

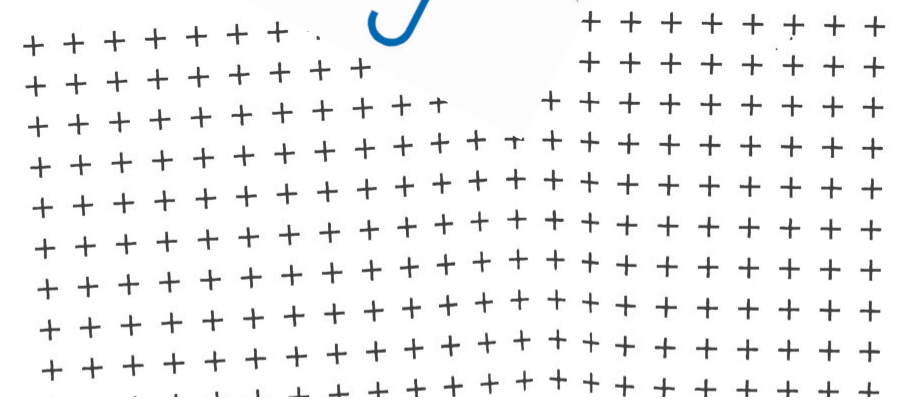


МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ

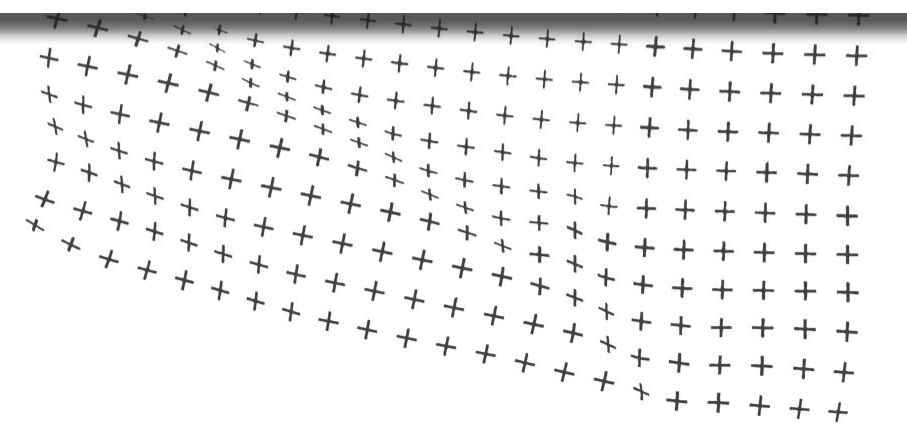


ОРИНИНСЬКА ГІМНАЗІЯ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ В НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ШКІЛ ІНТЕРНАТНОГО ТИПУ З ІНКЛЮЗИВНОЮ СКЛАДОВОЮ



**Впровадження
інфо-медійної грамотності
в навчальний процес
шкіл інтернатного типу
з інклюзивною складовою**

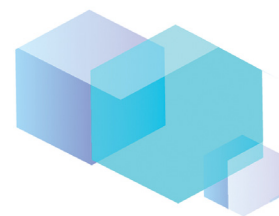


Рецензенти:

Крупський І.В. – доктор історичних наук, професор, декан факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка

Гудима Н.В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри Теорії та методик початкової освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, протокол №2 від 24.02.2021 р.



Почапська О.І., Рарицький О.А., Марчук Л.М., Бахмат Н.В., Віннічук О.В., Джурбій Т.О., Щегельський В.В.

Впровадження інфомедійної грамотності в навчальний процес шкіл інтернатного типу із інклюзивною складовою: навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський, 2021. Друк ФОП Слободян О.П. 28 с.

Матеріали розроблені в рамках грантової програми проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується IREX (Рада наукових досліджень та обмінів) за підтримки Посольств Великої Британії та США, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси.

Зміст матеріалів не обов'язково відображає думку та не є офіційною позицією IREX, а також Урядів Великої Британії та США.

Дані матеріали дозволяється використовувати із навчальною метою та за умови, якщо це здійснюється безоплатно для кінцевого споживача. Обов'язковим є посилання на IREX та проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».



ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНЯЙ:
інфо-медійна грамотність

Проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольств США та Великої Британії, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української преси.





ЗМІСТ

Медіаграмотність як стиль життя **• 8**
Тренінг 1

Думай критично **• 11**
Тренінг 2

Кібербулінг **• 14**
Тренінг 3

Інформаційний простір **• 17**
Тренінг 4

Безпека в мережі Інтернет **• 20**
Тренінг 5

Висновки **• 25**

Початок дослідження

Українське суспільство сьогодні знаходиться на тому етапі свого розвитку і функціонування, коли бути медіаграмотним – життєво необхідно. І у цьому напрямку вже не перший рік працюють Рада міжнародних досліджень та обмінів IREX, Академія української преси, а також викладачі різних типів ЗВО та ІППО, працівники бібліотек і небайдужі до саморозвитку і поширення критичного мислення вчителі загальноосвітніх і спеціалізованих закладів освіти.

У проєкті «Школа медіаграмотності в інклюзивному освітньому середовищі» ми звернулися до роботи із дітьми, які мають складні умови життя та / або проблеми зі здоров'ям, через які навчаються в освітньому закладі з інклюзивною складовою.

Проєкт передбачав такі складові:

- вивчення рівня розвитку медіаграмотності вчителів Ориниської гімназії Хмельницької обласної ради;
- вивчення рівня розвитку медіаграмотності учнів Орининської гімназії Хмельницької обласної ради;
- розробка і реалізація програми тренінгів із медіаграмотності для вчителів і учнів Орининської гімназії Хмельницької обласної ради;
- проведення контрольних зрізів серед вчителів й учнів Орининської гімназії Хмельницької обласної ради.

В експериментальному дослідженні взяли участь:

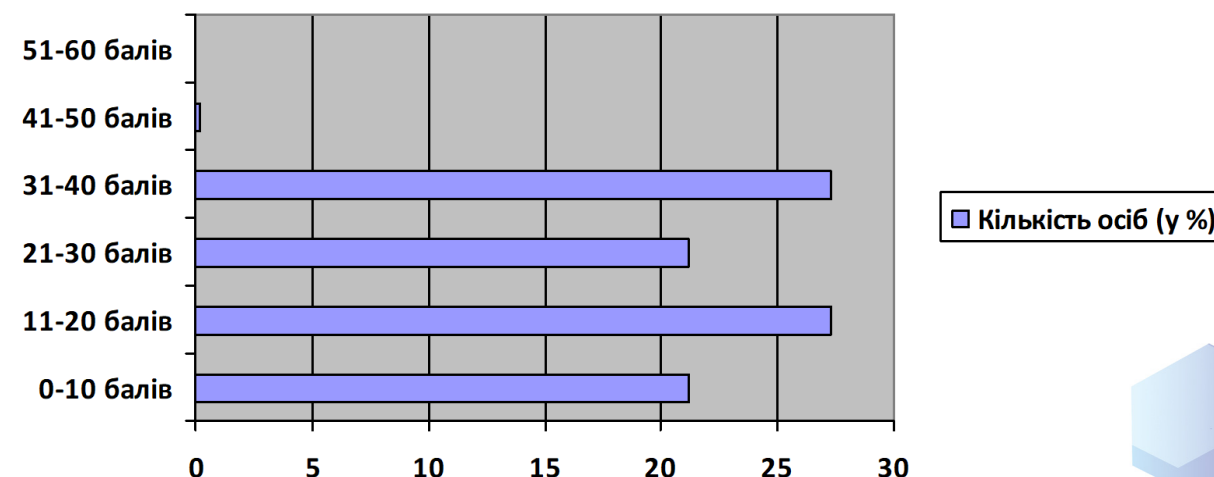
- 33 вчителів Орининської гімназії Хмельницької обласної ради;
- 12 учнів Орининської гімназії Хмельницької обласної ради.

Перед початком тренінгових програм ми запропонували учасникам заповнити анкети, що допомогли би визначити рівень компетенцій із інфомедійної грамотності у вчителів і учнів за такими критеріями:

- уміння відрізнити факти від оцінок і суджень (максимальна кількість балів – 12);
- розуміння понять «інформаційний простір» та «канали інформації» (максимальна кількість балів – 12);
- орієнтування у медійному просторі (кому належать українські медіа) (максимальна кількість балів – 12);
- розуміння фейкової інформації (максимальна кількість балів – 12);
- уміння контролювати власний інформаційний простір (максимальна кількість балів – 12).

Вчителі на вступному анкетуванні виявили такі результати:

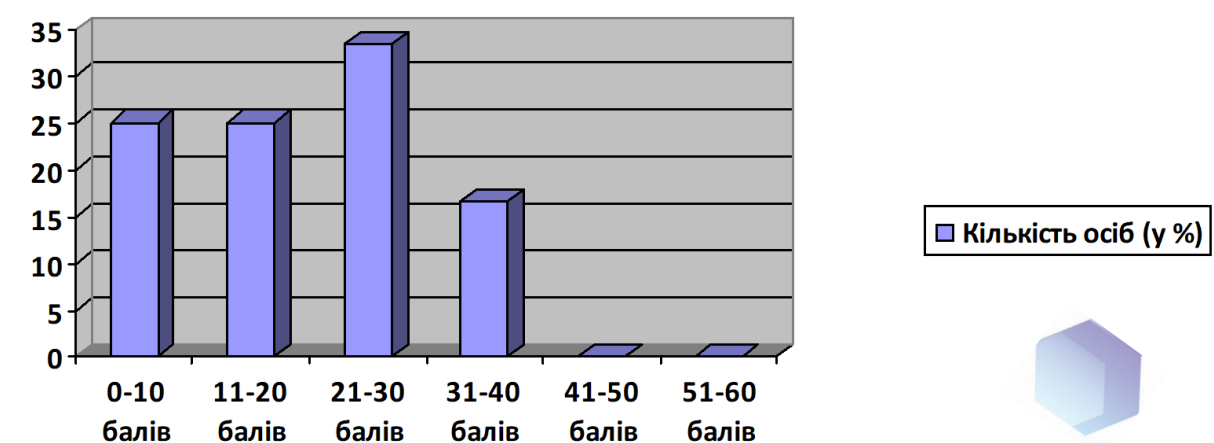
- 0-10 балів – 7 осіб (21,2%),
- 11-20 балів – 9 осіб (27,3%),
- 21-30 балів – 7 осіб (21,2%),
- 31-40 балів – 9 осіб (27,3%),
- 41-50 балів – 1 особа (0,2%),
- 51-60 балів – 0 осіб (0%) (див. Діаграма 1).



Діаграма 1. Результати вхідного тестування учителів

За тими ж критеріями були протестовані діти. Результати були такі:

- 0-10 балів – 3 особи (25%),
- 11-20 балів – 3 особи (25%),
- 21-30 балів – 4 особи (33,3%),
- 31-40 балів – 2 особи (16,7%),
- 41-50 балів – 0 осіб (0%),
- 51-60 балів – 0 осіб (0%) (див. Діаграма 2).



Діаграма 2. Результати вхідного тестування дітей

Оскільки результати були приблизно однаковими, тому і програма педагогічного експерименту для дітей і учителів тематично була подібною.

Медіаграмотність ЯК СТИЛЬ ЖИТТЯ

Мета заходу:

ознайомити учителів Орининської гімназії Хмельницької області із ключовими складниками медіаосвіти, сприяти використанню медіаресурсів в освітньому процесі у школах інтернатного типу, підвищити рівень інформаційної грамотності вчителя та формувати його позитивний імідж.

Завдання:

- + мотивувати керівників шкіл інтернатного типу, вчителів, шкільних управлінців розвивати нові медіаосвітні компетентності та імплементувати набуті знання до навчального процесу;
- + визначити завдання медіаосвіти у школах інтернатного типу;
- + з'ясувати психологічні засади медіаграмотності, визначити їхній вплив на формування медіаграмотного освітянина;
- + розвивати навички інфомедійної грамотності на уроках шкільних предметів;
- + навчитися використовувати можливості медіа для професійної діяльності вчителя закладу інтернатного типу.

Вправа «Сніжинка».

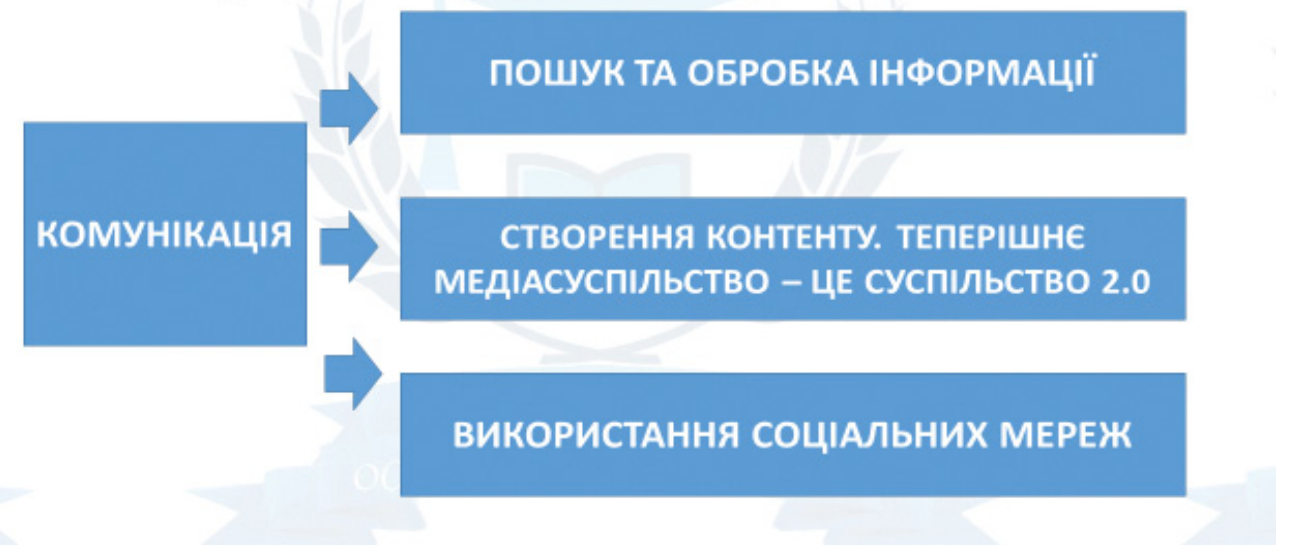
Основне завдання:

показати, як по-різному передається інформація, які чинники впливають на її сприйняття. Учасники повинні відчувати, як у процесі отримання групою людей інформації з одного джерела та в умовах обмежених можливостей у перевірці інформації, результати сприйняття та дії на основі отриманої інформації можуть бути різними.



Для того, аби налаштувати аудиторію (і дитячу, і дорослу) є необхідність чітко окреслити, хто ж така – медіаграмотна особистість. У цьому нам допомагають компетентності, на основі яких формується поняття медіаграмотної особистості.

Медіаграмотність – це набір компетентностей, необхідних для активної і усвідомленої участі в житті медійного суспільства



Опираючись на такі означені складові, ми підвели аудиторію до такої структури компетенцій, розвиток яких ставить собі за мету проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», у межах якого ми і реалізовували дослідження:

- медіаграмотність;
- критичне мислення;
- соціальна толерантність;
- стійкість до впливів, фактчекінг;
- інформаційна грамотність;
 - цифрова безпека;
 - візуальна грамотність;
- інноваційність, розвиток креативності.

Медіаграмотність – це набір компетентностей, необхідних для активної і усвідомленої участі в житті медійного суспільства



Думай критично

Мета заходу:

ознайомити учителів Орининської гімназії Хмельницької області із поняттями фактів, фактоїдів та фейків з метою надання методичної допомоги учням.

Завдання:

- + навчитися розмежовувати терміни: факти / судження / оцінки;
- + ознайомитися із методами верифікації інформації за допомогою онлайн-інструментів;
- + опанувати використання штучного інтелекту у протидії дезінформації і фейковим новинам.

В Україні вже понад п'ять років команда сайту Stopfake.org займається пошуком фальшивих новин і їх спростуванням, а також неодноразово доводила неправдивість повідомлень, абсурдних, аморальних, нелогічних, що не лише поширювалися в нашій країні, а й формували уявлення про українські події й українців у міжнародній аудиторії.

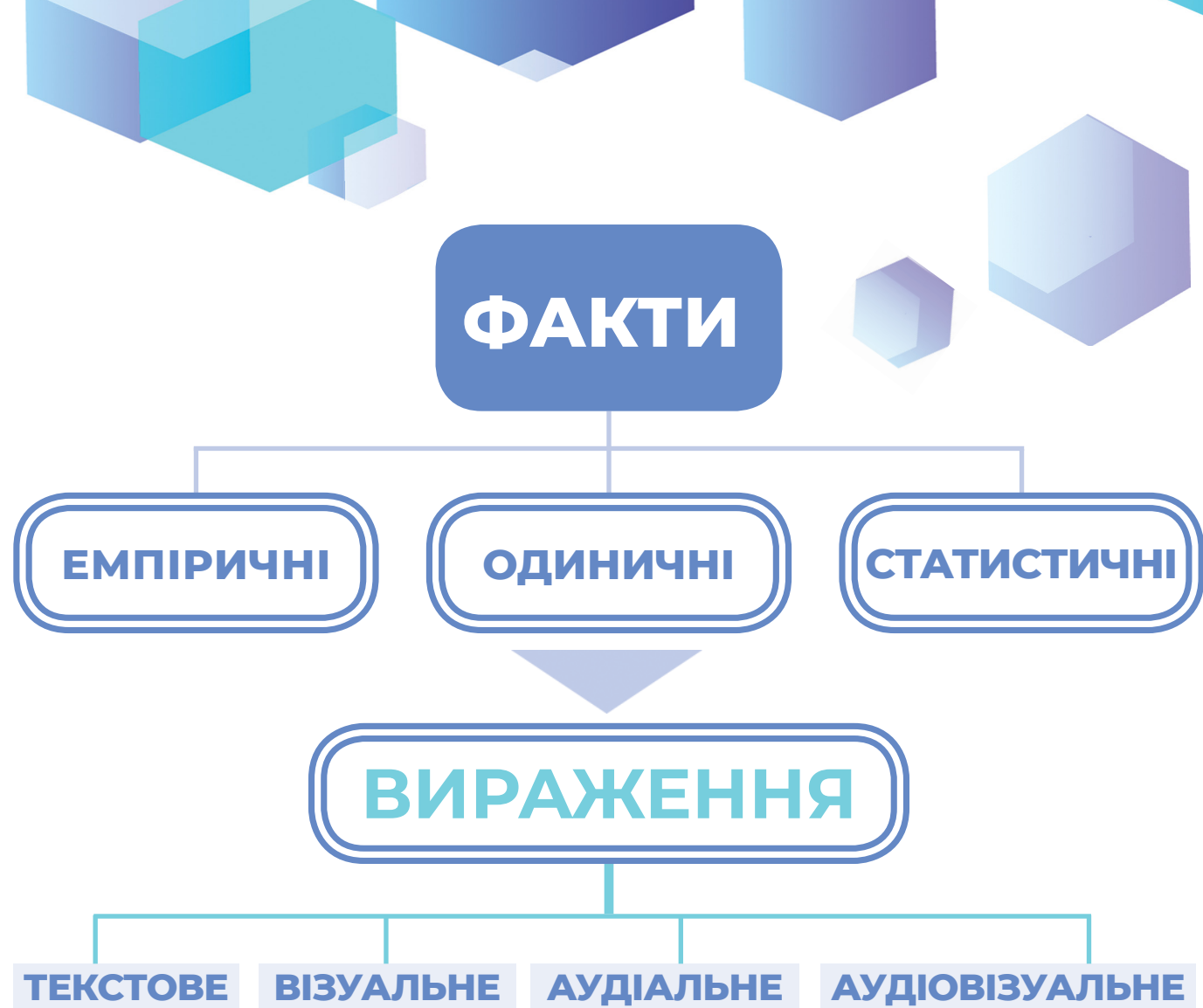
Два головних правила інформаційної гігієни:

Правило 1. Не лайкайте, якщо не прочитали матеріал;

Правило 2. Не поширюйте сумнівну інформацію. Якщо ви помилились, варто визнати помилку, заявити про неї і написати правду.

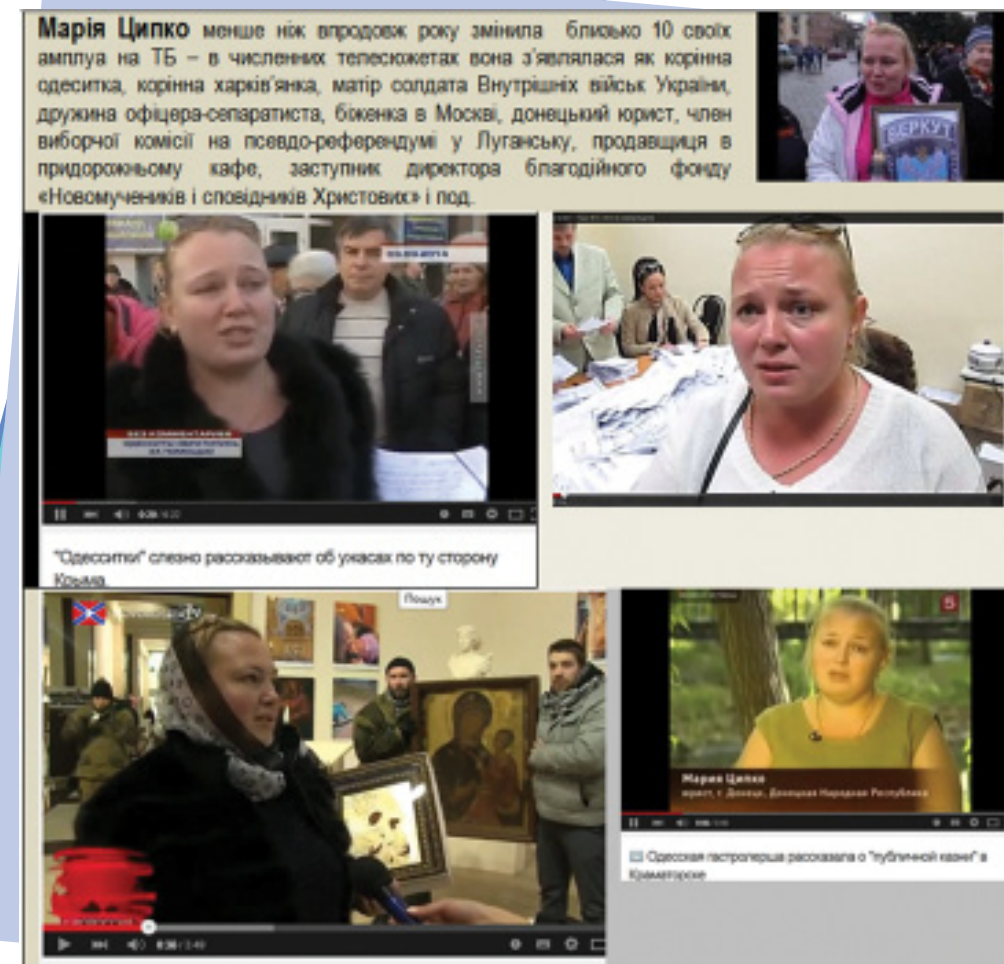
Варто запам'ятати!

- **Факт** – це те, що справді відбулося (підлягає перевірці).
- **Судження** – це форма мислення, що розглядає зв'язок між предметом / явищем та його ознакою (не підлягає перевірці).
- **Оцінка** – спосіб встановлення значимості для конкретного суб'єкта (не підлягає перевірці).



ФАКТИ
Судження
Оцінки

- В результаті тренінгу були з'ясовано і засвоєно, що основними ознаками фейкової інформації є:
- шокуючий характер новини, потужна емоційність повідомлення;
 - відсутність посилання на будь-яке джерело;
 - узагальнене посилання/апелювання до авторитетів вагомих джерел (британські вчені, експерти ООН);
 - використання готових, аксіомічних, беззаперечних тверджень без надання аргументації («українці завжди не задоволені владою»);
 - конспірологічні версії («всесвітня змова», «від нас приховують інформацію»);
 - заклики до очевидного (абсолютно зрозуміло, очевидно);
 - «розмитість» трактувань, оцінок (більшою мірою, по суті, як правило).



Кібербулінг

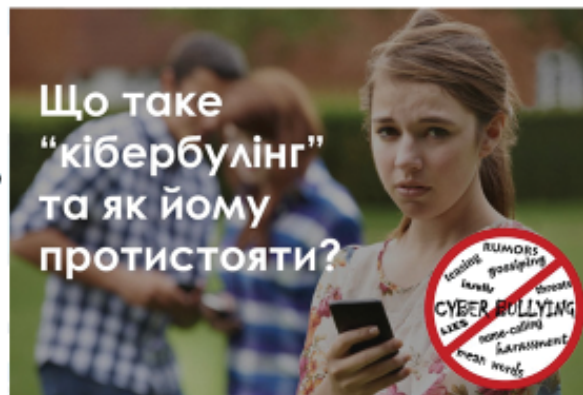
Мета заходу:

сприяння у формуванні знань про безпечний інформаційний простір, підвищення компетентності педагогів у сфері медіаграмотності (а саме, причин та наслідків кібербулінгу для особистості) в межах проєкту «Медіаграмотний HUB».

Основні завдання:

- + - усвідомлення важливості медіаграмотності як складової щоденного життя сучасної людини;
- + розширення знань учасників про поняття «кібербулінг», його найпоширеніші типи;
- + ознайомлення з психологічними портретами учасників кібербулінгу в соцмережах;
- + формування навичок безпечної поведінки в мережі інтернет;
- + формування у педагогів необхідної компетентності з питань медіа грамотності в межах тематики кібербулінгу;
- + розвиток навичок безпечної поведінки в соціальних мережах;
- + розуміння небезпеки негативних стереотипів, що можуть призвести до дискримінації особистості в соцмережах;
- + усвідомлення відповідальності за поширення інформації у соціальних медіа;
- + формування навичок критичного мислення у педагогів шляхом аналізу ситуацій неналежної поведінки в Мережі здобувачами освіти;
- + можливість практичного застосування набутих знань.

Кібербулінг — це новітня форма агресії, що передбачає жорстокі дії, щоб дошкулити, нашкодити, принизити людину з використанням інформаційно-комунікаційних засобів: мобільних телефонів, електронної пошти, соціальних мереж тощо.



Що таке «кібербулінг» та як йому протистояти?

НАЙПОШИРЕНІШІ ТИПИ КІБЕРБУЛІНГУ

- використання особистої інформації
- анонімні погрози
- переслідування
- тролінг
- флеймінг
- обмовлення або зведення наклепів
- хепіслепінг
- буліцид (загибель жертви внаслідок булінгу, який вважають злочином)

Анонімні погрози

Кіберхулігани анонімно надсилають листи на адресу електронної пошти своїм жертвам з повідомленнями погрозливого змісту. Іноді ці погрози носять образливий характер з вульгарними висловлюваннями та ненормативною лексикою, щоб психологічно тиснути на людину, принизити, змусити її страждати.



Основні правила та поради із подолання кібербулінгу

Не поспішай викидати свій негатив у кіберпростір

Створи власну онлайн-репутацію

Зберігай підтвердження фактів нападів

Ігноруй одиничний негатив

Блокуй агресорів

ТЕЛЕФОНИ ДОВІРИ! СТОП БУЛІНГ!

ДИТЯЧА ЛІНІЯ
116111 або 0 800 500 225 (з 12.00 до 16.00)

ГАРЯЧА ТЕЛЕФОННА ЛІНІЯ ЩОДО БУЛІНГУ
116 000

ГАРЯЧА ЛІНІЯ З ПИТАНЬ ЗАПОВІГАННЯ НАСИЛЬСТВУ
116 123 або 0 800 500 335

УПОВНОВАЖЕНИЙ ВЕРХОВНОЇ РАДИ З ПРАВ ЛЮДИНИ
0 800 50 17 20

УПОВНОВАЖЕНИЙ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ З ПРАВ ДИТИНИ
044 255 76 75

ЦЕНТР НАДАННЯ БЕЗОПЛАТНОЇ ПРАВОВОЇ ДОПОМОГИ
0 800 213 103

НАЦІОНАЛЬНА ПОЛІЦІЯ УКРАЇНИ 102

ЗУПИНИМО БУЛІНГ РАЗОМ!

У результаті ми підійшли до висновків,

що в соціальних мережах варто звертати увагу на:

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

Інформаційний простір

Мета заходу:

ознайомити учителів Орининської гімназії Хмельницької області із базовими поняттями, що стосуються особистого інформаційного простору, сприяти поширенню набутого досвіду в освітньому процесі у школах інтернатного типу, сформуванню уявлення про комфортний та безпечний інформаційний простір.

Основні завдання:

- + набути нових умінь і навичок, опанувати нові технології та проектувати їх на особисту професійну діяльність;
- + навчитися систематизувати інформацію, ефективно шукати та працювати з першоджерелами;
- + виробити навички аналізу критичного мислення та аналізу медіаповідомлень, застосовувати набуті вміння в навчальному процесі;
- + засвоїти основні правила перевірки інформації, використовуючи конкретні медіа;
- + розвивати навички розпізнавання клікбейту серед учнівської молоді;
- + навчитися розпізнавати віральний контент, розуміти, як він впливає на особисту свідомість та психологію учня.

ЩО ВАША СТОРІНКА У СОЦМЕРЕЖІ ЗНАЄ ПРО ВАС

Передивіться свої сторінки у соціальних мережах і проаналізуйте їх за такими параметрами:

- ✓ Чи є на сторінці або у її дописах інформація конфіденційного характеру, яку не повинні знати сторонні люди? Наприклад, фізична адреса, фото будинку, документи тощо;
- ✓ Чи є на сторінці записи, які могли би образити честь і гідність іншої людини? Чи є там мова ворожнечі?
- ✓ Чи надійний пароль у вашій сторінки?
- ✓ Чи є там інформація, яка могла би бути неправдивою, але ви перепостили її не подумавши, без перевірки?



ДО ВІДОМА: У своєму листі до Конгресу США (справа про передачу Cambridge Analytica даних мільйонів користувачів соцмережі Facebook 10-11 квітня 2018 року) компанія Фейсбук описала, яку інформацію її соцмережа збирає про користувачів. Конгрес США виклав цей список даних у відкритий доступ:


- рухи мишки на пристрої користувача;
- як часто й як довго людина взаємодіє з вкладкою соцмережі, чи відкрита вона у фоновому режимі;
- які додаткові плагіни встановлені у браузері користувача;
- метадані фотографій, включно з даними про місце і час зйомки світлин;
- встановлені на пристрої додатки;
- назви файлів, які зберігаються на пристрої, та їх типи;
- обсяг вільного місця на пристрої;
- рівень заряду батареї на пристрої;
- на Андроїд-пристроях соцмережа відстежує журнал дзвінків та історію смс;
- точки доступу Wi-Fi і стільникового зв'язку;
- контакти з адресної книги;
- налаштування та дозволи на пристрої;
- інформацію про інших користувачів, їх фотографії та як часто людина з ними взаємодіє;
- покупки, здійснені на інших сайтах;
- інформацію про інші пристрої в мережі, якщо до неї був підключений пристрій з Фейсбук.

Особистий інформаційний простір –

- це багаторівнева структура, що акумулює результати комунікаційної діяльності нідивіда, за допомогою конкретних компонентів системи інформації та зв'язку.


Стримувати емоції

- затримай дихання
- рахуй до 10
- не «шерь», якщо невпевнений,
- а краще взагалі не «шерь»




ЗАДАВАЙ ПИТАННЯ

Чому я бачу цю інформацію? Хто автор? Що це за ресурс?




ПЕРЕВІРЯЙ

Джерела, події, посилання, імена, існування людей, експертів



ВИКОРИСТОВУЙ РІЗНІ ЗАСОБИ ПЕРЕВІРКИ

Традиційні способи перевірки
цифрові інструменти
Соціальні мережі
Ви – «агент істини»!



Клікбейт

(англ. clickbait, від click «клацання» та bait «наживка»)

тенденція, за якою заголовки формулюються задля привернення уваги читачів, щоб змусити їх переходити за посиланням.

У заголовку:

- 🔍 завжди є інтрига, «гачок»;
- 🔍 використовується недомовленість на межі з дезінформацією;
- 🔍 часто є картинка, що контрастує із заголовком;
- 🔍 обіцянка прояснити зрада то чи перемога;
- 🔍 суть новини часто полягає в теорії змови.

«Нас оточують інформаційні простори. Коли ми отримуємо файл з нашого комп'ютера, ми переглядаємо інформаційний простір; коли ми використовуємо пошукову систему, ми ретельно аналізуємо інформаційний простір; і коли ми відвідуємо вебсайт, ми рухаємося через ще один інформаційний простір».

John Withrow. *Site diagrams: Mapping an Information Space*

Перевірка інформації (фактчекінг)

Здійснюється шляхом:

- Підтвердження інформації у відкритих джерелах;
- Свідків та свідчень;
- Запитів до офіційних органів;
- Запитів до експертів у спеціалізованих галузях на теми, які маніпулюються та на які розповсюджуються фейки в медіа (медицина, екологія, економіка, технології, наука тощо).
- аналізу ресурсів, які публікують неправдиву інформацію (сайтів, акаунтів у соціальних мережах);
- збору інформації про організації та авторів неправдивих повідомлень;
- аналізу фото- та відеоматеріалу.

Як сформувати власний комфортний інформаційний простір?

- Визначте і сформууйте власний варіант «цифрового раціону»;
- Позбавтеся звички безпричинно використовувати свій медіараціон;
- Опануйте надмірну емоційність;
- Дослідіть роботу медіа;
- Перевіряйте та аналізуйте інформацію;
- Розпізнавайте фото-/відеоманіпуляції.

У висновку ми розглядали поняття інформаційної бульбашки. Окрім того, вчителям було запропоновано пройти курс VeryVerified на платформі EdEra.

Безпека в мережі Інтернет

Мета заходу:

ознайомити аудиторію учасників вебінару з сучасними медіаважелями маніпулювання свідомістю та діями соціуму та допомогти їм опанувати навичками правильно розробленого алгоритму безпечної взаємодії в мережі.

Основні завдання:

- + компетентно аналізувати, та вміло оцінювати й використовувати друковані форми комунікації, кіно, радіо- та телепрограми, а також Інтернет;
- + вміти аналізувати й усвідомлювати інформацію, а також критично ставитися до неї; правильно працювати з нею, відмежовувати корисну від зайвої;
- + усвідомлено оцінювати медіа тексти, підтримувати критичну дистанцію щодо популярної культури та чинити спротив маніпуляціям;
- + переконати учасників в тому, що тотальне захоплення віртуальною комунікацією, а саме «просиджування» в соціальних мережах, позбавляє їх можливості власного особистісного розвитку і вдосконалення;
- + розрізняти та визначати подробиці/фальшиві профілі (ботів), створені для збирання інформації, провокацій, поширення різних меседжів;
- + навчити визначати межі своєї конфіденційності у соцмережах, а також визначати власний рівень медійної залежності;
- + вміння відрізняти факти від суджень;
- + визначити важелі боротьби з Інтернет-залежністю учнів.

Теорія поколінь



американських вчених Нейла Хоува (Neil Howe) та Вільяма Штрауса (William Strauss) (1991 р.)



- Покоління переможців або G1
(приблизно 1901- 1922 року народження);
- Мовчазне покоління
(приблизно 1923 – 1942 року народження);
- "Бєбі-бумери"
(приблизно 1945 – 1963 року народження)
- Покоління X
(приблизно 1961 – 1981 року народження)
- Покоління Y або міленіали
(приблизно 1982 – 2004 року народження)
- Покоління Z
(приблизні роки народження з 2005 по теперішній час)



Теорія поколінь покоління Z



«Z» - інші!

- Встигають все і скрізь (гуртки, секції, YouTube).
- Можуть взаємодіяти з різними людьми, не зважаючи на їх релігійну приналежність і колір шкіри.
- Прагнуть виділитися і відмовляються від непрактичних речей.
- Досить швидко працюють і обробляють інформацію (покоління лайків та посилань).
- Не люблять довго концентруватися (віддають перевагу один раз побачити, аніж сто разів почути чи прочитати про це).

Інформаційна безпека в мережі Інтернет

Форми роботи з учителями:

- + семінари;
- + вебінари;
- + майстеркласи;
- + круглі столи тощо.

Форми роботи з учнями:

- **початкові класи (2-4 клас)** – казки, ігри, бесіди;
- **середні класи (5-9 клас)** – бесіди, рольові ігри, диспути, тренінги;
- **старші класи (10-11 клас)** – проекти, стіннівки, участь в акціях, конкурсах.

Форми роботи з батьками:

- + виступи на батьківських зборах;
- + індивідуальні бесіди;
- + інформація на сайті ЗЗСО;
- + зустрічі з фахівцями;
- + семінарські заняття тощо.

Кому належать українські медіа

КАНАЛ	ВЛАСНИК(И)
UA: Перший	З 2017 року – Суспільне телебачення
Інтер (НТН, К1, К2, Enter film, MTV) - UA Inter Media Group	Дмитро Фірташ, Сергій Львовчкін, Валерій Хорошковський, Світлана Плужнікова
1+1 (ТЕТ, 2+2)	Ігор Коломойський, Ігор Суркіс
Україна (Football 1, Football 2)	Рінат Ахметов
5 канал	Петро Порошенко
112	Офіційний власник – громадянин Німеччини Едуард Катц, колишній власник – Андрій Подшипніков, ймовірний власник – Віктор Медведчук (???)
СТБ, Новий канал, ICTV	Віктор Пінчук, Олена Пінчук
Громадське TV	Суспільна ініціатива, спільний проєкт українських журналістів
24 канал, Football24	Катерина Садова-Кіт, Оксана Андрейко, Роман Андрейко (Андрій Садовий -?)
Espresso TV	Іван Жеваго, Микола Княжицький, Лариса Княжицька
Прямий	Володимир Макеєнко (з лютого 2021 – Петро Порошенко)
NewsOne	Євген Мураєв, Вадим Рабінович , депутат від «Опозиційного блоку», близький до Віктора Медведчука – Тарас Козак
zik	Тарас Козак

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

Медіа в Україні – не бізнесові, а **політичні** проєкти.
Кінцева мета – не прибуток, а **ВПЛИВ!**

Можливості розвитку цифрової грамотності суб'єктів освітнього процесу

Онлайн-платформа цифрової грамотності «Дія. Цифрова освіта»

ОСВІТНІ СЕРІАЛИ.

З цифровими навичками ви зможете ефективно та безпечно застосовувати технології в роботі та навчанні, для професійного та особистісного розвитку.



Висновки

В результаті було підведено учасників до таких висновків:

1. Будь-яку сторінку в соц.мережі слід аналізувати за такими параметрами:

- Чи є на сторінці або в особистих дописах інформація конфіденційного характеру, яку не повинні знати сторонні люди? Наприклад, фізична адреса, фото будинку, документи тощо;
- Чи є на сторінці записи, які могли б образити честь і гідність іншої людини? Чи є там мова ворожнечі?
- Чи надійний пароль у вашій сторінки?
- Чи є там інформація, яка могла би бути неправдивою, але ви перепостили її без перевірки?

2. Основними ознаками сторінки-бота є:

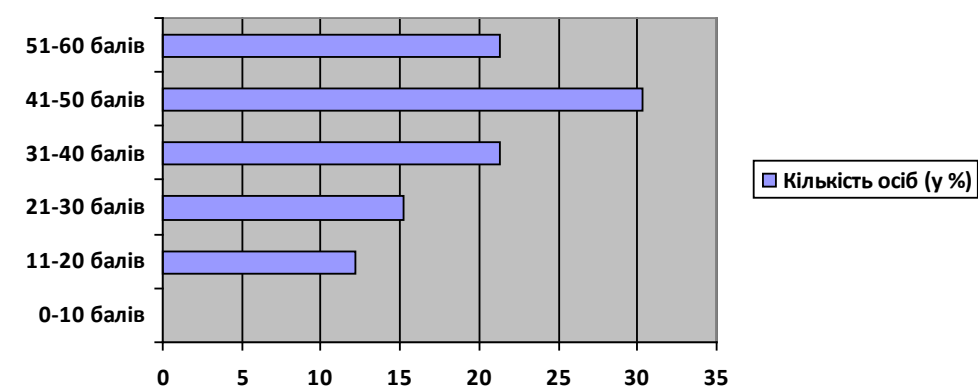
- Немає фотографії профілю або вона фейкова;
- «Позичене» або вигадане ім'я / псевдонім;
- Немає особистих фотографій та відео;
- Не вказані/майже не вказані родичі, місце навчання, проживання, чекіни;
- Майже немає друзів, а ті, які є, – або публічні особи, або теж схожі на ботів;
- Не відповідає на приватні повідомлення;
- Немає власних публікацій на сторінці, а є лише перепости чужих записів.

Результати тренінгової роботи:

Для розуміння ефективності чи не ефективності проведеної роботи, і учням, і вчителям було запропоновано пройти тестування за тими ж критеріями, що і до початку тренінгів. Результати тестування за визначеними критеріями були такі:

Вчителі

0-10 балів – 0 осіб (0%), **11-20 балів** – 4 особи (12,2%), **21-30 балів** – 5 осіб (15,2%), **31-40 балів** – 7 осіб (21,3%), **41-50 балів** – 10 осіб (30,3%), **51-60 балів** – 7 осіб (21,3%) (Діагр.3).

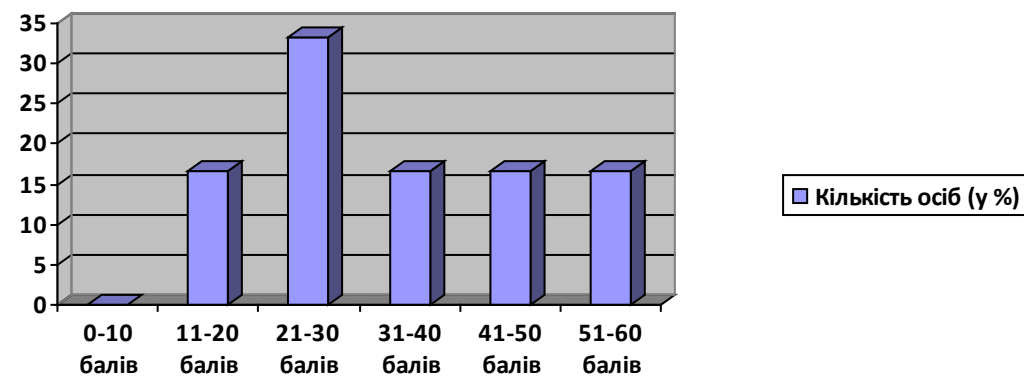


Діаграма 3. Результати вхідного тестування учителів

За тими ж критеріями були протестовані діти. Результати були такі:

Діти

0-10 балів – 0 осіб (0%), **11-20 балів** – 2 особи (16,7 %), **21-30 балів** – 4 особи (33,2%), **31-40 балів** – 2 особи (16,7%), **41-50 балів** – 2 осіб (16,7 %), **51-60 балів** – 2 осіб (16,7 %) (див. Діаграма 4).



Діаграма 4. Результати вхідного тестування дітей

Порівняння результатів вхідного і вихідного тестування дають можливість говорити про успішність експериментального дослідження.

Окрім того, у підсумковому тестуванні для дітей була стрічка (необов'язкова до заповнення), де потрібно було написати зміни у власному житті після тренінгів (якщо такі були).

«А можна нашим батькам сказати, щоб наші фотки не постили, бо потім однокласники сміються»
(Оля Л., 13 р.)

«А мені було дуже цікаво. Я тепер знаю, що нікуди не піду з тим хлопцем, який в мене в друзях в інстаграмі. Бо він стрьомний якийсь».
(Таня К., 14 р.)

«Я сказав мамі, що мене запросив мій друг з Кам'янця-Подільського у гості. Мама махнула рукою, але вона була п'яна. І сказала, що я можу робити, що хоч. А вранці, коли п'яна не була, то спитала, що це за друг, і звідки я його знаю. Коли я сказав, що познайомився в інтернеті, мама сказала, що не пустить мене нікуди, бо мені можуть нашкодити. Знаєте, мене мама любить, коли не п'яна. А можна маму навчити бути не п'яною постійно?»
(Діма Д., 13 р.)

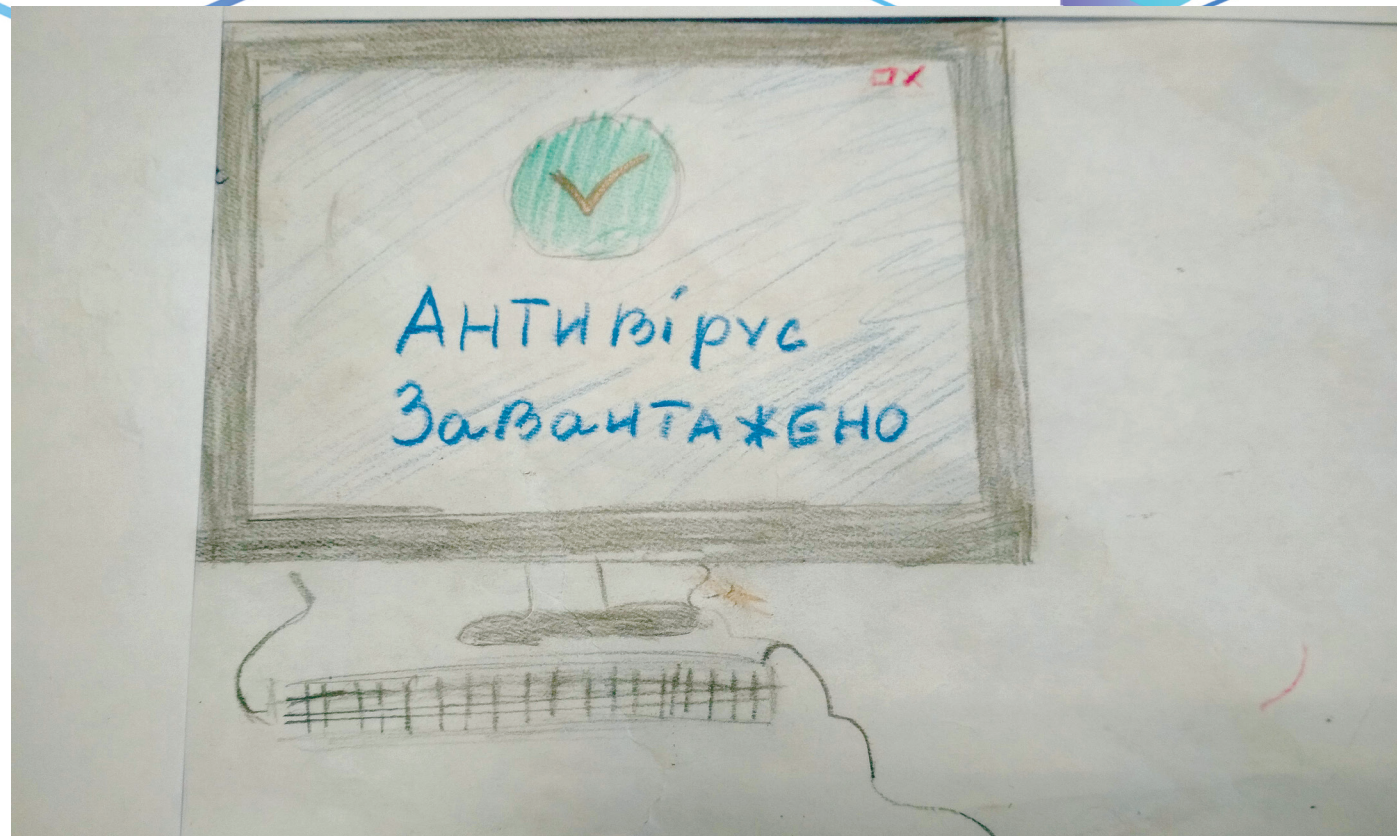
Малюнки учнів Орининської гімназії Хмельницької області



Валентина Завадська, Ілона Завадська



Мар'яна Ковальчук



Юрій Стасишен



Ангеліна Стоянович



Дмитро Каніцький



НОТАТКИ

A large rectangular area filled with a light blue dotted grid pattern, intended for taking notes.





ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНАЙ:
інфо-медійна грамотність