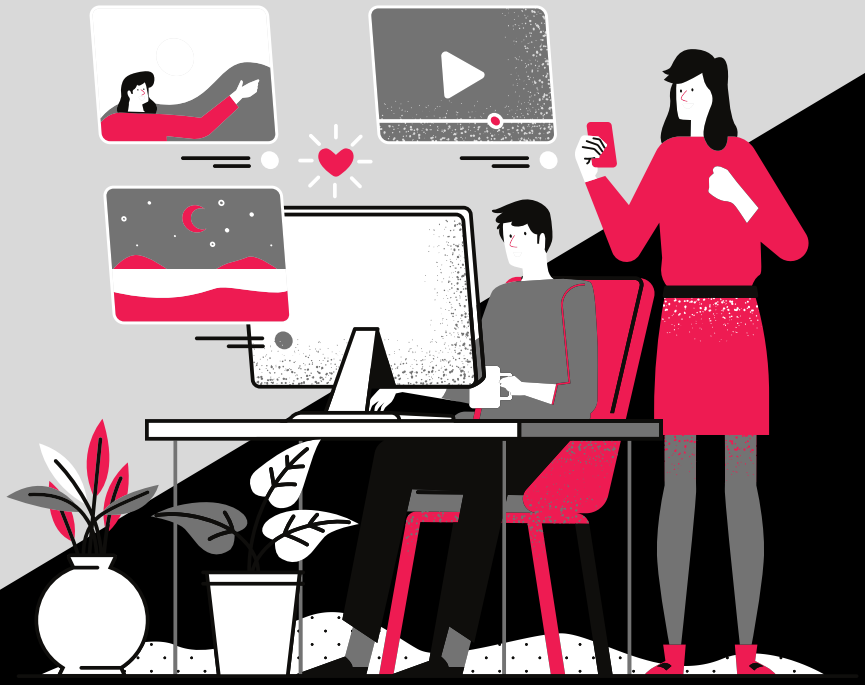
gamefy

Find fake news and avoid them!

ВЪВЕДЕНИЕ В ДИГИТАЛНО-МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

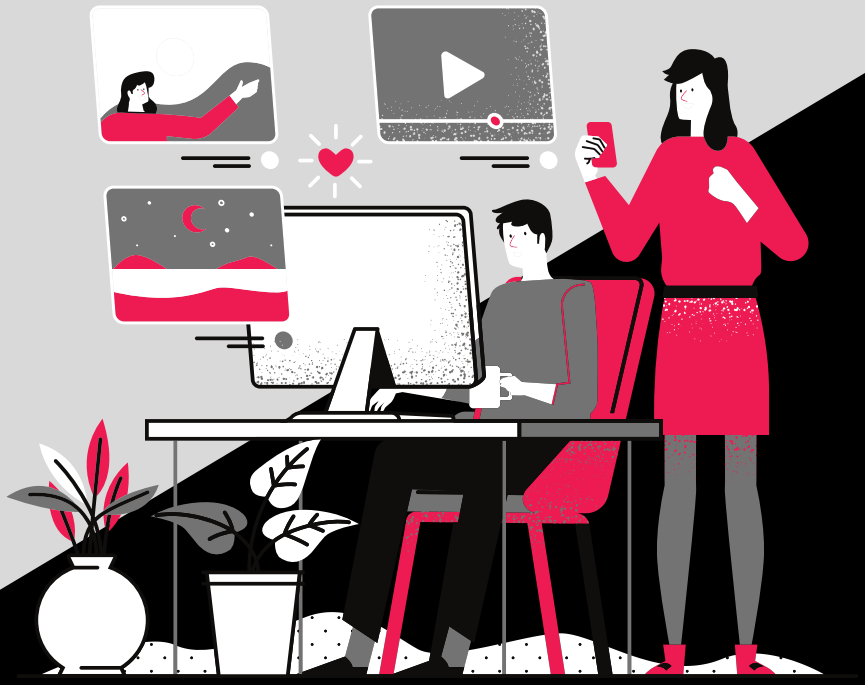


Ръководство за обучители

gamefy

Find fake news and avoid them!

ВЪВЕДЕНИЕ В ДИГИТАЛНО-МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ



Ръководство за обучители

Съдържание

Въведение 3
1. Общ план за обучение и рамка за компетенции 5
2. Практическо ръководство за използване на плана за обучение с фокус върху всяка отделна глава 7
3. Представяне на gaMEfy играта и начини за прилагането ѝ в плана за обучение 27
4. Допълнителни инструменти 31

Въведение

Индексът, изготвен от Инициативата за европейски политики на Институт „Отворено общество“, оценипотенциалната устойчивост към разпространението на фалшиви новини в 35 европейски държави. От картата става ясно, че Югоизточна Европа е най-малко устойчивият регион на континента.

Според онлайн проучването за деца и юноши в ЕС[1], проведено през 2020 г., уменията на европейските деца и юноши за ориентиране по дадена информация са ниски в сравнение с техните оперативни, социални и мобилни умения. Средно само 59% от тях казват, че им е лесно да проверят дали информацията, на която попадат онлайн, е вярна. Това проучване показва, че сегашната ситуация трябва да представлява голямо безпокойство за европейските страни. Фалшивите вярвания, базирани на фалшиви новини, оказват изключително негативно влияние върху обществения дневен ред по обширен кръг от теми, вариращи от политически нагласи до реакции относно пандемията. Проучването, също така, потвърждава огромните различия между страните от ЕС, като Югоизточна Европа отново е на много по-ниско ниво от другите региони. Представените данни ясно показват важността от изпълнението на проекта Gamefy.

Проектът gaMEfy е финансиран от програмата „Еразъм+“ и цели да създаде достъпен и надежден образователен инструмент, оборудван с изкуствен интелект, който да помогне на младите хора в търсенето на истината и да подобри тяхната медийна и дигитална грамотност. Проектът набляга на научно доказани методи за постигане на тази цел и ги предоставя по сбит и изчерпателен начин на младежки работници и преподаватели. В рамките на проекта, също така, ще се създадат наръчници, базирани на пилотирането на образователната игра, които ще послужат за подобряване на цялостния образователен подход към дигиталната и медийната грамотност. Ръководството за обучители служи като ръководство за самия план за обучение, предложен от Gamefy и създаден като част от Интелектуален

резултат №1 на проекта. Планът за обучение е създаден като основа на симулационната игра, която ще бъде разработена в рамките на проекта, но също така е и самостоятелен образователен инструмент. Той се фокусира върху дигиталната грамотност на младежите и начините за идентифициране на фалшиви новини. Предназначен е предимно за учители/ обучители/изследователи и младежки работници. Планът за обучение ще бъде достъпен на 6 езика с възможност за доразвиване и е предназначен да служи като инструмент, полезен за по-доброто разбиране на обучението по теми за дигитална и медийна грамотност.

Всички глави от плана за обучение на Gamefy са предназначени за млади хора на възраст между 13 и 30 години. Въпреки че основните начални знания са еднакви за различните възрастови групи (в рамките на групата от 13 до 30 години), практическите упражнения и примерите са разделени на следните подцелеви групи: 13-18 (цветово кодиране: синьо), 19-25 (цветово кодиране: зелено), 26-30 (цветово кодиране: лилаво). Тази специална функция е приложена, за да могат обучителите и младежките работници да предизвикат по-голяма ангажираност от страна на съответните си аудитории. Ето защо силно се препоръчва да използвате цветно кодираните упражнения според вашата целева група.

Освен това, за всяка от главите ще намерите PowerPoint презентация, както и документ, разглеждащ основните поставени проблеми. Езикът, използван в документа, е избран за основен, така че да може да покрие нуждите на всички бъдещи аудитории. PowerPoint презентацията съдържа и множество визуални помощни материали, целящи да повишат интереса на обучаемите и да допринесат за високи нива на ангажираност.

Следващите части от Ръководството за обучители включват кратък преглед на всяка от главите, представени в плана за обучение на Gamefy, както и някои допълнителни ресурси.

Част 1:
Общ план за обучение и рамка за компетенции

Име на курса	Дигитално-медийна грамотност	
Самостоятелни дейности за преподаване	**Срещи за преподаване (в часове)**	**Работа вкъщи**
Въведение в дигитално-медийната грамотност	4	1
Различни форми на дигиталните медии	2	2
Дигитално-медийна грамотност – С какво е по-различна?	4	2
Обществени услуги и рекламни медии в дигиталната епоха	4	2
Проверка на информацията и критично мислене	4	4
Електронна безопасност (E-safety)	4	4
Минимален брой часове:	22	15
Вид на курса *общо обучение, специализирано обучение, основни специализирани знания, развитие на умения*	Основни специализирани знания и развитие на умения	
Необходими условия:	Няма	

Резултати от обучението

Описани са резултатите от обучението, предвидено в курса, специфични знания, умения и компетенции на подходящо ниво, които обучаемите ще придобият след успешното завършване на курса.

Целта на този курс е да запознае обучаемите с проблемите на дигитално-медийната грамотност. До края на курса от тях се очаква да усвоят целия набор от специфични характеристики на дигиталните медии, фалшиви новини, електронна безопасност и т.н. Също така, от обучаемите се очаква да развият добро владеене на основните техники, свързани с проверка на факти, идентифициране на измами и фалшиви новини, разбиране за това как медиите работят в дигиталната среда и начини за предпазване от специфични онлайн опасности.

Основни компетенции

Като се вземат предвид общите компетенции, които обучаемите трябва да придобият, към кои от посочените е насочен курсът?

Търсене, анализиране и синтезиране на данни и информация, с помощта на необходимите технологии
Адаптиране към нови ситуации
Вземане на решения
Самостоятелна работа
Екипна работа
Работа в международна среда
Работа в интердисциплинарна среда
Представяне на нови изследователски идеи
Планиране и управление на проекти
Уважение към различията и мултикултурализма
Почитание към околната среда
Проявяване на социална, професионална и етична отговорност и чувствителност към въпроси, свързани с пола
Критицизъм и самокритика
Упражняване на свободно, творческо и индуктивно мислене
……
Други…
…….

Търсене, анализиране и синтезиране на данни и информация, с помощта на необходимите технологии
Самостоятелна работа
Екипна работа
Представяне на нови изследователски идеи
Критицизъм и самокритика
Упражняване на свободно, творческо и индуктивно мислене

Част 2:
Практическо ръководство за използване на плана за обучение с фокус върху всяка отделна глава

2.1 Въведение в дигитално-медийната грамотност

Специфични цели

Глава № 1 представлява въведение към дигитално-медийната грамотност. Тя има за цел да даде отговори на ключови въпроси като „Какво е дигитално-медийна грамотност?“ и „Какви са различните аспекти на дигитално-медийната грамотност?“ Освен това, предлага и кратко въведение към основните теоретични рамки на дигитално-медийната грамотност.

Очакван общ брой часове, необходим за завършване на главата: 4 часа

Дейности

Глава №1 може да служи като важна първа стъпка за отварянето на дискусия относно това как медиите са се променили във времето и най-вече защо е важна дигитално-медийната грамотност.

В ролята си на въвеждаща стъпка, Глава №1 не цели задълбоченото придобиване на знания относно дигитално-медийната грамотност, а по-скоро цели да стимулира обучаемите да гледат критично на потока от информация в дигиталния свят.

Съгласно специализираните дейности, ние насърчаваме обучителите просто да използват предоставените упражнения. Като глава с теоретична насоченост, целта й е да въведе и създаде известна осведоменост. Допълнителните упражнения трябва да бъдат сведени до минимум, тъй като те са доста често срещани в следващите, по-практични по своя характер, глави.

Кратка теория

Обучаемите ще се запознаят със следните термини и теории: грамотност, медийна грамотност, дигитална грамотност, умения за дигитално-медийна грамотност, критично мислене, търсене на информация, компетенции за медийна грамотност, медиен дневник, достоверност на информацията, рискове, свързани със съдържанието, със осъществяването на контакти и с поведението.

Подготовка

На обучителите и младежките работници се препоръчва да направят предварително проучване за примери, с които могат да представят на обучаемите значението на дигитално-медийната грамотност. Те могат да бъдат примери за дезинформация, която се разпространява бързо и има пряко въздействие върху общностите на местно или регионално ниво, както и положителни примери за използване на дигитални медии.

Необходими материали/инструменти

Не са необходими специализирани материали. В най-добрия случай, прожектор и компютър с интернет връзка могат да послужат като инструменти за проучване в рамките на класа относно положителното и отрицателното използване на дигиталните медии.

На какво да наблегнете и какво да избягвате

Подчертайте необходимостта от проблематизиране и често повдигане на дискусията от страна на обучаемите.

Не прекалявайте с упражненията или с усвояването на теорията.

Примерни упражнения

Можете да изберете отворени въпроси или въпроси с множествен избор на отговор. Примери:

а) Потребители или създатели на съдържание сте?

б) Изберете любимата си социално-медийна платформа и се запитайте: Наблюдавате постоянно какво правят другите или предпочитате да създавате ваше съдържание?

в) Назовете предимствата и недостатъците от използването на дигитални устройства.

г) Предложете поне три мерки, които могат да бъдат предприети, с цел да се преодолеят назованите от вас недостатъци**.**

Допълнителна информация

- https://digitalcharlotte.org/research/digital-media-literacy-index/
- https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1365&context=jmle
- https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/publications/pdfs/000/000/075/original/Digital_and_Media_Literacy_A_Plan_of_Action.pdf
- https://newdigitalage.co/2020/08/10/digital-media-literacy-the-most-valuable-skill-for-the-digital-age/
- https://www.curriculumonline.ie/getmedia/71b6b946-971b-4003-8bfa-028932cc4daa/NCCA-JC-Short-Course-DML.pdf
- https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2018/48/e3sconf_icenis18_14015.pdf
- https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles/transcript

2.2 Различни форми на дигиталните медии

Специфични цели

Глава № 2 предлага въведение в дигиталните медии. Тя разглежда различните форми на дигитални медии (филм/видео, музика и игри). Фокусира се най-вече върху социалните мрежи като една от най-популярните форми на дигитални медии. Показва по какъв начин Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat, Pinterest, TikTok и десетки други социални платформи предоставят възможността на милиарди потребители да получават новини, информация и идеи.

Тази глава включва редица примери и упражнения, както и някои полезни линкове за допълнително четене. Наред с други упражнения, PowerPoint презентацията съдържа и упражнения от рода на как да направите видео, как да създадете профили в Instagram и LinkedIn и др., както и тест за проверка на знанията.

Очакван общ брой часове, необходим за завършване на главата: 2 часа

Дейности

Глава №2 има за цел да предостави на обучаемите добър преглед на дигитално-медийната рамка. Тя се основава на глава № 1, но по по-практичен начин. С няколко примера главата поставя акцент върху придобиването на специфични знания или тестване, с цел да се повиши ангажираността. В главата са предоставени поредица от примери, инструменти и упражнения.

Съобразно специализираните дейности, препоръчваме на обучителите да дадат повече време на по-малко осведомените обучаеми да се упражняват с упражненията и понятията/ инструментите, включени в главата. Това може да стане или в клас, или като домашна работа.

Кратка теория

Обучаемите ще се запознаят със следните термини и теории: социални мрежи, аудио, аудиокнига, видео, дигитално радио, подкаст, дигитално изображение, стрийминг услуги, видео редакция, мултимедийно съдържание, уеб страница, посредник на комуникация, диференциация на платформите за социални мрежи, реклама, електронни книги, видеоигри, пристрастяване към видеоигри.

Подготовка

Обучителите и младежките работници трябва да се регистрират предварително в социалните мрежи, в приложения за създаване на видеа, в Canva и др., за да сведат до минимум забавянията по време на час. Препоръчително е също интернет връзката да се провери преди започването на часа и съответните уеб страници да се заредят предварително.

Необходими материали/инструменти

Активни профили в социалните мрежи
Достъп до инструментите Canva и Animoto

На какво да наблегнете и какво да избягвате

- ✓ Отделете повече време за практически занимания с не толкова познатите приложения
- ✗ Не отделяйте време за регистрация в приложенията, представени по време на час
- ✗ Не приемайте за даденост знанията за социалните мрежи или други „части“ на дигиталните медии.

Примерни упражнения

Можете да изберете отворени въпроси или въпроси с множествен избор за отговор. В тази глава се препоръчва работата в групи. Примери:

а) Избройте разликите в съдържанието, което се публикува в следните социални мрежи: Facebook, Twitter, Tumblr, Youtube, TikTok, LinkedIn.

б) Кой е любимият ви влиятелен човек (инфлуенсър) в социалните

мрежи? Според вас, какво го/я прави успешен/успешна?
в) Създайте подкаст относно дигиталните медии и по какъв начин те влияят на живота ни. Разпространете го чрез профилите си в социалните мрежи. Приканете последователите си да напишат в коментарите какво мислят.

Допълнителна информация

- Balbi, Gabriele, and Paolo Magaudda. A history of digital media: an intermedia and global perspective. Routledge, 2018.
- Boulianne, Shelley. "Twenty years of digital media effects on civic and political participation." Communication research 47.7 (2020): 947-966.
- Lindgren, Simon. Digital media and society. Sage, 2017.
- https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/chapter/16-1-changes-in-media-over-the-last-century/
- Media Literacy Articles & Websites – SchoolJournalism.org
- https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/2005_Kellner-Share_TowardsCriticalMediaLiteracy.pdf
- https://books.google.si/books?hl=en&lr=&id=f8iUAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=media+literacy+articles&ots=6VTPzmVZm_&sig=tct9E0UIspDrlMCHeVTvlJrGWDs&redir_esc=y#v=onepage&q=media%20literacy%20articles&f=false

2.3 Дигитално-медийна грамотност – С какво е по-различна?

Специфични цели

Глава №3 предлага подробен анализ на медийната грамотност в дигиталната епоха и нейното значение. В нея се изследва по какъв начин хората получават, споделят и създават дигитално-медийно съдържание, съответната социална отговорност и регулирането на дигиталните медии. Тя, също така, се фокусира върху езика на медиите (семиотика и др.) и начините, по които може да им се направи анализ (количествен/качествен, семантичен и др.).

Главата има за цел да подчертае основните разлики между традиционните и дигиталните медии и по този начин да наблегне на това колко важно е да бъдем предпазливи и да можем да се ориентираме в дигитално-медийната среда.

Очакван общ брой часове, необходим за завършване на главата: 4 часа

Дейности

Глава № 3 включва поредица от дейности, които ще повишат осведомеността относно потенциалните злоупотреби с дигиталните медии. В същото време тя изтъква новите хоризонти, отворени за заинтересованите страни, да имат лесен достъп до медиите или те самите да станат създатели на новини/съдържание.

Що се отнася до специализираните дейности, добра практика за повечето обучаеми може да бъде използването на инструмента Graph Search (www.graph.tips), чрез който всеки да провери какви данни за него са налични в онлайн пространството, както и медийни анализи, които позволяват на всеки да разпознае техники, използвани за влияние върху схващанията по определени теми или дори да манипулират получателите на информация. Упражнението за регулиране на медиите също е важно, тъй като то изостря способността на обучаемите да проучват.

Кратка теория

Обучаемите ще се запознаят със следните термини и теории: просумация, медийно производство и потребление (produsage), видове просуматори, първичен източник, реципиент, едностепенен поток на комуникация, двустепенен поток на комуникация, многостепенен поток на комуникация, модел на хиподермичната игла (теория за магическия куршуми), лидери на мнение, символични лидери, Теория за когнитивен дисонанс, Спирала на мълчанието, Мъдростта на тълпата, познавателна способност, координация, сътрудничество, риск от автоматично оценяване, видовете

комуникация (вербална, невербална, визуална и писмена), модели за споделяне на информация (един към един, един към много, много към един, много към много), семиотика, семантика, отговорност на социалните медии.

Подготовка

Обучителите и младежките работници трябва да подготвят отговори на различните задачи за упражнения (според специализираните възрастови групи), вземайки предвид техния местен/регионален/национален контекст. Трябва да се осигури прожектор, който да се използва от обучаемите, за да представят пред останалите от групата своите първоначални открития.

Освен това, на обучителите се препоръчва да подберат предварително мрежи или дигитални платформи, които ангажират потребителите със създаване на съдържание, и да се погрижат съдържанието, създадено по време на часовете да бъде качено и използвано от тези мрежи или платформи непосредствено или около времето, в което се провежда курса.

Необходими материали/инструменти

Активни профили в социалните мрежи, чрез които да се тества Graph Search

Прожектор и интернет връзка

На какво да наблегнете и какво да избягвате

- ✓ Фокусирайте се върху същността на дигиталните медии и какви нови роли имат или трябва да имат потребителите
- ✓ Обяснявайте всички упражнения и насърчавайте презентирането в рамките на групата
- ✗ Не правете всички упражнения наведнъж, а изпълнете само няколко от тях

Примерни упражнения:

Можете да изберете отворени въпроси или въпроси с множествен избор за отговор. В тази глава се препоръчва работата в групи. Примери:

а) Изберете си част от информация от някоя медия на популярна тема (нова или стара) и открийте първичния й източник. Как се променя представянето на темата в медийното пространство? Кое представяне се отдалечава най-много от първичния източник?

b) Метод „Запомняне на история“: Вариант 1: Прочетете/изслушайте историята и се опитайте да запомните колкото е възможно повече от текста. След това го напишете на хартия и сравнете резултата с оригинала. Възможно ли е да предадете историята на друг човек, без да променяте нейната същност и основна информация?; Вариант 2: Направете упражнението групово – разкажете историята на друг човек, който след това да я разкаже на трети член на групата, и т.н. Доколко историята е подобна или различна от оригинала в края?

Допълнителна информация

- De Abreu, Belinha S., et al., eds. International Handbook of media literacy education. Taylor & Francis, 2017.
- Lee, Nicole M. "Fake news, phishing, and fraud: a call for research on digital media literacy education beyond the classroom." Communication Education 67.4 (2018): 460-466.
- Potter, John. "Framing the terms and conditions of digital life: New ways to view ‘known’ practices and digital/media literacy." (2017): 387-389.
- https://www.oscars.org/education-grants/teachers-guide-series
- https://www.dw.com/en/test-your-media-literacy-skills/a-46016568
- https://www.commonsense.org/education/articles/media-literacy-resources-for-classrooms
- https://guides.library.uncc.edu/digitalmedialiteracy
- https://www.iste.org/explore/10-resources-boost-student-media-literacy
- https://www.publicmediaalliance.org/public-broadcasters-and-youth-media-literacy/
- https://mediaeducationlab.com/videos

2.4 Обществени услуги и рекламни медии в дигиталната епоха

Специфични цели

В глава № 4 се разглеждат различните аспекти на общественото излъчване и търговските медии, като анализира тяхната динамика и взаимодействие. Фокусира се най-вече върху дигиталните медии и дава оценка на политическите и икономическите влияния върху тях. Главата също така представя новите бизнес модели на социалните мрежи и влиянието на маркетинга върху тях – винаги с препратки към медийната грамотност.

Нейните цели включват предоставяне на отговори на въпроси от сорта на „Каква е ролята на политическите и икономически влияния върху дигиталните медии“, „По какъв начин новите бизнес модели, обхващащи дигиталната епоха, създават една по-променлива дигитално-медийна система?“ и „Кои са някои от основните маркетингови аспекти на дигиталните медии?“. По своята същност, главата надгражда върху специфичните характеристики, които отличават дигиталните от традиционните медии, като също така поставя акцент върху това по какъв начин новините могат да се разпространяват по-лесно без да се прави повторна проверка за тях.

Очакван общ брой часове, необходим за завършване на главата: 4 часа

Дейности

В Глава №4 са включени поредица от дейности, фокусиращи се върху разликите между обществените и търговските медии с акцент върху дигиталния свят.

Що се отнася до специализираните дейности, главата предлага и основа за дискусии на тема влиятелни лица (инфлуенсъри) и как те трансформират маркетинга в дигиталните медии. Освен това, в тях се повдига и въпроса за онлайн пазаруването, предлагайки подходящи съвети и трикове. Тъй като тези дейности са по-близки до интересите на младите хора, се очаква да повишат ангажираността.

Кратка теория

Обучаемите ще се запознаят със следните термини и теории: Обществено радиоразпръскване, принципи на общественото излъчване, търговско излъчване, налагане на медиен дневен ред, медийни пристрастия, влияние на рекламодателите върху точността на медиите, дигитален маркетинг, влиятелни лица (инфлуенсъри), съзнателен потребител, рискове на онлайн пазаруването.

Подготовка

Обучителите и младежките работници трябва да направят предварително наблюдение върху обществените медии в техния местен/регионален/национален контекст, както и поредица от новини/публикации от тяхна страна. Също така, те трябва да бъдат съчетани с публикации на подобни новини от търговски медии.

Освен това, обучителите трябва да подготвят кратък преглед на проблема с Брекзит в Обединеното кралство, ако изберат да използват този пример. Препоръчва им се и да подберат предварително мрежи или дигитални платформи, които ангажират потребителите със създаване на съдържание, и да се погрижат съдържанието, създадено по време на часовете да бъде качено и използвано от тези мрежи или платформи непосредствено или около времето, в което се провежда курса.

Необходими материали/инструменти

Активни профили в социалните мрежи, за да се открият влиятелните лица/инфлуенсърите

Прожектор и интернет връзка

На какво да наблегнете и какво да избягвате

- Наблегнете на влиятелните лица/инфлуенсърите и характеристиките на онлайн пазаруването, за да повишите ангажираността
- Не използвайте примера с Брекзит, ако тази тема не е набрала популярност в рамките на местното/регионалното/националното ниво.

Примерни упражнения

Можете да изберете отворени въпроси или въпроси с множествен избор за отговор. Примери:

а) Забелязали ли сте по какъв начин обществените медии отличават себе си от комерсиалните медии в социалните мрежи? Моля, посочете пример.

б) Вярвате ли, че вашият утвърден начин на мислене и идеология влияят върху начина, по който избирате и възприемате новините, които четете?

в) Смятате ли, че инфлуенсърите във вашата страна имат особено влияние върху навиците на хората? Сещате ли се за някакви примери?

Допълнителна информация

- Bossetta, Michael. "The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 US election." Journalism & mass communication quarterly 95.2 (2018): 471-496.
- Peruško, Zrinjka, Antonija Čuvalo, and Dina Vozab. "Mediatization of journalism: Influence of the media system and media organization on journalistic practices in European digital mediascapes." Journalism 21.11 (2020): 1630-1654.
- Plantin, Jean-Christophe, and Aswin Punathambekar. "Digital media infrastructures: pipes, platforms, and politics." Media, Culture & Society 41.2 (2019): 163-174.
- Schroeder, Ralph. "Towards a theory of digital media." Information, Communication & Society 21.3 (2018): 323-339.
- https://www.edu.gov.mb.ca/k12/cur/socstud/foundation_gr9/blms/9-1-3g.pdf
- https://bit.ly/3oQEyik
- https://www.researchgate.net/publication/260218971_The_Evolution_of_Internet_Marketing_Holistic_Diagram_of_Underlying_Theories
- https://www.communicationtheory.org/agenda-setting-theory/ https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1065912917744895?journalCode=prqb
- https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590005620300102

2.5 Проверка на информацията и критично мислене

Специфични цели

В глава № 5 са представени начините, по които може да се насърчи критичното мислене в дигиталните медии. Разграничават се някои важни понятия като дезинформация, мисинформация и некоректна информация (mal-information). Също така, в главата се класифицират различните видове дезинформация, като измами/фалшиви новини и се анализират причините за тях с множество примери.

В главата се анализират термини като фабрика за тролове, постистина и склонност за потвърждаване, като се предлагат практически съвети за това как да се провери информацията и са включени множество упражнения, които могат да помогнат за идентифициране на дезинформация. Въпросите, на които трябва да се отговори след завършването на главата, включват: „как можете да разпознаете фалшивите новини?“ и „кои са основните принципи за проверка на фактите?“.

Очакван общ брой часове, необходим за завършване на главата: 4 часа

Дейности

Глава №5 е сред най-практически насочените глави в плана за обучение на Gamefy. Тя включва упражнения за откриване на фалшиви новини, идентифициране на измами, запознаване с механизми и организации за проверка на факти и др.

Що се отнася до специализираните дейности, в главата се предлага и възможност да се преосмисли въпроса за надеждната работа на медиите и по какъв начин дигиталното измерение допринесе както за силното разпространение на фалшиви новини, така и за по-лесния достъп до механизми за проверка на фактите.

Кратка теория

Обучаемите ще се запознаят със следните термини и теории: фалшиви новини, некоректна информация (mal-information), дезинформация, мисинформация, пропаганда, постистина, критично мислене, двойна проверка на информацията, склонност за потвърждаване, проверка на информацията, структура на обърнатата пирамида, видове заглавия (неутрални, препратки, базирани на въпроси, шокиращи/емоционални), подвеждащи заглавия, кликбейт, дийпфейк, редактиране на снимки, сатирични статии.

Подготовка

Обучителите и младежките работници трябва да си направят списъци с фалшиви новини, които по-лесно биха ангажирали целевата им аудитория въз основа на техните ключови характеристики. Препоръчва се и запознаване с някои основни организации, предназначени за проверка на факти.

Необходими материали/инструменти

Активни профили в социалните мрежи за откриване на измами и фалшиви новини
Достъп до организации за проверка на факти
Прожектор и интернет връзка

На какво да наблегнете и какво да избягвате

- ✓ Отделете време за създаване на индивидуални/групови списъци с фалшиви новини и измами
- ✓ Предоставете различни варианти на фалшиви новини и викторини от типа на „фалшиви ли са или не са?“
- ✓ Подчертайте факта, че инструментите за идентифициране на фалшиви новини са широко достъпни, стига да има желание да се използват
- ✗ Не наблягайте прекалено на мащаба на фалшивите новини/измамите в дигиталната среда
- ✗ Не пренебрегвайте личната отговорност да се прави двойна проверка на информация от всеки източник

Примерни упражнения

Тази глава дава възможност за практически упражнения. Потърсете онлайн фалшиви изображения и статии с фалшива информация. Предоставете материала на обучаемите и ги приканете да опишат процеса, през който са преминали, за да проверят информацията. Що се отнася до въпроси, базирани на теория, можете да изберете отворени въпроси или въпроси с множествен избор на отговор. Примери:

а) Опитайте се да намерите във вашите социални мрежи (по-специално във Facebook) някои примери за кликбейт статии.

б) Назовете разликите между дезинформацията, мисинформацията и некоректната информация (mal-information).

Допълнителна информация

- Hodgin, Erica, and Joe Kahne. "Misinformation in the information age: What teachers can do to support students." Social Education 82.4 (2018): 208-212.
- Kahne, Joseph, and Benjamin Bowyer. "Educating for democracy in a partisan age: Confronting the challenges of motivated reasoning and misinformation." American Educational Research Journal 54.1 (2017): 3-34.
- Literat, Ioana, Yoo Kyung Chang, and Shu-Yi Hsu. "Gamifying fake news: Engaging youth in the participatory design of news literacy games." Convergence 26.3 (2020): 503-516.
- Tenove, Chris. "Protecting Democracy from Disinformation: Normative Threats and Policy Responses." The International Journal of Press/Politics (2020): 1940161220918740.
- https://www.youtube.com/watch?v=frjITitjisY
- https://www.rasmussen.edu/student-experience/college-life/critical-thinking-skills-to-master-now/
- https://www.thoughtco.com/critical-thinking-definition-with-examples-2063745
- https://www.monash.edu/rlo/research-writing-assignments/critical-thinking
- https://zety.com/blog/critical-thinking-skills
- https://www.youtube.com/watch?v=wEwGBIr_RIw

- https://www.theguardian.com/technology/2020/jan/13/what-are-deepfakes-and-how-can-you-spot-them
- https://www.creativebloq.com/features/deepfake-examples
- https://www.youtube.com/watch?v=IKU2EZQvK1c
- https://www.youtube.com/watch?v=o2DDU4g0PRo
- https://www.youtube.com/watch?v=gLoI9hAX9dw&feature=emb_title

2.6 Електронна безопасност (E-safety)

Специфични цели

Според глава № 6 от презентацията, електронната безопасност (наричана още „интернет безопасност“, „онлайн безопасност“ или „уеб безопасност“) е не само електронен, но и поведенчески проблем. В нея първо се анализират основните рискове, пред които са изправени младите хора, докато използват различни видове онлайн технологии. След това се фокусира върху правилата за електронна безопасност и по-специално върху правилата „SMART“, които включват редица „съвети“ за това как младите хора да бъдат по-разумни по отношение на своето поведение в онлайн пространството. Главата, също така, се фокусира върху това как младите хора могат да развият своите умения за електронна безопасност в платформи като Instagram или да реагират на проблеми като кибертормоза. Въпросите, на които трябва да може да се отговори след завършването на главата, включват „как безопасно да сърфирате онлайн?“, „къде и как да пазарувате онлайн?“ и „какво представлява защитата на личните данни и защо е важна?“

Очакван общ брой часове, необходим за завършване на главата: 4 часа

Дейности

Глава № 6 съдържа поредица от дейности, насочени към различни аспекти от функциите на отделните социалните мрежи и/или

проблеми, свързани с електронната безопасност. От безопасно сърфиране до кибертормоз и от сигурно онлайн пазаруване до настройки за поверителност.

Що се отнася до специализираните дейности, главата включва серия от точки, предназначени за отваряне на дискусии относно правилното използване на интернет, как да се справяме със случаите на малтретиране и кибертормоз.

Кратка теория

Обучаемите ще се запознаят със следните термини и теории: електронна безопасност, вируси, изскачащи прозорци, цифров отпечатък, кибертормоз, секстинг, съвети за създаване на силна парола, хакер.

Подготовка

Обучителите и младежките работници могат да се подготвят с няколко лични истории, изобразяващи проблематично електронно поведение. Случаите трябва да са свързани възможно най-тясно с целевата аудитория. Всички подготвителни дейности, включително обявяване на темата на предстоящия курс и покана за срещата, трябва да бъдат насочени към изграждане на доверие и усещане за безопасна среда.

Необходими материали/инструменти

Екранни снимки, показващи измами при онлайн пазаруване в местен/регионален/национален контекст

Екранни снимки, изобразяващи случаи на кибертормоз в местен/регионален/национален контекст

Активни профили в социалните мрежи, за да може да се прегледат настройките за поверителност

Прожектор и интернет връзка

На какво да наблегнете и какво да избягвате

- Проверете кои социални мрежи предпочита целевата група и се фокусирайте върху тях

- Разкрийте на участниците, че сте имали проблеми с електронната безопасност: напр. имейл с прикачен файл, който не е трябвало да отваряте; онлайн покупка, която се е оказала измама; настройки за поверителност, които никога не сте проверявали и т.н.
- Свържете се със служби/организации за борба с тормоза, които работят във вашия местен/регионален/национален контекст
- Не настоявайте за разкриване на лични истории, свързани с кибертормоза
- Не наблягайте само на негативните страни на социалните мрежи, онлайн сърфирането и комуникацията, тъй като това най-вероятно ще ограничи ангажираността на целевата аудитория

Примерни упражнения

Измислете различни сценарии и приканете обучаемите си да представят възможни решения, работейки в групи. Пример:

“Сценарии

Миналата седмица Анджела Мартин изпрати на Тод Пакър, мъж, който току-що я беше добавил в Инстаграм, доста рискова (гола) снимка на себе си, на която тя не носи всичките си дрехи. Анджела не си направи труда да се представи преди да изпрати снимката и никога не се е срещала лично с Тод. Миналия петък Тод изпрати снимката на приятеля си Джим, който я препрати на приятеля си Майкъл.

Въпроси за дискусия: Какво бихте направили, ако бяхте на мястото на Анджела? Какво трябваше да се случи вместо това?“

Можете да изберете отворени въпроси или въпроси с множествен избор на отговор, за да проверите дали обучаемите са разбрали теорията. Можете да намерите примери за онлайн викторини на следните линкове:

a) DigiSafe Digest - Part 1
b) DigiSafe Digest - Part 2
c) Are you smart online?

Допълнителна информация

- Atkinson, Shirley, Steven Furnell, and Andy Phippen. "Securing the next generation: enhancing e-safety awareness among young people." Computer fraud & security 2009.7 (2009): 13-19.
- Barnard-Wills, David. "E-safety education: Young people, surveillance and responsibility." Criminology & Criminal Justice 12.3 (2012): 239-255.
- Hamilton, Jayne, et al. "Using the quality circle approach to empower disadvantaged youth in addressing cyberbullying: an exploration across five European countries." Pastoral Care in Education 38.3 (2020): 254-272.
- Snakenborg, John, Richard Van Acker, and Robert A. Gable. "Cyberbullying: Prevention and intervention to protect our children and youth." Preventing School Failure: Alternative Education for Children and Youth 55.2 (2011): 88-95.

2.7 Допълнителни видеа (за всички глави от плана за обучение)

- The Economist, Fake News vs Fact: The Battle for Truth, 21 February 2019 (https://www.youtube.com/watch?v=UM1ZAFcu1Vc)
- The Economist, Could deep fakes weaken democracy?, 22 October 2019 (https://www.youtube.com/watch?v=_m2dRDQEC1A)
- BBC, What is Fake News?, 12 November 2018 (https://www.youtube.com/watch?v=UfTUdOtRrwo)
- BBC, How do I spot fake news?, 26 June 2019 (https://www.youtube.com/watch?v=0vjar1iqK-c)
- New York Times, The seven commandments of fake news, 20 November 2018 (https://www.youtube.com/watch?v=S-4iwYkAivA)
- New York Times, How Disinformation is Taking Over the World, 20 November 2018 (https://www.youtube.com/watch?v=yA-FCxFQNHg)

Част 3:
Представяне на gaMEfy играта и начини за прилагането ѝ в плана за обучение

Играта gaMEfy е напълно съвременна интерактивна онлайн игра, която има за цел под формата на игра да образова младите хора относно медийна грамотност и фалшиви новини. Целта ѝ е да насърчи ученето чрез практически задачи и да тества знанията, придобити от играчите. Играта е интерактивна, увлекателна и забавна, като завладява младите хора с цели и задачи, насърчавайки постигането на по-лесен и по-бърз процес на обучение.

Играта има за цел да предостави на играчите както възможности за обучение, така и сигурни начини за придобиване на актуална информация. Това ще помогне на целевите групи да подобрят на практика своите дигитални умения и знания за медиите и фалшивите новини. Целевите групи са млади хора (16-30 години) и хората, отговорни за тяхното образование. Играта дава възможност за самообучение без да е необходим допълнителен надзор. В същото време може да се използва като инструмент за младежки работници и педагози, целящи да подобрят резултатите от обучението на своите ученици.

За GaMEfy играта

Самата игра съдържа шест части, които съответстват на главите от

Тплана за обучение: 1) Дигитално-медийна грамотност, 2) Дигитални медии, 3) Социална отговорност на дигиталните медии, 4) Обществени услуги и рекламни медии в дигиталната епоха, 5) Проверка на информацията и критично мислене и 6) Електронна безопасност

Във всяка глава има шест различни вида въпроси. Играчът може да започне с избраната от него глава (редът не е от значение), но първо трябва да я завърши и след това ще може да премине към следващата. Броят на въпросите варира в отделните глави. Играчът може да се върне към предишния въпрос или глава, ако желае да промени отговорите си или да подобри резултатите си. За всяка завършена глава играчът получава различни значки (златна, сребърна, бронзова) и съответно 3, 2 или 1 звезди/а, в зависимост от неговото представяне. Ако играч не е доволен от резултата си, той може да отговари на бонус въпроси. За посещение на замъка трябва да бъдат събрани поне 10 звезди. За да завършат играта от играчите се изисква в замъка да отговорят на най-предизвикателните въпроси, свързани с медийна грамотност.

От дясната страна на платформата за играта има няколко бутона, върху които играчите могат да кликват преди или по всяко време на играта. Първият, Wordbook, води към речник. При щракването върху втория бутон How to play изкача видеоклип, в който се обясняват различните видове въпроси. Бутонът Restart chapter рестартира главата и пренасочва играча към нейното началото. С бутона Source може да се види източникът на използваното мултимедийно съдържание.

Как се играе – видове въпроси

При първия тип въпроси играчът вижда снимка от дясната страна и съответния въпрос от лявата страна на екрана си. Той може да избира отговорите си, някои от които имат малка буква i, написана в горния десен ъгъл. Ако играчът пожелае, може да кликне върху буквата i и да прочете информация, свързана с този отговор. Когато избере своя отговор, играчът трябва да кликне върху него и след това върху бутона Next по-долу, за да продължи към следващия въпрос. Щракнете тук, за да изгледате видеоклип, илюстриращ този тип въпроси.

При втория тип въпроси играчът трябва да плъзне и пусне отговорите си, намиращи се от дясната страна, в празните полета отляво. След това може да продължи към следващия въпрос, като кликне върху бутона Next по-долу. Щракнете тук, за да изгледате видеоклип, илюстриращ този тип въпроси.

Третият тип въпроси са въпроси с множествен избор на отговор и от играча се очаква да плъзне и пусне верния отговор в лявото поле, а грешните отговори в дясното поле. Щракнете тук, за да изгледате видеоклип, илюстриращ този тип въпроси.

При четвъртия вид въпроси има снимка от дясната страна и въпрос, състоящ се от две или три части и свързан с тази снимка. В първата част играчът може да избере един отговор и след това да продължи към втората част, като кликне върху стрелката от дясната страна. Във втората част играчът може да избере един или повече отговора и да продължи към третата част, като отново кликне върху стрелката вдясно. В последната част играчът кликва върху бутона Select an Answer и долу му се показват всички възможни отговори. Когато избере своя отговор, играчът може да продължи към следващия въпрос, като кликне върху бутона Next по-долу. Щракнете тук, за да изгледате видеоклип, илюстриращ този тип въпроси.

При петия тип въпроси играчът вижда екран на телефон и трябва да избере правилната снимка за въпроса, изписан по-горе, като я плъзне и пусне върху екрана на телефона. След това играчът продължава към следващия въпрос, кликайки върху бутона Next по-долу. Щракнете тук, за да изгледате видеоклип, илюстриращ този тип въпроси.

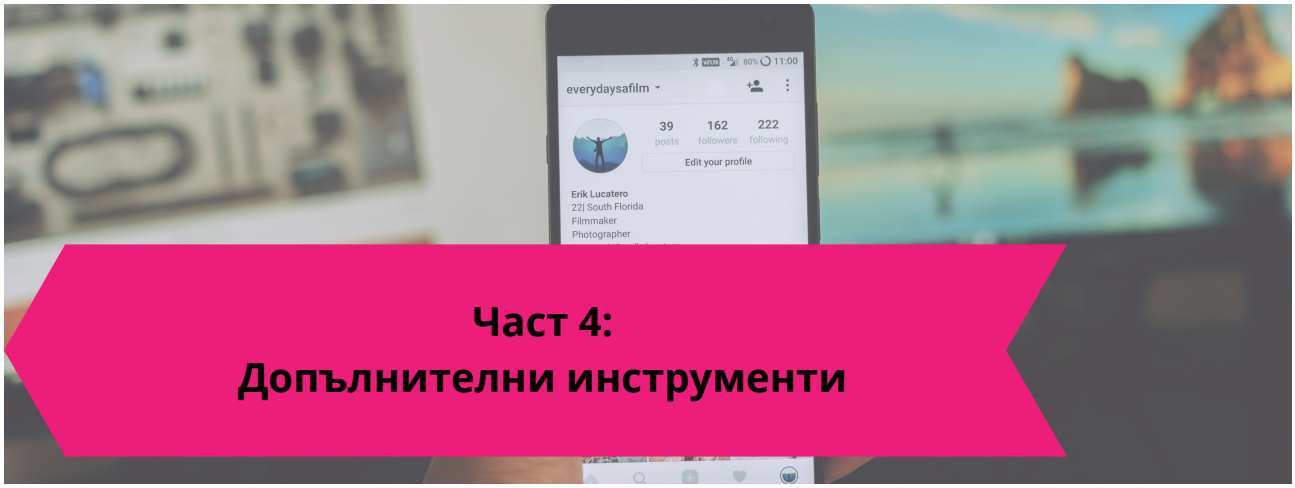
При шестия вид въпроси въпросът е разположен в горната част, а под него отляво и отдясно има две снимки на новини. В зависимост от въпроса, играчът може да реши дали да избере една или и двете новини, като плъзне плъзгача долу наляво, ако иска да избере лявата новина, вдясно, ако иска да посочи дясната новина, или в центъра, за да посочи и двата отговора. Когато отбележи отговор, продължава към следващия въпрос чрез кликване върху бутона Next по-долу. Щракнете тук, за да изгледате видеоклип, илюстриращ този тип въпроси.

По какъв начин може да се приложи играта в плана за обучение

Планът за обучение и играта GaMEfy могат да се разглеждат като два независими продукта, разработени по проекта Gamefy, но резултатите от обучението могат да бъдат още по-добри, ако те се комбинират. Във всеки случай, планът за обучение е продължение на играта за медийна грамотност, която определя кои компетенции на целевата група трябва да бъдат адресирани и как. Освен това, предоставя и необходимата теоретична подготовка и подобрява знанията на участниците.

Всеки обучител може да използва двата продукта според нуждите на своите обучаеми. Ние предлагаме следните стъпки:

- В началото на срещата помолете обучаемите да преминат през играта. Това ще ви помогне да определите какво знаят към момента по темата на преподаваната глава за медийна грамотност.
- Използвайте информацията, предоставена в съответната глава от плана за обучение, за да подобрите техните знания. Също така, по време на срещата можете също да използвате и PowerPoint презентацията.
- В края на срещата помолете обучаемите да изиграят отново играта, за да определят до какво ниво на разбиране са достигнали.



Част 4:
Допълнителни инструменти

Организации и инструменти за проверка на факти

В този раздел накратко са представени инструменти, използвани от изследователи, преподаватели и журналисти, като се набляга на техните основни характеристики, методология и предимства. Организациите за проверка на фактите се смятат за невероятни инструменти, тъй като могат да бъдат използвани за реални разследвания на случаи. В същото време те могат да бъдат използвани и за образователни цели.

- *INVID - https://www.invid-project.eu/*

  Invid е онлайн платформа, „предоставяща услуги за откриване, автентизиране и проверка на достоверността и точността на видео файлове и видео съдържания, достойни да бъдат определяни като новини и разпространявани чрез социалните медии“.

  Използва се широко от журналистите, целящи да проверят дали мултимедийното съдържание, разпространявано в социално-медийните платформи, е достоверно.

- *RevEye Обратно търсене на изображения – браузър разширение*

  Платформата позволява да се извършва обратно търсене на изображения в Google, Bing, Yandex и TinEye. Може да се използва във всички уебсайтове само чрез кликване с десния бутон върху дадено изображение.

- *Snopes – https://www.snopes.com/*

  Snopes е един от най-използваните ресурси за проверка на фактите в интернет. Основан през 1994 г. от Дейвид Микелсън, Snopes е един от най-старите и най-големите сайтове за проверка на факти, широко разпространен сред журналисти, фолклористи и читатели като безценен спътник в изследванията им. Snopes винаги предоставя

документации и източници на новини, така че читателите да могат да разследват и проучват повече и сами да преценят различни статии.

Тази организация за проверка на фактите не се фокусира изцяло върху политически теми. Snopes е приспособен да работи с материали, които могат да бъдат под различни форми: текст, разпространяван онлайн; публикации в социалните мрежи; макроси/мемове на изображения; видеоклипове; печатни материали и статии от други сайтове и публикации.

Сайтът се опитва да използва непристрастни източници на информация и данни (напр. рецензирани списания, статистики на правителствени агенции) колкото е възможно повече и да предупреждава читателите, че на информацията и данните от източници като политически ориентирани организации и пристрастни институти/организации, даващи съвети и идеи по обществени/технологични/търговски проблеми, трябва да се гледа със скептицизъм. В случаите, когато Snopes се свързват с лица или организации по имейл или телефон за мнение, тази информация се отбелязва в самия текст на статиите. Обикновено това не се посочва отделно в раздела „Sources" (Източници).

- *AllSides – https://www.allsides.com/unbiased-balanced-news*

AllSides е инструмент за проверка на факти, който има за цел да подкрепи демократичното общество с балансирани новини и разнообразни гледни точки, с фокус върху политиката. Той предлага на хората информация и идеи от всички страни на политическия спектър, за да разберат по-добре, както света така и себе си един с друг. Балансираното отразяване на новините в сайта, оценките на медийните пристрастия, възможностите за граждански диалог, както и технологичната платформа, са достъпни за всички и могат да бъдат интегрирани от училища, организации с нестопанска цел, медийни компании и др.

- AllSides има версия и за използване от училища. „AllSides for Schools" предоставя на преподавателите инструменти, ресурси, информация и насоки за обучение, за да помогнат на учениците да изградят новинарска грамотност, информираност относно пристрастия, критично мислене и умения за комуникиране отвъд различията. Тези приспособления са свободно достъпни за всички. Всичко, което трябва да направите, е да копирате и поставите кода във вашия сайт за

новинарската страница, която предпочитате.

- FakerFact – https://www.fakerfact.org/

  FakerFact е инструмент с изкуствен интелект, създаден, за да помогне на читателите да разберат повече за това, което ежедневно четат. FakerFact има за цел да даде възможност на читателите да открият кога дадена статия е създадена с цел достоверно споделяне на информация и кога тя е насочена към манипулиране или влияние върху читателя чрез средства, различни от фактите.

  Изкуственият интелект на FakerFact е наречен Уолт. Той е настроен да чете статиите, които потребителите изпращат към сайта, като им предлага „мнението на Уолт“ за съответната статията. Трябва да копирате URL адреса от уебсайта, в който четете, и да го поставите във FakerFact, за да можете да го проверите. Той е безплатен за използване и не се нуждае от регистрация или влизане в профила ви. След като Уолт приключи проверката на URL адреса, FakerFact ще покаже подробностите за статията. Уолт е обучен да оценява статията с 6 точки. Можете да видите каква според Уолт е статията ви, ако тя е насочена към изразяване на мнение, журналистика, сензация, Уикипедия, сатира или тема от дневния ред.

- *EUFactcheck – https://eufactcheck.eu/*

  EUFactcheck е проект за проверка на фактите на Европейската асоциация за обучение на журналисти (EJTA), който цели да изгради устойчиво обучение относно проверката на факти в рамките на европейската мрежа от школите по журналистика. Eufactcheck се бори с дезинформацията относно различни европейски политики и теми. Студентите по журналистика от цяла Европа проверяват твърденията, както на политици, така и на други, и ги оценяват.

  Инструментът предлага множество статии, които са проверени чрез секцията „Fact checks“ (Проверки на факти). Ще получите уведомление относно това дали статията, която четете, е „вярна“, „предимно вярна“, „невярна“ или „предимно невярна“. Можете също така да предложите статия или видеоклип или нещо, което на което сте попаднали през деня, като просто дадете имейла си и предоставите възможно най-много информация за статията или видеоклипа, която/който сте видели, и прикачите всеки URL адрес, на който сте видели съответния материал.

EUFactcheck работи на принципа на инструмента, създаден от Международната мрежа за проверка на фактите (IFCN). Тъй като EUFactcheck не функционира 24 часа в денонощието, не е със статут на фирма, нито съществуването й е с неопределена продължителност, тя не се стреми да получи верификационната значка на IFCN. Организацията също така разработи и блок-схема, изобразяваща стъпка по стъпка процеса на проверка на фактите, за да помогне на учениците и техните учители да следват точна и единна методология при проверка на фактите. EUFactcheck работи в тясно сътрудничество с 18 училища и университета към момента.

- TruthorFiction – https://www.truthorfiction.com/

TruthOrFiction.com е уебсайт, в който интернет потребителите могат бързо и лесно да получат информация относно слухове, фалшиви новини, дезинформация, предупреждения, оферти, молби за помощ, митове, измами, предупреждения за вируси, както и хумористични или вдъхновяващи истории, разпространявани по имейл.

Сайтът се фокусира предимно върху истории, широко разпространявани чрез социалните мрежи. Всяка история в TruthOrFiction.com или е проучена лично от екипа на уебсайта, или в други случаи за нея е известно, че става въпрос за общоизвестен слух или градска легенда, издържала изпитанието на времето.

В секцията „Fact Checks" (проверки на факти) можете да откриете проверени от TruthOrFiction.com статии. Има четири основни категории: Politics (Политика), Fake News (Фалшиви новини), Viral Content (Вирусно съдържание) и Entertainment (Развлечения), които спомагат филтрирането и намирането на новините, които искате да проверите. TruthorFiction се опитва да направи изследването възможно най-прозрачно и лесно възпроизводимо. Сайтът включва, както препратки вътре в текста, така и секция "Sources" (Източници) към всяка статия.

TruthorFiction отбелязва всички корекции и разяснения в отделен раздел в долната част на страницата с дата и час на актуализиране. Всяка промяна е представена чрез кратко обяснение на това какво е било коригирано и каква е била причината.

Сред източниците, които се използват за проверки на фактите, са: утвърдени новинарски организации, рецензирани академични статии и първични източници.

Игри, свързани с фалшиви новини

Този раздел е изцяло посветен на игри, които биха могли да допринесат за по-доброто разбиране относно това как работят фалшивите новини и как да можем да ги избягваме. Включени са няколко симулационни игри, разработени от различни организации и институции, които илюстрират негативните ефекти на фалшивите новини. Най-важното, обаче, е, че чрез игрите младите специалисти или студенти могат по-добре да разберат как да ги идентифицират и да ги избягват.

BAD NEWS – https://www.getbadnews.com/#intro

Bad News е игра за фалшиви новини. В нея, за да сте добър играч и да постигате „добри резултати“, трябва да сте съсредоточени изцяло срещу етиката на новините и да достигнете до възможно най-много последователи в уебсайта си, изграждайки го като „достоверен“ новинарски сайт. Играта е насочена към участници между 15 и 35 години. Тя е призната с международен лиценз Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share Alike 4.0.

Характеристики:

- Към момента играта Bad News поддържа над 10 езика от цял свят.
- Наскоро бе разработена и версия, предназначена за Босна и Херцеговина и Молдова, като остава отворена и за други сътрудничества.
- Bad News предлага също така и версия за деца между 8 и 11 години, наречена „Bad News Junior“, която в момента поддържа само английски език.
- Играта предлага и версия за преподаватели, която се използва предимно в класните стаи.
- Bad News предлага и информационен лист с насоки за използването на играта в класната стая.
- В играта е предвиден и въпросник, предназначен за бъдещи научни публикации, свързани с медийна грамотност.
- Играта е безплатна и не се изисква регистрация, за да играете.

Играта Bad News се занимава предимно с темата за социалните мрежи като източник на фалшиви новини. За да играете играта, първо трябва

jда създадете „вирусен“ туит. Основният смисъл на играта не е споделянето на туит, с който се печелят последователи; целта е да повишавате вашата „достоверност“. Доверието във вас и последователите ви започват да се покачват тогава, когато хората споделят и коментират публикувания от вас туит. След като постигнете всичко това, можете да създадете свой собствен уебсайт за новини. Със всяко „изпълнено“ ниво на играта, вие печелите значки.

Има общо 6 нива (значки), които трябва да спечелите, за да завършите играта. Би било полезно, ако споделяте „новината“ заедно със снимка, която можете да решите дали да публикувате. Можете да създавате мемове, за да увеличавате последователите си и да повишавате достоверността си. Играта свършва, когато завършите всяко едно ниво и спечелите всички значки.

BBC IREPORTER – https://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-8760dd58-84f9-4c98-ade2-590562670096

BBC създаде пространство за своите потребители, където им се дава възможност да влязат в ролята на репортери и да пишат свои собствени кратки новини. Играта BBC iReporter ви дава възможност виртуално да се свържете с „истинските“ продуценти на BBC чрез записани видеоклипове, където можете да „провеждате“ видео разговори с тях и да опознаете работата отблизо.

Играта, въпреки новините в социалните мрежи, на които попадате ежедневно, ви дава информация от хората около вас и я оставя в ръцете ви сами да решите дали да я публикувате или първо да я проверите. По време на играта вашата роля като репортер на BBC е да отразявате извънредни новини - публикувайки вашата история в сайта „BBC Live“. Вашата история ще бъде оценена по това колко добре балансирате accuracy (точността), impact (въздействието) и speed (скоростта).

Характеристики и обяснение на играта:

- Играта има 5 нива за достигане до последните новини от 7 сутринта до 22 часа със средно 10 минути игра за всяко ниво.
- Получавате видео разговори с редакторите на вестника, което ще ви помогне да вникнете в играта.

- По време на играта получавате информация за нещата, които се случват в момента.
- Получавате информация от редакторите за това как да реагирате и да проверите дали новините са реални или фалшиви.
- Вие, обаче, имате „правото“ да решите дали искате първо да проверите новините или директно да ги публикувате в BBC Live.
- Всяко от решенията, които взимате, се отразява върху резултатите ви по accuracy (точност), impact (въздействие) и speed (скорост).
- Получавате „видео обаждания“ за всяка новина, която решите да публикувате, където ще ви се загатва по какъв начин да реагирате на следващата подсказка.
- Играта приключва, след като достигнете до последните новини в 22:00.

FAKEY – https://fakey.iuni.iu.edu/

Fakey е игра, която дава знания и умения относно медийната грамотност и има за цел да проучи по какъв начин хората реагират на дезинформацията. По време на играта играчите виждат симулирана новинарска емисия със статии. Някои идват от легитимни източници на новини, а други от сайтове, които обикновено публикуват фалшиви или подвеждащи доклади, кликбейт заглавия, теории на конспирацията, junk science (неверни факти, които се представят като научно-доказани), както и други видове мисинформация.

Характеристики и обяснение на играта:

- Fakey предлага три начина за влизане в играта: с Facebook акаунт; с Twitter акаунт или с анонимен профил.
- Целта е да се подкрепи ползотворното използване на социалните мрежи чрез популяризиране на информация от надеждни източници, а не от източници с ниска достоверност.
- Играчът може да проучва всяка статия в симулираната емисия, точно както би направил в любимите си социални мрежи. Играчъттрябва да разгледа изображенията, заглавията и описанията, за да реши дали статията е достоверна, като в такъв случай той може да реши да го сподели или хареса или да избере да провери фактите, за да покаже, че не вярва на статията.

- Играта отбелязва всяко действие, което играчът предприема. Точките показват колко опит има той.
- Играчът получава топ точки при споделяне на статии от достоверни източници и статии от подозрителни източници, за които трябва да се предприема проверка на фактите.
- Споделянето на статия от ненадежден източник води до намаляване на вашите умения, а харесването на подозрителна статия или информация за проверка на фактите от легитимен източник ще ви донесе няколко точки.
- FAKEY се предлага като приложение за вашия телефон, както във версия за iOS, така и за Android.
- Играта приключва, след като отбележите всяка "статия" и натиснете бутона Done.
- FAKEY ви предлага възможността да записвате резултата си и да го сравнявате с този на други играчи. Но за тази цел, трябва да влезете чрез вашия Facebook или Twitter акаунт.

➔ FAKE IT TO MAKE IT – https://www.fakeittomakeitgame.com/

„Fake It To Make It“ е друга симулационна игра, която ви позволява да научите повече за фалшивите новини и как да ги откривате.

Играта „Fake It To Make It“ има по-различен подход от този на Bad News, предоставяйки повече отворено пространство за „добре познати“ инструменти за проверка на новините, преди те да бъдат разпространявани,като „съветва“ потребителите си да използват инструменти като Snopes, PolitiFact и FactCheck.org за осъществяване на проверката.

Характеристики и обяснение на играта:

- Fake it to make it в момента поддържа само английски и немски език.
- Играта е безплатна. В началото тя ви дава кредити, с които да създадете свой собствен "уебсайт", където да пишете новини или да ги копирате и поставяте, като така получавате повече приходи за самия сайт.
- След като генерирате достатъчно „кредити“, можете да създадете своя втори, трети, четвърти уебсайт и т.н..
- Играта започва със създаване на акаунт и избор на аватар.

- След това създавате своя собствен уебсайт за новини, като избирате неговото име, лого, домейн и хостинг, тема и др.
- След като създадете уебсайта си, можете да видите всички подробности за него, като се започне от харесвания, споделяния, гледания, достоверност и приходи.
- Можете да споделяте статии във вашия уебсайт, като просто ги копирате от други сайтове или като „измамите“, споделяйки статия от потребителски профил в определена група.
- За целта първо трябва да бъдете приети в съответните групи, като можете да заявявате молби за присъединяване към толкова групи, колкото желаете.
- Играта Fake it to make it няма последно ниво. Можете да генерирате толкова съдържание, колкото желаете, и да продължите да създавате нови уебсайтове, увеличавайки доверието и приходите към тях.

➔ *NewsFeed Defenders – https://www.factcheck.org/newsfeed-defenders/*

News Feed Defenders е нова игра за медийна грамотност, създадена от FactCheck.org, която учи своите играчи как да откриват и избягват дезинформацията и мисинформацията в днешния хаотичен свят.

По време на играта ви се предоставят някои линкове и публикации във вашата емисия със свързани към тях показатели.

Играта започва с избор на аватар и тема, която ви допада.

Играта насочва към 5 основни елемента, които трябва да присъстват във вашите публикации: 1) Accuracy (точност), 2) Transparency (прозрачност), 3) Trustworthiness (достоверност), 4) Impartiality (безпристрастност), 5) Focus (насоченост).

В играта има три основни показателя: Integrity (цялостност) , Traffic (трафик), и Focus (фокус), които играчът трябва да се опитва да покачва, като харесва или не харесва съответните линкове и публикации.

News Feed Defenders предлага и пакет Teacher Extension Pack. За да го използвате, първо трябва да влезете в профила си и да го изтеглите. Както бе споменато по-горе, играта има 5 точки, които представляват подсказки за това на какво трябва да обърнете

внимание във връзка с вашите публикации:

Accuracy (точност) – публикациите трябва да съдържат точни факти и информация.

- Transparency (прозрачност) – трябва да бъде ясна целта на публикацията.
- Trustworthiness (достоверност) – източникът на публикациите трябва да бъде надежден.
- Impartiality (безпристрастност) – публикациите трябва адресират множество гледни точки, а не само една.
- Focus (насоченост) – публикациите трябва да са на конкретна тема и да се придържат към нея.

Играта продължава, като ви се показват различни статии, които вие можете да харесате или да не харесате. Когато приключите със статиите, трябва да кликнете върху иконката „End day“ (завършване на деня) и ще можете да видите промените в показателите за Integrity (цялостност) , Traffic (трафик), и Focus (фокус).

След всеки завършен ден получавате подробности за това как сте се представили и до каква степен сте успели да увеличите гореспоменатите показатели. А увеличавайки ги, вие придобивате нови способности в края на всеки ден. Като обновявате членството си, вие получавате нови възможности за създаване на публикации и можете сами избирате тези, които желаете да публикувате. Продължете да играете играта, за да достигате до нови нива на членство и да печелите нови способности.

gamefy
Find fake news and avoid them!