

ФЕЙК

≠

ФАКТ

**#Challenge
#YourFacts**

ЗМІСТ

04	Ласкаво просимо!
	1. Оцінювання джерел
	<i>Ресурси вчителів</i>
05	• Що є джерелом
05	• Оцінювання джерел
05	• Критерії оцінювання джерел
05	• Як це робити
06	• Упереджена інформація - онлайн ризики
06	• Онлайн інструменти для оцінювання джерел
06	• Питання під час веб-пошуку
07	• Пошукові системи
	<i>Вправи 1.1 - 1.6</i>
	2. Пропаганда
	<i>Ресурси вчителів</i>
11	• Знайомство з методами пропаганди
11	• Огляд слайд-шоу
11	• Початок роботи
	3. Створення фільму
	<i>Ресурси вчителів</i>
12	• Завдання
12	• #ChallengeYourFacts
12	• Рецепти для пропагандистського фільму
13	• Питання для обговорення
	<i>Вправа</i>
14	• Складові
14	• Інструкції
15	• Розкадрування
17	Доповідачі
18	Доступний матеріал

Ласкаво просимо!

Цей навчальний матеріал розрахований на учнів середньої та повної середньої освіти. Матеріали Фейк ≠ факт побудовані на оцінюванні джерел - процесу розпізнавання джерел інформації, пропаганди та технік, які необхідні для покращення навичок розпізнавання та оцінювання джерел.

Матеріали розподілені на три окремі частини, які пов'язані між собою. Перший урок базується на інформації, розроблений Viralgranskaren (Спостерігач за вірусами) та Webbstjärnan/Інтернет Фондація у Швеції (ІФШ), який фокусується на загальних питаннях оцінювання джерел. Він складається з коротких лекцій та вправ для учнів.

Другий урок розроблений Шведською радою з питань засобів масової інформації. Він складається з вправ та інструкцій, проте більш детально розглядається пропаганда у поєднанні з оцінкою джерел. Через велику кількість матеріалу, охопленого цим уроком, ми рекомендуємо розподілити його на два окремі заняття.

Третя частина передбачає створення учнями свого власного пропагандистського фільму, базуючись на Ваших інструкціях. Урок із зйомок триватиме приблизно протягом чотирьох занять і потребує певних технічних інструментів та доступу до інтернету. (Урок необов'язковий для шкіл, які не беруть участі у конкурсі #ChallengeYourFacts.) Як їх вчитель/ка, Ви найкраще знаєте своїх учнів. Виберіть завдання, які підходять Вам і Вашим учням, адаптуючи їх до Ваших потреб.

Успіхів!



ВСТУП

ПЕРШИЙ УРОК

1

ОЦІНЮВАННЯ ДЖЕРЕЛ

ВЧИТЕЛЬСЬКІ РЕСУРСИ

Перший урок описує джерела та те, як їх оцінюють. Ви читатимете лекцію у класі на основі поданого нижче матеріалу (не більше 30–60 хвилин). Після лекції учні мають зробити вправи та дати відповіді на запитання. Весь урок розрахований приблизно на дві години.

Спираючись на текст нижче, ви можете скласти власну лекцію та коротко пояснити питання своєму класу.

Ви можете розпочати свою лекцію з короткого відео: <https://vimeo.com/243129187/6bd9606f35>

Що є джерелом?

Джерелом є сайт або матеріал чи навіть людина, від якої ви отримуєте інформацію. У традиційному оцінюванні джерел, джерела поділяються на письмові, усні та фізичні. В інтернеті різні типи джерел можуть бути пов'язаними між собою, наприклад текст може посилатися на фільм, у якому за допомогою гри актора розповідається те, що бачив очевидець.

Оцінювання джерел

Критичний погляд на джерело означає, що ви систематично вивчаєте джерела та оцінюєте їх на правдивість. Цей метод дозволяє нам свідомо вибирати, які джерела ми хочемо використовувати.

Критично аналізувати джерела в інтернеті складно, адже не відбувається контролю, хто саме може розміщувати інформацію в інтернеті. Також складнощі виникають при оцінці та аналізі джерел в інтернеті, адже обсяг доступної інформації величезний.

Критерії для оцінки джерел

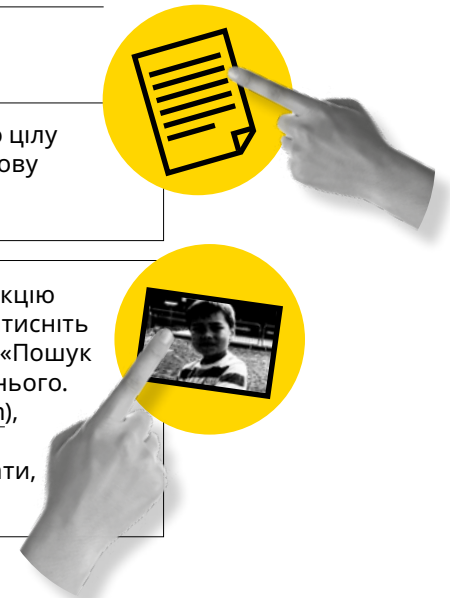
Джерело - методологія базується на чотирьох критеріях:

- **Достовірність**
Чи є джерело саме тим, чим себе подає? Воно є оригіналом ресурсу чи копією? Несе правдиву чи хибну інформацію?
- **Актуальність**
Чи представлена інформація є актуальною, або, можливо, відбулися зміни? Через який час після події відбулося розміщення інформації?
- **Незалежність**
Чи є ресурс незалежним, або інформація залежить від інших ресурсів чи джерел? Яким чином?
- **Ціль**
Чи є інформація, розміщена на інформаційному ресурсі упередженою? Чиї інтереси представляє джерело? Чи є суперечлива інформація з інших джерел? Наскільки достовірною є суперечлива інформація?

Чотири кроки, які вам допоможуть у перевірці

Для текстів, ви можете скопіювати заголовок або цілу фразу з матеріалу в інтернеті та вставити в пошукову систему з лапками з обох сторін.

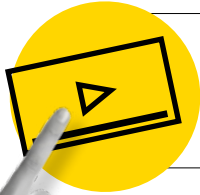
Для зображень, ви можете використовувати функцію пошуку зображень Google (images.google.com). Натисніть правою кнопкою миші на зображенні та виберіть «Пошук по картинці в Google», щоб дізнатись більше про нього. Використовуючи вебсервіс TinEye (www.tineye.com), ви можете завантажити цифрове зображення або ввести точну URL-адресу зображення, щоб з'ясувати, де воно використовується.



Що стосується звуку, важко визначити, чи цифровий запис, знайдений в інтернеті, є справжнім. Додаткові підказки Вам може дати пошук за назвою файлу.



Переглядаючи відеоматеріал, важливо звернути увагу на такі речі як: якість відео та хто його завантажив. Коментарі можуть слугувати додатковими підказками.



Упереджена інформація - ризики в інтернеті

По суті, вся інформація певною мірою упереджена. Завжди враховуйте, наскільки інформація є упередженою і з якої причини.

Кілька прикладів:

- **Вводить в оману зміст інформації.** Фейкові новини та звіти можуть поширюватися через соціальні мережі та відомі ЗМІ.
- **Вірусні розваги.** Розваги створюються з двох причин: як розвага для одержувача (поширення серед інших) та для створення доходу власнику від реклами.
- **Прихований маркетинг.** Поширеною є практика приховати рекламу, роблячи її схожою на журналістику; це називається контент-маркетингом.
- **Шахрайський бізнес.** Більшість людей, які регулярно користуються інтернетом, у певний момент стикалися з ненадійними комерційними агентами.
- **Чутки та наклеп.** Після того, як вони були поширені достатню кількість разів, брехня зрештою може бути прийнята як істина. Як і в реальному житті, добре зберігати нейтральність щодо тверджень, які ви не можете довести.

Онлайн інструменти оцінювання джерел

Чи знали ви, що...

Система доменних імен (DNS) може допомогти вам зробити висновки про те, хто стоїть за вебадресою. Скоротить веб-посилання справа наліво. Це приведе вас до головної адреси, де може бути інформація про те, хто створив контент (після WWW і перед доменом верхнього рівня, таких як .com). Ви знайдете повний список усіх доменів верхнього рівня, в тому числі різних країн за адресою: www.iana.org/domains/root/db/

Хто стоїть за?

Якщо ви хочете знати, хто є власником доменного імені, ви можете використовувати whois.com, базу даних, яка містить інформацію про реєстрацію домену.

Хто ще цитував ваше джерело?

Існує простий спосіб дізнатися, які сайти посилаються на джерело, яке ви хочете переглянути. Використовуючи посилання ключового слова та двокрапку, а потім URL адресу (посилання : www.blogspot.com) у полі пошуку, ви можете за допомогою Google дізнатися, які сайти посилаються на цю адресу та скільки їх.

Питання під час веб пошуку

За останніми підрахунками, зараз у світі може бути зареєстровано до 2 мільярдів вебсайтів. Перш ніж використовувати інформацію з вебсайту, обов'язково дайте відповіді на наступні запитання, щоб провести оцінювання.

- Хто відправник? Чи є контактні дані? Як ви оцінюєте отриману вами інформацію про відправника? Як це впливає на вміст контенту, та як ви його оцінюєте?

- Яка ціль вебсайту, та як це впливає на поширюваний ним контент? Він хоче інформувати, представляти факти, поширювати думки, щось продати чи розважити? У сайту більше однієї цілі? Він отримує прибутки від реклами?
- Хто є цільовою аудиторією? Контент сайту є складним для розуміння чи важким? Чи правдиві факти? Чи є інформація про походження інформації? Чи наявна інформація про час останнього оновлення сайту? Чи працюють посилання?
- Чи можна отримати інформацію з інших джерел? Які ще ресурси посилаються на сайт, який ви вивчаєте?

Пошукові системи

Ви також повинні критично ставитися до інструментів, які ви використовуєте для пошуку джерел в інтернеті. Більшість пошукових систем орієнтовані на прибуток, і ваша поведінка в інтернеті може вплинути на результати пошуку. Можливо, буде корисно шукати однакові ключові слова в кількох різних пошукових системах і порівнювати результати.

Duckduckgo.com базується на відкритих джерелах та не зберігає дані про вас, як, наприклад, робить технологія cookies. Startpage.com надсилає ваші ключові слова до Google, а потім представляє відповіді на своєму власному сайті. Алгоритми Google не можуть використовувати ваші дані користувача для налаштування результатів пошуку; пошук буде з анонімним вебтрафіком в Startpage та Google.

Запам'ятай!

Недовіра - найважливіша характеристика дослідника джерела. Важливо знаходити та використовувати найвідповідніше джерело інформації, яке ви хочете презентувати, опублікувати чи підтвердити.



А тепер перейдемо до вправ для учнів.



ПЕРШИЙ УРОК

1

ОЦІНЮВАННЯ ДЖЕРЕЛ

ВПРАВИ

Вправа 1: Вебсайт вашого навчального закладу

Зайдіть на вебсайт вашого навчального закладу та опишіть, що бачить відвідувач сайту. Опишіть ціль(і) вебсайту конкретними прикладами. Які зображення використовуються та якій меті вони слугують?

Аналізуйте контент сайту, спираючись на критерії оцінювання джерел.

- **Достовірність.** Виршіть, чи є сайт таким, яким він має бути. Що може сказати відвідувач? Наведіть наочні приклади.
- **Актуальність.** Інформація на сайті актуальна чи ні? Що може сказати відвідувач? Наведіть приклади. Як поширеність джерела впливає на його авторитет?
- **Незалежність.** Розглянемо незалежність джерел. Чи є сайт автономним або є частиною кількох вебсайтів? Як ці сайти пов'язані? Чи є сайт залежним від інших джерел? Якщо так, то як ви це бачите?
- **Ціль.** Виршіть, чи є інформація на сайті упередженою. Якщо так, то як саме? Чи наявні якісь приховані або не приховані цілі, про які повідомляє вебсайт? Які вони?

Переглянувши різні критерії, ви зможете зробити висновки щодо достовірності джерела. Крім того, зрозумійте наскільки надійним є джерело. Якщо так, то хто його аудиторія?

Вправа 2: Практикуйте оцінювати джерела критично

Дайте учням час обговорити критерії критики джерел, спираючись на вебсайт навчального закладу. Завдання полягає у тому, щоб знайти інформацію, переглянути вебсайт на основі однієї з ролей, вказаних нижче:

- Майбутні учні та учениці
- Допитливі батьки
- Вчитель(ка), що шукає роботу

Чи є сайт школи надійним джерелом інформації для цих трьох аудиторій? Мета полягає в тому, щоб навчити учнів по-різному ставитись до джерел, в залежності від того, як ми використовуємо подану там інформацію. Чи можуть усі три групи знайти те, що вони шукають? Чи по-різному вони дивляться на носія інформації? Чи впливають очікування відвідувача сайту на достовірність джерела?

Вправа 3: Обговоріть труднощі, пов'язані з вивченням онлайн джерел

Продовжуйте використовувати вебсайт школи як приклад. Які труднощі виникають під час критичного перегляду сторінки? Обговоріть проблеми, які виникають під час оцінки джерел в інтернеті. Розгляньте, як працює вебсайт школи:

- Різні медійні формати
- Легкість зміни інформації
- Анонімність
- Необізнаність відвідувачів

Подумайте разом зі своїми учнями, як вебсайт школи може стати більш достовірним та зрозумілим, враховуючи різні типи відвідувачів, які шукають інформацію.

Вправа 4: Блог як ресурс

Виберіть блог, який “говорить” мовою учнів, і подивіться, як він представлений.

- Хто стоїть за джерелом?
- Як представлений блогер?
- Хто стоїть за сторінкою?
- Яка мета блогу?

Оцініть, чи можливо і як можливо використати блог як джерело. При обговоренні використайте інфографіку праворуч.

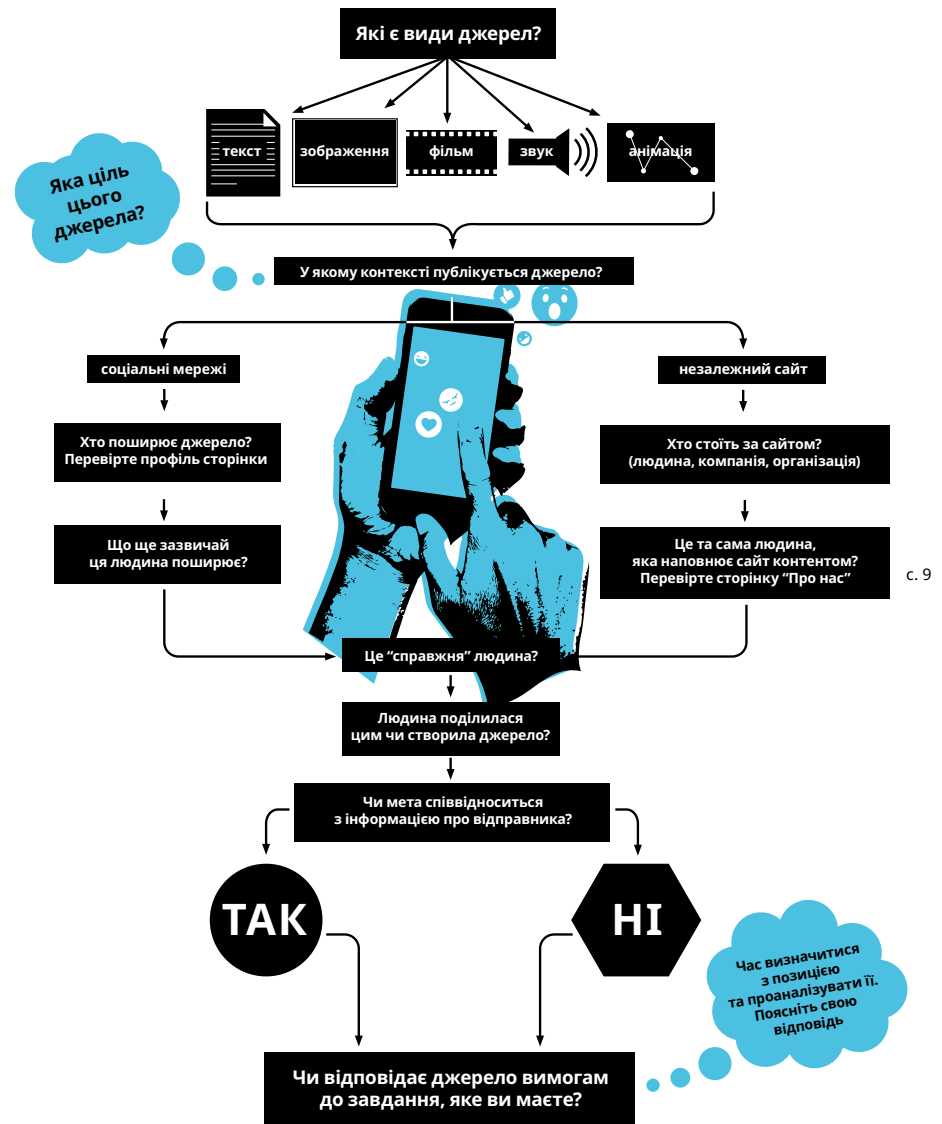
Вправа 5: Хто володіє доменом?

Розгляньте адресу вебсайту навчального закладу. Використовуйте whois.com щоб перевірити, кому належить домен. Питання для обговорення:

- Чому важливо дізнатися, кому належить домен?
- Кому належить доменне ім'я: www.blogspot.com? Як це дізнатися?
- Хто відповідає за те, що є на вебсайті? Власник домену чи інша особа, що пише контент?

Вправа 6: Чому Вікіпедія посідає високе місце при пошуку в Google?

Що впливає на те, наскільки високий рейтинг займає сайт у пошуку Google? Запитайте своїх учнів та підсумуйте результати.



Фактори, які визначають, де сторінка розміщується в результатах пошуку Google :

-
- Посилання на / з вебсайту
-
- Ключові слова
-
- Ваші попередні пошуки
-
- Алгоритми Google
-
- Реклама
-

Обговоріть зі своїми учнями, чому Google часто містить посилання на Вікіпедію серед перших десяти результатів. Як це впливає на ваш погляд на Вікіпедію? Як це впливає на ваш погляд на Google?

Наскільки важливо, щоб сайт мав високий рейтинг у пошуку Google? Чи це підвищує авторитет сайту? Як? Обговоріть вашу поведінку пошуку, важливість певних ключових слів, бізнес-модель Google та платні посилання.

ДРУГИЙ УРОК

2

ПРОПАГАНДА

ВЧИТЕЛЬСЬКІ РЕСУРСИ

Час для другого уроку. Тепер, коли Ваші учні зрозуміли, як критично сприймати джерела, ми подивимось, як різні методи, що включають мову, образність та звук, використовують для просування думок, цінностей та дій людей у певному напрямку. Ми говоримо про пропаганду. Ознайомлення учнів із різними техніками дасть їм змогу покращити інтерпретацію та розшифровку пропагандистських повідомлень.

Ознайомлення з пропагандистськими техніками

Пропагандистські техніки використовуються як у демократичних рамках (наприклад, у просуванні прав людини), так і поза ними.

У матеріалі представлено п'ять пропагандистських прийомів:

1. Звернення до емоцій людей
2. Атака опонента (створення "ми" та "вони")
3. Спрощення, спотворення та наведення неправдивих фактів
4. Звернення до конкретної аудиторії
5. Повторення ідеї або повідомлення

Огляд слайд-шоу

Слайд-шоу поділено на п'ять частин на основі цих п'яти технік. Презентація має бути розподілена на два уроки в окремі дні. Ми рекомендуємо розділити клас на групи по 3-4 учні.

Ми також рекомендуємо, щоб учні спершу підсумували, що вони бачать на зображенні, без жодних думок або тлумачень. Потім поговорить про те, як вони інтерпретують зображення. Зауважте, що окремих асоціацій слід уникати, коли ми прагнемо спільного порозуміння.

Теми зображень можуть здатися очевидними, але не всі бачать одне й те саме. Як вчителю, вам не потрібно мати відповіді на всі питання, які виникають. Подивіться разом на зображення, дізнайтеся, що ви бачите, та обговоріть, про що вони змушують вас задуматись.

Починаємо

Запустіть слайд-шоу PowerPoint 2.1 та 2.2 та прочитайте сценарій, який супроводжує слайди. Ви можете прочитати цілі тексти або переформулювати їх своїми словами. Тексти в дужках призначені для Вашої особистої інформації як вчителя.

ТРЕТІЙ УРОК**3****СТВОРЕННЯ ФІЛЬМУ****ВЧИТЕЛЬСЬКІ РЕСУРСИ**

Немає кращого способу зрозуміти складну структуру упередженої інформації, ніж за допомогою практичних вправ. Тому третій урок детальніше вивчає тему критики джерел та пропаганди, дозволяючи Вашим учням створити власний пропагандистський фільм базуючись на статті, яка містить фейкову новину.

Якщо Ви хочете, щоб учні взаємодіяли між собою, ця вправа розрахована саме на це. Об'єднайте їх у групи не менше ніж 4-6 осіб у кожній. Нехай ваші учні розмістять готові відеоролики в різних соціальних мережах та влаштують конкурс між групами вашого класу, між класами чи навіть школами. Ви можете дозволити учням проголосувати та за результатами конкурсу вибрати роботу, базуючись на кількості лайків.

Завдання

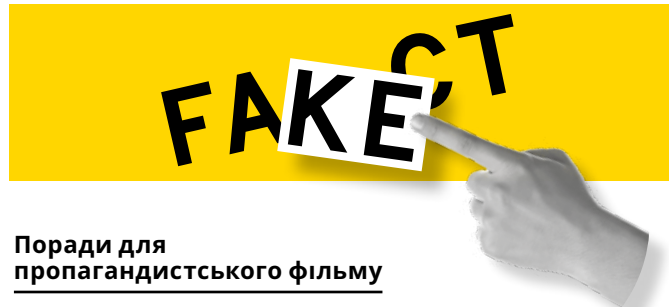
Ви можете або використати статтю про те, як дрозди атакують Кентуккі (<http://weeklyworldnews.com/headlines/54802/blackbirds-attack-kentucky/>), або вибрати іншу статтю, яка вам більше подобається. Ви можете відвідати <https://www.snopes.com/category/facts/fake-news/> або <http://weeklyworldnews.com/> для знаходження інформації або написати власну фейкову статтю. У статті повинна міститися загроза для громадськості. Ми рекомендуємо вам вибрати щось нешкідливе та неполітичне. Джерело інформації не повинно бути відоме вашим учням.

Нехай студенти прочитають обрану вами статтю. Завдання учнів - сказати, що може статися, якщо ніхто не займеться розв'язанням проблеми, описаній у статті.

Попросіть їх дотримуватися сюжету фільму, описаному нижче, та зробити свій пропагандистський фільм максимально ефективним.

#ChallengeYourFacts

Візьміть участь у конкурсі #ChallengeYourFacts. Виберіть один із фільмів, щоб представити вашу школу. Поділіться ним у соціальних мережах з хештегом #ChallengeYourFacts. Не забудьте додати назву своєї школи.

**#Challenge
#YourFacts****Поради для
пропагандистського фільму**

1 фільм - приблизно 4 уроки.

Приблизний розклад - нижче. Ви можете планувати створення фільму будь-яким способом, який вам подобається.

Заняття 1: Прочитайте статтю, поясніть завдання та ознайомтесь із програмою для запису та редагування фільмів.

Заняття 2: Планування та фільмування/завантаження з інтернету.

Заняття 3: Монтаж у додатку для фільмів.

Заняття 4: Презентація готових фільмів та дискусії.

Радимо роздати кожній групі паперові копії завдання нижче.

Питання для обговорення

Питання у зв'язку з показом учнівських фільмів.

- Чи можете ви знайти будь-який з пропагандистських прийомів у фільмі (звернення до емоцій, використання їх, спрощення та направлення у певний напрям, звернення до конкретної аудиторії)?
- Чи були свідки та спікери правдоподібними? Чому/чому ні?
- Чи додали статичні зображення з інтернету до меседжу фільму? Чому/чому ні?
- Чи додали графіки чи діаграми до меседжу фільму? Чому/чому ні?
- Чи додали музику та звукові ефекти до меседжу фільму? Чому/чому ні?
- Як можна було посилити меседж?
- Якби ви хотіли зробити повторення меседжу до якомога більшої кількості людей, як би ви це зробили? Яке ваше ставлення до цього?



ТРЕТІЙ УРОК**3****СТВОРЕННЯ ФІЛЬМУ****НАВЧАННЯ****Матеріали:**

1 планшет або смартфон

1 програма для монтажу фільму

Доступ до бібліотеки безкоштовних звукових ефектів та музики (наприклад, <https://www.jewelbeat.com>)

2 "актори-свідки", які можуть описати те, що сталося

1 "експерт" актор, який може розказати про подію

10–15 статичних зображень з інтернету

1 голос оповідача

1 фейкова новинна стаття

1 логотип для позначення відправника фільму (вас і вашого порядку денного)

**Інструкції:**

1 Прочитайте статтю та знайдіть загрозу. Визначіть, кого зробили винуватим. Чому громадськість боїться цього?

2 Оберіть двох осіб, які виступатимуть як свідки. Запишіть декілька коротких речень, що вони мають сказати. Використовуйте цитати зі статті або вигадайте власні.

3 Виберіть одну людину, яка виступить у ролі експерта. Запишіть для нього чи неї кілька тверджень. Використовуйте цитати зі статті або вигадайте власні.

4 Виберіть речення зі статті або додайте власні, які будуть використовуватися як наратив.

5 Знайдіть відповідні фотографії з інтернету. Зображення винного, пошкоджень, зображення відповідної атмосфери тощо. Переконайтеся, що ви не використовуєте зображення, захищені авторським правом. Шукайте зображення у вільному доступі, які можна використовувати.

6 Знайдіть схеми та графіки, якими ви можете підкріпити своє твердження. Діаграми не обов'язково мають бути пов'язані з тематикою.

7 Намалуйте свій логотип - зображення, яке представляє вас як відправника. Або створіть його за допомогою спеціального додатка, або намалуйте на папері та сфотографуйте малюнок.

8 Використовуйте камеру на телефоні або планшеті, щоб зняти двох свідків та експерта. Дотримуйтесь інструкцій з розкадрування (дивіться нижче).

9 Коли ви закінчите, імпортуйте всі зображення та відеокліпи у програму для редагування відео. Розмістіть матеріал на таймлайн, дотримуючись того самого порядку, що і в розкадруванні.

10 Вирішіть, скільки часу буде зображатися кожна нерухома картинка. Від 1 до 4 секунд зазвичай достатньо, проте, залежить від того, який темп ви хочете для фільму.

11 Розмістіть свій логотип у кінці.

12 Запишіть голос диктора безпосередньо у програми для редагування фільму, або запишіть його окремо та імпортуйте у таймлайн.

13 Оберіть драматичну музику, щоб підсилити загрозливу тональність. Сайти для підбору звуків www.jewelbeat.com, www.incompetech.com і www.findsounds.com. Додайте звуки та музику у таймлайн.

14 Готово!

Розкадрування

Фільм складається з безлічі різних компонентів. Нижче пропонується розкадрування, яке допоможе візуалізувати процес створення фільму.



Очевидці. Вуличне фільмування

Зніміть епізоди зі свідками фільму на вулиці. Фільмуйте цих людей від талії й вгору. Обов'язково тримайте записуючий пристрій нерухомим. Почніть запис за три секунди до та закінчіть на три після того, як свідки виступлять, щоб переконатися, що весь діалог записаний. Підказка: Якщо особа, у якої беруть інтерв'ю, дивиться у бік камери, а не прямо в неї, це створює ілюзію присутності інтерв'юера.



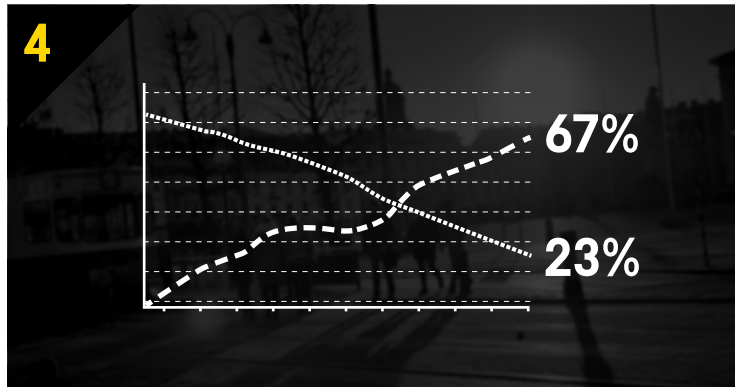
Статичні зображення

Під час редагування використовуйте статичні зображення поряд з іншими. Також вирішіть як довго вони мають зображуватися (приблизно 1–4 секунди).



Фільмування експерта у приміщенні

Запишіть розмову з експертом у приміщенні, бажано в офісному середовищі. Знімайте людину від талії та вгору. Обов'язково тримайте записуючий пристрій нерухомим. Почніть запис за три секунди до та закінчіть на три після того, як експерт виступить, щоб переконатися, що весь діалог записаний.



Діаграми та графіки

Під час редагування вставте деякі з нерухомих зображень діаграм та графіків один за одним у таймлайн та вирішіть, як довго вони повинні зображуватися (приблизно 1–4 секунди).



Повернемося до свідків

Додайте останній коментар одного зі своїх свідків. Не соромтеся закінчувати епізод питанням, щоб мати більший ефект впливу.



Більше статичних зображень

Додайте решту статичних зображень до таймлайн.



Логотип

Додайте зображення вашого логотипу у кінці фільму.

8

Музика та звуки

Додайте драматичну музику та звукові ефекти.

МАТЕРІАЛ

наданий

Вебстйернан та Інтернет Фондація у Швеції (ІФШ)

Webbstjärnan (Веб Стар) - це ініціатива Internet Foundation in Sweden (IIS), яка має на меті покращити та зробити більш безпечним використання інтернету школами, вчителями та студентами. Її завдання - підтримка навчальних закладів у цій сфері, дати можливість педагогам відчувати себе у безпеці під час використання інтернету як інструменту для публікації та створення шкільних робіт та для створення вебсайтів.

Віралгранскарєн Viralgranskaren

Віралгранскарєн Viralgranskaren (Спостерігач за вірусами) - це ініціатива перевірки фактів шведської газети Metro. Вони перевіряють вірусні заяви та сприяють покращенню критичного мислення онлайн серед громадськості. У свій перший рік 2014 року ініціатива отримала Велику премію Швеції з журналістики в категорії інновацій. У 2017 році Viralgranskaren запровадив національний день критичного мислення, щоб допомогти більшій кількості людей розпізнавати фейкові історії та пропаганду. До події вони випустили безкоштовні шкільні матеріали для вчителів.

Шведська рада з питань засобів масової інформації

Шведська рада з питань засобів масової інформації - це урядова організація, основне завдання якої - сприяти розширенню прав і можливостей неповнолітніх як свідомих користувачів ЗМІ та захищати їх від шкідливого впливу ЗМІ. Рада готує інформаційні та педагогічні матеріали для використання батьками, освітянами та людьми, які займаються з дітьми та молоддю у своїй професії. Рада також проводить моніторинг та публікує звіти та інші матеріали про розвиток медіа, медійні ефекти та медіа ситуацію при залученні дітей та молоді.



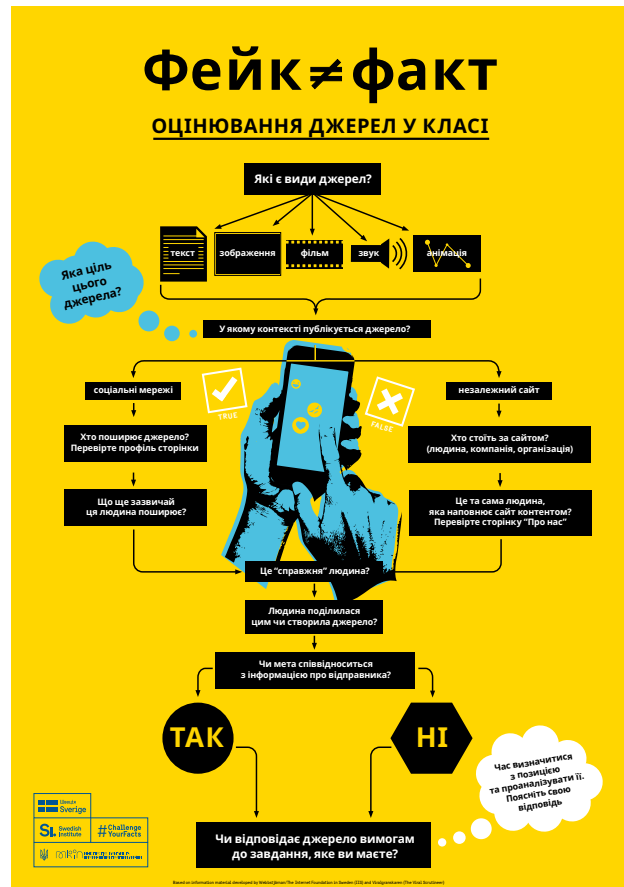
Шведський інститут

Шведський інститут - державне агентство, яке заохочує інтерес та довіру у Швеції та у всьому світі. Шведський інститут працює в галузі культури, освіти, науки та бізнесу, зміцнює зв'язки та сприяє розвитку.

Зображення

1. Саймон Паулін/imagebank.sweden.se
2. Саймон Паулін/imagebank.sweden.se
3. Софія Сабель/imagebank.sweden.se
4. Вернер Ністранд/Фоліо/imagebank.sweden.se
5. Саймон Паулін/imagebank.sweden.se
6. Саймон Паулін/imagebank.sweden.se
7. Пер Пксьель Петерсон/imagebank.sweden.se

ДОСТУПНІ МАТЕРІАЛИ



Плакат (70x100 см)



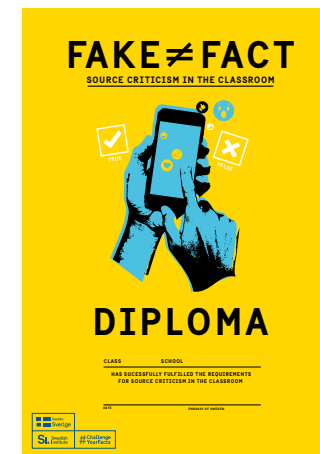
Папка A4



PowerPoint



Банер соціальних медіа



Диплом

**# Challenge
YourFacts**



МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ