

## Scenariusze warsztatów

### Spółdzielnia Otwartej Edukacji w bibliotece

Przedstawiamy poniżej przykładowe scenariusze warsztatów do wykorzystania w projekcie. Pomyślane są one, jako załącznik do "Przewodnika dla trenerów i trenerek". Ponieważ w ramach projektu będą Państwo prowadzić warsztaty dla bardzo różnych grup odbiorców, serdecznie zachęcamy do wykorzystania scenariuszy, jako inspiracji, do ich przerabiania i zmieniania. Może akurat któreś ćwiczenie wyda się Państwu wyjątkowo ciekawe, a może sama struktura scenariusza będzie pomocna? Stanowią one jednak gotową całość, którą, jeśli tylko będą Państwo chcieli, można też wykorzystać w całości.

Prowadzone przez Państwa warsztaty mają dotyczyć wybranych kompetencji cyfrowych. Postępując zgodnie z przewodnikiem warto najpierw przeprowadzić wstępną diagnozę uczestników warsztatów, a później dostosować ich treść do potrzeb konkretnej grupy.

Prezentowane tutaj tematy są różnorodne, ale w żadnym sensie nie wyczerpują zakresu możliwości. Proponujemy, aby poruszać takie tematy, w których Państwo czują się swobodnie i pewnie. To od Państwa będzie ostatecznie zależeć, czego będą dotyczyć warsztaty i do kogo będą one skierowane.

#### **Dlaczego prezentowane scenariusze są tak różne?**

- są przygotowane przez cztery różne trenerki, dzięki czemu mają Państwo okazję przyjrzeć się różnym warsztatom trenerskim
- są skierowane do różnych grup odbiorców, tak jak będą również Państwa warsztaty, jednak po drobnych zmianach np. scenariusz przeznaczony dla nauczycieli akademickich będzie można przeprowadzić dla nauczycieli szkół średnich
- obejmują cztery przykładowe tematy, ale w żadnym wypadku nie wyczerpują wszystkich możliwości, nie prezentują wszystkich obszarów, czy nawet kierunków związanych z uczeniem kompetencji cyfrowych.
- same scenariusze pozostawiają swobodę działania lub wręcz wymagają dodatkowych przygotowań przed przeprowadzeniem własnych warsztatów.

**Uwaga! Scenariusz 3 wykorzystuje tabelę zaproponowaną w "Przewodniku dla trenerów".**

## Tematy scenariuszy:

1. [Kompetencje cyfrowe w pracy bibliotekarza/nauczyciela akademickiego w instytucji naukowej z wykorzystaniem otwartych zasobów edukacyjnych](#) - Iwona Sójkowska
2. [Jak zostać dobrym górnikiem w internetowej kopalni wiedzy?](#) - Lidia Mirowska
3. [Jak stworzyć e-booka](#) - Katarzyna Czubińska
4. [Fake news – jak odróżnić prawdę od dezinformacji?](#) - Małgorzata Ostrykiewicz

## SCENARIUSZ 1

**Temat:** Kompetencje cyfrowe w pracy bibliotekarza/nauczyciela akademickiego w instytucji naukowej z wykorzystaniem otwartych zasobów edukacyjnych

**Opracowanie:** Iwona Sójkowska

**Odbiorcy:** bibliotekarze z bibliotek naukowych, nauczyciele akademicy

**Liczebność grupy:** 15 osób

**Miejsce:** warsztaty mogą być przeprowadzone zdalnie lub stacjonarnie w pracowni z dostępem do komputerów, internetu i rzutnika

**Czas:** 180 minut (2 spotkania po 90 minut). Można czas warsztatów skrócić wybierając konkretne treści ze scenariusza.

Cele ogólne:

- zrozumienie filozofii „otwartości”
- zwiększenie kompetencji cyfrowych
- kształtowanie postaw otwartościowych

Cele szczegółowe:

- poznanie zjawiska otwartości w ogólnym ujęciu oraz rozbudzenie świadomości otwartości w edukacji i nauce

- poznanie serwisów edukacyjnych i naukowych opartych na zasadach otwartego dostępu, umiejętność oceny i wykorzystania informacji
- poznanie narzędzi wspierających otwarty dostęp
- rozwinięcie umiejętności dzielenia się wiedzą

#### Metody:

- prezentacja
- dyskusja
- burza mózgów
- zajęcia praktyczne

#### Formy pracy warsztatowej:

- indywidualna
- zespołowa
- interaktywna

#### Materiały:

- zestawy linków do istotnych informacji, narzędzi
- prezentacje
- przestrzeń chmurowa dla całej grupy np. Google Drive

#### Narzędzia:

- MS Teams, Jitsi, Zoom lub inne narzędzia pozwalające na aktywny udział wszystkich uczestników w przypadku zajęć zdalnych,
- narzędzia pozwalające na interakcję: zdalnie np. tablica elektroniczna lub stacjonarne np. flipchart
- pracownia komputerowa w przypadku warsztatów stacjonarnych

## Przebieg warsztatów

### Część I (2 x 45 minut)

#### 1. Wprowadzenie (15 min.)

- przedstaw się i omów cel zajęć
- poproś uczestników, żeby również się przedstawili
- krótkie podsumowanie części wprowadzającej, przekazanie informacji o dostępności do materiałów po szkoleniu
- 

#### 2. Z czym kojarzy Ci się otwartość? - burza mózgów (10 min.)

- zaprosz uczestników do samodzielnego zdefiniowania otwartości w szerokim kontekście tego pojęcia, tak aby możliwe było w dalszej części przełożenie indywidualnych wyobrażeń uczestników, na konkretne działania w życiu zawodowym (podczas warsztatów online wykorzystaj Word Cloud <https://www.mentimeter.com>; podczas warsztatów stacjonarnych zapisz skojarzenia na tablicach, flipchartach)
- omów grupową definicję otwartości, przeprowadź dyskusję

### 3. Przybliżenie pojęcia otwartości w nauce i edukacji (25 min.)

- zaprezentuj definicję otwartości, wskaż przydatne dokumenty, informacje np. deklaracja budapesztańska, przybliż poziomy otwartości w oparciu o prawo autorskie, wolne licencje, domenę publiczną. Przygotuj wcześniej prezentację zawierającą zestaw przydatnych linków, filmów, krótkie omówienie poszczególnych serwisów (wskazówki znajdziesz niżej)
- ćwiczenie interaktywne: W jaki sposób weryfikujesz jakość informacji oraz prawa do dalszego korzystania z nich? (podczas warsztatów online wykorzystanie wirtualnej tablicy np. <https://padlet.com>; podczas warsztatów stacjonarnych zapisywanie skojarzeń na karteczkach samoprzylepnych, następnie pogrupowanie na flipcharcie)
- Podsumowanie ćwiczenia: komentarz można opracować na podstawie strony *Poradnik oceny jakości i wiarygodności informacji elektronicznej* - <https://ocena-informacji.weebly.com/>

### 4. Omówienie znaczenia otwartości w edukacji i nauce (15 min.)

- prezentacja prowadzącego (jako inspirację można wykorzystać prezentację nt. domeny publicznej - <http://www.ebib.pl/wp-content/uploads/2020/01/domena-publiczna2019.pptx>)
- dyskusja uczestników

### 5. Ćwiczenie indywidualne (20 min.)

Poproś uczestników aby:

- znaleźli w internecie otwarty zasób edukacyjny lub naukowy
- określili znaczenie tego zasobu w swojej pracy (5- 7 chętnych osób prezentuje wybrany przez siebie zasób i jego znaczenie)

### 6. Podsumowanie części I (5 min.)



- zaprosz uczestników na drugą część warsztatów
- pożegnaj uczestników (5 min.)

## Część II (2 x 45 min.)

### 7. Przybliżenie otwartych zasobów edukacyjnych i naukowych (15 min.)

- omów z uczestnikami dostęp do bibliotek cyfrowych i repozytoriów, baz danych, serwisów książek i czasopism, kursów elektronicznych, filmów edukacyjnych, wskaż poziom ich otwartości (np. z wykorzystaniem prezentacji zawierającej zestaw interesujących zasobów edukacyjnych i naukowych)

### 8. Wskaż narzędzia ułatwiające tworzenie otwartych zasobów edukacyjnych (10 min.)

- ćwiczenie interaktywne: Wskaż narzędzia, z których dotychczas korzystałeś/aś w swojej pracy (podczas warsztatów online wykorzystaj wirtualną tablicę np. <https://answergarden.ch>; podczas warsztatów stacjonarnych zapisz propozycję na karteczkach samoprzylepnych, następnie pogrupuj je na flipcharcie)
- prezentacja kilku narzędzi z krótkim omówieniem, polecanych przez prowadzącego i wskazanych przez uczestników

### 9. Tworzenie otwartych zasobów przez uczestników (15 min.)

- podziel uczestników na 3 grupy
- zaproponuj tematy do opracowania np. przewodnik po otwartych polskich czasopismach lub książkach; broszura nt. otwartego dostępu do publikacji naukowych, opracowanie nt. otwierania danych badawczych; przewodnik po otwartych materiałach na wybrany przez grupę temat
- poproś, aby grupy przygotowały prototyp otwartego zasobu edukacyjnego (temat, formę, wykorzystane narzędzia, odbiorcę)

### 10. Prezentacja opracowanych zasobów edukacyjnych (15 min.)

- każda grupa prezentuje swój pomysł otwartego zasobu
- poprowadź dyskusję moderowaną, zachęcaj do wzajemnego inspirowania się

### 11. Podsumowanie (10 min.)

- zapytaj uczestników o wrażenia z warsztatu
- wymieńcie danych kontaktowych między uczestnikami (można wykorzystać <https://padlet.com>; podczas warsztatów stacjonarnych wymiana wizytówek)
- krótka ankieta ewaluacyjna (np. z wykorzystaniem <https://www.surveio.com>)

## Przygotowanie prowadzącego do warsztatów:

1. Załóż Word Cloud na mentimeter.com do ćwiczenia "Z czym Ci się kojarzy otwartość".
2. Przygotuj prezentację definiującą otwartość w aspekcie prawnym, zawierającą linki do deklaracji budapesztańskiej, informacji o prawie autorskim, wolnych licencja, domenie publicznej.

Można wykorzystać materiały znajdujące się na stronach:

- Przewodnik po prawie autorskim. W: Legalna Kultura [online]. [Dostęp 16.06.2020]. Dostępny w: <https://www.legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/b-przewodnik-b-po-prawie-autorskim>
- Krótki kurs własności intelektualnej. Materiały dla uczelni. W: Prawo Kultury [online]. [Dostęp 16.06.2020]. Dostępny w: <https://prawokultury.pl/kurs/>
- Siewicz, K. *Prawo autorskie w edukacji: jak unikać naruszeń* [online]. [Dostęp 25.03.2020]. Dostępny w: [http://koed.org.pl/wp-content/uploads/2015/06/prawo-autorskie-w-edukacji-jak-unikac-naruszen\\_KOED.pdf](http://koed.org.pl/wp-content/uploads/2015/06/prawo-autorskie-w-edukacji-jak-unikac-naruszen_KOED.pdf).
- *Creative Commons Polska* [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: <https://creativecommons.pl/>.
- Budapest Open Access Initiative [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: <https://www.budapestopenaccessinitiative.org/read>
- Budapeszteńska inicjatywa otwartego dostępu do wiedzy po dziesięciu latach: ustawienie domyślne – otwartość [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: <https://www.budapestopenaccessinitiative.org/boai-10-translations/polish>

Przykładowe krótkie filmy do wykorzystania:

- *Jak działa prawo autorskie?*  
[https://www.youtube.com/watch?v=JlQgsWXU2\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=JlQgsWXU2_8)
  - *Czym są licencje Creative Commons?*  
<https://www.youtube.com/watch?v=ouQowkWRImA>
3. Przygotuj wirtualną tablicę (np. <https://padlet.com>) do ćwiczenia "W jaki sposób weryfikujesz jakość informacji oraz prawa do dalszego korzystania z nich?"
  4. Przygotuj prezentację nt. znaczenia otwartości w nauce i edukacji, zawierającą linki do ciekawych materiałów.

Można skorzystać z następujących informacji:

- Otwarta edukacja. W: KOED [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: [https://koed.org.pl/?page\\_id=6509&lang=pl](https://koed.org.pl/?page_id=6509&lang=pl)



- Otwarta nauka. W: KOED [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: [https://koed.org.pl/?page\\_id=6513&lang=pl](https://koed.org.pl/?page_id=6513&lang=pl)
- Publikacje o otwartości. W: KOED [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: [https://koed.org.pl/?page\\_id=6525&lang=pl](https://koed.org.pl/?page_id=6525&lang=pl)
- Uwolnij naukę [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: <https://uwolnijnauke.pl/>
- Szczęsny P., Otwarta nauka, czyli dobre praktyki uczonych [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: [http://ebibojs.pl/index.php/wydawnictwa\\_zwarte/article/view/650/689](http://ebibojs.pl/index.php/wydawnictwa_zwarte/article/view/650/689)
- Biuletyn EBIB nr 7/2011(125) Otwarta nauka i edukacja [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: [http://www.ebib.pl/?page\\_id=506](http://www.ebib.pl/?page_id=506)
- Szuflita M., Otwarty dostęp [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: <https://www.fosteropenscience.eu/sites/default/files/pdf/1348.pdf>
- Plan S. W: Otwarta Nauka [online]. [Dostęp 26.03.2020]. Dostępny w: <https://otwartanauka.pl/plan-s>

5. Przygotuj prezentację zawierającą odnośniki do ciekawych otwartych zasobów edukacyjnych i naukowych.

Materiały do prezentacji:

- Open AGH – podręczniki - <https://epodreczniki.open.agh.edu.pl/tiki-index.php>
- Open AGH – otwarte zasoby - <https://open.agh.edu.pl/>
- Navoica.pl – platforma kursów e-learningowych rekomendowana przez MNiSW - <https://navoica.pl/courses>
- IntechOpen – książki naukowe w języku angielskim - <https://www.intechopen.com/>
- OpenStax otwarte podręczniki w języku angielskim i polskim - <https://openstax.org/subjects>
- Doktryna jakości – książka - [https://www.moznainaczej.com.pl/Download/DoktrynaJakosci/DoktrynaJako%C5%9Bci\\_wydanie\\_II.pdf](https://www.moznainaczej.com.pl/Download/DoktrynaJakosci/DoktrynaJako%C5%9Bci_wydanie_II.pdf)
- Europeana itd.)
- Inne ciekawe linki można znaleźć w kursie: Otwarte zasoby edukacyjne i naukowe - <https://moodle.umk.pl/BU/course/view.php?id=13>
- Przydatne linki znajdują się także w prezentacji: Sójkowska Iwona, Zdo(a)lny bibliotekarz w bibliotece naukowej - [http://www.ebib.pl/?page\\_id=6226](http://www.ebib.pl/?page_id=6226)





6. Przygotuj linki do narzędzi wspierających tworzenie otwartych zasobów np. otwarte oprogramowanie do tworzenia stron www (WordPress), do publikowania wydawnictw książkowych (Visme), czasopiśmienniczych (OJS), tworzenia kursów online (Moodle), platform umożliwiających zamieszczanie treści edukacyjnych itp. (SlideShare).
7. Przygotuj tablicę wirtualną do ćwiczenia: Wskaż narzędzia, z których dotychczas korzystałeś/aś w swojej pracy (np. <https://answergarden.ch>).
8. Opracuj tematy do warsztatów grupowych.
9. Przygotuj przestrzeń chmurową do pracy w grupach.
10. Przygotuj wirtualną tablicę (np. <https://padlet.com>) do wymiany kontaktów między uczestnikami.
11. Przygotuj ankietę ewaluacyjną (np. z wykorzystaniem <https://www.surveymonkey.com>). Możesz wykorzystać również propozycję ankiety przedstawioną w SCENARIUSZU 2

**Uwaga:** Prowadzący powinien po zakończonych warsztatach przekazać uczestnikom przygotowane przez siebie materiały, uzupełnione o informacje pozyskane od uczestników w trakcie ćwiczeń. Materiały można przesać uczestnikom w dwóch pakietach - po zakończeniu I części warsztatów oraz po zakończeniu części II



## SCENARIUSZ 2

**Temat:** Jak zostać dobrym górnikiem w internetowej kopalni wiedzy?

**Opracowanie:** Lidia Mirowska

**Odbiorcy:** osoby dorosłe. np. rodzice lub nauczyciele

**Liczebność grupy:** 15/20 osób

**Miejsce:** sala z dostępem do internetu (uczestnicy powinni mieć komputery lub smartfony).

**Czas:** 90 minut

### Cele ogólne

- zapoznanie uczestników z podstawowymi zagadnieniami związanymi z wyszukiwaniem informacji w sieci, budowaniem sieci kontaktów i bezpieczeństwem w Internecie.
- umiejętność świadomego korzystania z dowolnego urządzenia z dostępem do Internetu w kontekście rozwijania własnych zainteresowań i poszukiwaniu źródeł inspiracji.

### Cele szczegółowe

- Zobaczysz jakimi drogami można rozwijać sieć kontaktów w sieci
- Podejmiesz refleksję na temat swojego wizerunku w sieci
- Nabędziesz umiejętności sprawnego wyszukiwania informacji
- Zobaczysz w jaki sposób można rozwijać swoje pasje i szukać inspiracji w sieci
- Poznasz podstawowe zasady bezpiecznego korzystania z sieci

### O warsztacie:

Przedstawione treści wspomagają rozwój, gwarantują poszerzanie horyzontów, pozwalają efektywnie spędzać czas w sieci. Po każdym ćwiczeniu warsztatowym jest przedstawiona pigułka wiedzy dotycząca tematu. Podczas przedstawiana której można prowadzić dyskusję na temat dobrych praktyk korzystania z zasobów Internetu.

Kopalniana konwencja warsztatu zakłada wcielanie się w rolę:

- Uczestnik - Górnik
- Prowadzący - Minister Górnictwa
- Internet - Kopia
- Co wydobywamy - wiedzę i umiejętności

Narzędzia: dowolne urządzenie z dostępem do Internetu

## Przebieg warsztatów

### 1. Wprowadzenie (5 min.)

- Zaczynij swój warsztat opowieścią o własnym doświadczeniu np.

“Przygotowując się do napisania scenariusza do dzisiejszych zajęć, jak już wymyśliłam temat, swoje pierwsze kroki skierowałam właśnie do sieci. Co zrobiłam? W wyszukiwarce wkleiłam temat naszych zajęć i od razu pojawiły się pierwsze informacje:

A. Na stronie:

<https://www.kopalnia.pl/kopalnia-wiedzy/gornik-rysunek-w-piec-minut-dowiedz-sie-jak-narysowac-gornika-yuhd>

Mogłam zobaczyć jak narysować górnika w pięć minut.

B. Na stronie

<https://poradnikpracownika.pl/-ile-zarabia-gornik-w-polsce-i-czym-sie-zajmuje>

Przeczytałam, ile górnik zarabia i z czym właściwie w tych czasach ten zawód się wiąże.

C. A z górniczym elementarzem mogłam zapoznać się tu:

[http://www.wug.gov.pl/bhp/gorniczny\\_elementarz](http://www.wug.gov.pl/bhp/gorniczny_elementarz)

Szukałam inspiracji, przeglądałam wyskakujące wyniki wyszukiwania, trochę na oślep, ale...uczyłam się. I tak podczas dzisiejszego warsztatu doświadczycie w jaki sposób korzystając z zasobów Internetu można się uczyć. Nie tak formalnie z dyplomem czy świadectwem na koniec zajęć, ale praktycznie, szybko i ciekawie. Poprzez budowanie sieci kontaktów, wyszukiwanie informacji i rozwijanie swoich pasji.”

### 2. Ćwiczenie: Poznaj dzisiejszą szachtę (15 min.)

- W kopalni to zespół pracowników podczas jednej zmiany. Sprawdźmy obecność, czyli kopalniany felezunek. Poznajmy się.

## Etap 1

Tradycyjna rundka zapoznawcza z pytaniami pomocniczymi:

- Jak się nazywasz?
- Skąd jesteś i co robisz?
- Jaką ostatnio odkryłeś aplikację, funkcjonalność, narzędzie w sieci, stronę które coś ci ułatwiło?

## Etap 2

Szychta online. Na potrzeby szkolenia prowadzący zakłada na Facebooku wydarzenie, do którego mogą dołączyć uczestnicy.

Polecenie:

- a) Znajdź wśród uczestników wydarzenia online swojego sąsiada/sąsiadkę z zajęć. Jeżeli masz ochotę zaprosz go do swoich znajomych, jeżeli jesteście znajomymi online zobacz co nowego na jego/jej profilu. Jeżeli nie korzysta z FB, zapytaj dlaczego. Co was łączy? Czy należycie do podobnych grup, oglądacie podobne treści w Internecie, gdzie i jakich informacji szukacie w sieci.
- b) Powtarzamy etap drugi, ale już nie z sąsiadem, ale z osobą, którą znasz najmniej.
- c) Pigułka wiedzy i omówienie tematu.

Gdzie jeszcze tworzymy sieć kontaktów w sieci?

**Networking online** to sieć wirtualnych kontaktów, która budowana jest po to, aby ułatwić sobie rozwój kariery zawodowej, wzajemny przepływ informacji. Na świecie najbardziej znanym portalem networkingowym jest [LinkedIn](https://www.linkedin.com). W Polsce w kontaktach towarzyskich furorę zrobiła Nasza Klasa, czy Grono.pl później popularniejszy okazał się Facebook. Kontakty w sieci budujemy również poprzez przynależność do grup online, subskrypcji wybranych treści, udzielanie się na tematycznych forach.

### 3. Ćwiczenie: Znajdź złoża węgla i wydobądź kruszec (20 min.)

#### Etap 1

Przykładowe problemy, które rozwiązują uczestnicy, praca w zespołach w zależności od liczebności grupy 2-6 osobowych, podział na grupy to najwyklesze odliczanie do 5 (liczba powinna zależeć od tego, ile osób jest na warsztatach), każdy zespół dostaje jeden problem do rozwiązania:

- Jak nazywa się fioletowy kwiat pojawiający się w czerwcu?
- Kiedy odbyły się pierwsze wolne wybory w Polsce?

- Jak zmienić wycieraczkę w opalu astra?
- Jak zdobyć najnowszą powieść Bondy?
- Jak jest po angielsku „internetowa kopalnia wiedzy”
- Ile dzieci urodziło się w Polsce w 2019 roku?

Definicja problemu to tak naprawdę odpowiedź na pytanie, co chcę znaleźć, jakich informacji szukam, jaki problem chcę rozwiązać.

Grupa pracując nad rozwiązaniem dostaje pytania pomocnicze:

- Co wpisałbym/wpisałaby w wyszukiwarce szukając informacji na wybrany temat?
- Jakiego typu informacji oczekujesz-artykuł, definicja, dane statystyczne podręcznik?
- W jakiej formie chciałbyś informację znaleźć -tekst, grafika, film, prezentacja, nagranie audio?

Etap 2.

Spróbuj sam/sama zdefiniować problem, który chcesz rozwiązać przy pomocy Internetu. Poszukaj rozwiązania, podziel się z grupą swoimi spostrzeżeniami.

- W jaki sposób szukałeś/szukałaś informacji?
- Czy łatwo je było znaleźć?
- Czego się nauczyłeś/nauczyłaś podczas dwóch etapów tego ćwiczenia?

Pigułka wiedzy dotycząca wyszukiwania informacji w sieci, czyli górnicza technologia wydobywcza.

Przy wyszukiwaniu najważniejszą rzeczą jest precyzja komunikatu zawężająca możliwe odpowiedzi. Szukając np. kamer z gniazd bocianów w Polsce jak wpisujemy ogólne hasło bocian, zaczniemy od podstawowych informacji, dodając słowa klucz kamera bocian polska (może być Polska, ale wyszukiwarki i tak ignorują wielkość liter) mamy większe szanse, że już pierwszy wynik jest tym czego szukamy

Formuły pomocne przy wyszukiwaniu:

- **Wyszukiwanie przy pomocy sprecyzowanego hasła** – jeżeli chcesz wyszukać konkretną frazę, z wyrazami podanymi w wymaganej przez Ciebie kolejności, to hasło wyszukiwania umieść w cudzysłowie („”).
- **Wykluczenie słów** –szukanie bez frazy, jeżeli chcesz sprecyzować wyniki wyszukiwania poprzez wyeliminowanie jakiegoś słowa – nie chcesz, by ono pojawiało się wyszukanych artykułach, wstaw przed nim znak minus (-), na przykład: *komórka -telefon;*

- **Wyszukiwanie jednego z podanych słów** – jeżeli chcesz, aby w tekście pojawiło się jedno z wyszukiwanych przez Ciebie słów wstaw między nie operator wyszukiwania OR.
- **Wyszukiwanie wszystkich słów w tekście** – jeżeli zależy Ci na tym, aby w wyszukany przez wyszukiwarkę tekście znalazły się wszystkie podane przez Ciebie słowa, wystarczy wpisać przed nimi operator *allintext*: słowo można też wpisać pomiędzy szukanymi wyrazami, na przykład: *allintext: wakacje mazury apartament jezioro*;
- **Szukanie fraz w adresie url** – możemy ograniczyć wyniki wyszukiwania tylko do stron, które zawierają określone słowo w adresie url – stosując operator „*allinurl*:”.
- **Szukanie słów w tytule** – jeżeli chcesz, aby szukane przez Ciebie słowa pojawiły się w tytule wyszukiwanych artykułów – frazę kluczową poprzedź operatorem *allintitle*, na przykład: *allintitle: marketing internetowy*;
- **Szukanie stron o podobnej treści** – jeżeli chcesz znaleźć stronę o podobnej treści, do strony którą już znasz wpisz w wyszukiwarce nazwę strony poprzedzając ją operatorem *related*: przykładowo zapis będzie wyglądał tak: *related:nazwastrony.com*;
- **Wyszukiwanie na stronie www** to możliwość ograniczenia się do konkretnej witryny. Aby ograniczyć wyszukiwanie frazy do konkretnej strony, wystarczy przed frazą dodać adres strony poprzedzony odpowiednim operatorem: *site:www.strona.com*.
- **Wyszukiwanie strony z określonej domeny** – jeśli chcemy odnaleźć stronę o określonej domenie możliwe to jest poprzez zastosowanie operatora *site*: ***site:.gov***
- **Szukanie definicji słów** – pomocny w szukaniu definicji słów może okazać się operator *define*: dla przykładu chcąc znaleźć definicję słowa *marketing*, wystarczy wpisać w wyszukiwarkę *define:marketing*;
- **Zapomniany wyraz** – czasem zdarza się, że zapomnimy jednego wyrazu ze zdania, jakie chcemy wyszukać, lub po prostu chcemy zostawić sobie „furtkę” dla szerszego wyszukiwania. Wówczas brakujące słowo można zastąpić znakiem gwiazdki (\*), na przykład: *\* duży deszcz*;
- **Wyszukiwanie konkretnego rodzaju plików** – czasem chcemy znaleźć informacje zawarte w konkretnym rodzaju pliku np. pdf czy prezentacji w programie Power Point. Wówczas po frazie kluczowej należy wpisać operator *filetype*: i po nim wybrany format pliku. Przykładowo – *marketing internetowy filetype:ppt* (będzie to prezentacja w Power Point na temat marketingu internetowego);
- **Szukanie ciągu liczb** – jest to szczególnie przydatne, gdy szukane są informacje związane ze statystyką lub historią. Jeżeli interesują nas dane z przeciągu kilku następujących po sobie lat lub inny ciąg cyfr można

wpisać je ten ciąg za pomocą zapisu X..Y,  
gdzie X i Y zastępujemy cyframi, a pomiędzy nimi wstawiamy dwie kropki.  
Przykładowo można wpisać frazę *Prezydenci Stanów Zjednoczonych 1945..2016*;

- **Szukanie osób w social mediach**-trzeba zastosować przed frazą znak @, np. @madonna. Pozwala to w szybki sposób odnaleźć profil artystki na Instagramie. Bez @ wyniki wyszukiwania obfitują także w strony o innej tematyce – niezwiązane z piosenkarką.

Czytaj więcej na:

- <https://www.eactive.pl/pozycjonowanie-stron/jak-szukac-w-google-15-zaawansowanych-trickow/>
- <https://widoczni.com/blog/jak-wyszukiwac-w-google/>
- <http://radekskowron.pl/11-trickow-w-wyszukiwarce-jak-szukac-trafniej-w-google/>
- <https://nietechnologiczni.pl/20-sposobow-skuteczne-wykorzystanie-wyszukiwarki-google>
- <https://www.wirtualnemedi.pl/artikul/jak-szukac-informacji-w-internecie>

#### 4.Ćwiczenie: Fajrant, czyli jak rozwijać swoje pasje w sieci (30 min.)

Etap 1. *Moja historia. Na potrzebę warsztatu, prowadzący może przedstawić historię własnych doświadczeń lub przytoczy poniższą.*

Chciałam odnowić stare krzesła, ale nie wiedziałam jak. Renowacja - to teraz takie modne. Też chcę mieć mebel z duszą i nawet już miałam model do odnowienia, ale nie wiedziałam kompletnie od czego zacząć. A jak się kompletnie nie wie to się pyta dr Googla. Zaczęłam od wyszukiwania stron na hasło *renowacja mebli od czego zacząć*. Trafiłam na kilka artykułów polecających produkty do renowacji popularnego marketu budowlanego, kilka zdjęć mebli przed i po wpisy na blogach specjalistycznych, grupę na Facebooku "odnawianie mebli", testy produktów, filmy instruktażowe wybranych technik renowacyjnych, oferty warsztatów stacjonarnych i online. Powoli zaczęłam rozwijać swoją nową pasję. Zapisałam się na grupę, obejrzałam galerię, wyszukałam zdjęcia gotowych krzesel, na blogu dowiedziałam się jakich materiałów użyć i co jest potrzebne na początek. Na swoim Fb wrzuciłam zdjęcie pierwszej próby i okazało się, że nie jestem sama, kilku znajomych robi to samo, nowy temat do rozmów pojawił się sam. Kolega polecił mi kilka interesujących miejsc w sieci, które go inspirują a nie znalazły się w moich wyszukiwanych. Zyskałam nową umiejętność, grupę wsparcia, nową pasję.

Dyskusja



- A jak to wygląda u Ciebie?
- Jakie kanały subskrybujesz na YouTube?
- Do jakich grup w mediach społecznościowych należysz?
- Jakie blogi czytasz?
- Jakich informacji wspomagających twoje pasje szukasz w sieci?

## Etap 2. Polecenie

Praca w grupach 2-3 osobowych w zależności od liczebności grupy

Korzystając z zasobów sieci zaplanuj weekendową wycieczkę w mieście, w którym jeszcze nie byłeś/nie byłaś.

1. Zaplanuj swój budżet i trzymaj się go, czyli np. 1000zł dwie osoby
2. Porównaj ze sobą trzy różne możliwości dotarcia na miejsce oraz drogi powrotnej
3. Zbadaj możliwości zakwaterowania
4. Zaplanuj trasę zwiedzania miejscowych atrakcji oraz formy spędzania czasu
5. Baw się dobrze

## Dyskusja

- Z jakich stron korzystałeś/korzystałaś?
- Jakie informacje były trudne do zdobycia?
- Czy udało się trzymać budżetu?
- Czego się nauczyłeś?
- Co byś zrobił inaczej planując wyjazd kolejny raz lub mając więcej czasu?
- Czego się nauczyłeś/nauczyłaś?

## 5. Ćwiczenie: Bezpieczeństwo, czyli metanometr w Internecie (10min.)

W kopalni górnicy używają metanometru badającego poziom metanu pod ziemią, żeby być bezpiecznym w sieci też trzeba umiejętnie umieć korzystać z urządzeń.

### Etap 1

Przeanalizuj swoje hasła dostępu: do mediów społecznościowych, do konta bankowego, do komputera czy telefonu. Sprawdź ich siłę na [Password Metera](#) i tabel na stronie [Lockdown.co.uk](#).

- Podziel się z uczestnikami, ile pkt zdobyło Twoje hasło?
- Co możesz zrobić, żeby Twoje hasło było silniejsze?

### Etap 2



Dyskusja na temat świadomości bezpiecznego używania Internetu. Co zrobić, żeby nie było wybuchu metanu 😊

### Pigułka wiedzy

Bezpieczne hasło to takie, które jest długie, zawiera **litery, cyfry i znaki specjalne**. Coraz częściej wszelkiego rodzaju serwisy narzucają użycie przynajmniej jednego znaku specjalnego, czy cyfry, żeby hasła były silniejsze

Eksperci radzą:

- nie korzystaj z tego samego hasła **w więcej niż jednej witrynie**
- stwórz hasło to przynajmniej 15 znaków
- możesz korzystać z menedżera haseł - np.: [KeePass](#) czy [PassWord Manager XP](#)
- nie odbieraj maili od nieznanymi nadawców, nie pobieraj załączników...grozi wybuchem. Może nie metanu, ale skutki mogą być podobne, wszystkie dane mogą zostać przejęte, zniszczone, utracone. Warto.

## 6. Zakończenie, czyli koniec szczytu (10 min.)

Rezultaty

- Uświadomienie uczestnikom wartości budowania wizerunku w sieci oraz możliwości budowania sieci kontaktów.
- Uświadomienie uczestnikom możliwości poszerzania własnych zainteresowań poprzez wykorzystywanie zasobów Internetu.
- Przekazanie podstawowych wskazówek oraz informacji związanych z wyszukiwaniem informacji w sieci i możliwości usprawnienia tego procesu.
- Przekazanie podstawowych wskazówek oraz informacji z zakresu świadomego i bezpiecznego korzystania z Internetu i nowych technologii.

Załącznik 1.

Propozycja ankiety ewaluacyjnej

### I. Jak oceniasz szkolenie?

Kategoria oceny	Ocena szkolenia	Bardzo wysoko	Wysoko	Przeciętnie	Nisko	Bardzo nisko
1.1	Spełnienie oczekiwań-zadowolenie z warsztatów	5	4	3	2	1

1.2.	Przydatność zdobytych informacji pod względem podnoszenia umiejętności i wiedzy	5	4	3	2	1
1.3.	Jak oceniasz prawdopodobieństwo wykorzystania zdobytej wiedzy i umiejętności w codziennej pracy/życiu	5	4	3	2	1
1.4.	Jak oceniasz program szkolenia	5	4	3	2	1
proszę uzasadnić						

## II. Jak oceniasz poszczególne rezultaty szkolenia

Kategoria oceny	Ocena rezultatów szkolenia	Bardzo wysoko	Wysoko	Przeciętnie	Nisko	Bardzo nisko
2.1	Uświadomienie wartości budowania wizerunku w sieci oraz możliwości budowania sieci kontaktów	5	4	3	2	1
2.2.	Uświadomienie możliwości poszerzania własnych zainteresowań poprzez wykorzystywanie zasobów Internetu.	5	4	3	2	1
2.3.	Przekazanie podstawowych wskazówek oraz informacji związanych z wyszukiwaniem informacji w sieci i możliwości usprawnienia tego procesu.	5	4	3	2	1
2.4.	Przekazanie podstawowych wskazówek oraz informacji z zakresu świadomego i bezpiecznego korzystania z Internetu i nowych technologii.	5	4	3	2	1
proszę uzasadnić						

## III. Podczas warsztatów:

3.1 Najbardziej podobało mi się

.....  
.....

3.2 Przede wszystkim zabrakło mi

.....  
.....

3.3 Sugestie, uwagi .....

## SCENARIUSZ 3

**Temat:** Jak stworzyć e-booka - scenariusz aktywnego warsztatu online z opcją offline dla czytelników i czytelniczek

**Opracowanie:** Katarzyna Czubińska

**Odbiorcy:** osoby dorosłe

**Liczebność grupy:** 15/20 osób

**Miejsce:** szkolenie może być przeprowadzone online lub offline

**Czas:** 120 minut

Cele:

- budowanie historii fabularnych
- wykorzystanie metody storytellingu w aktywnym prowadzeniu zajęć
- współpraca - budowa zespołu
- tworzenie społeczności

Materiały warsztatowe:

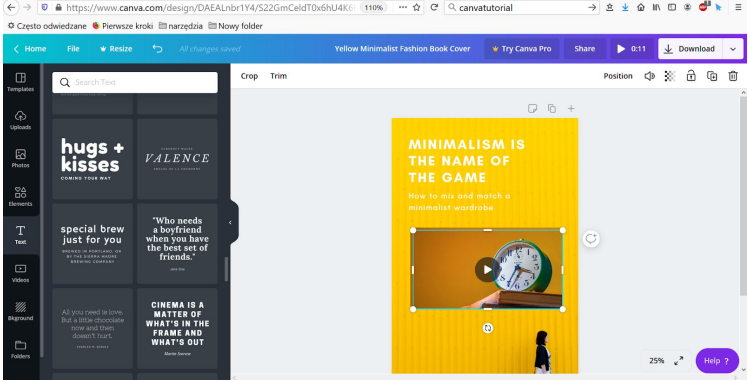
- komputer
- tablet
- dostęp do Internetu
- wcześniej założone konto w narzędziu StoryJumper, Canva

### Przebieg warsztatów

Czas	Nazwa ćwiczenia i opis	Wskazówki	Materiały
Przed zajęciami	Przygotowując warsztaty online skontaktuj się wcześniej z uczestnikami/uczestniczkami, by zorientować się w ich zainteresowaniach. Link do formularza z ankietą lub ofertą warsztatów zamieść na stronie biblioteki oraz w prowadzonych przez was mediach społecznościowych (Facebooku, Instagramie, Twitterze, LinkedInie, innych). Przed zajęciami wyślij do uczestników ankietę zgłoszeniową, możesz ją przygotować w formularzach Googla, pamiętaj o zaznaczeniu opcji o zbieraniu adresów mailowych, na które wyślesz później link do spotkania. Samouczek <a href="https://www.youtube.com/watch?v=0gw5NF-ufT4">https://www.youtube.com/watch?v=0gw5NF-ufT4</a>	W wersji offline również możesz zastosować formularz, by dotrzeć do chętnych osób.	Komputer, podłączenie do internetu
Przed zajęciami	Jak przygotować spotkanie online? Możesz skorzystać z narzędzi: Jitsi - wchodząc jedynie na stronę wygenerować link do spotkania, który podasz uczestnikom w mailu: <a href="https://jitsi.org/">https://jitsi.org/</a> Możesz również zaproponować im spotkanie wykorzystując platformę ZOOM, w której oprócz udostępniania ekranu znajdziesz również	W przypadku ZOOMa pamiętaj o tym, że bezpłatne spotkanie trwa jedynie 40 minut i by je przedłużyć	jw.

	<p>możliwość podziału na grupy uczestników/uczestniczek oraz wprowadzanie różnego rodzaju reakcji. Tutoriale do ZOOMa, w postaci krótkich filmików, znajdziesz na stronie: <a href="https://support.zoom.us/hc/en-us/articles/206618765-Zoom-video-tutorials">https://support.zoom.us/hc/en-us/articles/206618765-Zoom-video-tutorials</a></p> <p>Zastrzeż, by osoby odpowiadające na zaproszenie nie udostępniły linka do warsztatu publicznie, ustrzeżesz się wówczas nieproszonych gości na warsztacie.</p> <p>Przed zajęciami przygotuj również niewielką prezentację, która pozwoli skupić się uczestnikom nie tylko na osobie mówiącej, czy na współuczestniczkach/współuczestnikach spotkania.</p>	uczestnicy/uczestniczki muszą ponownie wejść w link, który otrzymali od ciebie mailem, ten sam co za pierwszym razem. Ty natomiast jeszcze raz musisz je otworzyć.	
30 minut max	<p>Powitaj uczestników/uczestniczki, krótko omów zasady komunikacji między Wami, szczególnie zabierania głosu. Poproś o włączenie chatu, przyda się w trakcie zajęć. Przedstaw program warsztatów. Skoro są to Twoi czytelnicy/czytelniczki zdecydowali/ły się na warsztat, to raczej wiesz, że lubią czytać książki, ale jakie? Zrób krótką sondę na temat tego jakie tytuły lub autorzy są ich ulubionymi. Przeprowadź ją wykorzystując chat lub mentimentra. Samouczek do narzędzia: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=vb48V28mASs">https://www.youtube.com/watch?v=vb48V28mASs</a></p> <p>Udostępnij ekran z wynikami sondy, tak by uczestnicy mogli się do niej odnieść.</p> <p>W przypadku dzieci czy młodzieży warto przedstawić książki współczesne, znane poprzez ich bohaterów, bądź przedmioty z nimi kojarzone. W ten sposób możesz przeprowadzić kolejny angażujący quiz, tym razem wykorzystując chat i prosząc o wpisywanie nazw książek, które niosą za sobą postacie.</p> <p>W przypadku dorosłych, warto przypomnieć o książkach, które najczęściej wypożyczane są w bibliotece, mają najlepszy ranking czytelniczy.</p> <p>To też dobry moment, by zebrać od czytelników ich prośby o książki które mogłyby zostać zakupione w najbliższym czasie do biblioteki. Czytelnicy/czytelniczki wpisują propozycje w chacie, który po spotkaniu może zachować i wrócić do niego przy tworzeniu listy zakupowej.</p>	<p>Z Mentimetra warto skorzystać również w przypadku wersji offline</p> <p>W przypadku dzieci miej przygotowaną w zanadrzu zabawę, którą możesz im zaproponować, np. poproś o powstanie i zaprezentowanie cechy charakterystycznej wyświetlanej przez Ciebie postaci (możesz wyświetlić zdjęcie, jej nazwę lub napisać ją na kartce i pokazać do kamery). Pamiętaj o zmienności zadań w trakcie onlinu, by ciągle pobudzać uczestników. Może im być trudno usiedzieć na miejscu.</p> <p>W przypadku offline cały moduł możliwy jest do realizacji, odpowiedzi udzielane są wówczas na żywo, warto pamiętać również o zabawie dla dzieci!</p>	jw.
10 minut	<p><u>Wersja dla dzieci i młodziej młodzieży</u></p> <p>W zależności od grupy na tym etapie skorzystasz z różnych narzędzi. Dla dzieci i młodzieży możesz ponownie skorzystać z Mentimerra i wytworzyć chmurę tagów, w którą wpiszą przykładowe składowe dobrej książki. Możesz też wybrać jedynie chat, pamiętaj o zmienności!</p> <p>- <i>Co składa się na dobrą książkę:</i> Np. fabuła, bohaterowie, przygody, zwroty akcji, itp.</p> <p>Po ustaleniu podstawowych informacji, przejdź do sedna spotkania, czyli prezentacji narzędzia do tworzenia książki Story Jumper <a href="https://www.storyjumper.com/">https://www.storyjumper.com/</a></p>	Możesz skorzystać z dwóch opcji udziału w tworzeniu książki: - uczestnicy/uczestniczki posiadają swoje konta i tworzą równolegle swoje książki, (daje możliwość przeciwiczenia narzędzia, ale też	jw.

	<p>Pokaż uczestnikom/uczestniczkom możliwości narzędzia, opcje do wykorzystania.</p> 	<p>może ogranicza wspólną interakcję);</p> <p>- jedynie prowadzący ma konto i razem tworzący książkę, którą później osadzicie na stronie biblioteki wraz z jej wszystkimi autorami/autorkami</p>	
65 minut	<p>Na tym etapie możesz skorzystać z jednej z dwóch opcji prowadzenia zajęć:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- uczestnicy/uczestniczki posiadają swoje konta w narzędziu i tworzą równolegle swoje książki, (daje możliwość przećwiczenia narzędzia, ale też może ogranicza wspólną interakcję);</li> <li>- jedynie prowadzący ma konto, poprzez komunikację na chacie razem tworzą książkę, którą później osadzicie na stronie biblioteki wraz z jej wszystkimi autorami/autorkami.</li> </ul> <p>Zastosuj metodę storytellingu - budowania opowieści, ale wspólnej. Poproś, by uczestnicy/uczestniczki sami decydowali o doborze postaci, miejsca, ich ruchu, wypowiedzianych słowach.</p> <p>Żeby trochę rozbudzić warsztatowiczów/warsztatowiczki i uporządkować książkę, możesz rozpocząć tworząc dwie pierwsze karty. Zastosuj zwrot akcji, na który będą musieli zareagować.</p> <p>Poproś, by swoje propozycje na konkretne pytania o dobór miejsca, dobór postaci, działania podawali w chacie, wówczas unikniesz chaosu i wielogłosu.</p> <p>Książkę możecie zakończyć wspólnie w danym momencie. To ty sterujesz wówczas działaniami, możesz poinformować, że to już ostatek dwie strony, końcowe strony historii. Jak zamierzają ją domknąć! To bardzo aktywizujące ćwiczenie.</p>	<p>Samouczek do narzędzia Story Jumper <a href="https://www.youtube.com/watch?v=1bUPqVsH_Xs">https://www.youtube.com/watch?v=1bUPqVsH_Xs</a></p> <p>W przypadku zajęć offline w zależności od ilości czasu przeznaczanego na warsztat raczej zdecydować się na samodzielne tworzenie książeczek przez młodzież. Mogą je zawsze skończyć w domu i przesłać linki do ciebie!</p>	jw.
75 minut	<p><u>Wersja dla starszej młodzieży i dorosłych</u></p> <p>W tym przypadku zamierzamy stworzyć e-book, dlatego warto przemyśleć wcześniej temat wspólnego e-booka, jeśli będzie to poradnik czytelniczy dotyczący księgozbioru z Waszej biblioteki takie the best off, zastanówcie się jakie tytuły będzie zawierał?</p> <p>Kto o czym napisze? Warto to przedyskutować na początku, a także zaproponować narzędzie, z którego wspólnie będziecie korzystali.</p> <p>W tym przypadku zastosujemy Canvę</p> <p>Krótki opis jak stworzyć e-book technicznie <a href="https://rozterkistartuperki.pl/jak-stworzyc-prostego-ebooka-w-canvie/">https://rozterkistartuperki.pl/jak-stworzyc-prostego-ebooka-w-canvie/</a></p>	<p>Samouczek do całego narzędzia Canva <a href="https://www.youtube.com/watch?v=l3qffbt00iw">https://www.youtube.com/watch?v=l3qffbt00iw</a></p> <p>W przypadku dorosłych, teksty do e-booka powstają pomiędzy zajęciami.</p>	jw.

	 <p>W tym przypadku samo ustalanie, a także przydział i dyskusja na temat zawartości, może zająć znacznie więcej czasu. Warto poprowadzić wówczas dłuższą rozmowę, by uczestnicy/uczestniczki mieli poczucie sprawczości i wpływu na wasz wspólny projekt. Może przydać się również ankieta, dotycząca doboru poruszanych tematów!</p> <p>Na tym etapie warto też ustalić wspólnie szatę graficzną waszego e-booka, wykorzystywany format, tytuły nagłówek, działów. Potrzebne będzie też ustalenie zespołu do korekty tekstów, redakcji i składu. Nie zostawiaj tego sobie! Kolejne spotkanie, to dyskusja na temat wstępnej układki waszej książki, dopracowanie wizualne.</p>		
Po zajęciach	Dobrze, by opracowane zarówno przez grupę dzieci, jak i młodzieży, czy dorosłych dzieło ujrzało światło dzienne. Opublikujcie je na stronie biblioteki. Jeśli możecie wydrukujcie.		jw.

## SCENARIUSZ 4

**Temat:** Fake news – jak odróżnić prawdę od dezinformacji?

**Opracowanie:** Małgorzata Ostrykiewicz

**Odbiorcy:** osoby dorosłe

**Liczebność grupy:** 15/20 osób

**Miejsce:** dowolne

**Czas:** 120 minut

Cele:

- zwiększenie wiedzy na temat fake newsów, deep newsów, bańki informacyjnej
- rozwój umiejętności oceny prawdziwości informacji
- nabycie umiejętności stosowania aplikacji do oceny wiarygodności materiałów informacyjnych

### Wprowadzenie:

Współczesna rzeczywistość coraz częściej wymaga od nas korzystania z Internetu i nowoczesnych technologii, które w znacznym stopniu przyczyniają się do powielania dezinformacji. W związku z tym zauważa się rosnący brak zaufania do wiadomości publikowanych w Internecie i w innych środkach przekazu. Coraz częściej również mamy problem ze znalezieniem merytorycznie poprawnych informacji.

Celem zajęć jest nabycie kompetencji w zakresie krytycznego odbioru informacji oraz rozróżnienia informacji prawdziwych od informacji fałszywych, nierzetelnych lub wprowadzających odbiorcę w błąd.

Poznając mechanizmy powstawania i rozpowszechniania fake newsów możemy im przeciwdziałać oraz uczyć innych, jak świadomie korzystać z informacji.

Scenariusz jest skierowany do osób dorosłych, które chcą nauczyć się rozpoznawać fake newsy i poznać narzędzia przydatne do tego. Może być



wykorzystywany na zajęciach z edukacji medialnej prowadzonej przez nauczycieli i bibliotekarzy.

### **Wstęp (10 min.)**

- przedstawienie tematu zajęć
- wprowadzenie w problematykę fake newsów (załącznik nr 1)

### **1. Ćwiczenie: Film „Co to jest fake news? Jak działa” dr Eweliny Poniedziałek - Zakład Informacji Naukowej UAM (7 min. film + 5 min. dyskusja)**

Film jest dostępny pod linkiem <https://www.youtube.com/watch?v=BH5kBR7I1A8>

O czym jest ten film: Czym właściwie jest fake news? Jakie są mechanizmy jego działania? Jak powstał i dlaczego tak mocno się rozwija? Co sprawia, że wierzymy w różne bzdurne pseudoinformacje i jakie znaczenie ma tutaj bańka informacyjna? Jakie są zagrożenia wywołane przez fake newsy? Jak chronić się przed "fejkami" i czy może pomóc factchecking? Czy postprawda to kłamstwo? Czy można zarabiać na zwalczaniu fake newsów?

Przebieg ćwiczenia

- wyświetl film uczestnikom
- zapytaj uczestników o wrażenia, co ich zaskoczyło, jakie informacje były już im znane
- poproś o podanie przykładów fake newsów, z którymi się spotkali (o ile to wcześniej się nie pojawiło)

### **2. Ćwiczenie: praca w grupach (15 min.)**

Tematyka: Co to jest fake news?, Co to jest deepfake?, Co to jest bańka informacyjna?

Przebieg ćwiczenia:

- podziel uczestników 3 grupy.
- każda z grup otrzymuje tekst do zapoznania, na podstawie których opracowuje wyjaśnienia tych zagadnień (załącznik 2, 3, 4).
- po opracowaniu przez każdą z grup materiału przemieszaj uczestników poszczególnych grup, w ten sposób, aby w każdej z nowych grup był

przynajmniej jeden przedstawiciel ze starej grupy

- następnie każdy z uczestników przedstawia swoją partię materiału, tę, którą opracował wcześniej.
- na zakończenie zadania przedstawiciel każdej grupy przedstawia to, czego się dowiedział podczas opracowania materiału.

### **3. Ćwiczenie: omówienie slajdów z prezentacji dotyczącej rodzajów fake newsów. (10 min.)**

Tematyka: Jakie są rodzaje fake newsów? Co to jest postprawda?, Co to jest bańka informacyjna, Co to jest deepfake?, Co to jest false context?, Co to jest clickbait?

Przebieg ćwiczenia:

- poinformuj uczestników, że teraz zostaną przedstawione rodzaje fake newsów.
- pokaż prezentację (slajdy 1-11 prezentacji).

### **4. Quiz (5min.)**

Tematyka: Utrwalenie pojęć: Co to jest fake news?, Co to jest postprawda?, co to jest bańka informacyjna?, Co to jest deepfake?, Co to jest false context?, Co to jest clickbait?

Przebieg ćwiczenia:

- prześlij uczestnikom linku do quizu za pomocą LearningApps.org. (<https://learningapps.org/display?v=pginecgtt20>)
- zadaniem uczestników jest przyporządkowanie słów: fake news, postprawda, bańka informacyjna, deepfake, false context, clickbait do opisujących je znaczeń.

### **5. Ćwiczenie: Prezentacja: Jak rozpoznać fake news czyli sprawdzenie wiarygodności informacji (10min.)**

Tematyka: W jaki sposób sprawdzać wiarygodność informacji? Co to jest test Craap? Do czego służy? Jak postępować jeżeli masz wątpliwości co do wiadomości/artykułu i strony? Jak rozpoznać fałszywe konta na Twitterze?

Przebieg ćwiczenia:

- omów prezentację - slajdy 12-38

## **6. Ćwiczenie: Część warsztatowa: narzędzia online wspierające ocenę wiarygodności informacji (20 min.)**

Tematyka: Jakie narzędzie pozwolą ocenić wiarygodność informacji? Jak działa Tineye.com?, Jak działa Verexif.com?, Jak działa Fotoforensics? Jak działa Youtube Data Viewer?, Jak działają Archive.org/Wayback Machine? Jak działa Facebook Graph Search Generator? Jak działa Botometer?, Jak działa Rejestr.io?,

Przebieg ćwiczenia:

- omów prezentację (slajdy 41-64)
- zaprezentuj poszczególne aplikacje i poproś uczestników, aby na komputerach wyszukiwali omawiane narzędzia

## **Zakończenie (5 min.)**

Tematyka: Czego się dowiedzieli uczestnicy? Czy mają jakieś pytania? Jakie strony na temat fake newsów warto poznać

Przebieg ćwiczenia:

- podziękuj za udział w zajęciach
- udostępnij padlet z materiałami na temat fake newsów <https://pl.padlet.com/ma1gorzata/yqtwggrebk0q9wsw>

Spis załączników:

- 1). Przedstawienie tematu przebiegu zajęć. Wprowadzenie w problematykę fake newsów (załącznik nr 1).
- 2). Teksty do ćwiczenia 2, praca w grupach metodą puzzli
  - załącznik 2 (fake fake),
  - załącznik 3 (deepfake)
  - załącznik 4 (bańka informacyjna)
- 3) Prezentacja PPT

## Źródła:

Fake news, czyli jak kłamstwo rządzi światem. Raport opracowany przez Agencję Informacyjną Newseria oraz firmę doradczą Public Relations Szapiro Business Advisory, [dostęp z dnia 08.06.2020],

<https://biznes.newseria.pl/files/raport-fake-news-newseria.pdf>

Henzler, P., Poradnik „Kliknij. Sprawdź. Zrozum. Jak świadomie korzystać z informacji” <http://zrozum.org/materialy/kliknij-sprawdz-zrozum-poradnik/>

Kuliński, W: Jak zostać odpowiedzialnym odbiorcą?, [dostęp z dnia 08.06.2020]

<HTTP://fakenews.pl/blog/jak-zostac-odpowiedzialnym-odbiorca/> Podlecki, M.,

Fake news jako zjawisko (nie tylko) medialne – część I, [dostęp z dnia 08.06.2020],

[https://www.kul.pl/files/819/2\\_2017/bem\\_2\\_2017\\_ksiega2\\_podlecki.pdf](https://www.kul.pl/files/819/2_2017/bem_2_2017_ksiega2_podlecki.pdf)

Poniedziałek, W., Co to jest fake news? Jak działa?, [dostęp z dnia 08.06.2020],

[https://www.youtube.com/watchtime\\_continue=263&v=BH5kBR7I1A8&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watchtime_continue=263&v=BH5kBR7I1A8&feature=emb_title)

Zrozum.org., [dostęp z dnia 08.06.2020] <http://zrozum.org/>

## Załącznik 1

### Wstęp

Barack Obama urodził się w Kenii, a nie w Stanach Zjednoczonych; w 2017 roku zmarła piosenkarka Tina Turner; obok zestrzelonego w 2014 roku malezyjskiego boeinga 777 widziano ukraińskie myśliwce... A u nas? Na targowisku w Koszalinie działa cudzoziemska szajka wyznająca islam, porywająca kobiety przymierzające ubrania; archeolodzy w Bochni zasypują wykopaliska, żeby miejski rynek wyglądał ładnie na przyjazd premier Szydło; autokar z polskimi pielgrzymami został zaatakowany kamieniami przez imigrantów w północnych Włoszech... Co łączy te wiadomości? Dwie cechy. Po pierwsze wszystkie były nieprawdziwe, po drugie w każdą z nich uwierzyły tysiące ludzi – przejmując się nimi, komentując je i udostępniając w mediach społecznościowych. Tymczasem są to przykłady fake newsów, nieprawdziwych informacji, rozpowszechnianych – często świadomie – w rozmowach prywatnych, na portalach społecznościowych i w mediach tradycyjnych. Wprawdzie istniały od zawsze, ale dopiero w ostatnich latach zrobiło się o nich

głośno i weszły do powszechnego obiegu.

Dlaczego? Spowodował to przede wszystkim rozwój mediów społecznościowych, obywatelskich, ale też jest to efekt większej interaktywności mediów tradycyjnych, które zapraszają słuchaczy i widzów do współtworzenia programów (np. uruchamiając infolinię, alerty, prosząc o przesyłanie zdjęć z wydarzeń itd.). Zalew treści tworzonej przez użytkowników mediów (user generated content) sprawił, że pojawiło się mnóstwo informacji niepewnych, niesprawdzonych, wręcz nieprawdziwych. I nawet jeśli nie wszystkie są świadomą manipulacją, lecz wynikają z niewiedzy, pośpiechu czy zaaferowania, nie zmienia to faktu, że konsumentom mediów o wiele łatwiej trafić na fake newsa teraz niż jeszcze kilka lat temu. A gdyby do tego dołożyć świadome manipulacje informacyjne tworzone przez profesjonalistów (a raczej osoby udające profesjonalnych dziennikarzy, wydawców, naukowców), okazać się może, że żyjemy w ciągłym zagrożeniu napotkania nieprawdziwej informacji. Fake news to jeden z „gorętszych” terminów ostatnich lat. W 2016 roku kolegium redakcyjne słownika oksfordzkiego OED (Oxford English Dictionary) badało trendy dotyczące używanych pojęć i uznało „fake news” za słowo roku. Rok później to samo zrobili wydawcy Collins Dictionary<sup>5</sup>. Na szczęście aż tak źle nie jest. Choć jesteśmy narażeni na stykanie się z fake newsami (coś takiego zdarzyło się chyba każdemu), nie oznacza to, że wszystko, co czytamy, słyszymy czy widzimy, jest nieprawdziwe. Z badania Reuters Institute for the Study of Journalism wynika, że zdecydowanie bardziej obawiamy się fake newsów (dotyczy to osób, które mają ich świadomość), niż faktycznie się z nimi spotykamy. Co nie zmienia faktu, że 28% respondentów w Polsce twierdzi, że w ciągu tygodnia poprzedzającego badanie zetknęło się z całkowicie zmyśloną historią. Ale oznacza to też, że rozpoznali oni, że jest zmyślona – a nie zawsze (wręcz rzadko) jest to tak oczywiste.

Tekst na podstawie P. Henzler, Kliknij, sprawdź, zrozum: Jak świadomie korzystać z informacji. Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego. Warszawa 2018

## Załącznik 2

### Fake news

Craig Silverman, jeden z redaktorów serwisu BuzzFeed News, specjalizujący się w zagadnieniu ekosystemu nowych mediów, fake newsy określa jako stuprocentowo fałszywe informacje, publikowane głównie przez strony skupiające się wyłącznie na generowaniu odsłon i posługujące się mistyfikacją w celu zbierania klików.

Sheldon Burshtein w artykule „True Story of Fake News” tłumaczy je jako fikcyjne doniesienia dotyczące bieżących wydarzeń, które zostały w całości sfabrykowane i zwodniczo zatytułowane. Tworzy się je, by celowo oszukiwać użytkowników, a



jednocześnie motywować ich do rozpowszechniania tychże treści. Mają one stwarzać jedynie pozory prawdziwości, do tego stopnia, by czytelnik mógł w nie uwierzyć i przesłać je dalej.

Claire Wardle, odpowiadająca za strategię i research projektu FirstDraftNews.com, podaje aż siedem gatunków treści, które mogą być fake newsami lub je doskonale imitować. Są nimi: satyra i parodia (tworzone raczej w celu ośmieszenia niż krzywdy), treści zwodnicze (ich celem jest błędne przedstawienie danej sprawy lub osoby), materiały będące „doskonałą kopią” poważnych źródeł, które stają się ich imitacją, treści sfabrykowane (nowe materiały, całkowicie niezgodne z prawdą, stworzone w celu skrzywdzenia i oczerniania lub zmiany poglądów odbiorców, „false connection” (można zaliczyć do nich tzw. **clickbaity**, czyli artykuły z chwytliwymi tytułami, grafiką i leadem, których zawartość z nimi nie koresponduje), treści zmanipulowane (prawdziwe informacje i wizerunki zostały zniekształcone, by wywołać określone relacje wśród użytkowników), a także „**false context**”, gdzie fakty podawane są w niewłaściwym kontekście.

Autorka wyróżnia także kilka czynników, które sprawiają, że media zalewane są przez armie komputerowych botów lub tzw. fabryki internetowych trolli, błędnymi informacjami. Zalicza ona do nich m.in.: kryzys i słabość współczesnego dziennikarstwa, stronniczość i przynależność polityczną, parodię rzeczywistości, chęć prowokacji, a także określone profity materialne i społeczne), treści zmanipulowane (prawdziwe informacje i wizerunki zostały zniekształcone, by wywołać określone relacje wśród użytkowników), a także „false context”, gdzie fakty podawane są w niewłaściwym kontekście.

J. Albright przyznaje, że sercem deliberowania o fake news są właśnie interakcje, których namiastkę dają człowiekowi social media – człowiekowi uwikłanemu w pogoń za karierą, człowiekowi, któremu brakuje czasu na relacje, rodzinę i przyjaciół. To właśnie tam – otoczony lajkami i komentarzami – może poczuć się ważny, doceniony i słuchany, dzięki czemu spełni swoje potrzeby akceptacji i przynależności.

Rewolucja nowych mediów, w której konsumenci stają się także twórcami, stanowi podatny grunt dla powstawania i kolportowania fake newsów. Wielość informacji powoduje, że odbiorca większą uwagę skupia na formie przekazu niż na zawartości merytorycznej, dlatego takie materiały opatrzone są sugestywnymi grafikami czy kontrowersyjnymi tytułami i leadami. Specyfiką działania takich platform jak Facebook, są ich algorytmy, które zamykają człowieka w swoistej bańce informacyjnej lub tzw. echo chamber. Dzieje się to dlatego, że dostarczane zadaniem news feedów jest dostarczenie indywidualnie dopasowanych do odbiorcy treści – tak, by jak najwięcej czasu spędzał na danym portalu. Dzieje się to na podstawie jego upodobań, światopoglądu i preferencji. Konkretny profil użytkownika uzyskuje się na podstawie wszystkich śladów cyfrowych, jakie zostawia on w sieci. Do Big Data należą chociażby historia przeglądania, długość sesji na danej stronie, polubione na



Facebooku strony firmowe, zostawione komentarze czy udostępnione treści. Jak przyznaje Albright, jeśli chcemy, by ktoś udostępnił nasz content, odwołajmy się do jego uczuć– wszak atrakcyjnym jest dla nas to, co lubimy, znamy i z czym się zgadzamy. Człowiek w żyjący w bańce informacyjnej jest odseparowany od innych sposobów myślenia czy rozumienia rzeczywistości. Długotrwała izolacja może prowadzić do stopniowej radykalizacji poglądów, zamknięcia się na społeczną różnorodność i medialnego ubezwłasnowolnienia. Z innym problemem zmagają się użytkownicy Twittera, dla których największą bolączką są fałszywe konta, prowadzone fizycznie przez ludzi lub przy pomocy specjalnego oprogramowania. W skali globalnej szacowany odsetek tego typu kont w pierwszym kwartale 2017 roku oscylował w granicy 9–15%, co przy 328 milionach aktywnych użytkowników daje 29–49 milionów kont. Kwestia fake newsów na Twitterze jest o tyle istotna, że jest to serwis popularny wśród dziennikarzy – portal stanowi dla nich miejsce promocji swoich publikacji, a także cenne źródło newsów i cytatów. Według doniesień portalu Wirtualnedia.pl blisko 43% dziennikarzy w ciągu miesiąca uwierzyło w co najmniej jeden sfabrykowany fakt medialny.

Autorzy fałszywych informacji żerują na bezkrytycznym przeglądaniu przez użytkowników samych nagłówków i leadów, licząc, że szokująca forma zapewni kolejne udostępnienia. Do zidentyfikowania fake newsów przyda się także sprawdzenie tożsamości autora, jego afiliacji, dokonań, innych materiałów, które sygnował swoim nazwiskiem. Czasem jego dokonania mogą być jedynie imitacją prawdy, a kreowana reputacja ulotną mrzonką, którą łatwo można zweryfikować. Warto też zwrócić uwagę na styl wypowiedzi – może on sugerować, że dany content jest formą karykatury bieżących wydarzeń. Niejednokrotnie już sam nagłówek jest tak absurdalny, że niemożliwym jest, by treść była zgodna z rzeczywistością. Mimo podjęcia tych kroków, wciąż mogą pojawiać się wątpliwości odnośnie autentyczności przedstawianych doniesień – wtedy należy zwrócić się o pomoc wykwalifikowanego specjalisty. Wszystkie tego typu działania wymagają od odbiorcy czujności, krytycyzmu i cierpliwości, które nie są promowanymi wartościami we współczesnej kulturze. Czy dojście do prawdy, a przez to budowanie społeczeństwa obywatelskiego nie są jednak warte, by podejmować owo trudne wyzwanie? Z czasem może dojść do wypracowania w sobie i u innych krytycznej postawy wobec doniesień medialnych, która jest ważnym ogniwem kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych.

Jak nie dać się złapać w pułapkę fake news? Wielu ekspertów uważa, że odpowiednie przyswajanie informacji i korzystanie z mediów jest tak podstawową umiejętnością dla współczesnego człowieka, jak choćby nauka matematyki czy historii. Ta umiejętność jest częścią składową idei news literacy, której nadrzędnym celem jest wyposażenie odbiorców w umiejętność oceny wiarygodności i solidności



odbieranych przez nas informacji, co pokrywa się także z częścią priorytetów edukacji medialnej.

### Załącznik 3

**Deepfake** to nagranie spreparowane przy użyciu sztucznej inteligencji. Polega na nałożeniu twarzy konkretnej osoby na dowolną postać. W ten sposób powstaje fałszywe wideo stworzone przy użyciu sztucznej inteligencji, które może wyglądać, jakby konkretna osoba powiedziała lub zrobiła coś, czego tak naprawdę nigdy nie mówiła, ani nie robiła.

Na nagraniu, które pojawiło się w Internecie widzimy Marka Zuckerberga, który wygłasza krótką mowę skierowaną do widzów: „wyobraź to sobie. Jeden człowiek z całkowitą kontrolą nad skradzionymi danymi miliardów ludzi. Wszystkie ich sekrety, ich życie, ich przyszłość”. Na nagraniu nie widzimy jednak prezesa Facebooka lecz deepfake. Film miał pokazać, że pewne osoby mogą mówić rzeczy, których nigdy nie powiedziały lub wykonują czynności, których nigdy w rzeczywistości nie robiły przed kamerami.

Na innym nagraniu Kit Harington jako Jon Snow przeprosza za zakończenie serialu "Gra o tron".

W kwietniu 2018 roku firma BuzzFeed zamieściła na stronie film mający na celu przedstawienie zagrożeń, jakie niesie ze sobą tworzenie fałszywych filmów. Na zamieszczonym nagraniu Barack Obama wygłasza słowa: „wkraczamy w erę, w której nasi wrogowie mogą zmusić kogokolwiek do wypowiedzenia dowolnych słów w dowolnym momencie (w rzeczywistości nigdy tych słów nie wypowiedział).

Rozwój tego rodzaju technologii wzbudza poważne obawy. Manipulowanie filmami i zdjęciami z wykorzystaniem sztucznej inteligencji może być wykorzystane do rozpowszechniania błędnych informacji lub niszczenia reputacji konkretnych osób. Nie jest jasne, kiedy dokładnie wynaleziono "deepfakes", ale technologia zaczęła zyskiwać na popularności pod koniec 2017 roku, kiedy to fałszywy film porno rzekomo przedstawiający aktorkę Gal Gadot został opublikowany na Reddicie przez użytkownika, posługującego się pseudonimem "deepfakes". W sieci pojawia się coraz więcej sfabrykowanych w ten sposób materiałów, w których bezprawnie wykorzystano wizerunek znanych kobiet (m. in. aktorki Scarlett Johansson, Emmę Watson, Daisy Ridley, Sophie Turner, Maisie Williams, piosenkarkę Taylor Swift, a nawet Michelle Obamę).

Spreparowane filmy z udziałem celebrytów i polityków mają różny charakter, niektóre z nich są satyryczne, inne przedstawiają osoby publiczne w negatywnym świetle, a jeszcze inne stworzono, aby poprzeć konkretny punkt widzenia.

Na początku 2018 roku popularne były wideoklipy ze słynnych scen filmowych, które zostały cyfrowo zmienione, by nałożyć na postacie twarz aktora Nicolasa Cage'a.

Facebook znalazł się w ogniu krytyki po tym, jak odmówił usunięcia spowolnionego filmu z Nancy Pelosi, spikerką Izby Reprezentantów. Video spreparowano w taki sposób, by wydawało się, że Pelosi jest czymś odurzona. Technicznie nie był to deepfake, ale nagranie rodziło pytania o to, jak łatwo można spreparować i rozpowszechniać wideo.

Pod koniec czerwca 2019 roku kontrowersyjna aplikacja internetowa DeepNude pozwalała użytkownikom na tworzenie realistycznych obrazów nagich kobiet za pomocą przesłanych do aplikacji zdjęć prawdziwych osób. Aplikacja została usunięta.

Niestety przeciwdziałanie rozpowszechnianiu deepfaków nie jest łatwe, a niwelowanie tego jak wpływają na nasze życie jeszcze trudniejsze.

Fałszywe nagrania zamieszczane w portalach społecznościowych mogą mieć wpływ na podejmowane przez nas decyzje wyborcze. Mogą wprowadzać odbiorców w błąd, niszcząc przy okazji reputację występujących w nich osób.

Niestety największą przeszkodą, o czym wspomina Antonio García Martínez na łamach „Wired” jest nasza łatwowierność. Łatwiej wziąć za prawdę coś, co wygląda i brzmi wiarygodnie, ale i to, z czym światopoglądowo się identyfikujemy. Niektórzy zapewne więc wierzą, że Hillary Clinton przetrzymuje w piwnicy porwane przez siebie dzieci, albo, że TVP wynajmuje ukraińskiego studenta, by agresywnie demonstrował przed Pałacem Prezydenckim. Dlaczego tak się dzieje? Na to pytanie próbował odpowiedzieć Alek Tarkowski, doktor socjologii, kierownik Centrum Cyfrowego Projekt: Polska. Według niego newsy mają dzisiaj potężną wartość budowania więzi społecznych. A to oznacza, że emocje i zaangażowanie biorą górę nad prawdą.

Przeciętny internauta nadal bywa bezkrytyczny. Nie wyrobił w sobie jeszcze nawyku weryfikowania informacji, sprawdzania źródeł albo zestawiania ich z innymi.

Źródła:

A. Żelazińska, Deepfakes – gorsze niż fake news,

[dostęp z dnia 07.06.2020]

<https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1763120,1,deepfakes--gorsze-niz-fake-news.read>

Eadicicco. L., Niebezpieczny internetowy trend może przyczynić się do zniszczenia twojej reputacji. Nikt nie wie, co z nim zrobić, [dostęp z dnia 07.06.2020]

<https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/deepfakes-historia-falsz-ywych-filmow-i-pomysly-na-walke-z-nimi/s17z2p0>

Ciszewsk, J., Deepfake - od dłuższego czasu, wielu specjalistów od marketingu, public relations, komunikacji, wskazuje na ogromne zagrożenie,[dostęp z dnia 07.06.2020]

<https://publicrelations.pl/deepfake-co-to-jest/>

Załącznik 4

Czym jest bańka informacyjna

<https://www.doradcawbiznesie.pl/czym-jest-banka-informacyjna-czyli-ograniczony-do-step-do-nieograniczonych-informacji/>