

*Проект 2021.01/0021*

*«Формування критичного мислення громадян як чинник безпеки в умовах збройного насилля та інформаційної агресії на Сході України»*

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА  
ТРЕНІНГУ  
З ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ОСОБИСТОСТІ**

*для педагогічних та науково-педагогічних працівників,  
здобувачів освіти, населення*

**Електронне мережеве видання**

**Полтава  
ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»  
2024**

УДК 37(073)

**Н15    Навчальна програма тренінгу з інформаційної безпеки особистості для педагогічних та науково-педагогічних працівників, здобувачів освіти, населення / уклад. Курило В.С., Караман О.Л. Полтава : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2024. 44 с.**

Підготовлено в рамках проєкту 2021.01/0021 «Формування критичного мислення громадян як чинник безпеки в умовах збройного насилля та інформаційної агресії на Сході України»

Навчальна програма тренінгового заняття з інформаційної безпеки особистості для педагогічних та науково-педагогічних працівників, здобувачів освіти, населення спрямована формування критичного мислення громадян як чинника безпеки в умовах збройного насилля та інформаційної агресії.

Призначена для організації формальної та неформальної освіти педагогічних (науково-педагогічних) працівників, здобувачів освіти, населення.

Затверджено Вченою радою ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка» (протокол №4 від 24 жовтня 2024 року)

УДК 37(073)

© ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2024

## ПРОГРАМА ТРЕНІНГУ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ОСОБИСТОСТІ

Час	ЗМІСТ
	Реєстрація учасників
30 хв.	<i>Відкриття заходу. Представлення програми та завдань навчального тренінгу. Знайомство.</i>
1 год. 45 хв.	Ми у світі інформації: за і проти. Ефективні засоби роботи з інформацією: що я про це знаю?
	<i>Перерва</i>
45 хв.	«Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)». Критичне мислення та медіаграмотність: чого ми не знаємо?
	<i>Обід</i>
1 год. 30 хв.	Робота з інформацією: яка вона?
	<i>Перерва</i>
45 хв.	Правила інформаційної безпеки
30 хв.	<i>Підбиття підсумків</i>

**Мета тренінгу:** посилити потенціал здобувачів освіти шляхом практичного застосування навичок критичного мислення та медіаграмотності для інформаційної безпеки особистості.

### **Завдання тренінгу:**

- актуалізувати в учасників знання про критичне мислення та медіаграмотність;
- дати учасникам основні уявлення щодо інформаційної безпеки особистості;
- удосконалити знання, уміння й навички щодо використання критичного мислення та медіаграмотності з метою посилення інформаційної безпеки особистості;
- практично впровадити набуті знання, уміння й навички в процесі роботи з інформацією (на прикладі соціальної мережі Facebook, стрічок новин в мережі інтернет та ін.);
- розробити правила щодо інформаційної безпеки особистості.

## Навчальний план тренінгового заняття з інформаційної безпеки особистості

Тема	Тривалість	Зміст роботи	Необхідні матеріали
Відкриття заходу. Представлення програми та завдань навчального тренінгу. Знайомство	5 хв.	Привітання. Презентація змісту програми навчання	Плакат
	10 хв.	Знайомство.	Бейджі, маркери, аркуші паперу
	15 хв.	Правила роботи. Очікування.	Фліпчарт з аркушами, маркери
Ми у світі інформації: за і проти. Ефективні засоби роботи з інформацією: що я про це знаю?	10 хв.	Робота в групах «Ми у світі інформації: за і проти»	Кольоровий папір, аркуші для фліпчарту, маркери
	5 хв.	Мозковий штурм: «Інформація, яка вона буває?»	Фліпчарт з аркушами, маркери
	15 хв	Робота в групах SWOT-аналіз «Світ інформації» (S (сильні сторони) W (слабкі сторони) O (можливості) T (загрози))	аркуші для фліпчарту, маркери
	5 хв.	Перегляд мультфільму «Літаючі пінгвіни» (BBC). Обговорення мультфільму	Мультфільм
	10 хв.	Робота в групах: «Інформаційне повідомлення щодо ліквідування міст Сєвєродонецьк, Лисичанськ, Рубіжне»	аркуші для фліпчарту, маркери, інформація
	10 хв.	Індивідуальна робота: таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?»	аркуші для фліпчарту, маркери
	10 хв.	Індивідуальна робота: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»	аркуші для фліпчарту, маркери

Тема	Тривалість	Зміст роботи	Необхідні матеріали
Ми у світі інформації: за і проти. Ефективні засоби роботи з інформацією: що я про це знаю?	10 хв.	Робота в групах: порівняльна таблиця «Критичне мислення та медіаграмотність: спільне і відмінне»	аркуші для фліпчарту, маркери
	15 хв.	Індивідуальна робота з текстом «Медіаграмотність: яка вона і для чого?»	аркуші для фліпчарту, маркери, роздрукований текст з інформацією про медіаграмотність
	15 хв.	Робота в групах таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?» Робота в групах: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»	аркуші для фліпчарту, маркери
«Сепульки сепулькарії (автори: ЛОУНБ)»	5 хв.	Анкетування «На скільки я дотримуюсь інформаційної безпеки»	Анкети, аркуші, ручки
	10 хв.	Індивідуальна робота з маркуванням тексту «Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)»	Роздрукований текст, олівці
	15 хв.	Робота в групах: «Слабкі місця в моїй інформаційній безпеці: у чому їх причина?»	аркуші для фліпчарту, маркери
	15 хв.	Робота в групах: SWOT-аналіз «Світ інформації» (S (сильні сторони) W (слабкі сторони) O (можливості) T (загрози)) (доповнення та	аркуші для фліпчарту, маркери

Тема	Тривалість	Зміст роботи	Необхідні матеріали
		уточнення інформації)	
Робота з інформацією: яка вона?	10 хв.	Робота в групах. Ментальна карта: «Де я живу в інформаційному світі?»	аркуші для фліпчарту, маркери
	15 хв.	Міні-лекція: «Шляхи унебезпечення себе в інформаційному світі»	презентація
	15 хв.	Робота в групах: «Розробка системи дій для безпечної роботи з інформацією»	аркуші для фліпчарту, маркери
	15 хв.	Робота в групах: «Стрічка новин: де ховаються загрози?»	аркуші для фліпчарту, маркери
	10 хв.	Індивідуальна робота зі сторінками в соцмережі: «Що мене вразило?»	Доступ до мережі інтернет
	25 хв.	Робота в групах: «Застосування системи дій для безпечної роботи з інформацією»	
Правила інформаційної безпеки	30 хв.	Робота в групах: «Правила інформаційної безпеки»	Аркуші для фліпчарту, маркери
	15 хв.	Есе «Що я можу зробити для власної інформаційної безпеки»	Аркуші паперу, ручки
Підбиття підсумків	30 хв	Рефлексія дня: 1) робота в групах Робота в групах таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?» Робота в групах: таблиця «ЗХД» «Що таке	Аркуші для фліпчарту, маркери, вихідна анкета

Тема	Тривалість	Зміст роботи	Необхідні матеріали
		медіаграмотність?»; 2) обговорення результатів. Заповнення анкети	

**Відкриття заходу. Представлення програми та завдань навчального тренінгу. Знайомство.**



**Загальна тривалість: 30 хв.**

**План заняття:**

№ з/п	Хід заняття	Час
1.	Привітання учасників. Презентація змісту програми	5 хв
2.	Знайомство	10 хв.
3.	Визначення очікувань та побоювань. Правила роботи в групі	15 хв.

**Хід проведення занять**

***Привітання учасників, презентація змісту програми навчання***



**5 хв.**

**Мета:** ознайомити учасників з метою та завданнями тренінгу  
**Ресурси:** плакат, бейджі, маркери, фліпчарт, маркери, аркуші паперу

**Хід проведення:**

Тренер вітає учасників та представляє мету та завдання тренінгу з використанням плакату.

**Слово тренера**

Шановні учасники тренінгу, сьогодні на навчання запрошені представники молодого покоління нашої держави, на які ми покладаємо надії щодо розбудови України! Це буде не просте завдання, адже до ваших рук країна потрапляє у доволі складному стані і ви будете стикатись з різними труднощами: економічними, політичними та іншими. Крім того, ви – покоління інформаційного світу, ви живете в цьому світі, і маєте знати, як у цьому світі жити безпечно.

Інформаційний світ здається цікавим і безпечним, у нього багато

цікавого і розважального контенту, безумовно є багато інформації, яка допомагає нам під час навчання. Але чи замислювались ви над тим, чи завжди це безпечно? Які цей світ може нести загрози і небезпеки? Як їх уникнути?

Наше навчання передбачає актуалізацію і формування необхідних знань про ефективні засоби безпечної роботи з інформацією – критичне мислення та медіаграмотність. Цей тренінговий день є короткою версією тренінгової програми з формування інформаційної безпеки та критичного мислення особистості, яка передбачає формування необхідних знань та умінь. Тому сьогодні ми лише оглядово розглянемо основні аспекти інформаційної безпеки особистості.

Перед нами, як перед учасниками тренінгу, стоять такі завдання:

- актуалізувати знання про критичне мислення та медіаграмотність;
- отримати уявлення щодо інформаційної безпеки особистості;
- удосконалити знання, уміння й навички щодо використання критичного мислення та медіаграмотності з метою посилення інформаційної безпеки особистості;
- практично впровадити набуті знання, уміння й навички в процесі роботи з інформацією (на прикладі соцмережі Facebook, стрічок новин в мережі інтернет та ін.);
- розробити правила щодо інформаційної безпеки особистості.

## **Вправа «Знайомство»**



10 хв.

**Мета:** познайомити учасників між собою; створити комфортну атмосферу в групі; налаштувати учасників на обговорення проблем інформаційної безпеки особистості

**Ресурси:** бейджі, маркери, аркуші паперу, фліпчарт з аркушами

### **Хід проведення:**

Тренер пропонує учасникам написати на підготовленому аркуші паперу написати ім'я, яке можна звертатися, вставити цей аркуш у бейдж і прикріпити його собі.

Потім проходить знайомство, учасникам пропонується назвати:

1. Ім'я, на яке можна звертатися.
2. Місце навчання (спеціальність, курс/клас).
3. Назвати найбільш улюблену соціальну мережу.

### **До уваги тренера**

Тренер на аркуші фліпчарту записує ті мережі, якими користуються учасники й розміщує його на видному місці.



## Слова тренера

Ми створили список найбільш використовуваних соціальних мереж і спробуємо сьогодні перевірити наскільки вони є інформаційно безпечними, і знайти шляхи унебезпечити себе та своїх близьких від певних загроз.

## **Визначення очікувань та побоювань. Правила роботи в групі**



15 хв.

**Мета:** дати учасникам висловити очікування та побоювання щодо участі в тренінгу; створити комфортну атмосферу в групі; налаштувати учасників на обговорення проблем інформаційної безпеки особистості; спільно з учасниками розробити правила роботи в групі під час тренінгу

**Ресурси:** фліпчарт з аркушами, маркери, аркуші паперу, ручки/олівці.

### **Хід проведення:**

1. Тренер пропонує учасникам написати на аркуші або висловити побоювання щодо участі та роботи під час тренінгу.

## До уваги тренера

Тренер на аркуші фліпчарту записує всі висловлені та записані побоювання, потім намагається узагальнити та запропонувати правила поведінки під час тренінгу.

## Слова тренера

Ми створили список наших найбільших побоювань, давайте розробимо правила поведінки для всіх під час тренінгу, які допоможуть нам працювати максимально комфортно.

2. Тренер пропонує учасникам написати на аркуші паперу свої очікування від тренінгу.

## Слова тренера

Ви знаєте про що сьогодні буде тренінг – інформаційну безпеку. Запишіть на аркуші паперу чого ви від нього чекаєте. І приберіть на край столу.

## До уваги тренера

До записаних очікувань необхідно буде повернутись під час підведення підсумків.

### Тема 1. Ми у світі інформації: за і проти. Ефективні засоби роботи з інформацією: що я про це знаю?



1 год.  
45 хв.

**Мета:** допомогти учасникам усвідомити, що ми всі живемо у світі інформації; зрозуміти, що інформація буває різною; актуалізувати знання про критичне мислення та медіаграмотність.

**Ресурси:** кольоровий папір, фліпчарт з аркушами, маркери, аркуші паперу, ручки/ олівці.

#### План заняття:

№ з/п	Хід заняття	Час
1.	Робота в групах «Ми у світі інформації: за і проти»	10 хв
2.	Мозковий штурм: «Інформація, яка вона буває?»	5 хв.
3.	Робота в групах SWOT-аналіз «Світ інформації» (S (сильні сторони) W (слабкі сторони) O (можливості) T (загрози))	15 хв.
4.	Перегляд іфдеоороликуу «Літаючі пінгвіни» (BBC) Обговорення мультфільму	5 хв.
5.	Робота в групах: «Інформаційне повідомлення щодо ліквідування міст Сєвєродонецьк, Лисичанськ, Рубіжне»	10 хв.
6.	Індивідуальна робота: таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?»	10 хв.
7.	Індивідуальна робота: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»	10 хв.
8.	Робота в групах: порівняльна таблиця «Критичне мислення та медіаграмотність: спільне і відмінне»	10 хв.
9.	Індивідуальна робота з текстом «Медіаграмотність: яка вона і для чого?»	15 хв.
10.	Робота в групах таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?». Робота в групах: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»	15 хв.

## Хід проведення занять

### Робота в групах «Ми у світі інформації: за і проти»

---



10 хв.

**Мета:** актуалізувати існуючі знання інформацію, її позитивні і негативні сторони

#### Хід проведення:

Тренер шляхом випадкового вибору (за допомогою кольорових карток) ділить учасників тренінгу на малі групи (до 5 осіб) і пропонує учасникам записати на аркуші паперу аргументи «за» і «проти» життя в інформаційному світі. Після запису учасник з кожної групи презентує результати роботи.

#### До уваги тренера

Попередити учасників про обмеження виконання вправи в часі (до 5 хв.).

Слідкувати за часом, з урахуванням презентації матеріалів після запису позицій на аркуші.

Пропонує учасникам інших груп помічати спільні позиції.

Робить узагальнення щодо висловлених аргументів «за» і «проти» життя в інформаційному світі.

Підводить до висновку, що життя в інформаційному світі має свої переваги, але й недоліки.

### Мозковий штурм: «Інформація, яка вона буває?»

---



5 хв.

**Мета:** визначити й продемонструвати різноманітність інформації  
**Ресурси:** фліпчарт з аркушами, маркери.

#### Хід проведення:

Тренер пропонує учасникам назвати слова, які характеризують інформацію і записує їх на фліпчарті.

#### До уваги тренера

Тренер записує всі пропозиції на фліпчарті.

Узагальнює всі позиції. Робить висновок про різноманітність інформації. Використовує результати під час укладання правил та підведення підсумків.

## Робота в групах SWOT-аналіз «Світ інформації» (S (сильні сторони) W (слабкі сторони) O (можливості) T (загрози))



15 хв.

**Мета:** зробити SWOT-аналіз інформації: визначити сильні, слабкі сторони, можливості й загрози інформації; розкрити інформацію з різних боків

**Ресурси:** фліпчарт з аркушами, маркери, аркуші для фліпчарту, ручки/ олівці.

### Хід проведення:

Тренер об'єднує учасників у малі групи. Пояснює, що таке SWOT-аналіз. Пропонує кожній групі заповнити таблицю SWOT-аналізу «Світ інформації». Завдання груп: обговорити сильні і слабкі сторони інформації, можливості і загрози, які вона несе, і заповнити відповідну таблицю:

S (сильні сторони)	O (можливості)
W (слабкі сторони)	T (загрози)

Після виконання представник кожної групи вписує позиції на фліпчарті на спільній таблиці.

### Слова тренера

Зараз ми з вами здійсимо SWOT-аналіз інформації. Що це таке? SWOT-аналіз – це метод стратегічного планування, який полягає у виявленні факторів внутрішнього й зовнішнього середовища й розподіл їх на чотири категорії:

- Strengths (сильні сторони),
- Weaknesses (слабкі сторони),
- Opportunities (можливості),
- Threats (загрози).

Поміркуйте, які сильні і слабкі сторони, а також можливості й загрози може нести інформація для людини.

Ми працюватимемо в малих групах. У вас є роздрукована таблиця. Заповніть її групою. На виконання цього завдання у вас 10 хвилин.

### До уваги тренера

Тренер має проаналізувати загальну таблицю і підвести до висновку, що інформація може мати сильні і слабкі сторони, відкриває нові можливості й несе певні загрози для особистості. Тому варто бути обізнаним щодо роботи з інформацією.

Продовження роботи над SWOT-аналізом під час теми 2.

### **Перегляд відеоролику «Літаючі пінгвіни» (BBC). Обговорення мультфільму**



15 хв.

**Мета:** розкрити інформацію з різних боків

**Ресурси:** відеоролик.

#### **Хід проведення:**

Тренер пропонує переглянути відеоролик. Після перегляду обговорити, яке враження він справив. Чому?

### Слова тренера

#### До перегляду відеоролику:

Зараз ми переглянемо відеоролик відомої компанії BBC – це британська компанія суспільного телерадіомовлення, найбільша така компанія у світі. Мабуть, ви бачили багато її продукції, це і відомі документальні фільми про тварин, новини, серіали тощо.

Як ви думаєте про що буде відеоролик?

Відеоролик називається «Літаючі пінгвіни».

А після того, як ви дізнались назву чи змінилися ваші уявлення про зміст відеоролика? Чому?

Під час перегляду, зверніть увагу, яке враження він на вас справив.

#### Після перегляду мультфільму:

Яке враження справив на вас відеоролик?

Це був відеоролик-жарт? Чому?

А як зміниться ваше ставлення, коли я скажу, що цей ролик вийшов 1 квітня?

Що вплинуло на ваше сприйняття цього ролику як жарту?

### До уваги тренера

Тренер має підвести до висновку, що на сприйняття інформації впливає багато факторів: назва контенту, автор, дата виходу, зміст, наявні знання, досвід тощо.

## ***Робота в групах. Вправа «Робота з інформацією»: «Інформаційне повідомлення щодо ліквідування міст Северодонецьк, Лисичанськ, Рубіжне»***



15 хв.

**Мета:** продемонструвати маніпулювання фактами в інформаційному повідомленні на прикладі тексту регіональної спрямованості; визначити ступінь володіння засобами безпечної роботи з інформацією

**Ресурси:** інформація з мережі Facebook «Інформаційне повідомлення щодо ліквідування міст Северодонецьк, Лисичанськ, Рубіжне»

### **Хід проведення:**

Тренер пропонує учасникам познайомитись з інформацією з мережі Facebook «Інформаційне повідомлення щодо ліквідування міст Северодонецьк, Лисичанськ, Рубіжне» і визначити достовірність інформації.

### **Слова тренера**

Зараз пропонуємо познайомитись з інформаційним повідомленням з мережі Facebook «Інформаційне повідомлення щодо ліквідування міст Северодонецьк, Лисичанськ, Рубіжне». Визначити на скільки ця інформація є достовірною Як ви думаєте про що буде відеоролик?

### **До уваги тренера**

Під час роботи тренер має звернути увагу на ступінь володіння учасниками засобами безпечної роботи з інформацією.

Тренер має звернути увагу на назву контенту, автора, дату виходу, змісту, наявні знання, власний досвід учасників тощо.

### **Текст для роботи:**

[www.facebook.com > ia.polit.ekstaz > posts](http://www.facebook.com/ia.polit.ekstaz/posts)

«Парламент має намір заснувати новий адміністративний центр Луганської області.

Міста Северодонецьк, Лисичанськ і Рубіжне скасовуються.

До Верховної Ради внесено законопроект про ліквідацію Северодонецька, Лисичанська та Рубіжного та створенні шляхом їх об'єднання нового міста, з яким планується присвоїти статус обласного центру.

Згідно із законопроектом назву нового міста – Тріополіс-на-Дінці. У

його складі буде три райони: Лисичанський, Северодонецький і Рубіжанський.

У зв'язку з наміченою реорганізацією Кабмін запропонував губернатору Гайдаю відмовитися від проекту запуску тролейбуса між цими містами, а замість нього – побудувати метро, яке зв'яже всі три райони обласного центру. Під цю справу Кабмін виділить 21 млрд грн.

Крім того, 5,9 млрд область отримає для будівництва аеропорту та річкового вокзалу, і ще 12 млрд грн – під запуск швидкісного (350 км / год) поїзда типу «Гіперлуп», який за якихось 2,5 години доставить жителів області до Києва.

З більш дрібних, але, безумовно, важливих проєктів виділимо зведення найбільшого в країні аквапарку, відкриття цирку і зоопарку, планетарію і ботанічного саду.

За інформацією ІА «ПолітЕкстаз», ряд народних депутатів від Луганщини вже висловили свої зауваження до цього законопроекту.

Так, група Сергія Шахова наполягає, щоб новий обласний центр отримав ім'я Стахановград, а представник Лисичанська Сергій Дунаєв і Юрій Бойко лобюють назву Нові Лиски. Рубіжанський міськрада вважає, що новий адмінцентр повинен називатися Дике поле (данина історії, так би мовити).

Найоригінальнішим, на наш погляд, виявився нардеп Максим Ткаченко, який запропонував ім'я Байбакожополь (по аналогії з Крижополем, мабуть, де недавно він гастролював).

А яка назва вам до душі, дорогі читачі? Пишіть, пліз, в коментарях».

### ***Індивідуальна робота: таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?»***



10 хв.

**Мета:** визначити ступінь володіння засобами безпечної роботи з інформацією, зокрема знаннями про критичне мислення.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери.

#### **Хід проведення:**

Тренер пропонує учасникам заповнити таблицю «ЗХД» «Що таке критичне мислення?»:

**Таблиця «ЗХД»: «Що таке критичне мислення?»**

<b>Знаю</b>	<b>Хочу дізнатись</b>	<b>Дізнався</b>

### Слова тренера

Ми вже згадували сьогодні про критичне мислення. Останнім часом ви, мабуть, часто чуєте це словосполучення: «критичне мислення», а можливо й щось знаєте про нього. Заповніть першу і другу колонку таблиці, а третю ми заповнимо наприкінці нашого тренінгу.

### До уваги тренера

Необхідно обмежити термін виконання й обговорити результати.

Таблицю заповнити наприкінці тренінгу.

Інформацію треба використати під час вправи: заповнення таблиці «Критичне мислення і медіаграмотність: спільне і відмінне».

Таблицю треба використати під час вивчення Теми 2: «Робота в групах таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?»».

Робота в групах: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»».

### ***Індивідуальна робота: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»***



10 хв.

**Мета:** визначити ступінь володіння засобами безпечної роботи з інформацією, зокрема знаннями про медіаграмотність.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери.

### **Хід проведення:**

Тренер пропонує учасникам заповнити таблицю «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»»:

**Таблиця «ЗХД»: «Що таке медіаграмотність?»**

<b>Знаю</b>	<b>Хочу дізнатись</b>	<b>Дізнався</b>

### Слова тренера

Також ми згадували сьогодні про медіаграмотність. Заповніть також першу і другу колонку таблиці, а третю ми заповнимо наприкінці нашого тренінгу.



### До уваги тренера

Необхідно обмежити термін виконання й передбачити час на обговорення результатів.

Таблицю заповнити наприкінці тренінгу.

Інформацію треба використати під час наступної вправи: заповнення таблиці «Критичне мислення і медіаграмотність: спільне і відмінне».

Таблицю треба використати під час вивчення Теми 2: «Робота в групах таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?». Робота в групах: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»».

### ***Робота в групах: порівняльна таблиця «Критичне мислення та медіаграмотність: спільне і відмінне»***



10 хв.

**Мета:** уточнити й порівняти інформацію про основні знання про критичне мислення та медіаграмотність під час роботи з інформацією.

**Ресурси:** аркуші паперу, таблиці для порівняння понять.

#### **Хід проведення:**

Тренер пропонує учасникам, спираючись на існуючі знання, у групах заповнити порівняльну таблицю:

Критичне мислення		Медіаграмотність	
<i>Відмінне</i>	<i>Спільне</i>	<i>Відмінне</i>	<i>Спільне</i>

### Слова тренера

Ви вже пригадали все про критичне мислення й медіаграмотність. У групах визначте спільні й відмінні ознаки цих понять. А після виконання презентуйте матеріали.

### До уваги тренера

Необхідно обмежити термін виконання й передбачити час на обговорення результатів.

Тренер підводить до висновку, що критичне мислення мають як відмінні так і спільні ознаки.

## **Індивідуальна робота з маркуванням тексту «Медіаграмотність: яка вона і для чого?»**



**15 хв.**

**Мета:** надати учасникам тренінгу основну інформацію про медіаграмотність і її застосування під час роботи з інформацією.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, роздрукований текст з інформацією про медіаграмотність.

### **До уваги тренера**

На початку роботи над темою 2 треба змінити склад груп.

### **Хід проведення:**

Тренер пропонує попрацювати з текстом «Медіаграмотність: яка вона і для чого?».

### **Слова тренера**

Шановні учасники, познайомтесь з основними позиціями щодо критичного мислення. Під час читання тексту зробіть позначки як у попередньому тексті.

На роботу з текстом у вас буде 10 хв.

### **Текст для роботи:**

#### **«Медіаграмотність: яка вона і для чого?»**

Сучасний світ по праву називають світом масових комунікацій і підрастаюче покоління все частіше називають «медійним». І хоча ступінь поінформованості про різні засоби масової комунікації залежить від безлічі факторів, основними з яких є вік, наявність медійних засобів та ін., інтерес, що проявляється до медіа, незмінно зростає, а вільний час більшості сьогоденних дітей тісно пов'язаний саме із засобами масової комунікації.

Медіа (засоби масової комунікації) – це засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну її між автором і масовою аудиторією.

Існують різні класифікації медіа. Вони визначаються від критеріїв, які покладені в його основу: за участю аналізатора (візуальні (друк, малюнок, комп'ютерна графіка), аудійні (звукові) (звукозапис), аудіовізуальні (кінематограф, телебачення, відео, Інтернет), за типом основного засобу

медіа (преса, радіо, кіно, телебачення, відео, комп'ютерні мережі та ін.), за каналом сприйняття (аудіо, відео, аудіовізуальні, знакові – текстові, графічні), за місцем використання (індивідуальне, групове, масове, домашнє, робоче, транспортне та ін.), за змістом інформації, напрямку соціалізації (ідеологічне, політичне, морально-виховне, пізнавально-навчальне, естетичне, екологічне, економічне), за функціями та цілями використання (одержання інформації, освіта, спілкування, розв'язання проблем, розвага, соціальне управління), за результатом впливу на особистість (розвиток світогляду, самопізнання, самовиховання, самонавчання, самоствердження, самовизначення, регуляція стану, соціалізація).

Однак всі види медіа передають аудиторії інформацію за допомогою медіатекстів – повідомлень, викладених в будь-якому вигляді і жанрі медіа. Спілкування з медіа спричиняє на кожного з нас певний медіавплив – у сфері освіти і виховання, розвитку свідомості, формування поведінки, поглядів, реакцій, відгуків, поширення інформації та ін.

Медіаграмотність містить у собі такі здатності та можливості:

### **1. Здатність до упередженості і стереотипів у ЗМІ, тобто здатність бачити відмінності між насильством у ЗМІ і реальним світом.**

Численні дослідження показують, що під впливом комп'ютерних ігор, розважальних ігрових програм, телебачення у людини формується кліпове мислення, в результаті якого знижується рівень критичного свідомості, відбуваються зміни в сприйнятті навколишнього світу, в системі морально-етичних цінностей, а також у здатності до аналізу і синтезу інформації.

Кліпове мислення виробляється при тривалому споживанні «низькосортної, поверхневої» інформації в мозаїчному і препарованому вигляді через комп'ютерні засоби і телебачення. Кліпове мислення часто називають мисленням одномоментного сприйняття. Дитині на осмислення певної ситуації дається 2–3 хвилини, і тут же необхідно все забути, оскільки починається новий потік інформації. При такому мисленні відбувається ослаблення почуття співпереживання, відповідальності; такого виду мислення заважає дитині бути цілісним, спотворює ядро її особистості.

### **2. Можливість «читання між рядками» у рекламі та інформації, яка передається по телебаченню і розуміння різниці між розвагою і маркетингом.**

Неконтрольоване споживання неякісної медіаінформації та інформації, яка не відповідає віку перешкоджає формуванню мови і артикуляції, не дає учням початкової школи стимулів, необхідних для формування рухових навичок та органів почуттів. Це може привести до дефіциту у формуванні функцій головного мозку, а значить, постраждають творчі здібності і формування особистості. Дитина повинна розуміти, що не

все, що показують по телебаченню правда і не все, що рекламують корисно.

### **3. Можливість установлювати зв'язки між модою, музикою, фільмами, спортивною індустрією і почуттям власної гідності та особистим іміджем.**

У сучасному раціоналізованому житті багато дітей відчують гостру емоційну недостатність, що спонукає їх шукати відсутні емоції не в актуальній дійсності, а в барвистому і яскравому світі масової комунікації, а саме у молодіжних журналах, передачах про «зірок», де культивується образ успішних, багатих і безтурботних. Особливість дитячого сприйняття полягає у відтворенні в іграх і в поведінці побаченій нею/ним в житті. Іншими словами, діти намагаються наслідувати тому, що вони бачать навколо себе, в пресі, в журналах і по телебаченню. Все, що дивляться, чують і сприймають діти, закладає фундамент їх особистості і світогляду.

### **4. Можливість створювати медіатексти для соціального та політичного життя.**

Коли дозвілля стає пасивним і порожнім проведенням часу біля екрану, медіа забирає частину енергії, необхідну в реальному житті. Так як сучасні учні початкової школи досить активно і впевнено досягають премудрості телевізійної та комп'ютерної техніки, опановують медійними нововведеннями, мають значний медійний досвід, тому їм не важко, а навіть цікаво буде створювати свої власні медіатексти, такі як, новини своєї школи чи класу, реклама найулюбленішого розважального закладу чи свого хобі, лист у шкільну редакцію, відео-повідомлення про життя свого класу та ін.

Отже, необхідно вчити особистість грамотно спілкуватися із сучасними засобами медіаінформації, формувати вміння виділяти важливу, цінну медіаінформацію, і навпаки, розпізнавати низькосортний медіа інформаційний матеріал, бути грамотним у світі медіа, тобто, формувати таку важливу і необхідну якість особистості, як медіаграмотність (За матеріалами статті Іць С. В. Використання медіаосвітніх ігор для формування медіаосвітньої компетентності учнів початкової школи. URL : <http://eprints.zu.edu.ua/11273/1/початкова%20школа.pdf>).

Moon Jennifer A. пропонує проводити критичний аналіз будь-якого джерела, дотримуючись 6 етапів.

Етап 1. Визначення джерела за трьома ключовими питаннями – створено ким, де і коли?

Етап 2. Опрацювання тексту (у нашому випадку медіатексту) для розуміння – шукаємо головну ідею тексту і визначаємо ключові питання.

Етап 3. Аналіз основних термінів – шукаємо двозначні або нечітко сформульовані поняття та зазначаємо список маніпуляційних технік, що використовуються в медіатексті.

Етап 4. Аналіз результатів дослідження – виявлення доказів і

неповноти деяких з них.

Етап 5. Оцінка результатів дослідження – пошук недоліків у міркування, визначення часу, дати дослідження, суб'єктів, причетних до експериментів, методів дослідження, результатів, пояснень, висновків і їх відношення до ключових проблем.

Етап 6. Оцінка інших елементів джерела – розгляд допоміжного контенту в інших частинах тексту, наприклад огляд літератури, а також відповіді на запитання [За матеріалами: Moon J. Critical thinking: an exploration of theory and practice. Routledge, 2008. 237 p., с. 42].

### До уваги тренера

Ще раз привернути увагу до позначок у тексті, що знаходяться на видному для учасників місці протягом усього виконання завдання.

Обмежити виконання вправи до 15 хв. Обговорення до 5 хв.

Під час обговорення акцентувати увагу на основних позиціях медіаграмотності у процесі роботи з інформацією.

Після виконання вправи треба зібрати аркуші з маркуванням для аналізу релевантності поданої інформації для студентів/ учнів.

За необхідності текст можна використовувати під час подальшої роботи.



### Обговорення:

- Чи можете довіряти ви представленій інформації? Чому?
- Які позиції тексту були для вас добре знайомими?
- Чи була в тексті зовсім незнайома інформація?
- Чи були в текст позиції, які варто обговорити з учасниками чи тренером?
- Чи була в тексті корисна інформація?
- Чи була в тексті сумнівна/некорисна інформація?

### Робота в групах таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?». Робота в групах: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?»



15 хв.

**Мета:** узагальнити та систематизувати отриману учасниками тренінгу основну інформацію про критичне мислення та медіаграмотність і їх застосування під час роботи з інформацією.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, таблиці «ЗХД».

### Хід виконання:

Тренер пропонує повернутись до таблиць «ЗХД»; «Що таке критичне мислення?», «Що таке медіаграмотність?».

#### Слова тренера

Ви отримали нову інформацію про критичне мислення й медіаграмотність. Давайте повернемося до таблиць «ЗХД» й доповнимо інформацію.

Виконуємо вправу протягом 10 хвилин, а потім обговорюємо результати.

#### До уваги тренера

Необхідно обмежити виконання вправи в часі.

Робота з таблицями буде продовжена в темі 4.

## Тема 2. Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)



45 хв.

**Мета:** надати учасникам тренінгу інформацію про засоби використання критичного мислення та медіаграмотності під час роботи з інформацією.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, роздрукований текст з інформацією про критичне мислення, роздрукований текст «Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)».

### План заняття:

№ з/п	Хід заняття	Час
1.	Анкетування «На скільки я дотримуюсь інформаційної безпеки»	5 хв.
2.	Індивідуальна робота з маркуванням тексту «Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)»	10 хв.
3.	Робота в групах: «Слабкі місця в моїй інформаційній безпеці: у чому їх причина?»	15 хв.
4.	Робота в групах: SWOT-аналіз «Світ інформації» (S (сильні сторони) W (слабкі сторони) O (можливості) T (загрози)) (доповнення та уточнення інформації)	15 хв.

## Хід проведення занять

### Анкетування «На скільки я дотримуюсь інформаційної безпеки»



5 хв.

**Мета:** визначити необхідність володіння засобами безпечної роботи з інформацією учасниками тренінгу.

**Ресурси:** анкета, аркуші, ручки.

#### Хід проведення:

Учасникам пропонується за допомогою анкети визначити власний рівень володіння засобами безпечної роботи з інформацією.

#### Слова тренера

До виконання вправи:

Як ви думаєте, наскільки ви безпечно працюєте з інформацією? Чи хотіли б ви дізнатись про рівень володіння вами засобами безпечної роботи з інформацією? Тоді пропоную пройти анкетування.

Після виконання вправи:

Підніміть руку ті, у кого високий /середній/низький рівень.

### Анкета «На скільки я дотримуюсь інформаційної безпеки»

1. Я точно розпізнаю фейкову інформацію у медійному просторі:  
Завжди – 1 бал.  
Інколи – 2 бали.  
Ніколи – 3 бали.
2. Я розпізнаю емоційно упереджені новини:  
Завжди – 1 бал.  
Інколи – 2 бали.  
Ніколи – 3 бали.
3. Я знаю чому відбувається крадіжка персональної інформації?  
Знаю – 1 бал.  
Швидше за все знаю – 2 бали.  
Не знаю – 3 бали.
4. Я знаю, які загрози для моєї інформаційної безпеки несе мобільний телефон:  
Знаю – 1 бал.  
Швидше за все знаю – 2 бали.  
Не знаю – 3 бали.
5. Я знаю, які загрози для моєї інформаційної безпеки несе веб-камера:  
Знаю – 1 бал.  
Швидше за все знаю – 2 бали.



Не знаю – 3 бали.

6. Я знаю, які загрози для моєї інформаційної безпеки несуть соціальні мережі:

Знаю – 1 бал.

Швидше за все знаю – 2 бали.

Не знаю – 3 бали.

7. Я знаю, які загрози для моєї інформаційної безпеки несуть різні тести в соціальних мережах:

Знаю – 1 бал.

Швидше за все знаю – 2 бали.

Не знаю – 3 бали.

8. Я знаю, як убезпечити себе в цифровому світі?

Знаю – 1 бал.

Швидше за все знаю – 2 бали.

Не знаю – 3 бали.

**Високий рівень** (від 8 до 12 балів): ви дотримуєтесь високого рівня інформаційної безпеки. Ви володієте засобами безпечної роботи з інформацією. Ви молодчина!

**Середній рівень** (від 13 до 18 балів): Вам треба проаналізувати власні недоліки в роботі з інформацією і підвищити рівень власної безпеки під час роботи з інформацією. Будьте більш уважними під час роботи з соціальними мережами, банківськими сайтами, поштою тощо. Але не все ще втрачено!

**Низький рівень** (від 19 до 24 балів): ви знаходитесь у серйозній небезпеці! Ваші дані можуть стати доступними широкому загалу. Терміново змініть свій підхід до роботи з інформацією!

### До уваги тренера

Тренер фіксує кількість показників кожного рівня на фліпчарті.  
Робить узагальнення.

### *Індивідуальна робота з маркуванням тексту «Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)»*



10 хв.

**Мета:** познайомити з текстом «Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)», визначити основні аспекти безпечної роботи з інформацією.

**Ресурси:** аркуші, ручки, текст, «Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)».



### **Хід проведення:**

Тренер пропонує учасникам тренінгу познайомитись з текстом «Сепульки в сепулькарії (автори: ЛОУНБ)» і визначити основні аспекти безпечної роботи з інформацією.

#### **Слова тренера**

Пропоную вам познайомитись з роботою бібліотекарів Луганської обласної універсальної наукової бібліотеки, яка називається «Сепульки в сепулькарії». Не буду спойлерити про назву, про все дізнаєтесь із тексту. Прочитайте, будь ласка, текст. І скористуйтесь, будь ласка, вже відомими вам позначками:

З – знав/ла цю інформацію.

V – зовсім невідома мені інформація.

N.B.! – звернути увагу (інформація потребує уточнення чи обговорення з учасниками чи тренером).

K – корисна інформація.

C – сумнівна інформація чи некорисна інформація.

#### **До уваги тренера**

Тренер демонструє позначки на фліпчарті і розміщує їх на видному місці протягом усього часу виконання завдання.

Робить узагальнення, що під час роботи з інформацією на особистість чекає значна кількість небезпек.

#### **Текст для роботи: «Сепульки в сепулькарії» (автори: ЛОУНБ)**

Сепульки в сепулькарії, або народження інформації з нічого

Сепульки – що це таке або хто це? Знайдете ви це поняття у книзі Станіслава Лема «Зоряні щоденники Йона Тихого». Подорож чотирнадцята. Герой-мандрівник вирушає на нову планету, а напередодні досліджує її особливості за допомогою Космічної енциклопедії. Там наштовхується на термін «сепульки». Знаходить такі визначення:

««СЕПУЛЬКИ – важливий елемент цивілізації ардритів (див.) з планети Ентеропія (див.). Див. СЕПУЛЬКАРІЇ».

Я послідував цій пораді і прочитав: «СЕПУЛЬКАРІЇ – присторої для сепуляції (див.)».

Я пошукав: «Сепуляція»; там значилось: «СЕПУЛЯЦІЯ – заняття ардритів (див.) з планети ЕНТЕРОПІЯ (див.). Див. СЕПУЛЬКИ».

Які у вас відчуття після прочитаного фрагменту твору? Якщо опинилися у замкненому колі – то все ОК. Це значить, що авторський прийом Станіслава Лема спрацював. Знайомтеся, це досить оригінальний приклад фейку, у який мимохіть починаєш вірити. Коли інформація народжується з нічого, помічається лише видимість правди, зображується те, чого насправді не існує – то це симулякр. Часто він перероджується у фейк – правду неправди.

Фейк – це підборка, фальсифікація, вигадка.

**Як розпізнати фейк у медійному просторі:**

– маніпулятивний заголовок («Ви не повірите...», «Виявилось, що...», «СЕНСАЦІЯ», «Читати всім!», «Стало відомо...», «Шокуюча правда» тощо);

– заголовок надто емоційний або не відповідає новині;  
– навішування ярликів та стереотипів;  
– відсутність джерела інформації чи його анонімність;  
– думка чи оцінка подається як факт;  
– експертами виступають представники структур, яких не існує у реальності;

– анонімні експерти («вчені вважають», «британські вчені»);  
– політично упереджені експерти;  
– одностороннє подання фактів, оцінок, коментарів;  
– соціологічні дані та цифри подані без посилань на замовника, географію.

**Ознаки емоційно упередженої новини:**

– ви читаєте – і ваше серце калатає, надмірні емоції не стихають;  
– у тексті багато епітетів, тобто слів, які підкреслюють характерні риси;

– вам повідомляють про неймовірно жахливі чи дуже радісні речі («Старший брат пильнує за тобою» Дж. Орвелл. «1984»);

– персональна інформація – будь-яка інформація, що належить певній фізичній особі – ім'я та прізвище, рік народження, адреса тощо. У сучасному інформаційному просторі вона стає більш відкритою та легкодоступною. Інколи її можуть поцупити, аби завдати вам шкоди, тому корисно знати, як захиститися від такої крадіжки.

**Чому відбувається крадіжка персональної інформації?**

Перше – це бажання заволодіти персональною інформацією.

Друге – отримати дані про особисті фінанси.

Третє – націленість зловмисників на інформацію про роботу чи професійну діяльність.

Четверте – специфічна орієнтованість зловмисників на особистий шантаж.

### **Загроза від мобільного телефону**

Сучасний смартфон – той самий комп'ютер, який сканує та відстежує інформацію. Смартфонні додатки шпигують за нами. Вони записують контент на екрані та відправляють його на сторонні ресурси.

Програми роблять скріншоти, і записують відео з екрана.

Нові програми на всі мобільні пристрої можна з легкістю встановити з офіційних магазинів.

Будьте уважними, коли завантажуєте застосунки навіть із офіційних магазинів. Наприклад, якщо ви встановлюєте гру, то подумайте, навіщо вона просить доступ до SMS, списку контактів чи геолокації? Звичайно, у цьому випадку це дуже підозріло і треба просто відмовитись від встановлення цієї програми.

### **Небезпека веб-камери**

Якщо ви бачите, що індикатор веб-камери увімкнений, але ви нею не користуєтесь, за вами підглядають. Для забезпечення себе заклейте веб-камеру.

Хакери вже не один рік зламують веб-камери та транслюють на YouTube все, що ви робите перед комп'ютером, та задля забави транслюють все це в онлайн. Інколи вони роблять це з метою шантажу чи пограбування.

### **Небезпека від Facebook. Він знає про вас більше, ніж ви думаєте:**

- ваші контакти;
- покупки на сторонніх сайтах;
- установлені додатки;
- рівень заряду акумулятора;
- кількість вільного місця на диску;
- журнал дзвінків та історію повідомлень.

### **Тести у Facebook**

Коли ви хочете дізнатись, яка пора року вам підходить, хто ви із письменників чи коли зустрінете кохання, знайте, що таким чином про вас збирають інформацію: дані профілю – ім'я, вік, місто, уподобання, ваших друзів, отримують доступ до фото профілю, місця навчання тощо.

### **Як убезпечити себе в цифровому світі?**

- установіть антивірус одразу після встановлення операційної системи і постійно його оновлюйте. Так ви захищаєте себе від кіберзагроз;
- користуйтеся ліцензійними програмним забезпеченням. Це мінімізує можливості програмних помилок, зменшує ризик втрати інформації, а також є елементом поваги до прав інтелектуальної власності;
- не відкривайте посилання в підозрілих листах. Тим паче не запускайте програми, які завантажилися з подібних листів;

- уважно ставтеся до посилань у повідомленнях у соціальних мережах та у месенджерах;
- користуйтеся двоетапною авторизацією, коли створюєте акаунти в інтернеті. Це допоможе захистити обліковий запис від зловмисників, навіть якщо вони дізналися ваш пароль;
- уважно поведіться з паролями: використовуйте складні паролі, не користуйтеся одним паролем для всіх акаунтів, періодично їх змінюйте. За можливості, «прив'яжіть» номер мобільного телефону до важливих акаунтів. Це дозволить швидко відновити пароль у разі його втрати чи викрадення;
- встановлюючи чи оновлюючи програми для мобільних пристроїв, уважно стежте за тим, які дозволи вимагає програма;
- періодично перевіряйте мобільні пристрої на предмет додаткових програм, які ви не встановлювали;
- завжди! Завжди! Завжди! Виходьте з усіх акаунтів і видаляйте за собою історію переглядів і кеш.

### ***Робота в групах: «Слабкі місця в моїй інформаційній безпеці: у чому їх причина?»***



15 хв.

**Мета:** визначити слабкі місця під час роботи з інформацією.

**Ресурси:** аркуші, ручки, маркери.

#### **Хід проведення:**

Тренер пропонує на підставі розглянутої інформації визначити слабкі місця у власній інформаційній безпеці.

#### **Слова тренера**

Ви отримали вже значну кількість інформації про засоби безпечної роботи з інформацією й про рівень власної безпеки в роботі з інформацією. Пропоную визначити, які ж слабкі місця у нас під час роботи з інформацією.

#### **До уваги тренера**

Після презентації підвести до висновку, що слабкі місця під час роботи з інформацією у кожного існують слабкі місця.

**Робота в групах: SWOT-аналіз «Світ інформації» (S (сильні сторони) W (слабкі сторони) O (можливості) T (загрози)) (доповнення та уточнення інформації)**



15 хв.

**Мета:** доповнити на підставі отриманих даних сильні і слабкі сторони можливості, загрози роботи з інформацією

**Ресурси:** аркуші, ручки, маркери.

**Хід проведення:**

Тренер пропонує на підставі отриманих даних доповнити й уточнити SWOT-аналіз «Світ інформації».

**Слова тренера**

Ви отримали вже значну кількість даних про інформацію, загрози під час роботи з нею, слабкі місця особистості в роботі з інформацією та багато іншого. Поміркуйте, чим ми ще можемо доповнити наш SWOT-аналіз «Світ інформації».

**До уваги тренера**

Після виконання вправи необхідно обов'язково обговорити доповнення.

**Тема 3. Робота з інформацією: яка вона?**



1 год.  
30 хв.

**Мета:** доповнити знання щодо унебезпечення себе в інформаційному світі, закріпити на практиці отримані учасниками тренінгу знання, уміння й навички.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, доступ на мережі інтернет.

**План заняття:**

№ з/п	Хід заняття	Час
1.	Робота в групах. Ментальна карта «Де я живу в інформаційному світі?»	10 хв.
2.	Міні-лекція: «Шляхи унебезпечення себе в інформаційному світі»	15 хв.
3.	Робота в групах: «Розробка системи дій для безпечної роботи з інформацією»	15 хв.

№ з/п	Хід заняття	Час
4.	Робота в групах: «Стрічка новин: де ховаються загрози?»	15 хв.
	Індивідуальна робота зі сторінками в соцмережі: «Що мене вразило?»	10 хв.
	Робота в групах: «Застосування системи дій для безпечної роботи з інформацією»	25 хв.

### До уваги тренера

Перед початком заняття необхідно змінити склад груп.

### Хід проведення занять

#### ***Робота в групах. Ментальна карта: «Де я живу в інформаційному світі?»***



10 хв.

**Мета:** визначити власне місце у світі інформації.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, доступ на мережі інтернет.

#### **Хід проведення:**

Тренер пропонує визначити учасникам їх місце у світі інформації за допомогою ментальної карти «Де я живу в інформаційному світі?».

#### **Слова тренера**

Ви сьогодні вже багато чого дізнались нового. Для подальшої роботи нам необхідно визначити наші місця в інформаційному світі. Тому пропонує вам створити в групах ментальну карту «Де я живу в інформаційному світі?».

#### **До уваги тренера**

У учасників необхідно уточнити, чи знають вони, що таке ментальна карта. За необхідності пояснити що це і як вибудовується.

#### **Інформація для учасників (у разі необхідності)**

*Ментальна карта – це графічне подання інформації в зручній для людського сприйняття формі: логічних і асоціативних деревоподібних схемах. Ключова ідея, тема, або проблематика знаходиться в центрі, і від неї розходяться подальші гілки – підтеми, поняття, ідеї, тощо.*

Після представлення результатів зробити узагальнення, де в інформаційному світі бачать себе учасники тренінгу, які соцмережі є найбільш популярними й використовуваними для них. Цю інформацію необхідно використати під час підготовки до наступних тренінгів з такою ж віковою соціальною групою.

### ***Міні-лекція: «Шляхи унебезпечення себе в інформаційному світі»***



**15 хв.**

**Мета:** розкрити шляхи унебезпечення особистості під час роботи з інформацією

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, доступ на мережі інтернет.

#### **Хід проведення:**

Тренер проводить міні-лекцію «Шляхи унебезпечення себе в інформаційному світі».

#### **Слова тренера**

Ви вже знаєте багато способів як унебезпечити себе в інформаційному світі. Але дозвольте ще доповнити інформацію.

#### **Матеріали для заняття**

##### **Міні-лекція: «Шляхи унебезпечення себе в інформаційному світі»**

Сьогодні безпечній роботі з інформацією присвячено значну кількість інформації. Це дуже болюче й актуальне запитання. Дослідники намагаються знайти ефективні засоби для роботи з інформацією.

Одним з таких є сайт [Newseumed.org](http://Newseumed.org)

Автори розробили такі рекомендації:

**О.Б.А.Ч.Н.О** з новинами:

О – ознаки: чи пов'язані факти?

Шукайте інформацію, яку ви можете перевірити:

Імена.

Цифри.

Місця.

Документи

Б – база джерел: хто автор і чи можна йому довіряти?

Прослідкуйте, хто причетний до цієї історії:

Автори.

Видавці.

Спонсори.

Агрегатори.



Користувачі соцмереж.

А – аналіз контексту: яка загальна картина?

Зверніть увагу, чи ця історія повністю розкрита, і що за нею приховано:

Поточні події.

Культурні тренди.

Політичні цілі.

Фінансовий тиск.

Ч – читачі: на кого направлена ця інформація?

Зверніть увагу на спроби вплинути на певні категорії чи типи людей:

Вибір зображень.

Спосіб подачі інформації.

Мова.

Зміст.

Н – намір: навіщо створено цю новину?

Визначте мотивацію автора:

Місія видавця.

Переконливість мови чи зображень.

Тактики отримання прибутку.

Встановлений чи прихований порядок денний.

Заклики до дій.

О – опис: як цю інформацію було подано?

Подумайте, яким чином спосіб написання новини впливає на її значення:

Стиль.

Грамматика.

Тон.

Вибір зображень.

Розташування та макетування.

Ми не тільки споживаємо інформацію самі, але й розповсюджуємо її.

Чи завжди правильно ми робимо? Коли це доречно робити, а коли ні?

Дослідники також звертають увагу на те, як визначити чи варта інформація розповсюдження.

Перша поправка захищає право на розголошення та публікацію інформації, але не кожна історія варта вашого тексту, репосту та ретвіту. Запропонована схема допоможе визначити, що є корисною інформацією, а що лише засмічує інформаційний простір.

Розробники також пропонують проаналізувати історію за різними ознаками:

**Чи справжня ця історія?**

Наскільки правдоподібними є ДОКАЗИ?

Чи інформація надана з офіційних ДЖЕРЕЛ?

Перевірте назву джерела та ключові факти, імена людей чи зображення з історії, щоб перевірити, чи це не фейкові новини.



### **Чи якісно написана історія?**

Чи сподобався вам рівень ОФОРМЛЕННЯ матеріалу? Якісна історія базується на переконливих фактах. Вона повинна бути написаною у спокійній, чіткій та виваженій манері, що не маніпулює емоціями(напр. слова написані ВЕЛИКИМИ буквами!!!!), без помилок.

### **Це новина чи точка зору?**

Яка МЕТА історії? Новини здебільшого пояснюють, що відбувається. Точка зору відображає судження або наводить свої аргументи щодо події. Найбільш вживаними маркерами точки зору є мова від першої особи або такі фрази, як «на мою думку» та «від редактора».

### **Історія базується на фактах чи ні?**

Чи достатньо наведених ДОКАЗІВ? Зверніть увагу на наявність статистики, досліджень, історичних прикладів, першоджерел, експертного аналізу чи інших ознак того, що автор зробив свою домашню роботу і може підтвердити наведені аргументи.

### **Чи об'єктивна ця історія?**

Чи бачите ви більшу картину за наведеними ДОКАЗАМИ? В необ'єктивних історіях можуть бути відсутні ключові факти, тому ви побачите лише одну сторону питання. В КОНТЕКСТІ інших новин такі історії можуть або перебільшувати, або зменшувати значимість події.

### **Історія явно упереджена чи прихована?**

Чи направлений стиль НАПИСАННЯ статті на конкретну АУДИТОРІЮ? Явно упереджені новини часто містять ідеологічні ярлики у своїх заголовках (напр. «Новини лівого крила») або проголошують підтримку підпільних місій (напр. «Допоможіть республіканцям виграти вибори»). Новини із прихованим упередженням подаються так, наче вони є об'єктивними.

### **Історія розважає чи/або привертає увагу?**

Яка МЕТА цієї історії? Зважте, можливо, вона має сумнівні мотиви – спричинити руйнування, здійснити аферу з метою отримання прибутку чи несправедливо завдати шкоди комусь або чомусь.

Далі алгоритм можна презентувати на фліпчарті, який представлений нижче.

### **Звичайно варто поширювати (+)**

Це справжня, варта уваги інформація. Можливо, цій новині не все так сонячно і позитивно і, можливо, вам не подобається, про що у ній сказано, але вона підкріплена фактами, що дають інформацію для роздумів. У ній немає шокової цінності як у фейковій новині або вірусного потенціалу гнівливих фраз. Проте, брак цих яскравих відволікаючих елементів компенсується надійністю та коректністю інформації.

### **Можливо варто поширювати (?-)**

Все залежить від того, як ви це зробите. Ці історії можуть бути ідеальними для отримання розуміння того, як інші люди думають, або для початку продуктивних дебатів, але тільки за умов, що ви знаєте про можливі ризики. Задумайтесь на хвилинку над можливими наслідками

своїх дій і підберіть слова мудро, щоб не наклакати тролів чи словесних перепалок. Тримайте ситуацію під контролем.

### Можливо не варто поширювати (–)

Історії, викривлені прихованими планами дій та поганими намірами, можуть призвести до руйнувань та хаосу. Не задумуючись про наслідки, вони можуть поширювати обман, страх, а деколи й навіть небезпеку. В таких історіях є дещо підозріле: починаючи із афер для отримання прибутку, продовжуючи обманом людей для неправильного прийняття рішень, закінчуючи тим, що ті, хто поширюють таку історію, виглядатимуть безглуздо.



## ***Робота в групах: «Розробка системи дій для безпечної роботи з інформацією»***

---



15 хв.

**Мета:** розробити систему дій для безпечної роботи з інформацією

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, аркуші паперу, ручки, олівці.

### **Хід проведення:**

Тренер пропонує, на підставі отриманої інформації, розробити в командах систему дій для безпечної роботи з інформацією.

#### **Слова тренера**

Ви володієте вже значною кількістю даних щодо безпечної роботи з інформацією. Давайте розробимо систему дій для безпечної роботи з інформацією.

#### **До уваги тренера**

Звернути увагу учасників, що це має бути саме система дій, не правила!

Наприклад: змінюю паролі перед початком роботи в соцмережах та ін.

## ***Робота в групах: «Стрічка новин: де ховаються загрози?»***

---



15 хв.

**Мета:** застосувати отримані дані в практичній роботі з інформацією, зокрема і аналізувати щодо безпечності інформації в стрічках новин

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, аркуші паперу, ручки, олівці, доступ до мережі інтернет.

### **Хід проведення:**

Тренер пропонує переглянути стрічку новин і проаналізувати щодо безпеки інформації в стрічках новин.

#### **Слова тренера**

Пропоную вам переглянути стрічку новин і визначити, які з них несуть інформаційну небезпеку.

### До уваги тренера

Учасникам треба запропонувати найбільш популярні стрічки новин (Ukr.net, rbc.ua, nv.ua, sensor.net, v-news.com.ua та ін.), які можна переглянути наживо.

Продемонструвати на прикладах новин, які є інформаційно небезпечними.

### Індивідуальна робота зі сторінками в соцмережі: «Що мене вразило?»



15 хв.

**Мета:** застосувати отримані дані в практичній роботі з інформацією, зокрема і аналізувати щодо безпечності інформації в соціальних мережах

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, аркуші паперу, ручки, олівці, доступ до мережі інтернет.

#### **Хід проведення:**

Тренер пропонує проаналізувати улюблену сторінку в соцмережі щодо безпечності інформації в соціальних мережах.

### Слова тренера

Ми з вами визначали наше місце в інформаційному світі. Кожен з вас має соціальну мережу, якій віддає перевагу. Пропоную вам проаналізувати наскільки безпечною є ваша соціальна мережа.

### До уваги тренера

Після аналізу мережі можна згрупувати учасників за спільним соціальними мережами, щоб обговорити їх небезпечність чи безпечність.

Обов'язково представити результати обговорення всім учасникам.

### Робота в групах: «Застосування системи дій для безпечної роботи з інформацією»



25 хв.

**Мета:** застосувати отримані дані в практичній роботі з інформацією, зокрема і аналізувати щодо безпечності інформації

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, аркуші паперу, ручки, олівці, доступ до мережі інтернет.

### Хід проведення:

Тренер пропонує застосувати систему дій для безпечної роботи з інформацією.

#### Слова тренера

Пропоную вам застосувати набуті знання в роботі з інформацією. Давайте переглянемо інформацію й спробуємо здійснити аналіз інформації щодо її безпечності для особистості.

#### До уваги тренера

Приклад матеріалу, який можна використати під час заняття.



#### Матеріал

1

– Подивіться на це фото, що ви на ньому бачите?



– За даними «Освіторії», свого часу ця світлина з Рейксмузеуму в Амстердамі наробила чимало галасу. ЗМІ, блогери та батьки писали про те, що діти настільки поринули в свої смартфони, що навіть світовий шедевр живопису (картину «Нічна варта» Рембрандта) просто не помічають...

Але насправді діти взяли за телефони по завданню екскурсовода! У Рейксмузеумі є спеціальний мобільний додаток, у якому розміщена додаткова інформація про кожну роботу в експозиції, а також міні-лекції. Саме їх школярі й читали в смартфонах.

– Чого нас вчить ця історія? (вислуховує передбачення учасників)



тренінгу)

– Автори матеріалу дійшли таких висновків: «Чого нас вчить ця історія? Не завжди діти інтернет-залежні настільки, щоб не помічати прекрасне поруч. Не завжди, коли ви бачите школяра з мобільним, він дивиться там щось погане. Пом'ятайте про це!» (за матеріалами інтернет-сторінки: <http://surl.li/aniwc>).

## 2

Прочитайте матеріали зі сайту «СОМА». Перевірте його на достовірність, надійність і безпеку:

### **Культ людської дурості: 5 кроків до отупіння населення**

Здавалося б, від рівня інтелекту співгромадян залежить багато чого – економічний розвиток країни, науково-технічний, промисловий і культурний прогрес. Ціле майбутнє планети крутять шестерні інтелектуально-розвинених людей. Але все не так просто, і зараз ми розберемо, чому.

Людська дурість – запорука міцної економіки.

Люди не люблять інтелектуальну працю, надто багато енергії на це потрібно, занадто дискомфортні відчуття викликає. Куди простіше закинути розумну книжку і піти розважатися в найближчу пивну, а може, замовити піцу та посидіти в смішному чаті. Недалекою людиною легко керувати: така не буде висловлювати своє невдоволення, якщо щось її не влаштовує. Таку легше обвести навколо пальця помилковими обіцянками, напхати «авторитетною» думкою липових інформаторів.

А ось освічена людина – найгірший покупець і пряма загроза економіці. Свідомому громадянину не потрібні круті тачки або дорогі смартфони для підтримки відчуття власної важливості, його мислення надто самодостатнє, щоб прагнути потрапити в якісь тренди. Такий займеться саморозвитком замість походу в нічний клуб, купить овочі і фрукти замість незліченної кількості чіпсів і кока-коли, буде вкладати у своє здоров'я, а не на прокачування попи, ціцьки і вії. Виходить, чим вище за рівнем людина, тим менше вона залежить від моди, суспільних стереотипів і споживчого мислення, вона більше не приносить економіці вигоди, на такій важче заробити. Який підсумок? Щоб отримати покірне стадо, потрібно відучити людей від звички думати і творити. І найпростіше це зробити наступним способом.

5 кроків до отупіння населення

### **1. Насадження стереотипів і шаблонного мислення**

Ні за яких обставин не можна дозволити людині думати своєю головою, це шкідливо! Краще постійно прокручувати в мас-медіа «авторитетні» і «ті, які не піддаються критиці» думки політиків, телеведучих, видатних артистів і музикантів, з якими проста людина повинна себе ототожнювати. Вона – ніхто, її думка нікому не цікава. За неї вже все вирішили імениті професори і дипломовані вчені.

### **2. Надання великої індустрії розваг**

Щоб у народі не було часу для саморозвитку, потрібно надати йому

величезний спектр розваг під час відпочинку: клуби, кіно, кафе, торгово-паркові комплекси, інтернет-майданчики і, звичайно, алкоголь. У людини не повинно залишатися часу на себе, потрібно зробити її максимально зайнятою! Сотні розважальних телешоу, серіалів, комп'ютерних ігор допоможуть розслабитися після напруженого робочого дня. З усіх екранів будуть литися епатаж, еротика, тупий гумор і неадекватність. Це дозволить дезорієнтувати увагу людини, притупити її почуття самозбереження, зробити маріонеткою в руках великих корпорацій.

### **3. Жалюгідний гумор, гра на сексуальних інстинктах**

Як зняти денне напруження? Завалити робочий стіл смішними картинками, мемами, відео з котиками та порнушкою. Нехай наш «пішак» отримує хороші емоції, підсаджується на матючний гумор і вульгарні комедії, розуміння яких не вимагає розумових зусиль. І непомітно так деградує, обростаючи ледачим жирком.

### **4. Підживлення почуття значущості, унікальності кожного**

Немає краще споживача, ніж людина, яка прагне самоствердитися, виділити свою несхожість на тлі більшості. Такими людьми керує прагнення підживити своє відчуття власної важливості – стати власником самого статусного авто, самого ексклюзивного одягу, самого модного гаджета та іншого барахла. Вона унікальна і значима, вона бере від життя найкраще і пускає пилуку в очі суспільству. Покупки допомагають скинути стрес, втілюють собою сенс її існування і життєві досягнення. Принаймні, думати про це приємно.

### **5. Пропаганда чорно-білого мислення**

Є тільки біле і чорне, хороше і погане, правда і брехня – іншого не дано, ніяких півтонів і відтінків. Така категоричність породжує нетерпимість до інакомислення, небажання розширювати рамки свого мислення, вузькість сприйняття, відсутність варіативності у важливих питаннях. Більше немає необхідності оцінювати подію з різних сторін, все заздалегідь вирішено кимось згори!

### **До чого призводить культивування дурниці?**

За допомогою мас-медіа заохочується розвиток таких якостей серед співгромадян, які допомагають виростити ідеальних споживачів. Людей провокують керуватися низинними бажаннями, маніпулюють їх інстинктами, грають на емоціях. Заохочується егоцентризм, прагнення відповідати нав'язаним ідеалам краси і привабливості, впроваджується підсвідома агресивність, жадібність, самозакоханість і впевненість у власній винятковості.

Ідеальний споживач повинен керуватися особистим егоїзмом, рівнятися на стереотипи і світові тренди замість того, щоб слухати себе і спиратися на свої реальні потреби. Купуй більше, думай менше, відповідай нашим очікуванням про тебе! Ідеальна маса йде на повідку у красивих картинок, бере за основу «хочу», а не повинен, перестає піклуватися про природу і благо ближнього. Вона занадто засліплена своїм «я», їй ніколи думати про майбутнє (За матеріалами сайту: <https://coma.in.ua/34183>).

3

Тренер демонструє фото.

– Яку реакцію воно у вас викликає? Чому?

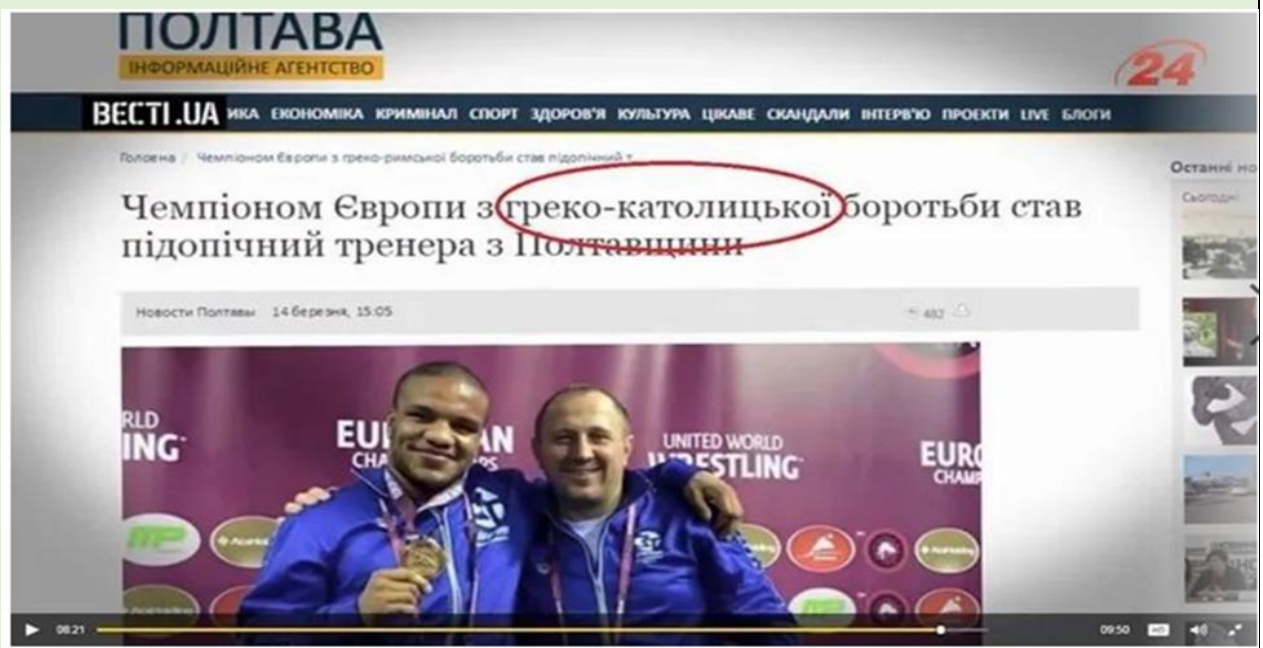


"Помилятися - це нормально"

© Брюс Вілліс

4

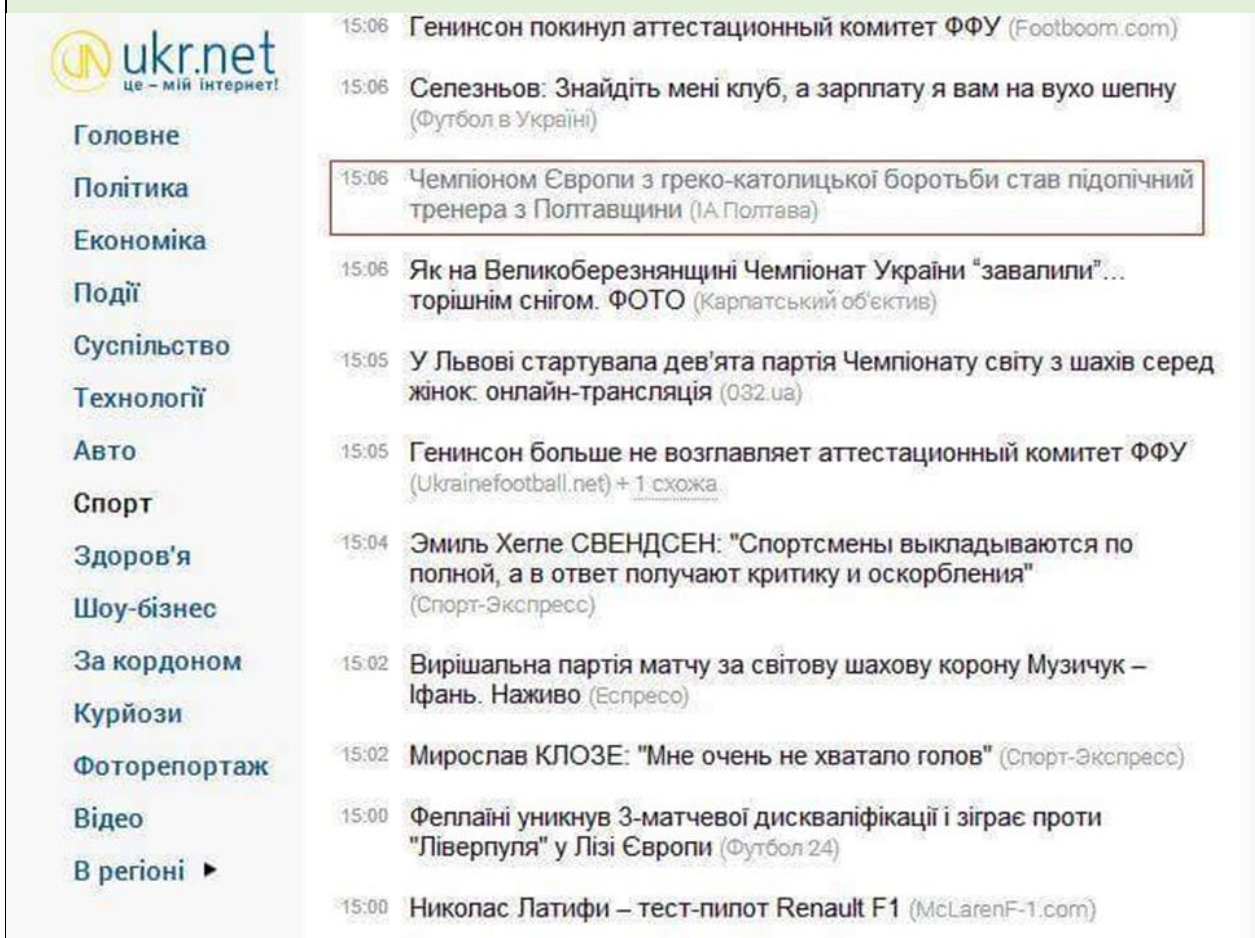
5 вересня 2021 року, під час проведення Олімпійських ігор в Токіо, у групі на Фейсбуці зустрічаємо таке фото:





Де знаходиться фото Жана Беленюка, олімпійського чемпіону 2021 р.

Мене дуже зацікавила така інформація і я почала шукати першоджерела. І серед усього знайшла публікацію Kateryna Avramchuk «Чемпіон Європи з греко-католицької боротьби» від 14.03.2016 р.:



The screenshot shows the ukr.net website interface. On the left is a navigation menu with categories like 'Головне', 'Політика', 'Економіка', 'Події', 'Суспільство', 'Технології', 'Авто', 'Спорт', 'Здоров'я', 'Шоу-бізнес', 'За кордоном', 'Курйози', 'Фоторепортаж', 'Відео', and 'В регіоні'. The main content area displays a list of news items with timestamps and titles. The item '15:06 Чемпіоном Європи з греко-католицької боротьби став підопічний тренера з Полтавщини (ІА.Полтава)' is highlighted with a red rectangular box.

Робота над текстами проводиться відповідно до системи дій для безпечної роботи з інформацією.

#### Тема 4. Правила інформаційної безпеки



45 хв.

**Мета:** узагальнити на практиці отримані учасниками тренінгу знання, уміння й навички; виробити правила інформаційної безпеки.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, доступ на мережі інтернет.

## План заняття:

№ з/п	Хід заняття	Час
1.	Робота в групах: «Правила інформаційної безпеки»	30 хв.
2.	Есе «Що я можу зробити для власної інформаційної безпеки»	15 хв.

### До уваги тренера

Перед початком заняття необхідно змінити склад груп.

## Хід проведення занять

### Робота в групах: «Правила інформаційної безпеки»



30 хв.

**Мета:** узагальнити на практиці отримані учасниками тренінгу знання, уміння й навички; виробити правила інформаційної безпеки.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, доступ на мережі інтернет.

### Хід проведення:

Тренер пропонує учасникам тренінгу розробити правила інформаційної безпеки.

### Слова тренера

Пропоную розробити правила інформаційної безпеки й представити ваші нароби.

### Есе «Що я можу зробити для власної інформаційної безпеки»



30 хв.

**Мета:** узагальнити на практиці отримані учасниками тренінгу знання, уміння й навички; виробити правила інформаційної безпеки.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, доступ на мережі інтернет.

### Хід проведення:

Тренер пропонує учасникам тренінгу написати есе обсягом від 1 до 2 сторінок на тему «Що я можу зробити для власної інформаційної безпеки».

## Слова тренера

Сьогодні ми багато працювали з інформацією, визначали своє місце в інформаційному світі, висловлювались щодо інформації і того, якою вона буває, більш докладно познайомились із ефективним засобами безпечної роботи з інформацією (критичним мисленням та медіаграмотністю), розробляли систему дій для безпечної роботи з інформацією тощо.

Тому прошу представити певні узагальнення щодо отриманих знань в есе «Що я можу зробити для власної інформаційної безпеки». Його обсяг може бути від 1 до 2 сторінок.

## До уваги тренера

Есе необхідно опрацювати після тренінгу з метою визначення засвоєних знань, умінь і навичок цієї цільової аудиторії.

## Підбиття підсумків



30 хв.

**Мета:** узагальнити на практиці отримані учасниками тренінгу знання, уміння й навички; виробити правила інформаційної безпеки.

**Ресурси:** аркуші для фліпчарту, маркери, доступ на мережі інтернет.

### Рефлексія дня:

- 1) Робота в групах Робота в групах таблиця «ЗХД» «Що таке критичне мислення?». Робота в групах: таблиця «ЗХД» «Що таке медіаграмотність?».
- 2) Обговорення результатів.

### Хід проведення:

Тренер пропонує заповнити останню колонку таблиць «ЗХД».

## Слова тренера

Ми плідно попрацювали. Пропоную перевірити результати нашої роботи. На початку ви заповнювали таблиці ЗХД «Що таке критичне мислення?», «Що таке медіаграмотність?». Але у залишилась не заповненою остання колонка. Давайте її заповнимо і проаналізуємо результати.

## До уваги тренера

Тренер фіксує очікування й отримані результати для вдосконалення тренінгу з цією цільовою аудиторією.

**Обговорення:**

- Чи співпали ваші очікування з другої колонки з тим, що ви дізнались?
- Які ж результати ви отримали?
- Чого ви чекали і що отримали?

***Заповнення анкети***

---

**Хід проведення:**

Тренер пропонує заповнити вихідну анкету.

