



Tytuł:	Krytyczne podejście do źródeł		
Grupa docelowa:	Uczniowie szkół ponadgimnazjalnych		
Autor:	Dr Grzegorz D. Stunża		
Cele:	Celem warsztatu jest rozwinięcie umiejętności wyszukiwania wiarygodnych informacji, oceny źródeł informacji, porównywania ze sobą treści z różnych źródeł, rozpoznawania treści reklamowych w różnych źródłach, a także krytycznej oceny znajdowanych informacji oraz wiedzy, że można korzystać z różnych źródeł informacji w celu omówienia określonego zjawiska (niekoniecznie zgadzając się z zawartymi w znalezionych materiałach tezami), a także określać, czy znajdowane treści można i na jakich zasadach ponownie wykorzystać lub przetwarzać na własne potrzeby.		
Przebieg zajęć:			
Kolejne kroki	forma/metody pracy	czas	potrzebne/sugerowane materiały
1. Wprowadzenie w tematykę i integracja grupy	Powitanie z uczniami. Rozdanie karteczek z miejscem na wpisanie imienia. Przyczepienie kartek do ubrań, tak żeby prowadzący widział imiona lub postawienie ich na stoliku po dostosowaniu przestrzeni klasy. Informacja o tematyce zajęć (w przypadku zajęć w pracowni komputerowej) lub o konieczności podzielenia się na grupy w salach z dostępnymi kilkoma komputerami lub bez nich i rozstawienia stołów tak, by powstały	5 min.	Kartki samoprzylepne lub karteczki do postawienia na ławce. Długopisy.

	stanowiska pracy dla czteroosobowych drużyn.		
2. Informacje o dostępnym sprzęcie, podział na grupy.	<p>Po zajęciu miejsc (pracownia komputerowa) lub ustawieniu stanowisk dla grup, uczniowie dzielą się na czteroosobowe drużyny. Każda grupa siada przy swoim stanowisku. Jeśli mamy do dyspozycji laptopy z dostępem do internetu, każda grupa powinna mieć przynajmniej jeden do dyspozycji. Jeśli nie, dokonujemy rozpoznania, ile osób posiada smartfony z dostępem do internetu. W każdej drużynie powinna być przynajmniej jedna osoba, która ma dostęp do internetu.</p> <p>Grupy ustalają wspólną nazwę dla swojej drużyny.</p> <p>Ustalamy wspólnie z uczestnikami listę zasad dobrej współpracy podczas warsztatu. Prowadzący wypisuje te zasady na karcie flipchartu, zostawiając miejsce na podpisy wszystkich uczestników. Przed podjęciem dalszych działań każdy podpisuje się pod listą, zobowiązując się do przestrzegania ustaleń.</p>	15 min.	<p>Komputery stacjonarne lub kilka laptopów/tabletów. Ewentualnie sprzęt uczniów.</p> <p>Flipchart, kolorowe flamastry.</p>
3. Źródła informacji.	<p>Zadanie na rozgrzewkę. Zadajemy uczniom pytanie: jakie znacie źródła informacji? Uczniowie zapisują swoje odpowiedzi na kartkach lub, jeśli mają dostęp do komputera/tabletu - w dokumencie przygotowanym wcześniej dla grupy, pozwalającym na jednoczesną pracę kilku osób.</p> <p>Następnie omawiamy przygotowane odpowiedzi. Staramy się je zapisywać w dokumencie wyświetlanym na ekranie (edytor tekstu lub narzędzie do tworzenia map myśli) i zbierać w kategorie, np. media, źródła dostępne w określonych mediach). Zwrócić uwagę na zjawisko konwergencji mediów i dostępność mediów dawniej funkcjonujących oddzielnie, w internecie, często obok siebie i</p>	10 min.	<p>Kartki i długopisy. Ewentualnie przygotowane wcześniej przez prowadzącego dokumenty np. w serwisie Titanpad, Google Dokumenty itp. Istotne jest, by do dokumentów możliwy był dostęp bez konieczności logowania.</p> <p>Komputer prowadzącego</p>

	tworzących większe całości jak np. serwisy informacyjne itp.		podłączony do rzutnika, z dostępem do internetu.
4. Wyszukiwanie informacji	<p>Wyszukiwanie informacji na określony temat - podajemy hasła każdej drużynie - zestawy, np.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. prezydent Polski, Antarktyda, żuk gnojarsz, 2. premier Polski, powstanie warszawskie, surykatki. Uczniowie wyszukują, wypisują źródła - adresy stron internetowych (dajemy obostrzenia, że np. bez Wikipedii, albo z określonego przedziału czasu w ustawieniach Google). <p>Uczniowie znajdują nie tylko źródła informacji (np. prezydent - strona WWW prezydenta i jej adres), ale także podają podstawowe informacje o danym hasle.</p> <p>Następnie porównujemy, co udało się znaleźć. Grupy prezentują odpowiedzi, czym się informacje różniły oraz które źródło wydaje im się najbardziej wiarygodne i dlaczego?</p> <p>Dyskusja o źródłach oraz o Wikipedii jako punkcie startu, ale także o tym, ile osób w klasie współtworzy Wikipedię. Czy znają kogoś, kto ją tworzy, kto to jest, dlaczego mu ufają? Zapytać, dlaczego na co dzień tak często korzystają z Wikipedii?</p> <p>Omówić przykład fałszywki wikipedyjnej i porozmawiać o tym, jak można wprowadzić w błąd użytkowników internetu. Jakie możliwości w tym zakresie mają nastolatki?</p>	20 min.	<p>Zestawy haseł dla grup warto przygotować przed warsztatem i część haseł dostosować do aktualnie istotnych wydarzeń, osób itp.</p> <p>Niezbędne będą karteczki z zestawem haseł dla każdej grupy lub podanie haseł w dokumencie internetowym każdej grupy.</p> <p>Artykuł http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/27/id/589</p>
5. Porównywanie źródeł informacji.	<p>Porównanie informacji o nadawcach. Każdą grupę prosimy o zapoznanie się z kilkoma źródłami informacji (np. TVN24, rp.pl, polityka.pl, prawy.pl). Prosimy, aby spróbowali w trakcie przeglądania źródeł znaleźć lub samodzielnie określić następujące:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. kto jest właścicielem strony internetowej (niekoniecznie chodzi o nazwisko lub nazwę firmy; czy to np. koncern 	30 min.	<p>Zestaw serwisów dla każdej grupy. Wszystkie grupy otrzymują identyczne zestawy i muszą je ze sobą porównać lub każdej grupie dajemy do opracowania inny serwis. Niezbędne jest, by serwisy</p>

	<p>medialny, jednoosobowy nadawca, grupa aktywistów itp.),</p> <p>2. Do kogo kierowany jest przekaz (do jakiej grupy odbiorców)? Jakie informacje są najważniejsze?</p> <p>3. W jaki sposób prezentowane są treści - czy informacje są prezentowane w sposób neutralny lub wydaje się, że tak jest, czy jasno określony jest światopogląd i ocenia się opisywane osoby lub wydarzenia z perspektywy np. politycznej, religijnej.</p>		<p>były różnorodne, można uwzględnić internetowe edycje prasy, serwisy informacyjne, lokalne serwisy, blogi, serwisy radykalnych stronnictw politycznych itp. Informacje dla grup można wyświetlić na ekranie lub podać grupom na karteczkach.</p>
6. Znajdź i oceń, czy możesz użyć	<p>Prowadzący przedstawia podstawowe informacje o tzw. otwartych licencjach publikacji treści na przykładzie licencji Creative Commons. Omawia sześć dostępnych licencji i warunki, których kombinacje dają określone licencje. Wyjaśnia, na czym polega stosowanie dwóch wolnych licencji. Następnie prezentuje możliwości znalezienia treści na licencjach Creative Commons - zaawansowane wyszukiwanie Google (standardowo i w wyszukiwarce grafiki), wyszukiwarki zdjęć na licencjach Creative Commons w serwisie Flickr.</p> <p>Uczniowie mają za zadanie wyszukać zdjęcia o określonej tematyce do wykorzystania: na szkolnej stronie oraz na blogu modowym, którego autorka zarabia dzięki publikowanym wpisom. Opisują źródło zdjęcia, licencję, na której jest opublikowane i w jaki sposób, na jakich warunkach można wykorzystać znalezione zdjęcia.</p> <p>Dyskusja o możliwościach korzystania z treści (pomocnicze pytania do uczniów - co to jest cytat, jakie pliki można kopiować, czy można korzystać z fragmentów Wikipedii w swojej pracy).</p>	30 min.	<p>Zaawansowane wyszukiwanie Google oraz zaawansowane wyszukiwanie grafiki Google.</p> <p>Wyszukiwarka zdjęć na licencjach CC w serwisie Flickr https://www.flickr.com/creativecommons/</p> <p>Linki do wyników poszukiwań zapisane na kartkach lub współdzielonych dokumentach w internecie.</p>
7. Reklama	Zadajemy uczniom pytanie: co to jest reklama? Prosimy o	20 min.	Potrzebne są przygotowane

	<p>znalezienie przykładów reklam w internecie (w razie braku dostępu lub trudności z połączeniem - omawiamy znane uczniom przykłady).</p> <p>Jeśli uczniowie nie omówili reklamy kontekstowej (w artykułach internetowych np. w formie podlinkowanych wyrazów), reklamy w serwisach społecznościowych lub reklamy w prasie kolorowej (np. artykuł o leku lub kosmetyku o określonym działaniu, a kilka stron dalej strona z reklamą określonego preparatu), wówczas prezentujemy przykłady, omawiając je i dyskutując z uczniami, o tym, czy i jak sprawdzają informacje przedstawione w reklamach. Wskazujemy także przykłady reklam, które nie są oznaczone (np. ewidentnie sponsorowane artykuły na blogach, pozycjonowanie produktu lub pozytywne odcinki vlogów -najlepiej przykłady, które mogą do nich trafić np. przez to, że kojarzą twórców).</p>		<p>przed warsztatem przykłady: reklamy kontekstowej, reklamy w serwisach społecznościowych (reklama przerywająca film w YouTube, reklama w formie postów np. na Facebooku, reklama w postaci lokowania produktu na vlogach), reklamy w prasie lub serwisach internetowych i reklam nieoznaczonych (blogi, vlogi i inne).</p>
<p>8. Poradnik krytycznego czytelnika/czytelniczki</p>	<p>Przygotowujemy „Zestaw porad krytycznego czytelnika/czytelniczki”. Porady na temat poszukiwania wartościowych źródeł informacji, oceny wiarygodności informacji, umiejętności określenia, kto stoi za informacją itp., reklamy podawanej celowo odpowiednim grupom(np. w serwisach społecznościowych). Praca w grupach - każda grupa przygotowuje swój zestaw składający się z minimum siedmiu kroków. Każdy krok ma być nazwany i opisany. Następnie omawiamy propozycje grupowe i prowadzący spisuje te, które uznano wspólnie za najważniejsze. W ten sposób powstaje lista porad przygotowana przez całą klasę.</p>	<p>40 mi</p>	<p>Kartki do flipchartu i flipchart - uczniowie wypisują swoje zestawy porad na kartach i prezentują na flipcharcie.</p> <p>Komputer z rzutnikiem - prowadzący spisuje wspólny zestaw w trakcie dyskusji. Wykorzystuje edytor tekstu lub narzędzie do mapy myśli.</p>

9. Podsumowanie i ewaluacja	Prowadzący omawia, jakie działania podjęto podczas warsztatu. Pyta uczestników, czego się nauczyli, co było dla nich najbardziej istotne, co ich zaskoczyło, czego jeszcze chcieliby się dowiedzieć na temat oceny informacji, doboru źródeł i budowania własnych refleksji na bazie gromadzonych materiałów. Dziękuje wszystkim za aktywne uczestnictwo.	10 min.	
Uwagi/alternatywy:	Jeśli mamy do dyspozycji salę ze sprzętem komputerowym (nawet kilka komputerów, np. laptopów), to staramy się je wykorzystać, żeby każda grupa posiadała przynajmniej jeden komputer. Jeśli nie, korzystamy ze sprzętów przenośnych uczniów - smartfonów lub tabletów. Ważne, by w każdej grupie była przynajmniej jedna osoba ze sprzętem z dostępem do internetu, jeśli w szkole nie jest dostępne dla uczniów wi-fi. Priorytetowe traktowanie komputerów stacjonarnych lub laptopów wynika z faktu, że niektóre czynności łatwiej jest wykonać z użyciem większego ekranu i klawiatury fizycznej.		
Projekt prowadzi:	Partner Projektu:	Patronat honorowy:	Dofinansowano ze środków:
		  	