), варто розробити цикл практичних занять для учнів. Дане заняття присвячене профілактиці фішингу серед учнів 6–8 класів.

Мета заняття	Завдання	Навички з інфомедійної грамотності	Що необхідно підготувати до уроку
Ознайомити учнів із таким різновидом кіберагресії як онлайн-фішинг та навчити засобам профілактики й протидії фішингових атак	<ul style="list-style-type: none"> • підвищити загальну обізнаність школярів щодо кіберагресії; • ознайомити із таким видом кіберагресії як «фішинг»; • сформувані в школярів уміння розпізнавати онлайн-фішинг; • навчити школярів стратегіям реагування на перші 	<ul style="list-style-type: none"> • навички особистої кібербезпеки (протидія онлайн-шахрайству, шкідливим програмам); • вміння запобігати ризикам у комунікації (протидія кібербулінгу); • вміння ставити питання; • вміння обґрунтувати власну позицію; • вміння оцінювати та інтерпретувати події; 	<p>Ноутбук або смартфон.</p> <p>Роздруковані матеріали (якщо відсутні ІТ-засобів).</p> <p>Роздатковий візуальний матеріал для аналізу елементів зображення.</p> <p>Мультимедійний проектор, екран/або</p>


	<p>спроби онлайн-фішингу зі сторони кіберагресора;</p> <ul style="list-style-type: none"> • створити засади для прищеплення принципу загальної відповідальності: всі люди, в рівній мірі, відповідальні за те, що вони дивляться, що роблять та що публікують в мережі Інтернет. 	<ul style="list-style-type: none"> • вміння аналізувати фото, символи, інші візуальні ряди; • розуміння візуального матеріалу як тексту; • вміння ідентифікувати ботів і тролів; • вміння ідентифікувати фейки й інструменти маніпуляції; • вміння систематизувати інформацію. 	<p>інтерактивна дошка для перегляду відео та візуальних зображень.</p> <p>Англо-український словник.</p>
--	---	---	--

Опис заняття	Компетентності та навички з ІМГ	Шляхи впровадження ІМГ	Зображення, схема, фото, покликання тощо
<p>1. ВПРАВА «ПЕРЕВІРЯЄМО ДОСТОВІРНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ»</p> <p>ЗАВДАННЯ ДЛЯ УЧНІВ.</p> <p><i>Учням на їх електронні пошти розсилається лист (якщо немає можливості використати в класі електронну пошту, лист роздруковується й кожен учень отримує окремий екземпляр).</i></p> <p><u>Зміст листа</u></p> <p><i>Привіт (ім'я учня)!</i></p> <p><i>Ми шкoduємо, але Ваш обліковий запис скоро буде заблоковано через проблеми з вашими даними.</i></p> <p><i>Щоб ми не заблокували Ваш обліковий запис, нам треба пересвідчитись що в нашу базу занесені ваші вірні облікові дані. Для цього, відкрийте будь ласка файл і вкажіть свої наступні дані.</i></p> <p><i>Ваше повне ім'я:</i></p> <p><i>Ваше прізвище:</i></p> <p><i>Ваша дата народження:</i></p> <p><i>Ваша адреса:</i></p> <p><i>місто:</i></p> <p><i>вулиця:</i></p> <p><i>№ будинку:</i></p> <p><i>№ квартири:</i></p> <p><i>Ваш номер телефону:</i></p>	<p>Цифрова безпека:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навички особистої кібербезпеки (проти дія онлайн-шахрайству); • вміння запобігати ризикам у комунікації (проти дія кібербулінгу); • менеджмент приватності. <p>Стійкість до впливів, фактчекінг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння ідентифікувати ботів і тролів <p>Критичне мислення:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння ставити питання; • вміння оцінювати та інтерпретувати події. 	<p>№2. Аналіз медіа. повідомлень.</p> <p>№3. Робота з токсичним контентом.</p>	<p>Роздатковий матеріал із змістом електронного листа (за потреби)</p>

<p>Номер телефону Вашої мами або тата: Номер телефону вашої бабусі або дідуся: Номер школи в якій Ви навчаєтесь:</p> <p>З повагою, Відділ по роботі з клієнтами служби «Інтернет-сервіс» Міністерства України по кібербезпеці.</p>			
<p>2. ДИСКУСІЯ З УЧНЯМИ ЩОДО АНАЛІЗУ МЕДІАТЕКСТУ. Запитайте, чи відповідали б учні на таке повідомлення? Запитайте, чому вони так вирішили.</p> <p><i>Вислухавши відповіді учнів, поясніть їм, що це лист дуже схожий на листи, які безліч людей отримують від шахраїв, що займаються онлайн-фішингом.</i></p>	<p>Критичне мислення:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння ставити питання; • вміння обґрунтовувати власну позицію; • вміння оцінювати та інтерпретувати події. 	<p>№1. Розвиток критичного мислення.</p>	
<p>3. ВПРАВА «РОЗГЛЯНЕМО КАРТИНКИ». Робота з візуальним матеріалом. Аналіз елементів зображення. Мета: дати можливість дітям самостійно виявити сутність такого виду кіберагресії як онлайн-фішинг. Об'єднайте учнів у 5 підгруп й запропонуйте їм розглянути зображення (Зображення №1, Зображення №2, Зображення №3, Зображення №4, Зображення №5) та проаналізувати їх, звертаючи увагу та відповідаючи на наступні питання:</p> <p>1. Розгляньте уважно картинку. Якому, на вашу думку, явищу вона присвячена?</p>	<p>Візуальна грамотність:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння аналізувати фото, символи, інші візуальні ряди; • уміння аналізувати/читати образи та символи візуального тексту; • розуміння візуального матеріалу як тексту. 	<p>№5. Візуальні джерела та візуалізація</p>	<p>Зображення №1</p> 

<p>2. Що роблять персонажі? Як одягнені?</p> <p>3. Опишіть предмети, зображені на картинці. Які символи використані в зображенні? Що вони означають? Чому художник помістив їх у малюнок? Як при цьому використані кольори? Що між ними спільного?</p> <p>4. Яке ставлення відображає художник до персонажів – позитивне чи негативне? Завдяки чому?</p> <p>5. Чи згодні ви з інтерпретацією персонажів, подій, явищ, яку подає автор? Чому?</p> <p>Презентація учнями аналізу своїх картинок. Групова дискусія щодо аналізу зображень.</p>			<p>Зображення №2 </p> <p>Зображення №3 </p> <p>Зображення №4 </p> <p>Зображення №5 </p>
--	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Поясніть, як шахраї можуть використовувати ці листи для збору особистої інформації користувачів: для крадіжки онлайн-особистості, встановлення шкідливого програмного забезпечення на комп'ютери ймовірної жертви, здійсненні інших видів кібербулінгу. • Розкажіть учням про характерні ознаки і особливості фішингових електронних листів використовуючи приблизно наступний план: <ul style="list-style-type: none"> ✓ вони отримані з невідомих джерел; ✓ адреса електронної пошти відправника, як правило, викликає підозри; ✓ вони адресовані безлічі людей; ✓ у них є граматичні та / або орфографічні помилки; ✓ у них є вимоги про передачу особистих даних і / або відправлення грошей; ✓ у них розповідається про виключно вигідні та прості способи заробітку коштів; ✓ до них додаються дивні (іноді незрозумілі) файли. • Зверніть особливу увагу на потенційні загрози анонімного онлайн-спілкування, проілюструвавши їх доступними та зрозумілими прикладами. • Наведіть приклади, які продемонструють, наскільки небезпечно обмінюватися особистою інформацією або фотографіями онлайн. • Переконайте дітей, що вони завжди можуть звернутися за допомогою до вчителів, батьків, опікунів, якщо зіткнуться в Інтернеті з чимось тривожним або небезпечним. 	<ul style="list-style-type: none"> • вміння робити висновки та узагальнення. <p>Цифрова безпека:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навички особистолікбербезпеки (проти дія онлайн-шахрайству); • вміння запобігати ризикам у комунікації (проти дія кібербулінгу); <p>Стійкість до впливів, фактчекінг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння ідентифікувати ботів і тролів; • вміння ідентифікувати фейки й інструменти маніпуляції. 	
---	--	--

<p>6. ПЕРЕГЛЯД ВІДЕО «НІКОМУ НЕ ВІДЧИНЯЙ».</p> <p>7. ГРУПОВА ДИСКУСІЯ.</p> <p><i>Обговоріть із учнями відео на предмет їх емоцій та відчуттів, які виникли після перегляду (страх, невідомість, відсутність досвіду, знань).</i></p>	<p>Візуальна грамотність:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння аналізувати візуальні ряди. <p>Стійкість до впливів, фактчекінг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння ідентифікувати інструменти маніпуляції; • базові навички емоційного інтелекту (ідентифікувати вплив медіа на наші емоції). <p>Цифрова безпека:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навички особистої кібербезпеки (проти дія онлайн-шахрайству, шкідливим програмам); • вміння запобігати ризикам у комунікації (проти дія кібербулінгу). 	<p>№5. Візуальні джерела та візуалізація</p>	<p>Відео «Нікому не відчиняй»:</p> 
<p>8. ГРА-РУХАНКА НА НЕВЕРБАЛЬНУ ПІДТРИМКУ «КОЛО ЗАХИСТУ»</p> <p>Правила гри.</p> <p>До кімнати заходить учасник (жертва) із зав'язаними очима, інші учасники (агресори) попереджені про те, що будуть говорити неприємні для учасника слова (або легко штовхати</p>	<p>Соціальна толерантність:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння ідентифікувати і протидіяти ворожнечі; мові 	<p>№3. Робота з токсичним контентом. №7. Проведення паралелей між</p>	

<p>його). Потім в якийсь момент два учня підходять і беруть учасника тренінгу за руки, утворюючи «коло захисту». Потім відбувається інтерв'ювання.</p> <p>- Що відчував спочатку?</p> <p>- Що змінилося, коли зрозумів, що тебе взяли за руки?</p> <p>Висновок про важливість підтримки з-боку оточуючих.</p> <p>9. ГРУПОВА ДИСКУСІЯ.</p> <p><i>Після гри обговорити з дітьми, хто може бути таким «колом захисту»:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - дорослі, батьки, шкільний психолог, педагог; - телефон довіри (розповідати про службу «Телефон довіри» та телефонні «гарячі лінії» та випадки в яких діти можуть до них звертатись); - правозахисна система: поліція, кіберполіція, законодавство (ознайомити дітей із вітчизняним законодавством – адміністративним та кримінальним кодексами (безпосередньо зі статтями, де йдеться про відповідальність за кіберзлочини); розповідати про діяльність кіберполіції. 	<ul style="list-style-type: none"> • навички етичного спілкування; • вміння ідентифікувати протидіяти стереотипам дискримінації. <p>Критичне мислення:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння ставити питання; • вміння обґрунтовувати власну позицію <p>використовуючи аргументацію;</p> <ul style="list-style-type: none"> • навички слухати інших та формувати контраргументи; • вміння робити висновки та узагальнення. 	<p>процесами чи явищами у предметі і між медійними, інформаційними процесами.</p> <p>№1. Розвиток критичного мислення</p>	
<p>2. ВПРАВА-ГРА «ЗНАЙДИ ОДНОПАРТІЙЦЯ»</p> <p>Закріплення вивченого (кібермобінг, тролінг) та нового (фішинг) матеріалу.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • вміння робити висновки та узагальнення; • вміння обґрунтовувати власну позицію 	<p>№1. Розвиток критичного мислення</p>	

<p>Правила гри. Три учні отримують маленьку картку із назвою партії – «партія захисників від фішингу», «партія захисників від кібермобінгу», «партія захисників від тролінгу». Інші учні отримують картки де написана певна ознака однієї із зазначених партій. Наприклад: «цькування групою через Інтернет», «вимагювання конфіденційної інформації через електронний лист», «провокація емоційних дискусій, нагнітання конфлікту в соціальних мережах». Завдання: знайти назву своєї партії та своїх однопартійців не вживаючи ніяких слів і запитань.</p>	<p>використовуючи аргументацію.</p>		
<p>3. ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ. Складіть інструкцію про те, як захиститися від фішингових атак (досить буде 5 пунктів). Далі покажіть цю інструкцію хоча б одній людині (старшому брату чи сестрі, батьку, вчителю тощо) і запишіть коментарі цієї людини. Виконавши ці вправи, ПОРАДЬТЕ учням аналізувати всі електронні листи, особливо ті що надійшли від незнайомиців з точки зору кібершахраїв. Якщо їм здається, що лист дійсно фішинговий, – нехай ні в якому разі не переходять за покликаннями і не відкривають вкладені файли.</p>	<p>Інформаційна грамотність:</p> <ul style="list-style-type: none"> • вміння ефективно шукати інформацію; • вміння систематизувати інформацію, висувати гіпотези та оцінювати альтернативи. <p>Цифрова безпека:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навички особистої кібербезпеки (прогидія онлайн-шахрайству, шкідливим програмам); 	<p>№8. Створення власних медіаповідомлень/медіапродуктів</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> • вміння запобігати ризикам у комунікації (протиідія кібербулінгу); менеджмент приватності, розуміння цифрового сліду. 	
<p>ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Як навчити дітей онлайн-безпеки: див'ять інтерактивних ресурсів [Електронний ресурс] // ms.detector.media. – Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/kids/yak_navchiti_ditey_onlaynbezpeki_devyat_interaktivnih_resursiv/. 2. Збірник статей Четвертої міжнародної науково - методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2016. – 504 с. [Електронний ресурс] // Zbirnik_konf. – Режим доступу до ресурсу: http://www.aup.com.ua/ml/Zbirnik_konf_2016.pdf. 3. Нікому не відкривай – [Відео] [Електронний ресурс]//Ютуб-канал.-Режим доступу до ресурсу: https://www.youtube.com/watch?v=tXW0v_e_dAs. 4. Фішинг [Електронний ресурс] // entsiklopediya_ugroz – Режим доступу до ресурсу: https://eset.ua/ua/support/entsiklopediya_ugroz/fishing. 		

РОЗРОБКА ПРАКТИЧНОГО МОДУЛЯ НА ТЕМУ «ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ В ЗАКЛАДІ ОСВІТИ»

Анна Федосова, старший викладач кафедри педагогіки, психології та менеджменту освіти

Компетентності, які розвиватимуться під час заняття:

Шлях 1. Критичне мислення:

- вміння обґрунтовувати свою позицію;
- вміння визначати причини і наслідки подій;
- вміння ставити питання;
- навички слухати;
- вміння робити висновки та узагальнювати.

Шлях 3. Робота з токсичним контентом:

- емоційний інтелект;
- ідентифікація маніпуляцій;
- вміння запобігати ризикам у комунікаціях.

Шлях 4. Ідентифікація стереотипів:

- розуміння поняття «стереотипу»;
- навички етичного спілкування.

Шлях 5. Візуальні джерела та візуалізація:

- розуміння візуального матеріалу як тексту;
- уміння працювати з плакатом.

Необхідне обладнання: мультимедійне обладнання, комп'ютер, фліпчарт, папір А4, А3 та А2 білого кольору, папір А4 кольоровий офісний, ручки, маркери чи фломастери, різнокольорові стікери.

План роботи

1. Знайомство.

Завдання. Розробити візитівку сусіда. Слухачам пропонується протягом 5 хвилин познайомитися із сусідом та розробити візитівку для нього. У процесі виконання вправи дозволено ставити питання сусідові, щоб визначити його характерні особливості.

2. Актуалізація теми заняття.

Завдання 1. Вправа «Килим ідей». Учасники об'єднуються в 3 групи. Групам пропонуємо визначити завдання керівника закладу освіти (написати їх на кольорових аркушах паперу і наклеїти на плакат. Далі – доповнити названі завдання відповідним інструментарієм.

Рефлексія – обговорення плакатів груп.

Завдання 2. Розробка інтелект-карти «Комунікативний простір».

Рефлексія – обговорення карт груп.

3. Вивчення теми.

Завдання 1. Обговорення в групах (мозковий штурм) за загальною темою «Перешкоди в комунікаціях у закладі освіти»:

Група 1 – змістовні.

Група 2 – в організації комунікаційних процесів.

Група 3 – психологічні.

Рефлексія – обговорення запропонованих перешкод.

Завдання 2. Вправа «7 емоцій»: Учасникам пропонується визначити емоцію, яку викликає та чи інша озвучена ситуація й пояснити свій вибір.

Варіанти ситуацій:

1) Протягом двох місяців я планувала/в захід. За 2 доби до початку, мені повідомили, що його скасовують.

2) Моя колега критикує те, як я провів / провела відкритий урок.

Рефлексія – обговорення значення емоцій та вистовки.

Завдання 3. Вправа «Диспут». Вправа проводиться у формі уявного диспуту. Учасники розглядаються ситуацію з двома альтернативними позиціями з якого-небудь питання, наприклад: «за і проти» емоцій в спілкуванні, а потім «стати» на сторону однієї з цих альтернативних позицій. Учасник подумки протягом 5 хвилин висловлює ретельно обдумані та з'ясовані аргументи на користь вибраної точки зору. Після цього протягом 5 хвилин учасник так само висловлює аргументи на користь альтернативної точки зору. По завершенню вправи необхідно обдумати отриманий досвід, відповідаючи на наступні запитання:

- «Які труднощі Ви зустріли під час виконання вправи?»;
- «Як збагатилося Ваше уявлення і розуміння вибраних тим для диспуту після того, як Ви «побували» в кожній з альтернативних позицій?»;
- «Чим корисне використання навичок цієї вправи в житті?».

Завдання 4. Вправа «Невпевнені, впевнені та агресивні відповіді». Мета вправи: формування адекватних реакцій в різних ситуаціях; аналіз відповідей і формування необхідних «рольових» аспектів поведінки. Учасникам необхідно чітко та детально уявити собі задану ситуацію, а в ній – невпевнений, упевнений і агресивний типи відповідей. На кожен ситуацію дається до 5 хвилин. Варіанти ситуацій:

- друг розмовляє з вами, а Ви хочете піти;
- товариш влаштував Вам зустріч з незнайомою людиною, не попередивши;
- люди, що сидять позаду Вас у кінотеатрі, заважають своєю гучною розмовою;
- сусід відволікає Вас від цікавого виступу, задаючи дурні, на Ваш погляд, питання;
- вчитель говорить, що Ваша зачіска не відповідає зовнішньому вигляду учня;
- друг просить Вас позичити йому яку-небудь дорогу річ, а Ви вважаєте, що він не зовсім відповідальний.

Рефлексія – обговорення плакатів груп.

Рефлексія – обговорення, що в завданнях було робити легко, а що важко і чому.

Завдання 5. Обговорення стилів поведінки в конфліктній ситуації (наведені на рисунку нижче). Визначення позитивних та негативних наслідків. Для виконання слухачі об'єднуються у групи.

Пропонується переглянути відеофрагменти:

- <https://www.youtube.com/watch?v=0ocJ0ghFYgM>
- <https://www.youtube.com/watch?v=-4dM81ZDmkk>
- <https://www.youtube.com/watch?v=AY7I1FM7k7U>



Рефлексія – обговорення та формулювання висновків.

Завдання 6. Мозковий штурм. У аудиторії працюють 4 групи. Завдання – надати пропозиції щодо формування дієвих комунікацій в закладі освіти:

Група 1 – загальні, у середині закладу освіти.

Група 2 – формальні, між окремими особами або групами осіб.

Група 3 – між керівником та підлеглими.

Група 4 – неформальні міжособові.

У результаті обговорення скласти плакати й представити їх.

Рефлексія – обговорення наданих пропозицій, самостійне вивчення плакатів та вибір пропозицій, що подобаються найбільше (за допомогою стікерів). Обговорення найбільш популярних пропозицій серед учасників групи.

Завдання 7. Професійна діяльність часто вимагає від людей дисоційованих станів. Єдиний спосіб відновити свої сили після періоду професійної дисоціації – це занурення в

стан асоціації. Розглянемо одну з вправ, що допомагає виробити корисні способи асоціювання–дисоціювання. Інструкція:

1) Запишіть 3-5 видів діяльності, при виконанні яких Ви добре себе почуваєте.

2) Спробуйте відповісти на наступні питання по кожному з записаних Вами видів діяльності:

а) ця діяльність виконується разом із іншими людьми чи наодинці?

б) де виконується ця діяльність, які навколишні чинники допомагають Вам, а які заважають?

в) чи має ця діяльність зовнішній або внутрішній фокус (тобто чи вимагає вона більше уваги за зовнішніми подіями або передбачає внутрішнє зосередження)?

г) ця діяльність – візуальна (зорова), аудіальна (звукова) чи кінестетична?

д) чи вимагає ця діяльність яких-небудь матеріальних умов, засобів, реквізитів?

е) які з Ваших органів чуття отримують переважний відпочинок під час цієї діяльності?

3) Відповівши на ці питання по кожному з 3-5 видів діяльності, знайдіть значущі компоненти, які дають Вам задоволення від занять даною діяльністю. Запишіть їх, порівняйте з компонентами, які дають задоволення в інших видах діяльності.

У результаті виконання цієї вправи, найчастіше, з'ясовується, що можна отримувати задоволення не лише від одного-двох найулюбленіших видів діяльності, а, отже, можливостей і ресурсів для відновлення своїх сил у вас значно більше, ніж здається на перший погляд.

Подумайте та запишіть, які компоненти задоволення і користі ви отримуєте в тих видах діяльності, які для Вас, зазвичай, нейтральні. І, можливо, ви зумієте знайти елементи задоволення (вторинної користі) навіть у видах діяльності, які не любите?

Рефлексія – обговорення й усвідомлення того, що «корисне» та «приємне» насправді пов'язані не лише з улюбленими видами занять, а грають важливу роль у більш раціональному ставленні до будь-яких видів діяльності.

Завдання 8. Вправа «Карусель». Мета вправи: формування навичок швидкого реагування під час діалогового контактування з людьми; розвиток емпатії та рефлексії в процесі навчання. У вправі здійснюється серія уявних зустрічей, кожного разу з новою людиною. Завдання: легко зкомунікувати, підтримати розмову й попрощатися. Інструкція: «Необхідно чітко та детально уявити наступні ситуації (на кожен ситуацію у вас близько 5 хвилин):

- Перед Вами людина, яку Ви добре знаєте, але достатньо довго не бачили. Ви радієте цій зустрічі...

- Перед Вами незнайома людина. Познайомтеся з нею...

- Перед Вами маленьке дитя, він чогось злякалося. Підійдіть до нього й заспокойте...

- Після тривалої розлуки, Ви зустрічаєте коханого (кохану) й дуже радієте

зустрічі...».

Рефлексія – обговорення, що, на думку учасників, допомагає в спілкуванні, а що заважає. Необхідно визначити тільки ті якості, які виявилися під час виконання вправи. Не слід називати такі якості, що не можуть бути змінені (природні, фізіологічні тощо).

4. Систематизація вивченого.

Завдання 1. Робота в великій групі на тему «Фактори удосконалення комунікацій в закладі освіти». Учасники по черзі називають, а ведучий записує на фліпчарті названі фактори, поділяючи їх на:

- об'єктивні;
- суб'єктивні.

Рефлексія – обговорення наведених факторів.

Завдання 2. Активне слухання. Слухачам пропонується подивитися відеофрагменти на тему активного слухання:

- <https://www.youtube.com/watch?v=pU7-RoxPyvU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=oA5tFoN0nSU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=nDVtbpI7EsU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=tRk0JLjILDI>

Вправа на активне слухання.

Усі учасники сідають «по колу». Вправа виконується в парах, тому кожному учаснику пропонують на вибір підібрати напарника. У парах розподіляються ролі. Один партнер буде «тим, хто слухає» («С»), а другий - «той, хто говорить» («Г»). Завдання включає кілька послідовних етапів, розрахованих на обмежений проміжок часу. Ведучий говорить, що потрібно зробити, коли почати завдання, а коли його закінчити.

Інструкція: перший етап полягає в тому, що «Г» протягом п'яти хвилин розповідає своєму партнеру про труднощі в особистому житті, проблеми в взаємодії з іншими. Особливу увагу «Г» повинен звернути на ті якості, які породжують ці труднощі. «С» у цей час повинен дотримуватися правил активного слухання, тим самим допомагаючи співрозмовнику говорити про себе.

Ведучий через п'ять хвилин зупиняє спілкування. Далі, «Г» пропонується протягом однієї хвилини розповісти «С», що допомагає відкритися і вільно розповідати про своє життя, а що, навпаки, ускладнювало таку розповідь. Після хвилини ведучий дає друге завдання. «Г» повинен протягом п'яти хвилин розповідати партнеру про свої сильні якості в спілкуванні, які допомагають йому встановлювати взаємодію, будувати відносини з іншими суб'єктами. «С» знову повинен активно слухати, використовуючи при цьому певні правила та прийоми, враховуючи інформацію, отриману від свого партнера протягом попередньої хвилини.

Після п'яти хвилин ведучий зупиняє спілкування і пропонує почати третій етап. Тепер «С» повинен за п'ять хвилин розповісти «Г» про те, що він запам'ятав і зрозумів для

себе з двох розповідей партнера про себе. У цей час «Г» повинен мовчати і тільки рухами голови показувати згоду чи незгоду. Якщо «Г» показує, що партнер його не зрозумів, то «слухає» поправляє себе, поки «Г» не кивне, підтверджуючи правильність слів. Після закінчення оповідання «С» та його партнер можуть зазначити, що було спотворено або пропущено. Друга частина вправи передбачає зміну ролей «С» на «Г» і навпаки.

Останнім етапом буде спільне обговорення того, які методи активного слухання було виконувати легше, а які важче, про що важче говорити, що відчували партнери в ролі «Г», який вплив справили різні дії «С». У результаті даної вправи вдосконалюється вміння слухати партнера по спілкуванню, відбувається усвідомлення бар'єрів у слуханні.

Рефлексія – обговорення того, як навички активного слухання дозволять поліпшити повсякденну взаємодію з людьми в особистому житті та закладі освіти.

Фідбек. Обговорення результатів навчання.

Завдання 1. Провести бесіду, наближену до реальної, відповідно до розподілених ролей в групі: керівник, вчитель, учень. Пропоновані питання:

- Розкажіть трохи про себе.
- Чому Ви пішли до школи?
- Чим Вас зацікавила наша школа?
- Назвіть свої сильні / слабкі сторони.
- Чим Ви займалися вчора?
- Що Ви знаєте про нашу школу?
- Ким Ви уявляєте себе через 5/10 років?
- Які 5 основних критеріїв для Вас є найбільш значущими при виборі заняття?
- Що Вас мотивує?
- У чому ваша головна слабкість?
- У вас є захоплення?

Рефлексія – обговорення виконання вправи.

Завдання 2. Перейдіть за покликаннями та зробіть висновок із прочитаного.

- <https://bit.ly/2TMPK4f>

- <https://bit.ly/3jcQKr7>

- <https://bit.ly/3C1ytpi>

Рефлексія – обговорення й систематизація висновків груп.

Завдання 3. Висловіть свою думку з проведеного заняття (за бажанням).

Міжнародний проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» у Миколаївському обласному інституті післядипломної педагогічної освіти

Частина I

Збірник навчально-методичних матеріалів

Текст наведено в авторській редакції

Технічна верстка: Г. В. Кінах

Папір офсетний. Друк на різнографі
Формат 84x108^{1/16}

Умовно-друкованих арк. – 13
Обліково-видавничих арк. – 12
Гарнітура шкільна

Тираж 100
Замовлення № 1

Адреса редакції:
вул. Адміральська, 4-а,
м. Миколаїв, 54001
Тел./факс 37 85 89

<http://www.moippo.mk.ua>
e-mail: moippo@moippo.mk.ua