



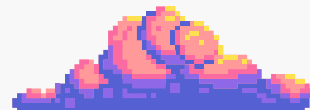
Съфинансирано от
Европейския съюз



Наръчник

за обучители

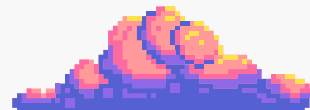
Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче принадлежат изцяло на техния(ите) автор(и) и не отразяват непременно възгледите и мненията на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA). За тях не носи отговорност нито Европейският съюз, нито EACEA. Код на проекта: CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY-101186931



Съдържание

Въведение	3
Деятности	6
0. Научете за медийната грамотност и се изкачете по стълбата на влиянието	6
1. Идентифициране на когнитивни предубеждения: Мозъкът ви лъже (понякога)	11
2. Парасоциални взаимодействия и взаимоотношения	17
3. Истина срещу фалшификат	21
4. Дигитална карта на преживяването: „Навигиране в шума“	24
5. Спукай балона: „Опознай филтърните балони“	29
6. Разпознаване на дийпфейк	33
7. Пренапиши новините!	36
8. Кой е видим?	41
9. Превръщаме се в това, което виждаме: „Силата на социалните медии“	45
10. Отвъд пиксела: „Полова идентичност във видеоигрите“	49
Приложения	53
Източници	57





Въведение

Този наръчник с дейности предоставя цялостен подход за интегриране на медийната грамотност в обучението на младежи, с ключов акцент върху използването на видеоиграта от проекта „Пиксел Медия“, като интерактивен инструмент за обучение. Наръчникът е предназначен за преподаватели, работещи с младежи на възраст от 16 до 30 години и предлага готови за употреба дейности и сценарии за сесии, които изследват сложните взаимоотношения между медиите, технологиите и обществото.

В днешната дигитална епоха медийната грамотност е повече от просто разбиране на това как работят медиите. Става въпрос за овластяване на младите хора да мислят критично, да се ориентират онлайн отговорно и да участват активно в дигитални дебати. Този наръчник цели да подкрепи преподавателите при обучението в областите на разпознаване влиянието на алгоритмите, социалните медии и дигиталното разказване на истории върху възприятието на информацията, изграждането на идентичността и активното участие. За да се предложи обучение, което е максимално адаптирано и интерактивно, наръчникът съдържа поетапни дейности, които могат да се използват самостоятелно или като последващи упражнения към видеоиграта на проекта, осигурявайки цялостно учебно преживяване, което свързва онлайн играта с размисъл и дискусия.

Разработено съвместно с партньорите по проект „Пиксел Медия“ от цяла Европа, наръчникът допринася с адресирането на недостатъчно изследвани аспекти на медийната грамотност, като парасоциални взаимоотношения, когнитивни предубеждения и емоционалното въздействие на дигиталните инструменти. Всяка дейност включва ясно обособени обучителни цели, практически инструкции и подбрани ресурси, които да помогнат на преподавателите да улеснят дискусията и анализирането на информацията.

Наръчникът е достъпен онлайн (PDF формат) на английски, български, испански, френски, италиански и сръбски език.

Забележка: Дейностите ще бъдат допълнително усъвършенствани след финализирането на видеоиграта по проекта, като се запази приемствеността между двата компонента и се гарантира, че онлайн играта и практическите дейности в класната стая се подсилват взаимно.





За наръчника

За „Пиксел Медия“:



Co-funded by
the European Union

Настоящият наръчник е предназначен да бъде практическата основа на „Pixel Media: Video Game to Develop Media Literacy“ (CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY 101186931). Този проект е съфинансиран от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения са обаче само на автора/авторите и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA). Нито Европейският съюз, нито EACEA носят отговорност за тях.

Как да го използвате:



Това съдържание е лицензирано под Creative Commons CC BY-NC 4.0 Attribution-NonCommercial 4.0 International.

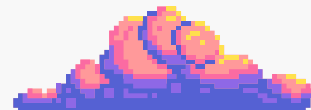
Вие сте свободни да:

1. **Споделяте** — копирате и разпространявате материала във всякакъв вид медия или формат.
2. **Адаптирате** — адаптирате, трансформирате и надграждате материала.
3. Лицензодателят не може да отмени тези свободи, стига да спазвате условията на лиценза.

При следните условия:

1. **Признание** — Трябва да посочите източника, да предоставите линк към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да го направите по всеки разумен начин, но не по начин, който предполага, че лицензодателят ви подкрепя или подкрепя Вашето използване.
2. **Некомерсиално** — Не можете да използвате материала за комерсиални цели.
3. **Без допълнителни ограничения** — Не можете да прилагате правни условия или технологични мерки, които законно ограничават другите да правят нещо, което лицензът позволява.

Вижте пълния текст на договора на: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



Забележка относно използването на генеративен изкуствен интелект и инструменти за подпомагане на писането при създаването на настоящото ръководство:

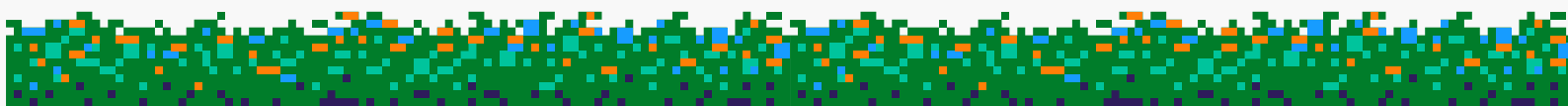
При разписването на настоящото ръководство участваха членовете на екипа от 6 европейски партньорски организации, като никой от тях не е с роден английски език. Координаторът на проекта създаде обща структура и разпредели работата. Предвид тези фактори, партньорите са използвали инструменти за подпомагане на писането, като ChatGPT и Grammarly, за да проверят правилността на английския език, да организират идеите си, да се придържат към единен тон на писане и да гарантират, че няма повторения. Макар че повечето източници в библиографията са проучени директно от членовете на екипа, всички допълнителни източници, добавени от генеративния ИИ, са проверени за валидност.

Забележка относно използването на външни инфографики:

Партньорите са включили инфографики от външни източници в настоящия наръчник и са посочили източниците им, като за целите на наръчника са преведени на езиците на партньорите, като сме запазили оригиналния източник, форматирането и посочването на източника, в съответствие с принципа на добросъвестното използване. Ако притежателите на авторските права желаят да се свържат с екипа на проекта, могат да го направят, като пишат на [info \(at\) yuzupulse.eu](mailto:info@yuzupulse.eu).

За превод можете просто да копирате от:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



Научете за медийната грамотност и се изкачете по стълбата на влиянието

Видеоигра за повишаване на осведомеността относно медийната грамотност

Използвайки видеоиграта „The Influencer Solitaire“ като инструмент за насърчаване на медийната грамотност, участниците могат да изследват как онлайн съдържанието влияе върху възприятията и решенията. Чрез играта те ще получат по-задълбочено разбиране на въпроси като: Какво прави една публикация да изглежда достоверна? Как създателите на съдържание използват тон, визуални елементи и време, за да привлекат вниманието? В кой момент убеждаването преминава границата на манипулация?

Тази дейност е предназначена да ви помогне да използвате играта ефективно в собствената си образователна или обществена среда. Тя предоставя практически насоки, съвети и препоръки за фасилитиране, за да създадете ангажиращо, интерактивно учебно преживяване, което насърчава критичното мислене и дискусията.

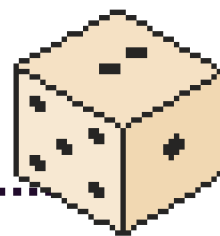


ОБЩ ПРЕГЛЕД НА ИГРАТА

Продължителност:	45 – 60 минути (поне един час общо, възможно е да се играе в няколко кратки сесии, като се играе „един ден“ в играта)
Възраст:	Над 16 години
Размер на групата:	Група от 15 до 20 души или може да се проведе индивидуално.
Цел:	Да представи ключовите понятия на медийната грамотност по интерактивен начин. Да покаже на младите хора въздействието на техните онлайн действия: как работят социалните медии.
Задачи:	• Да запознае обучаемите с концепции за медийна грамотност, като фалшиви новини, въздействие на изкуствения интелект, създаване/интерпретация на съдържание и др. • Да даде възможност на обучаемите да разберат по-добре въздействието на своите онлайн действия и начина, по който функционират социалните медии. • Да насърчи обучаемите да научат повече за медийната грамотност и да се задълбочат в темата.
Необходими материали	Може да се играе тук на компютър или таблет (в браузър и версия за изтегляне). Играта не изисква интернет връзка, за да се играе (освен ако се играе онлайн).



СТЪПКА ПО СТЪПКА: КАК ДА ВНЕДРИТЕ ИГРАТА



1. Подготовка: (15 - 20 минути)

Трябва предварително да сте се запознали с играта (да сте достигнали поне ниво 4) преди да я представите пред обучаемите. Първо поканете участниците да помислят какво прави един инфлуенсър „успешен“ и какви сигнали използват, за да преценят дали онлайн съдържанието е достоверно или надеждно. Тези въпроси помагат за активиране на предварителните им знания, разпалват любопитството и ги насърчават да се ангажират по-критично със ситуациите, с които ще се сблъскат по време на играта.

Идеи за подготовка

Цял клас: Ако можете да си позволите само едно „копие“ на играта, можете да организирате цяла класна сесия. Един ученик или малка група ученици може да седне зад компютъра или таблета, докато останалата част от класа наблюдава и реагира на изборите им. Ако е възможно, използвайте проектор или голям екран, така че всички да могат да следят действието и да участват в дискусията. Можете да поставите играта на пауза в ключови моменти, за да обсъдите последствията от решенията и да представите съответните понятия в контекст.

За да осигурите активно участие, може да се раздава „говорещ жетон“ (като например топка или химикалка). Само участника, който държи предмета, има право да говори. Това би ви помогнало да структурирате дискусията и да избегнете голям шум по темата. Въпреки че този формат е донякъде неструктуриран, той може да създаде динамично и ангажиращо учебно преживяване.

Например, играчите могат постоянно да избират карти, които увеличават броя на последователите им, дори когато тези избори влияят негативно на тяхната общност. Това поведение може да се използва като отправна точка за изследване на теми като фалшиви новини, насърчавайки обучаемите да разсъждават върху решенията си.

Групи:

- Локално:

Ако можете да си позволите няколко копия на играта, разпределете учениците в малки групи. Това създава силна дискусийна динамика и поддържа активното участие на повече ученици.

- Дистанционно

Можете да провеждате сесии дистанционно с малки групи ученици, като имате Steam акаунт и копие на играта. След това можете да поканите учениците си в сесия. Използвайте приложения за гласова комуникация като Discord или вградената функция за чат на Steam. Благодарение на функцията „Remote Play Together“, предлагана от Steam, можете да дадете контрол над мишката и клавиатурата си на отдалечен играч, по време на играта. По този начин можете да провеждате сесията и да позволите на учениците да играят, използвайки вашето копие на играта.

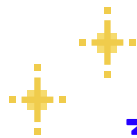
Поддържани езици:

Играта е нанаична на български, английски, френски, италиански, сръбски и испански.

2. Обучаемите играят: (30 - 40 минути)

Уверете се, че учениците завършват урока, като кликнат върху иконата, оградена в черно. Това ще им осигури основния речник, игровите механики и фоновите знания, необходими за ефективно разбиране и навигиране в играта. Докато играят, помагайте им с речника или с механиките. Вашата задача е да улеснявате аспектите на играта. Можете също така да запишете нещата, с които имат проблеми.





3. Обсъждане и размисъл с отворени въпроси: (10 минути)

Играта е отправна точка за дискусия, а не самостоятелна дейност. Попитайте обучаемите какви улики и техники са им помогнали да преценят дали нещо е надеждно и как играта е представила предизвикателствата при оценяването на медийните съобщения.

Започнете обсъждането, като зададете въпроси като:

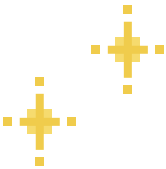
- Какви улики ви помогнаха да решите дали дадено медийно съобщение е надеждно?
- Кои детайли ви накараха да поставите под въпрос съдържанието?
- Как играта показва разликата между внимание и доверие?
- Какво бихте проверили, преди да споделите нещо подобно онлайн?
- Някоя от картите или изборите, които сте направили, накара ли ви да се сетите за инфлуенсър, когото познавате?

Можете също да ги попитате дали играта ги е накарала да искат да открият подробно конкретна тема, свързана с медийната грамотност. Накрая, може да им поставите следната задата:

- Напишете нещо, което играта ви е научила за медийните съобщения.
- Назовете една стратегия за проверка дали онлайн съдържанието е надеждно.
- Обяснете как едно медийно съобщение може да бъде убедително, без да е напълно надеждно.

След дискусията, разгледайте другите ресурси на проекта за допълнително обучение и насърчете участниците да продължат да задават въпроси за това, което споделят и виждат онлайн.





Идентифициране на когнитивни предубеждения: Мозъкът ви лъже (понякога)



ДЕЙНОСТ 1

Използвайки инструменти като разказване на истории, инфографики и групови дискусии, тази 45-60-минутна сесия насърчава участниците да мислят критично, да поставят под въпрос предположения и да забелязват начините, по които мозъкът ни може да ни заблуди. До края на дейността участниците ще получат ключови прозрения за когнитивните предубеждения и ще могат да разпознават често срещани капани на мисленето. Тази дейност ще засили медийната им грамотност и ще им помогне да вземат по-информирани решения за ориентиране в дигиталния свят.

ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

Продължителност:	45 – 60 минути
Възраст:	16 – 20 години
Размер на групата:	Група от 15 до 20 човека или може да се проведе индивидуално.
Цел:	Представяне на концепцията за когнитивните предубеждения по забавен и достъпен начин. Покажете на младежите как мозъкът ни може понякога да ни прави номера, без дори да го осъзнаваме. Помогнете им да забележат тези ментални преки пътища.
Задачи:	• Обучаемите да разберат какво представляват когнитивните предубеждения, как те влияят на нашето възприятие и как вземаме решения. • Даване на възможност на обучаемите да забележат и назоват седем ключови когнитивни предубеждения, свързани с проверката на новини. • Насърчаване търсенето на източници на информация, да се отделя време за оценка на прочетеното или чуто и учениците активно да разсъждават (без прибързани заключения). Целта е да се развие критичното им мислене.
Необходими материали:	Проектор или дъска (за представяне на слайдове или примери), разпечатани информационни листове за когнитивните предубеждения (или дигитална версия), разпечатан материал за „ситуации на отклонения“ (или дигитална версия). Химикалки/листчета за залепване, ако се работи присъствено в група.



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



1. Въведение в когнитивните предубеждения (15 - 20 минути)

Започнете с въвеждане на когнитивните предубеждения със следната аналогия: „Мозъкът е като претоварен асистент, който използва преките пътища на ума, за да оцелее“. Това е увлекателен начин да представите темата. Чувствайте се свободни да го адаптирате и свържете с културни, поколенчески и съвременни събития.

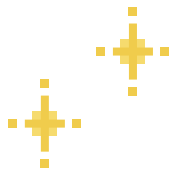
Не се колебайте да насърчите участниците да споделят личния си опит с когнитивните предубеждения (може да са го преживели онлайн или не).

Аналогията:

„Представете си, че мозъкът ви е като претоварен асистент, който се опитва да управлява хиляди, ако не и милиарди задачи едновременно. Всеки ден мозъкът ви казва на очите ви да се фокусират, на ушите ви да слушат и интерпретират, на устата ви да вкухва, на тялото ви да се движи... и това е наред с много други команди, които ви позволяват да съществувате. Въпреки че човешкият мозък има впечатляваща функционалност, няма начин той да се справи перфектно с всичко. Така че, за да се справя, той прави преки пътища, т.е. бързи заключения за вземане на бързи решения. В психологията това се нарича евристика. Тези преки пътища са много полезни: представете си последствията, ако мозъкът ви не категоризира достатъчно бързо змията в категория опасни и отровни животни. Но когато преките пътища водят до грешки, те се превръщат в това, което наричаме „когнитивни предубеждения“.

Всеки има когнитивни предубеждения. Както е показано в примера със змията, те често се появяват, когато мозъкът ни усети опасност или заплаха за нещо важно (оцеляване или приспособяване). В тези моменти вашият прекрасен асистент работи на пълни обороти и понякога прави прибързани заключения, за да ви „спаси“.

В това упражнение ще разгледаме заедно най-често срещаните когнитивни предубеждения. Тези, които влияят на начина, по който възприемаме света и новините (вижте приложението за визуализации, които илюстрират и споменават следните когнитивни предубеждения).



2. Игра с истории, свързани с когнитивните предубеждения: „Помогнете на Пиксел да забележи предубежденията, които му влияят“ (25 - 30 минути)

„Пиксел е просто обикновен младеж. Учи в държавно училище, обича да играе тенис и би ял паста всеки ден, ако можеше. Любимите му инфлуенсъри са #тялотомиесилно и #усмихнисеисипочивай2. През уикендите гледа автомобилни състезания с брат си и сестра си. Вярва, че изменението на климата е измама. Чувства се претоварен и не знае какво иска да прави след като завърши училище. Влюбен е в някого от класа си по рисуване, но не смее да говори с нея“.

След като прочетете на глас тази измислена история за Пиксел, помолете учениците да идентифицират следното когнитивно предубеждения зад всяко от погрешните вярвания, които Пиксел поддържа. В зависимост от размера на групата, те могат да работят индивидуално, по двойки или в малки групи. Насърчете ги да използват визуалните материали, предоставени в приложението, за да им помогнат да направят връзки между ситуацияите и предубежденията.

За всяка ситуация, с която се сблъсква Пиксел, те трябва да открият предубеждението, което е в сила, и да отговорят на следните два въпроса:

- Кое когнитивно предубеждение е в действие?
- Защо е точно това?

А. Пиксел гледа видео в ТикТок, където инфлуенсър, занимаващ се със здравословен начин на живот, казва: „Оземпик е чудодейно лекарство за отслабване. Всеки трябва да го приема, а лекарите просто крият истината, защото ако хората разберат за тази алтернатива, това няма да е добре за пазара.“ Пиксел вярва в това.

- Кое е предубеждението? -> **Предразсъдък за авторитета**
- Защо? Защото инфлуенсърът звучи достатъчно уверено, така че Пиксел да приеме, че е надежден източник, без да проверява медицински факти или да пита здравен специалист.

Б. Пиксел вижда публикация във Фейсбук, показваща снежен априлски ден с надпис: „Глобално затопляне? Защо вали сняг през април? УАУ.“





Пиксел харесва публикацията и я споделя с последователите си, добавяйки „Замръзвам! Не би ли трябвало да е слънчево сега? Учени, предизвиквам ви да обясните това“.

- Кое е предубеждението? -> **Потвърждаващо предубеждение**

- Защо? Пиксел вече се съмнява в изменението на климата, затова приема и разпространява публикация, която сякаш подкрепя неговото мнение (въпреки че един студен ден не опровергава дългосрочните климатични тенденции).

В. Всички в художественото училище на Пиксел публикуват отново и отново видеоклип, в който твърдят, че генерираното от изкуствен интелект изкуство не е истинско изкуство и унищожава креативността. Въпреки че майката на Пиксел работи за компания, разработваща изкуствен интелект, Пиксел също го споделя. Той го прави не защото е сигурен, че е истина, а защото не иска да бъде единственият, който защитава дигиталните инструменти.

- Какво е предубеждението? -> **Групово/конформистко пристрастие**

- Защо? Пиксел се съобразява с общото мнение, за да избегне критика и открояване от другите.

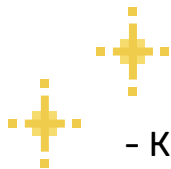
Г. Пиксел гледа една и съща реклама отново и отново. В рекламата е изобразена усмихната жена, която е развълнувана, защото дрехите ѝ са изпрани и са идеално чисти, благодарение на препарат за пране. След като я вижда многократно, Пиксел започва да вярва, че препаратът за пране трябва да е страхотен продукт, а също и че домакинската работа е „просто нещо, което жените правят и обичат да правят“.

- Какво е предубеждението? -> **Предубеждение за илюзорната истина**

- Защо? Фактът, че рекламата се гледа отново и отново, създава повторение, което прави посланието да изглежда познато и вярно. С течение на времето Пиксел приема както ефективността на продукта, така и половия стереотип, без много да се съмнява.

Д. Пиксел чете заглавие, в което се твърди, че топ играч на Ролан Гарос симулира контузия, за да избегне труден противник. Два дни по-късно историята е опровергана и се оказва невярна. Играчът е имал основателен медицински проблем. Пиксел обаче продължава да повтаря първоначалната версия на приятелите си: „Хайде бе, тази контузия не беше сериозна. Той просто не искаше да загуби.“





- Кое е предубеждението? -> **Закотвяне към информация**
- Защо? Първата информация (обвинението) „закотвя“ убеждението на Пиксел, дори след като новите доказателства го опровергават. След като това първоначално впечатление е установено, понякога е трудно да се промени мнението.

Е. Пиксел чете статия за това как автомобилните състезания допринасят за глобалните емисии и щетите върху околната среда. Но той се фокусира само върху частта, в която статията подкрепя икономическия тласък, който състезанията носят на родния му град. Той игнорира останалото (особено екологичните проблеми).

- Кое е предубеждението? -> **Селективно възприятие**
- Защо? Пиксел филтрира информацията, за да я съобрази с това, което го интересува или е свързано с неговите притеснения (не с фактите, които оспорват неговите възгледи).



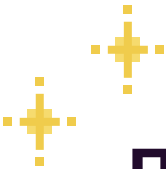
3. Обсъждане и рефлексия с отворени въпроси (10 минути)

В тази последна част от дейността целта е да се помисли върху това, което участниците са научили и защо когнитивните предубеждения са важни (особено в контекста на новините и дигиталните медии).

Започнете обсъждането, като задавате отворени въпроси, като например:

- Кое предубеждение беше най-лесно/ най-трудно за разпознаване?
- Защо е важно да знаем за когнитивните предубеждения?
- Как това може да ни помогне да мислим по-критично (особено когато сме онлайн)?

След дискусията споделете ресурси за по-нататъшно обучение и насърчете участниците да продължат да изследват когнитивните предубеждения и да поставят под въпрос това, което виждат, чуват и споделят.



Парасоциални взаимодействия и взаимоотношения: изградете вашия „безопасен дигитален документ за самоличност/паспорт“



ДЕЙНОСТ 2

.....

В днешния медиен пейзаж младите хора често формират интензивни едностранчиви връзки с инфлуенсъри, известни личности, стриймъри или дори измислени герои. Този тип взаимоотношения са известни като парасоциални взаимоотношения. Те се усещат като реални, но не са реципрочни. Въпреки че често предлагат утеха и вдъхновение, те също така заблуждават човешкия ум и правят още по-трудно очертаването на границата между реалността и илюзията (особено когато става въпрос за доверие и влияние). Тази дейност има за цел да помогне на участниците да изследват какво прави една онлайн връзка истинска и здрава. Тя предлага и разпознаване на границите на това явление. Чрез обсъждане на положителните и вредните аспекти на тези дигитални връзки, младежите ще изградят свой собствен безопасен дигитален документ за самоличност/паспорт.

Участниците ще си представят, че се подготвят за пътешествие през медийния свят. Какви са съветите за безопасно навигиране и за изграждане на здравословни дигитални взаимоотношения? Кой са предупредителните знаци, за които трябва да внимават, и кои да оставят зад гърба си, за да избегнат емоционална зависимост от тези онлайн личности?

ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

.....

Продължителност:	30 – 45 минути
Възраст:	14 – 18 години
Размер на групата:	Група от 10 до 20 младежи или индивидуално.
Цел:	Парасоциалните взаимоотношения да се представят по забавен и интерактивен начин и да се повиши осведомеността за ефектите от тези взаимоотношения върху нашето възприятие за себе си и света.
Задачи:	• Развиване на критично осъзнаване на парасоциалните взаимоотношения; • Насърчаване на саморефлексията върху дигиталните навици; • Повишаване на медийната грамотност; • Насърчаване на безопасни и здравословни дигитални идентичности.
Необходими материали:	Символична „дигитална раница“; печатна/ дигитална версия на безопасния дигитален документ за самоличност/паспорт за попълване (вижте приложението); листчета (зелени и червени); моливи.



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



По време на цялата дейност участниците са в процес на създаване на своя безопасна дигитална лична карта/паспорт (вижте приложението).

1. Размисъл (5 - 10 минути)

Можете да започнете, като зададете няколко въпроса на участниците, които да им помогнат да се замислят върху онлайн взаимоотношенията си с другите потребители в социалните медии.

- Кого следиш онлайн и защо?
- Чувствал ли си някога, че „познаваш“ истински инфлуенсър или знаменитост?
- Сравнявал ли си някога живота си с техния? и т.н.

След това, поотделно, участниците записват на лепящи листчета какво считат за положителни аспекти на дигиталните взаимоотношения (напр. забавление, комуникация, тормоз...). Тези, които биха искали да запазят, са на зелени листчета, а негативните са на червени. Всяко от листчетата се поставя в символичен „дигитален куфар“ (напр. екран на компютър).

2. Групова дискусия (5 - 10 минути)

Участниците споделят мненията си в група и сортират листчетата, като избират заедно дали да ги поставят на „екрана на компютъра“ или не. Фасилитаторът насърчава дискусия за причините да изберат да включат или изключат дадени аспекти от дигиталните взаимоотношения.

3. Обобщение и анализ на медийната грамотност (5-7 минути)

Сравнете идеите на групите с експертни включвания относно парасоциалните взаимоотношения (споделете конкретни примери и положителни стратегии). Не се колебайте да разгледате нашата библиотека с ресурси (вижте [тук](#)). Обърнете внимание на това как се подбират медиите, каква е ролята на алгоритмите и как емоционалните нужди могат да бъдат експлоатирани онлайн.

4. Заключение (10 - 15 минути)

Участниците финализират своя паспорт за безопасна самоличност с:

- 5 „печата“, илюстриращи какво означава за тях здравословна онлайн връзка:

- „взаимна комуникация“ (да проверяват онлайн, както биха направили в реалния живот),
- „уважавайте границите“ (уважавайте поверителността, времето и пространството на другия. Няма проблем, ако другият човек е в спящ режим и не отговаря веднага),
- „подкрепа, а не контрол“ (връзката повишава морала ви и ви дава увереност, вълнува ви!),
- „онлайн съгласие“ (да споделяте онлайн публикациите си, да ви тагват и т.н.),
- „баланс между онлайн и офлайн връзки“ (връзката не съществува само виртуално),
- „няма натиск за се впишете в определен образ“ (можете да бъдете себе си, не е нужно да впечатлявате един друг или да правите някакви онлайн изпълнения).

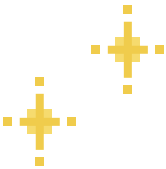
- 3 червени флага, за които да внимавате в парасоциалните връзки (напр. щом се почувствате емоционално зависими, започвате да вярвате на всичко, което казва инфлуенсъра, бихте защитили любимия си инфлуенсър на всяка цена и т.н.).

- въпроси за самопроверка (напр. дали бих се чувствал по същия начин, ако това беше сторил истински приятел? Проектирам ли чувствата си върху някого, когото всъщност не познавам? Би ли направил този човек същото за мен?)

- съвети за безопасно навигиране онлайн (да се попълнят въз основа на ресурсите на проекта).

Защо тази дейност е важна?

- Много млади хора често не осъзнават колко емоционално са се привързали към инфлуенсъри или създатели на съдържание. Тази дейност им помага да назоват, но най-вече да поставят под въпрос тези чувства, без да ги съдят.
- Парасоциалните взаимоотношения могат да размият реалността, да подхранват дезинформация и да навредят на самочувствието. По този начин разбирането на техните механизми може да даде възможност на младите хора да бъдат по-внимателни и балансирани в дигиталния си живот.
- Този рефлексивен и практичен подход насърчава взаимното обучение. Той отваря пространство за честни разговори за самотата, доверието и идентичността в ерата на онлайн персоните.



Истина срещу фалшификат



ДЕЙНОСТ 3

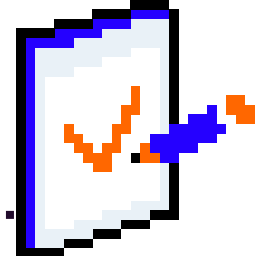
Фалшивите новини са основен инструмент за дезинформация, с който младите хора се сблъскват през цялото време. Разпознаването на фалшивите новини и откриването на техните източници е от решаващо значение, за да могат младите да се противопоставят на непрекъснатите опити да бъдат манипулирани. Като бъдещи активни граждани, способността за идентифициране на фалшиви новини е ключова предпоставка за изграждане на доверие у аудиторията. От друга страна, способността за разпознаване и докладване на фалшиви новини е инструмент за намаляване на тяхното разпространение и въздействие. Основните задачи на обучението по тази тема са да се повишат уменията за откриване на фалшиви новини и разкриване на техните източници. Различни инструменти могат да подпомогнат развитието на знания и умения в тази насока.

ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

Продължителност:	40 минути
Възраст:	16+ години
Размер на групата:	Минимум 12 души
Цел:	Фалшивите новини са често срещана форма на дезинформация, с която младите хора редовно се сблъскват, което прави изключително важно развиването на умения за идентифициране и проследяване на техните източници. Дейността се фокусира върху критичното мислене и медийната грамотност, за да се намали разпространението на фалшиви новини и да се изгради доверие.
Задачи:	• Да се разшири осведомеността за въздействието на фалшивите новини върху обществото. • Да се развият умения за критично и аналитично мислене. • Да се култивира чувство за отговорност и ангажираност към отворения поток от информация.
Необходими материали:	Листи за флипчарт, листи формат А4, химикали и маркери. Фасилитаторът трябва да подготви три истински и три фалшиви новинарски статии и да ги разпечата толкова пъти, колкото са групите.



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



1. Стъпка 1 (20 минути)

Фасилитаторът разделя участниците на групи и им дава три истински и три фалшиви новинарски статии (предварително избрани и разпечатани). След това, в рамките на 20 минути, участниците трябва да прочетат новините и да преценят кои статии са истински, кои са фалшиви и защо.

2. Стъпка 2 (10 минути)

След като групите са взели решение кои новини са истински и кои фалшиви, следва пленарна дискусия. Фасилитаторът записва на лист за флипчарт мотивите за избора на всяка група, обръщайки внимание на фактите, които трябва да се проверяват, както и какво не трябва да правим.

Какви факти трябва да проверим?

- изявления/публични речи;
- дати;
- имена;
- данни/статистика;
- диаграми/графики.

Какво не бива да правим?

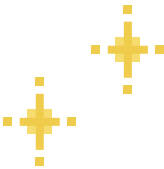
X Не търсете извинения като “нямам време за проверка”.

X Не позволявайте на личните ви убеждения да помрачат обективната ви преценка.

X Не отхвърляйте фактите като маловажни – понякога една-единствена неправилна дата може да компрометира иначе отлична и задълбочена работа.

3. Въпроси за обсъждане (10 минути)

- Кои аспекти на статиите ви накараха да се съмнявате в тяхната автентичност или достоверност?
- Как се развиха дискусии във вашата група при оценката на достоверността на статиите? Кои бяха основните точки на несъгласие?
- Какви специфични методи или стратегии използвахте, за да оцените достоверността и истинността на статиите?
- По какви начини успяхте да приложите концепциите и техниките, които научихте по време на това упражнение? Можете ли да опишете конкретни случаи, в които сте прилагали теорията на практика?



Дигитална карта на преживяването: „Навигиране в шума“



ДЕЙНОСТ 4

.....

Тази дейност включва подход, основан на потребителското изживяване, за да помогне на участниците да саморегулират употребата на дигитални устройства и приложения, като вземат предвид въздействието върху тяхното благополучие. На участниците се дава възможност да обсъждат теми, които са значими и релевантни за тях, и да разсъждават върху личния си опит, като създадат персона, с който могат да се асоциират. Чрез процеса на дефиниране на общи дигитални навици и дискусии в малки групи, теми като информационната умора могат естествено да възникнат у самите участници.

Тази дейност насърчава работата в екип, креативността и презентационните умения, като същевременно повишава осведомеността за емоционалното въздействие на технологиите в ежедневието. Структурата на персоната и картата на дигиталното пътуване е вдъхновена от дизайна на потребителското изживяване и е в съответствие с DigComp 2.2: Рамката за дигитална компетентност на гражданите, като по-специално разглежда 4.3: Защита на здравето и благосъстоянието и 1.1: Сърфиране в мрежата, търсене и филтриране на данни, информация и дигитално съдържание.

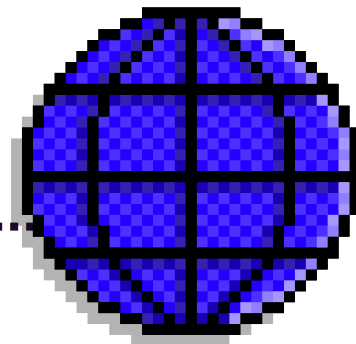
ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

.....

Продължителност:	50 - 60 минути
Възраст:	16+ години
Размер на групата:	Групи от 4-5 души
Цел:	Да се помогне на участниците да разпознаят признаците и източниците на информационна умора и да приложат дигитални стратегии за ефективно управление на когнитивното претоварване.
Задачи:	• Да могат да избягват рискове за здравето и заплахи за физическото и психическото благополучие при използване на дигитални технологии. • Да формулират информационните си нужди. • Да се идентифицират симптомите и причинителите на информационна умора. • Да се анализират информационните потоци и тяхното емоционално въздействие. • Да се формулират лични насоки за използване на медии.
Необходими материали:	Листи за флипчарт и маркери. Дейността може да се проведе и онлайн, използвайки платформи като <u>Miro</u>



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



1. Създаване на персона (10 минути)

Въз основа на типичните ежедневни дигитални преживявания на участниците, всяка група ще си сътрудничи, за да създаде дигитален аватар (наричан персона). Заедно те ще дефинират и ще се споразумеят за:

- Име, възраст, място на пребиваване и пол на персоната.
- Образование и професия (включително произход).
- Технически умения и устройствата, които той/тя използва редовно.
- Потребности и мотивация за използване на дигитални инструменти и приложения (поне три).
- Един страх или притеснение, свързано с използването на дигитални инструменти и приложения.
- Цитат, който отразява личността, гледната точка или гласа на персоната.

Всяка група ще нарисова своята персона на лист хартия или в горния ъгъл на лист за флипчарт и ще изброи всички детайли, уточнени по-горе. Целта е да създадат персона, която е реалистична и релевантна на техните собствени дигитални преживявания. Групите имат 10 минути, за да изпълнят тази стъпка.

2. Карта на преживяванията (20 минути)

Използвайки създадената персона (например „Макс“), всяка група ще изследва ежедневно ѝ дигитално пътешествие.

Ако групата е голяма, ще бъдат разработени множество персони (по една на група), всяка от които следва собствена дигитална рутина. Групите остават същите, както в първата част.

Фасилитаторът представя структурата на деня, използвайки следната времева линия: сутрешна програма, транспортиране, училище/работа, свободно време, вечеря, вечерни дейности.

Всяка група ще подреди тези стъпки хоризонтално като колони на листа за флипчарт, създавайки рамката на таблица. За всеки времеви диапазон те ще опишат в редове отдолу следното:

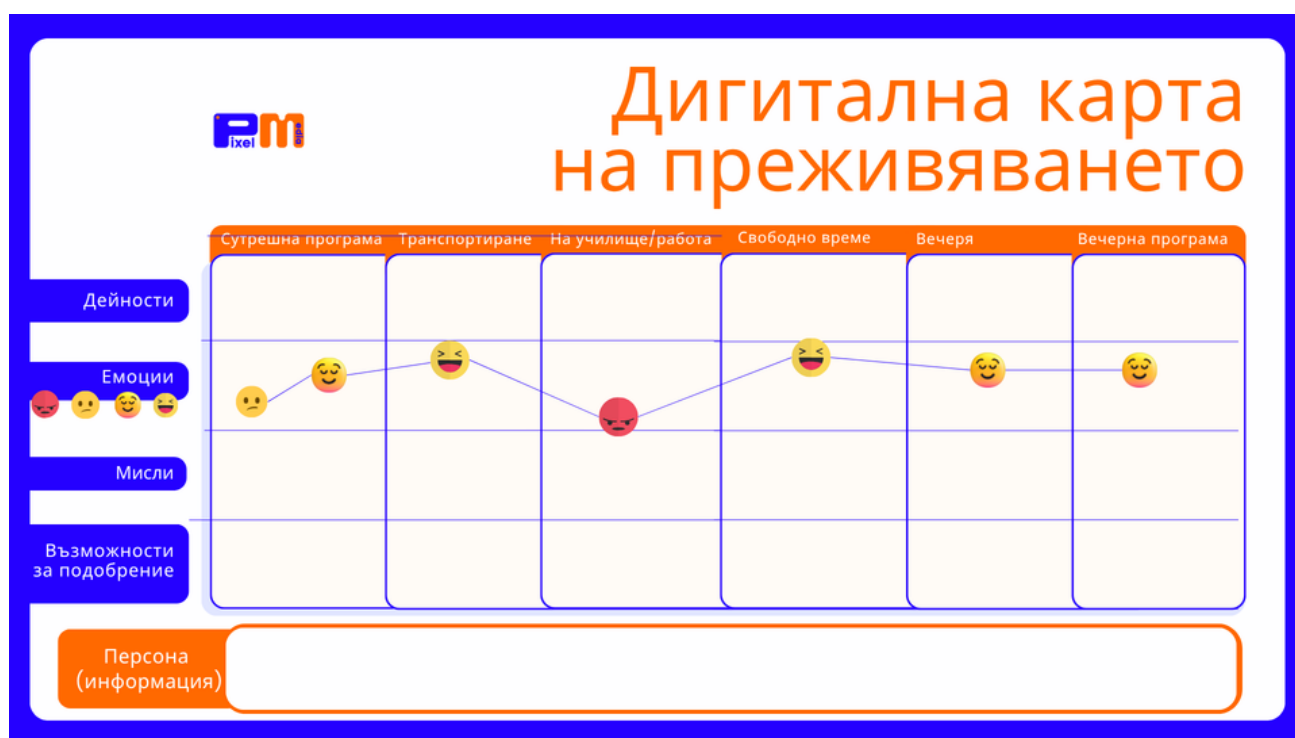
1. Дейности: Този ред представя техните ежедневни дигитални взаимодействия. С какви дигитални инструменти и приложения взаимодейства персоната по време на всеки етап от деня и защо (1.1 Идентифициране на информационните нужди).

2. Емоции: Как се чувства персоната на всеки етап (4.3). Емоджитата могат да се използват за символизиране на емоциите (😊 😐 😞). Щастливото емоджи се позиционира в горната част на реда, докато тъжното емоджи е в долната част. Когато всички емоджита се свържат образуват диаграма, представяща различни емоционални състояния.

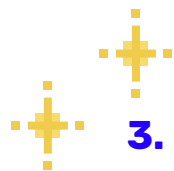
3. Мисли: Какви мисли има персоната, докато взаимодейства с инструментите или информационното съдържание.

4. Възможности за подобрене: Определете дали има потенциал за по-добро преживяване. Ако взаимодействието е положително, това поле може да остане празно. Ако е отрицателно или причинява стрес/тревожност, групите могат да предложат стратегии за дигитално благополучие.

Пример за таблица с дигитална карта на преживяването ([вижте приложението за празен шаблон](#)):



Препоръчителният ред за попълване на таблицата е дейности, емоции, мисли, възможности за подобрене. За да визуализират емоционалната динамика, групите могат да свържат емоджитата в линейна графика, за да илюстрират емоционалните върхове и спадове през целия дигитален ден.



3. Презентации (10 - 15 минути)

Всяка група представя своята персона и попълнената дневна карта на дигиталното пътуване, включително своите предложения за подобряване на дигиталното благополучие на персоната. След всяка презентация останалите участници се насърчават да:

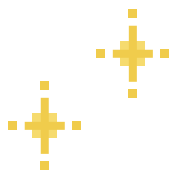
- Похвалят внимателните наблюдения.
- Предложат допълнителни стратегии за дигитално благополучие.
- Помислят дали представеното пътуване се отнася до техните собствени преживявания.

Обобщение: Финално заключение от фасилитатора (10 - 15 минути)

Картата на дигиталния опит, която участниците са създали в дейността, илюстрира взаимодействията на персоната с технологиите през един типичен ден – подчертавайки кога, защо и как се използва технологията, какви емоционални състояния се задействат и дали дигиталните инструменти допринасят за тревожността или се използва по балансиран и здравословен начин. Обръщайки внимание на нуждите и мотиваторите на всяка персона, участниците могат да оценят кои нужди могат да бъдат задоволени и офлайн и да проучат стратегии за подобряване на дигиталния баланс.

Подходът с проследяване на емоциите в дейността насърчава размисъл и подпомага развитието на по-здравословни ежедневни навици. До края на сесията участниците ще са създали съвместно ръководство за подобряване на дигиталното си благополучие, използвайки пътя на своята персона като отправна точка. Работата с измислен герой добавя игровост и емоционална дистанция, помагайки за създаването на безопасна и отворена среда за споделяне на идеи и предложения.





Спукай балона: „Опознай филтърните балони“



ДЕЙНОСТ 5

.....

Идеята зад тази дейност е младите хора да се запознаят с явлениято „филтърни балони“, което често остава незабелязано. В допълнение към повишаването на осведомеността, дейността представлява симулация, в която учащите могат да видят конкретни примери как „филтърните балони“ влияят на ежедневието ни и как възприемаме новините и медиите. Дейността завършва с различни предложения за „спукване на балона“, като по този начин се развиват уменията за критично мислене, а на учащите се дава възможност да станат по-активни и отговорни граждани.

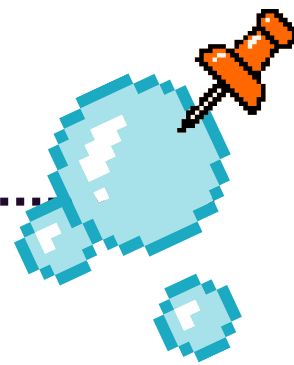
ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

.....

Продължителност:	45 минути
Възраст:	15 – 20 години
Размер на групата:	Група между 10 и 15 човека
Цел:	Целта на дейността е да се повиши осведомеността относно феномена „филтърни балони“ и техните ефекти в дигиталната среда.
Задачи:	• Разбиране какво представляват „филтърните балони“ и каква роля играят алгоритмите. • Насърчаване на критичното мислене спрямо личните онлайн преживявания. • Повишаване на осведомеността относно източниците и разнообразието от информация. • Разработване на стратегии за „излизане от балона“.
Необходими материали:	Флипчарт или бяла дъска, самозалепващи се листчета и химикали или маркери, карти с онлайн персонажи (вижте Приложение), достъп до кратко видео обяснение (напр. TED лекцията на Илай Паризър – по избор).



СТРУКТУРА НА СЕМИНАРА



1. Въведение (5 минути)

Започнете с кратко обяснение за „филтърните балони“ – това е явление, при което интернет съдържанието се филтрира преди да достигне до потребителя. Обяснете, че „филтърните балони“ се появяват, защото алгоритмите, които работят зад социалните медии и платформи, проследяват нашите харесвания, споделяния, абонаменти и дори колко дълго гледаме определени видеоклипове или снимки и след това, въз основа на нашето поведение, започват да показват подобно съдържание.

Започнете дискусия, основана на следния въпрос:

- „Това, което виждаме онлайн, се филтрира въз основа на това, което платформите смятат, че харесваме. Дали това винаги е нещо хубаво?“

Опитайте се да прецените дали групата е повече или по-малко наясно с важността на анализа на новини от различни източници.

По желание можете да покажете 2–3-минутно видео или да попитате:

- „Какво обикновено виждате в социалните си мрежи?“
- „Приятелите ви виждат ли същото съдържание?“

Напишете основни термини на дъската: „алгоритъм“, „персонализация“, „пристрастие към потвърждение“, „филтърен балон“ като ключови думи, които да се запомнят от дискусията. Опитайте се да ги извлечете като групови определения, ако обучаемите са по-информирани. В противен случай, не забравяйте да ги обясните и да проверите дали всички са ги разбрали.



2. Симулация (15 минути)

Разделете участниците на малки групи. Всяка група получава комплект карти, обрисувачи историята на сърфиране на една онлайн персона (напр. харесва видеоклипове с животни, четете консервативни новини, купува спортна екипировка).

Задача:

- Разгледайте фийда и познайте какво съдържание ще види този човек утре.
- Какво съдържание може да остане скрито за персоната? С други думи, какво е по-малко вероятно да се появи в нейния фийд.
- Ако е необходимо, направете една карта заедно с групата:

„Въз основа на харесванията и нехаресванията на Мария в изтеглените карти, тя вероятно ще види урок за грим или видеоклип на някой, който прави хореографията на най-новия музикален видеоклип. Профилите, свързани с политически коментари, вероятно ще останат скрити за Мария, особено защото тя активно ще избягва този тип съдържание.“

- Групите записват отговорите на листчета в категории:
„Видимо за тях“/ „Невидимо за тях“.

3. Групова дискусия (10 минути)

Всяка група споделя какво нейната персона е видяла или не.

- Персоната получила ли е разнообразна информация във фийда си?
- Как информацията, която достига до нея би могла да повлияе на разбирането ѝ за света?
- Чувствали ли сте се някога сякаш сте в онлайн балон?

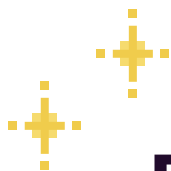
4. Как да спукате балона? (10 минути)

Напишете на бяла дъска или флипчарт: „Как да спукаме балона?“. Всяка група обмисля начини за избягване или намаляване на ефекта от филтърните балони. Предложенията се записват на цветни карти (напр. „Следвайте хора, с които не сте съгласни“, „Използвайте различни платформи“, „Изчиствайте историята на търсенията си“).

Всички предложения се поставят на бялата дъска или флипчарта.

5. Заключение (5 минути)

Обсъдете с групата, възникналите въпроси и затвърдете факта, че въпреки че алгоритмите са мощни, те могат да бъдат надхитрени и че е важно да бъдем информирани. За да видим цялата картина следва да използваме различни източници.



Разпознаване на дийпфейк



Дейност 6

Тази дейност има за цел да обясни феномена „дийпфейк“, да демонстрира с примери от реалния живот как изглежда, да покаже различни инструменти и стъпки за по-добро разпознаване на дийпфейковете, както и да обсъди етичната им употреба. Дейността е разделена на четири части, като първата е въведение, сравняващо две видеа, едното от които е дийпфейк. Втората част е теоретична и обяснява какво представляват дийпфейковете и как се правят. Третата е практическо упражнение за обучаемите, по време на което те ще могат да упражнят уменията си за разпознаване на фалшиви видеа. Последната част е дискусия за опасността от дийпфейкове и важността на това да бъдем информирани.

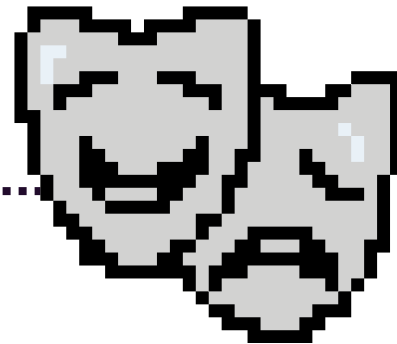
ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

.....

Продължителност:	60 минути
Възраст:	15-20 години
Размер на групата:	Група от 10 до 20 човека
Цел:	Развиване на критично осъзнаване на технологията за създаване на дийпфейк и нейните потенциални приложения, рискове и въздействие.
Задачи:	• Разбиране за това какво представлява дийпфейк и как се създава. • Умения за разпознаване на признаци на дийпфейк и как да се оцени достоверността на медиите. • Разсъждаване върху етичните последици от синтетичните медии. • Практикуване на стратегии за проверка.
Необходими материали:	Достъп до интернет и проектор или интерактивна бяла дъска, кратки истински/фалшиви видеоклипове, работен лист „Разпознаване на дийпфейк“ (контролен списък) - вижте Приложение X и химикали.



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



1. Въведение (10 минути)

Фасилитаторът задава следния въпрос:

- „Тези клипове истински или фалшиви ли са?“

След това показва 2 кратки клипа (1 истински, 1 дийпфейк – без да се казва кой какъв е предварително). Обучаемите гласуват кой от тях е фалшив. Защо?

2. Разпознаване на дийпфейк (15 минути)

Кратка презентация, която отговаря на следните въпроси:

- Какво представлява дийпфейк?
- Как се прави?
- Къде се използва? (сатира, измами, политика и др.).

Включете реални примери, ако е възможно.

3. Предизвикателство: открийте дийпфейка (20 минути)

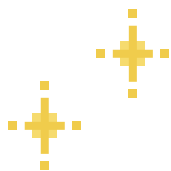
В малки групи учениците получават 3-4 кратки видеоклипа или снимки (предварително изтеглени от надеждни източници). Използвайки контролния списък (преглеждайки критерии като неестествено мигане, несъответстващо осветление, изкривени черти на лицето, роботизиран глас и др.), те определят кои видеоклипове/снимки са истински и кои са фалшиви. Всяка група представя работата си и предлага обяснение.

4. Рефлексия (15 минути)

Фасилитаторът задава въпроси като:

- Трябва ли технологиите, използвани за създаване на дийпфейк, да бъдат напълно забранени?
- Тази технология просто инструмент ли е?
- Хората ли я правят зловредна?
- Трябва ли законите да бъдат по-строги, когато става въпрос за генерирано от изкуствен интелект съдържание? и др.

За да се предизвика дебат и да се оцени отношението на учащите, в края на рефлексията фасилитаторът завършва с обобщение, че трябва да сме наясно със съществуването на дийпфейк и следва да се научим да го разпознаваме.



Пренапиши новините!



Дейност 7

В тази практическа дейност участниците изследват как изкуственият интелект може да оформи начина, по който се пишат и възприемат новините. Работейки в малки групи, те получават кратка неутрална новинарска статия и използват инструмент с генеративен изкуствен интелект, за да я пренапишат за различни аудитории и платформи. След като представят своите статии, генерирани от изкуствен интелект, участниците разсъждават заедно върху това как тонът, структурата и таргетирането на аудиторията могат фино (или не толкова фино) да променят посланието. Дейността изгражда медийна грамотност и осведоменост за това как дигиталните инструменти могат да повлияят на общественото мнение и ангажираността.

ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

.....

Продължителност:	60 – 90 минути
Възраст:	16 – 30 години
Размер на групата:	6 до 20 човека, работа в млаки групи по 3-5 човека
Цел:	Дейността помага да се разбере как изкуственият интелект може да повлияе на медийното съдържание, като пренаписва новинарски истории за различни аудитории. Дейността изгражда критично мислене спрямо това как тонът, рамкирането и платформата оформят начина, по който информацията се приема и интерпретира.
Задачи:	• Разбиране за това как инструментите с изкуствен интелект могат да повлияят на медийното оформяне и тона. • Развиване на критично мислене относно пристрастията и насочването към определена аудитория. • Обсъждане на етичните и социалните последици от изкуствения интелект в медиите.
Необходими материали:	Кратка, неутрална новинарска статия (печатна или споделена дигитално), устройства с достъп до интернет (лаптопи, таблети или телефони), достъп до инструмент с изкуствен интелект (напр. ChatGPT, Gemini, Copilot и др.), кратки карти (<u>печатни</u> или <u>споделени дигитално</u>) - вижте приложението, флипчарт или споделена бяла дъска за групова дискусия



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



1. Начална дискусия (10 - 15 минути)

Попитайте учащите:

- „Къде обикновено четете новини?“
- „Виждали ли сте някога публикации, статии или заглавия, генерирани от изкуствен интелект?“
- „Какво според вас прави една новинарска статия надеждна или пристрастна?“

Съвет за фасилитатора: За да привлечете вниманието, използвайте неформален и достъпен език, като давате примери относно последните медийни тенденции, например:

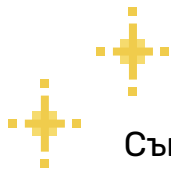
- Генерирани от изкуствен интелект истории за знаменитости (напр. фалшиви интервюта, измислени цитати или въображаеми скандали).
- Дийпфейк във видеоклипове или изображения, показващи политици или публични личности, които казват или правят неща, които никога не са правили.
- Много уеб ресурси за проверка на факти са налични в секцията „Фалшиви новини“ на нашата Pixelpedia. Разгледайте ги, за да се вдъхновите!

2. Пренаписване на статия с изкуствен интелект (30 минути)

Разделете участниците на 2-4 малки групи от по 3-5 човека.

Предоставете една и съща кратка, неутрална новинарска статия на всички групи и им дайте време да я прочетат. Можете да потърсите актуални новинарски статии онлайн или да си измислите сами. Например: „Шофьор наранява пешеходци.“ Потърсете достатъчно неутрален текст, в който допълнителни подробности (като възраст, националност, професия или семейно положение) могат фино да променят тона и възприятието на историята.

След това помолете участниците да използват инструмент с генеративен изкуствен интелект (напр. ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude), за да пренапишат статията според картите с кратки указания (цел, тон, емоционално въздействие). Разпределете картите с кратки указания последователно, като преглеждате статията след всяко кратко указание (общо 3 пъти). Използвайте предоставените кратки указания или празни карти, за да добавите по-подходящо съдържание за вашата аудитория.



Съвет за фасилитатора: Ако е необходимо, предложете няколко предварително написани промпта, за да помогнете на участниците да започнат. Минете през групите и помогнете с всякакви технически проблеми или възникнали въпроси.

Предложения за ИИ промпт:

- „Ренапиши тази статия, сякаш е насочена към [аудитория] и е публикувана на [платформа]. Използвай [тон: убедителен, формален, емоционален и др].“
- „Добави ангажиращо заглавие за [аудитория].“
- „Подчертай емоционалното/социалното/политическото въздействие на тази история върху [група].“

3. Групови презентации и дискусия (15-25 минути)

Помолете всяка група да прочете или обобщи генерираната от изкуствен интелект статия. След това проведете групова дискусия:

- Какви разлики забелязахте между версиите?
- Как се промени тонът, изборът на думи или акцентът?
- Може ли новата версия да бъде подвеждаща или емоционално манипулативна?
- Колко лесно е да се изопачат фактите, като „технически“ остават верни?

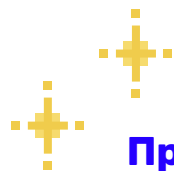
4. Заключение и размисъл (15-20 минути)

Възможни въпроси за обобщение:

- Какво ще търсите занапред, когато четете онлайн съдържание?
- Как може да бъдете по-осъзнати и внимателни към това, което споделяте или в което вярвате?
- Каква е ролята ви като активен и отговорен медиен участник?
- Какво очаквате от надеждна медия, когато става въпрос за използване на изкуствен интелект?

Съвет за фасилитатора: Изкуственият интелект не е добър или лош по своята същност. Той е инструмент. Важното е как се използва и дали създателите на съдържание държат на прозрачност и етичност. Насърчете участниците да се замислят каква роля играем ние като медийни потребители и/или създатели.





Приложения

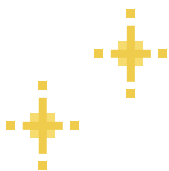
Изтеглете картите с инструкции от шаблона на Canva (линкът по-долу) и ги разпечатайте. Уверете се, че използвате двустранен печат, така че предната и задната страна на всяка карта да се подравнят правилно.

Всеки лист включва 4 карти, които трябва да бъдат изрязани и използвани по време на дейността. За всеки кръг от дейността дайте на всяка група по една карта, за да имат ясна задача, която да следват.

Има един лист с празни карти, който фасилитаторът могат да използва, за да създава персонализирани задачи (напр. различни цели, платформи, тонове или въздействия, адаптирани към профила на участниците).

Накрая, дигитална версия на картите е достъпна в Genially и може да се използва, ако семинарът се провежда онлайн.





Кой е видим?



ДЕЙНОСТ 8

Участниците симулират поведението на алгоритъм в социалните медии, като създават новинарска емисия за фиктивни потребители. Чрез групова дискусия и анализ те изследват кой получава видимост онлайн и кой не. Групата обсъжда и защо това е важно за демокрацията, приобщаването и дигиталното гражданство.

ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

.....

Продължителност:	60 – 90 минути
Възраст:	16 – 30 години
Размер на групата:	6 до 20 участници, работа в малки групи от 3-5 човека
Цел:	Този дейност помага на младите хора да разберат как алгоритмите влияят върху това какво съдържание се рекламира или скрива онлайн. Тя насърчава критичния размисъл върху онлайн видимостта, предразсъдъците и етичното дигитално участие.
Задачи:	• Разбиране за това как алгоритмите влияят върху видимостта на съдържанието онлайн. • Разбиране за това кои гласове са усилявани или заглушавани. • Насърчаване на съзнателното и етично участие в дигиталното пространство.
Необходими материали:	Карти със съдържание (печатни или споделени дигитално) - вижте Приложение, лепенки или стикери (за бърза обратна връзка или групови обсъждания), листи за флипчарт или бяла дъска за групова дискусия.



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



CENSORED

1. Въвеждаща дискусия (10 - 15 минути)

Започнете, като попитате учениците:

- „Какви публикации първо виждате обикновено в социалните медии?“
- „Защо някои публикации стават вайръл, докато други едва се виждат?“
- „Мислите ли, че гласът на всеки има еднакъв шанс да бъде чут онлайн?“

Съвет за фасилитатора: Ако е необходимо, започнете с прости и разбираеми въпроси като „Кое е последното нещо, което харесавате или споделихте онлайн?“. Така ще накарате участниците да се замислят за собствените си навици в социалните медии.

2. Симулация: „Бъди алгоритъма“ (30 минути)

Разделете участниците на 2-4 малки групи от по 3-5 души.

Дайте на всяка група по една карта с измислен потребителски профил (или ги оставете да си изберат най-подходящия за тях).

Предоставете на всяка група набор от примерни карти със съдържание (заглавия, мемета, новини, реклами, лични истории и др.).

Всяка група играе ролята на алгоритъм в социалните медии. Тяхната задача е да подберат новините и постове във фийда на определения им потребителски профил, за да увеличат максимално ангажираността чрез:

- Избиране на съдържанието, което се показва първо (топ 3).
- Обяснение защо са избрали да популяризират или скрият определено съдържание.
- Обмисляне как алгоритъмът „знае“ какво да показва (харесвания, следвания, коментари и др.).

Съвет за фасилитатора: Уверете се, че всяка група ясно разбира потребителския си профил и целта: те не публикуват съдържание, а подбират новини и постове, сякаш са алгоритъм.

3. Групови презентации и рефлексия (15-25 минути)

Всяка група споделя своя потребителски профил, избраната информация и обосновка на избора си.

След това, използвайте следните въпроси за рефлексията:

- „Кои гласове бяха засилени? Кои бяха заглушени?“
- „Избраното съдържание създаде ли балансирана гледна точка или алгоритъмът задава тясна перспектива?“
- „Как това се отнася към вашия собствен онлайн опит?“

Съвет за фасилитатора: Задавайте въпроси като „Имаше ли групи, които засилиха или скриха едно и също съдържание по различни причини?“. Така ще се онагледят как алгоритмите могат да създават много различни реалности.

4. За домашно и индивидуален размисъл (15-20 минути)

Завършете дейността с няколко заключителни въпроса, като:

- „Какво ви изненада в тази дейност?“
- „На какво ще обръщате повече внимание сега в собствения си фийд?“
- „Какво е нещото, което бихте могли да направите, за да бъдете по-осъзнати относно с кого и с какво взаимодействате онлайн?“

Съвет за фасилитатора: Помогнете на участниците да свържат дейността със собствения си опит, като ги помолите да посочат конкретен глас, от който биха искали да чуват повече в своя фийд и защо.

Приложения

В дейността се използват два комплекта карти: карти с потребителски профили и карти със съдържание. Можете да изтеглите и адаптирате шаблона на Canva от предоставената връзка. Всеки лист съдържа 4 карти, които трябва да бъдат отпечатани двустранно и след това изрязани.

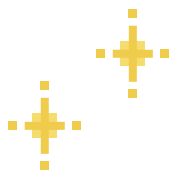
Шаблонът включва:

4 карти с измислен потребителски профил.

12 примерни карти със съдържание (заглавия, мемета, реклами, лични публикации и др.).

4 празни карти, които фасилитаторът може да попълни с нови потребители или съдържание, за да адаптират дейността към профила на участниците.

За провеждане онлайн е налична дигитална версия на картите. Това позволява на участниците да избират и сортират карти на екрана, възпроизвеждайки дейността без печатни материали.



Превръщаме се в това, което виждаме: „Силата на социалните медии“



ДЕЙНОСТ 9

Когато потребителите публикуват нещо в социалните мрежи, те предлагат тясно представяне на реалността. Това често може да се превърне в единствения прозорец към света, който хората имат.

Играейки кратка безплатна онлайн игра, наречена „Ние ставаме това, което виждаме“, участниците ще могат да разсъждават критично върху ефекта, който социалните медии оказват върху нашето поведение и общество.

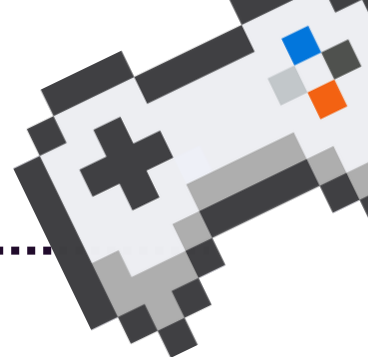
ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

.....

Продължителност:	50 минути
Възраст:	16+ години
Размер на групата:	Минимум 12 човека
Цел:	Да се подчертае влиянието на социалните медии.
Задачи:	• Да се разшири осведомеността за влиянието на социалните медии върху обществото. • Да се развият умения за критично и аналитично мислене. • Да се култивира чувство за отговорност към личното поведение на всеки в социалните медии. • Да се подхрани и поддържа критична дискусия с други връстници относно ролята на социалните медии в нашето общество.
Необходими материали:	Компютър или мобилно устройство, свързано с интернет, проектор / интерактивна бяла дъска с високоговорители и линк към играта: https://ncase.itch.io/wbwwb



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



1. Въведение и контекст (5 минути)

Кратко представяне на играта (без подсказки): „Ще играем кратка видеоигра, която симулира как работят медиите. Вашата задача е лесна, а накрая ще обсъдим няколко важни въпроса.“

Инструкции: „Обърнете специално внимание на случващото се и каква е вашата роля в играта.“

2. Колективна игра (10 минути)

Разделете участниците на 2-4 малки групи от по 3-5 човека.

Фасилитаторът (или доброволен обучаем) играе играта, проектирана на екран или интерактивна бяла дъска. Учениците предлагат какво да снимат или върху какво да се фокусират.

Като алтернатива, ако има налични устройства, учениците могат да играят в малки групи (2-3 ученици на компютър/таблет), докато фасилитаторът обикаля и наблюдава.

3. Дискусия с насоки (10 минути)

Фасилитаторът въвлича участниците в колективна дискусия, използвайки следните въпроси:

- „Какво се случи в играта?“
- „Каква беше ролята ви?“
- „Какви емоции изпитахте?“
- „Защо мислите, че играта завършва по този начин?“
- „Изглежда ли ви това реалистично от гледна точка на това как медиите работят в реалния живот?“

4. Обобщение (15 минути)

Разделете класа на малки групи. Всяка група получава въпрос или задача:

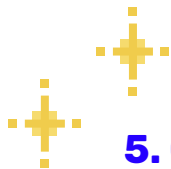
Група А: „Кои са репрезентациите на героите от играта в реалния живот?“

Група Б: „Каква е ролята на фотографа? Наистина ли е неутрален?“

Група В: „Кои реални медийни механизми са представени в играта?“

Група Г: „Как бихме могли да избегнем негативните ефекти, показани в играта, в реалния живот?“

Всяка група подготвя кратко резюме (2-3 изречения).

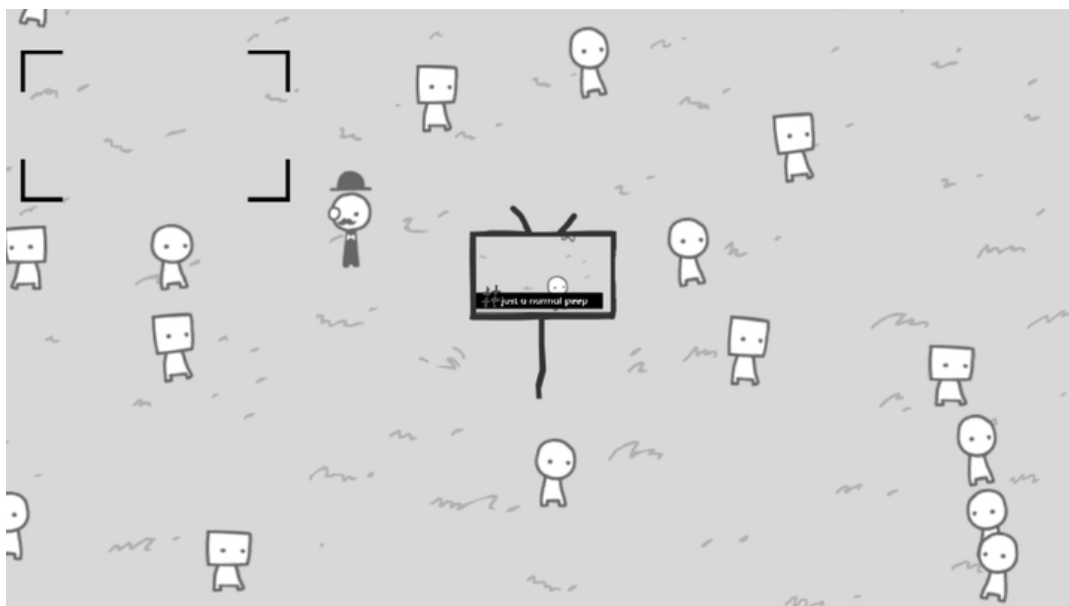


5. Споделяне и обобщение (10 минути)

Всяка група представя накратко своите идеи.

Водещият завършва с препратка към гражданското образование и медийната грамотност:

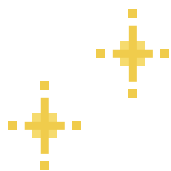
„Тази игра ни показва колко лесно може да се манипулира реалността. Как можем да станем критични граждани, когато се сблъскваме с това, което виждаме всеки ден в социалните медии, телевизията или онлайн?“



Снимка от играта „Ние ставаме това, което виждаме“: <https://ncase.itch.io/wbwwwb>

„Ние се превръщаме в това, което виждаме. Ние оформяме инструментите си и след това инструментите оформят нас.“ (Маршал Маклуън)





Отвъд пиксела:

„Полова идентичност във видеоигрите“



ДЕЙНОСТ 10

.....

Въпроси като представянето на пола, сексуалността, расата и социалната класа придобиват особено значение в потреблението на съвременните медии. Видеоигрите, по-специално, са сред културните продукти, които влияят и допринасят за изграждането на социално споделено възприятие за половите роли, като неформално образоват чрез образите за женственост и мъжественост. Видеоигрите се възприемаха за форма на медия, традиционно насочена към хетеросексуалния бял мъж, със стандартизирани предложения за полови роли, но все по-често днес те предлагат сложни и развиващи се репрезентации. По-конкретно, представянето на женските фигури преживява важна трансформация, където класическият архетип на девойката в беда, присъстващ в ранните видеоигри от 80-те години на миналия век, е постепенно заменен от нови модели, които са по-многострани, артикулирани и не са лесни за класифициране. Така те биха могли да накарат играчите на видеоигри – юноши и възрастни, мъже и жени – да експериментират с нови преживявания и да интернализират нетрадиционни полови модели. Това не се забелязва само от „естетически-наративна“ гледна точка, но и структурно, чрез геймплей, който предлага по-широки действия и избори.

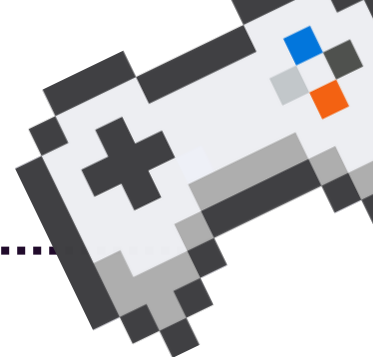
В този смисъл, дейността предлага размисъл върху преживяванията, свързани с видеоигрите и тяхната роля като комуникационна система. Дейността е разделена на два основни части.

ПРЕГЛЕД НА ДЕЙНОСТТА

Продължителност:	2 сесии с продължителност от общо 3 часа и половина
Възраст:	16+ години
Размер на групата:	Минимум 15 човека
Цел:	Развиване на критична осведоменост за представянето на половата идентичност в дигиталните медии и насърчаване на уважителни и приобщаващи дискусии по въпросите на пола.
Задачи:	• Разпознаване на стереотипи и иновативни представяния във видеоигрите. • Осмисляне на значението на автентичното представяне в интерактивните разкази. • Развиване на умения за критичен анализ на мултимедийно съдържание. • Насърчаване на емпатията чрез споделени игрови преживявания. • Анализиране на това как видеоигрите могат да бъдат мощни наративни инструменти за изследване на сложни идентичности.
Необходими материали:	Компютър, свързан с интернет, проектор / интерактивна бяла дъска с високоговорители, листи във формат А3 и А4, цветни моливи, маркери, флипчарт или бяла дъска, цветни лепящи се листчета. Видеоигри: (за достъп вижте Приложенията) Florence (iOS/Android/PC) Tell Me Why (PC/PlayStation/Xbox): Life is Strange: True Colors (PC/PlayStation/Xbox):



СТРУКТУРА НА ДЕЙНОСТТА



Първа сесия

1. Групово въведение с дейността „Аватар и идентичност“ (30 минути)

Започнете с дискусия „любим герой от видеоигра“ и уточнете защо.

- Дейност: „Нарисувайте аватар, който да ви представя във видеоигра. Не е нужно да е реалистичен, но трябва да съобщава нещо важно за вас. Може да е във всякакъв вид игра (реалистична, анимационна, базирана на блокове и др.).“ – използвайте хартия, цветни моливи.
- Споделяне: всеки участник представя накратко своя аватар.

2. Теоретично проучване (10 минути брейнсторминг + 30 минути групов дискусия = 40 минути)

- Разделете участниците на 2-4 малки групи от по 3-5 души. Започнете групов дискусия, като зададете въпроса: „Когато мислите за герои от видеоигрите, какви разлики забелязвате между мъжките и женските герои?“

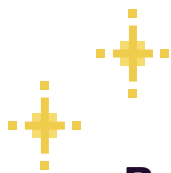
Обучителят събира наблюденията на бяла дъска/флипчарт.

- Всяка група обсъжда въпросите:
 - „Какви полови стереотипи сте забелязали във видеоигрите, които играете?“
 - „Познавате ли герои, които не отговарят на тези стереотипи?“
 - „Какво прави един герой „автентичен“ за вас?“

Отговорите могат да бъдат събрани на плакат/инфографика.

3. Споделяне и обсъждане (20 минути)

Всяка група споделя 2-3 извода от вътрешната дискусия.



Втора сесия

1. Задълбочено игрово изживяване (60 минути)

Обособете три локации за игра с ротация (всяка по около 20 минути), като на всяка се играе различна по модел видеоигра:

- Флорънс (Florence): Интимност и взаимоотношения;
- Кажи ми защо (Tell Me Why): Трансджендър идентичност и семейство;
- Животът е странен - истински цветове (Life is Strange - True Colors): Разнообразие и общност.

2. Съвместен анализ (30 минути)

В смесени групи се сравняват трите игри. Създават се сравнителни концептуални карти основана на:

- наративни механики във връзка с половата идентичност;
- естетическо представяне;
- „Какво очаквахте? Случи ли се това, което очаквахте?“
- „Можехте ли да направите други или различни неща?“
- „Какво бихте променили в играта?“
- „Какви механики бихте искали да видите добавени?“

Представяне на основните заключения.

3. Креативен дизайн (20 минути)

- „Видеоиграта, която бих искал“: Какви дейности и представяния бихте искали да видите? Идеи за автентични репрезентации...?
- ИЛИ „Как бихте подобрили представянето на половата идентичност в любимата си игра? Има ли вече добри страни? Кои аспекти намирате за отрицателни?“

Заключение с финална рефлексия от преживяването.



ПРИЛОЖЕНИЯ

.....

ДЕЙНОСТ 1 - Идентифициране на когнитивни предубеждения: Мозъкът ви лъже (понякога)

Кликнете **ТУК**, за да изтеглите визуализациите, които обясняват и илюстрират когнитивните предубеждения.

ДЕЙНОСТ 2 - Парасоциални взаимодействия и взаимоотношения: „Изграждане на вашия безопасен дигитален документ за самоличност/паспорт“

Настиснете **ТУК**, за да изтеглите или използвайте дигиталната версия на безопасния дигитален документ за самоличност/паспорт, който да се попълни по време на дейността.

ДЕЙНОСТ 4 - Дигитална карта на преживяването: „Навигиране в шума“

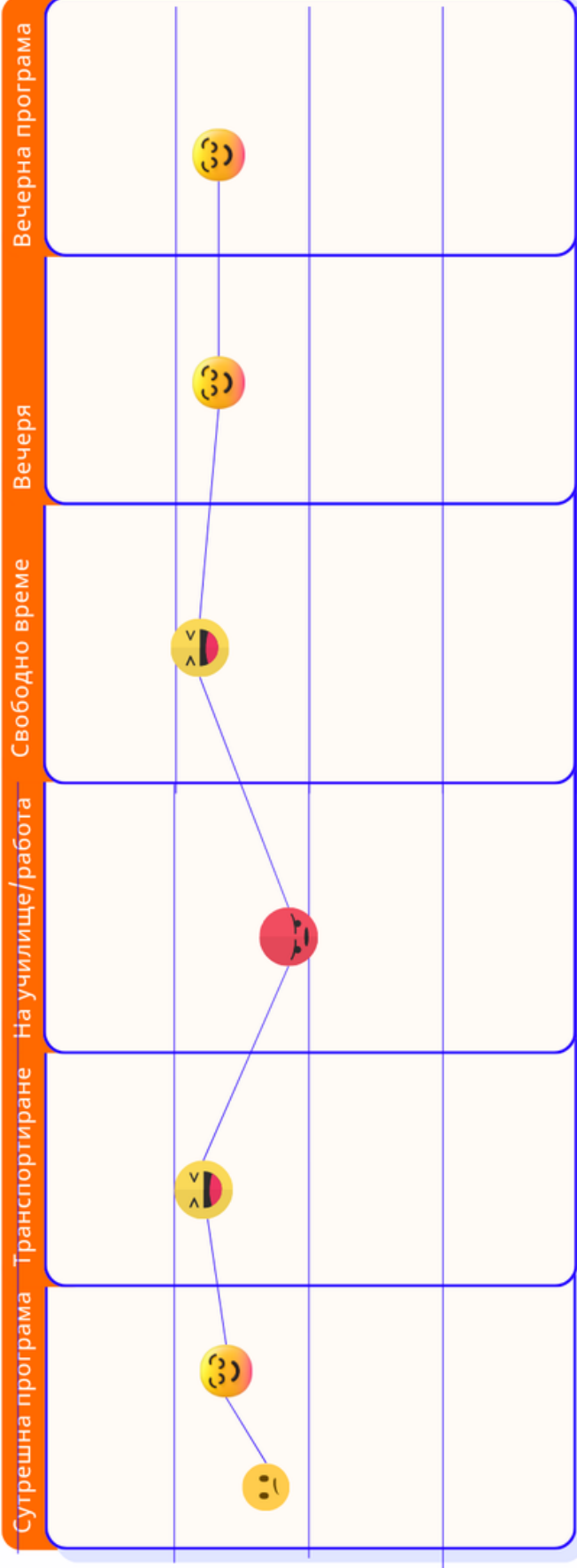
виж следната страница

ДЕЙНОСТ 5 - Спукай балона: „Опознай филтърните балони“

Щракни **ТУК**, за да изтеглиш картите



Дигитална карта на преживяването



Дейности

Емоции



Мисли

Възможности
за подобрение

Персона
(информация)

ДЕЙНОСТ 6 - Разпознаване на дийпфейк



РАЗПОЗНАВАНЕ НА ДИЙПФЕЙК

Съвет за участници

Ако нещо ви се струва „странно“, леко фалшиво, или трудно за определяне защо е така, доверете се на това чувство – дийпфейк често се разпознава в тези малки детайли. Когато гледате видеоклип или снимка, запитайте се:



Лице

- Лицето изглежда ли твърде гладко или твърде набръчкано в сравнение с останалата част на тялото? ☐
- Изглеждат ли кожата, косата и очите сякаш са на една и съща възраст? ☐

Очи и вежди

- Сенките около очите и веждите изглеждат ли естествено? ☐
- Светлината попада ли в очите по начина, по който бихте очаквали в тази сцена? ☐

Очила

- Има ли отблясъци или отражение в очилата? ☐
- Отблясъците движат ли се естествено, когато човекът движи главата си? ☐

Лицево окосмяване

- Брадата, мустаците или бакенбардите изглеждат ли естествено – или по-скоро сякаш са „нарисувани“? ☐
- Ако нямат окосмяване по лицето, кожата им изглежда ли твърде плоска или странно разположена там, където би трябвало да е окосмяването? ☐

Детайли на лицето

- Бенките или луничките изглеждат ли реалистично или остават напълно неподвижни, когато лицето се движи? ☐

Мигане

- Мигат ли твърде рядко, твърде често или в странен ритъм? ☐

Уста и устни

- Движенията на устните съответстват ли естествено на думите или се усеща леко разминаване (като лош дублаж)? ☐

ДЕЙНОСТ 7 - Пренапиши новините!

Изтеглете картите с инструкции от Приложенията ([линк](#)) и ги разпечатайте двустранно, така че предната и задната страна на всяка карта да се подравнят правилно. Всеки лист включва 4 карти, които трябва да бъдат изрязани и използвани по време на дейността. За всеки кръг дайте на всяка група по една карта, за да имат ясна задача, която да следват. Има и един лист с празни карти, които фасилитатора може да използва, за да създаде персонализирани задачи.

Също, дигиталната версия на картите е достъпна в Genially и може да се използва, ако семинарът се провежда онлайн.

Genially: <https://view.genially.com/690caea4ed15f71808e8af21/presentation-prenapishi-novinite-podgotvete-se-za-igra>

ДЕЙНОСТ 8 - Кой е видим?

В дейността се използват два комплекта карти: карти с потребителски профили и карти със съдържание. Можете да изтеглите и адаптирате шаблона на Canva от [предоставената връзка](#).

Всеки лист съдържа 4 карти, които трябва да бъдат отпечатани двустранно и след това изрязани. Шаблонът включва: 4 карти с измислен потребителски профил; 12 примерни карти със съдържание (заглавия, мемеа, реклами, лични публикации и др.); и 4 празни карти, които фасилитатора може да попълни с нови потребители или съдържание, за да направи дейността по-подходяща за профила на участниците.

Онлайн версия е налична на Genially: <https://view.genially.com/690cb9158475cb3aeba6409f/presentation-koj-e-vidim-podgotvete-se-za-igra>

ДЕЙНОСТ 10 - Отвъд пиксела: „Полова идентичност във видеоигрите“

Видеоигри:

Florence (iOS/Android/PC)

- Трайлър: <https://www.youtube.com/watch?v=GkxOJh3hCIU>
- Пълна версия: <https://www.youtube.com/watch?v=c0Hmvev5r7A&t=1212s>

Tell Me Why (PC/PlayStation/Xbox):

- Трайлър: <https://www.youtube.com/watch?v=DRN2VgTB-J8>
- Пълна версия: <https://www.youtube.com/watch?v=D9vr6WYQFVc>

Life is Strange: True Colors (PC/PlayStation/Xbox)

- Трайлър: https://www.youtube.com/watch?v=mpRhaXfvG_0
- Пълна версия: <https://www.youtube.com/watch?v=qYnhpWf20So>

ИЗТОЧНИЦИ

.....

Дейност 1 - Идентифициране на когнитивни предубеждения: Мозъкът ви лъже (понякога)

- Masotina, M. (2024, August 26). Cognitive biases in news-making and fact-checking: A mixed methods approach. EDMO. Retrieved from <https://edmo.eu/blog/cognitive-biases-in-news-making-and-fact-checking-a-mixed-methods-approach/>
- Buss, David M. (2015). The Handbook of Evolutionary Psychology (Buss/The Handbook of Evolutionary Psychology) || The Evolution of Cognitive Bias. , 10.1002/9780470939376(), 724–746. <https://doi.org/10.1002/9780470939376.ch25>
- Pilat, D., & Sekoul, K. (2021). In-group bias. The Decision Lab. Retrieved from https://thedecisionlab.com/biases/in-group-bias?utm_source=
- Udry, J., & Barber, S. J. (2024). The illusory truth effect: A review of how repetition increases belief in misinformation. Current Opinion in Psychology, 56, 101736. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101736>
- Friedman, H. H. (2023). How to overcome cognitive biases that skew your perception and lead to bigotry. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4507064>
- Pilat, D., & Sekoul, K. (2021). Anchoring bias. The Decision Lab. Retrieved from <https://thedecisionlab.com/biases/anchoring-bias>
- Padalia, D. (2014). Conformity bias: A fact or an experimental artifact? Psychological Studies, 59, 10.1007/s12646-014-0272-8. <https://doi.org/10.1007/s12646-014-0272-8>
- Pilat, D., & Sekoul, K. (2021). Illusory truth effect. The Decision Lab. Retrieved from <https://thedecisionlab.com/biases/illusory-truth-effect>
- Lauren, B. (2023). Authority bias. The Decision Lab. Retrieved from <https://thedecisionlab.com/biases/authority-bias>

ИЗТОЧНИЦИ

.....

ДЕЙНОСТ 2 - Парасоциални взаимодействия и взаимоотношения: „Изграждане на вашия безопасен дигитален документ за самоличност/ паспорт“

- Bennett, N.-K., Rossmeisl, A., Turner, K., Holcombe, B. D., Young, R., Brown, T., & Key, H. (2020, February 18). Parasocial relationships: The nature of celebrity fascinations. Find a Psychologist.
- Montgomery County Public School (2024, September 14). Youtube video. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=ru5IEApYnvw>
- National Geography. Allegra Rosenberg (2024, October 30). Retrieved from: <https://www.nationalgeographic.com/science/article/parasocial-relationships-social-media>

ДЕЙНОСТ 3 - Истина срещу фалшификат

- FECE, EKO, & EUROSUD. (2023, April 3). Training toolkit on citizen journalism. FECE. <https://jour-you.eu/wp-content/uploads/2023/08/JOUR-YOU-Training-toolkit-EN.pdf>
- Аюад, Г., Черешарова, М., Галев, П. & Босев, Р. (2021). Пътеводител за проверка на факти в дигитална среда. Асоциация на европейските журналисти-България. <https://aej-bulgaria.org/wp-content/uploads/2021/04/%D0%9F%D1%8A%D1%82%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8-%D0%B2-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0-2021-%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D1%8A%D0%BB%D0%BD%D0%B5%D0%BD.pdf>
- Марчев, Г. & Тулечки, Н. (2023). Пътеводител за проверка на факти. FactCheck.bg. <https://factcheck.bg/wp-content/uploads/2023/05/Fact-checking-bg-Guide.pdf>

ИЗТОЧНИЦИ

.....

ДЕЙНОСТ 4 - Дигитална карта на преживяването: „Навигиране в шума“

- Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens – With new examples of knowledge, skills and attitudes (EUR 31006 EN). Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/115376>
- European Commission. (2021, February 11). Personas under the Blueprint of the European Partnership on Active and Healthy Ageing (EIP on AHA) [Factsheet]. WE4AHA Coordination and Support Action (CSA) 2017–2020. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/personas-under-blueprint-european-partnership-active-and-healthy-ageing-eip-aha>
- Gibbons, S. (2018, December 9). Journey mapping 101. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>

ДЕЙНОСТ 5 - Спукай балона: „Упознай филтърните балони“

- Pariser, E. (2011, March). Beware online "filter bubbles". [Video]. TED. https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles

ДЕЙНОСТ 6 - Разпознаване на дийпфейк

- Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security. California Law Review, 107(6), 1753–1819. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3213954>
- Freedom Forum. (n.d.). How to spot a deepfake. <https://www.freedomforum.org/how-to-spot-a-deepfake/>

ИЗТОЧНИЦИ

.....

ДЕЙНОСТ 7 - Пренапиши новините!

- Mahadevan, A. (2024, 10 April). AI is already reshaping newsrooms, AP study finds, Poynter. <https://www.poynter.org/ethics-trust/2024/artificial-intelligence-transforming-journalism/>
- Case, N. (April 2024). AI Safety for Fleshly Humans, Hack Club. <https://aisafety.dance/>
- Steering Committee on Media and Information Society (CDMSI), Council of Europe (2023, 30 November). <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/-/guidelines-on-the-responsible-implementation-of-artificial-intelligence-ai-systems-in-journalism>

ДЕЙНОСТ 8 - Кой е видим?

- Ross Arguedas, A. (2025). 'How Audiences Think about News Personalisation in the AI Era', Chapter 2.3, Digital News Report 2025, Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf?utm_source=substack&utm_medium=email
- Exposure Lab (April 2020). <https://thesocialdilemma.com/>
- IREX Media Literacy in the Baltics, (2022, 6 Jul). Social Media as a News Source Very Verified online course on media literacy. https://www.youtube.com/watch?v=yzgLvTy17co&ab_channel=IREXMediaLiteracyintheBaltics

ДЕЙНОСТ 10 - Отвъд пиксела: „Полова идентичност във видеоигрите“

- <https://annapurnainteractive.com/en/games/florence>
- <https://www.tellmewhygame.com/>
- <https://lifeisstrange.square-enix-games.com/en-us/games/life-is-strange-true-colors>

<https://pixelmedia-project.eu/>



**Съфинансирано от
Европейския съюз**

Този наръчник е предназначен да служи като практическо ръководство за преподаватели за ефективно включване на обучението по медийна грамотност и видеоиграта, създадена по проекта в техните практики. „Pixel Media: Video Game to Develop Media Literacy“ (CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY-101186931) е съфинансиран от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче са само на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Изпълнителната агенция за европейско образование и култура (EACEA). Нито Европейският съюз, нито EACEA могат да носят отговорност за тях.



Това произведение е лицензирано под Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>