

AKTIVITA PRE ŠTUDENTOV: ČO ROBÍTE NA INTERNETE?

Veková kategória: 15+

Počet účastníkov: do 25 osôb

Metódy vzdelávania: diskusia, skupinová práca, reflexia

Ciele aktivity: pomenovať zdroje získavania informácií o aktuálnom dianí, porovnať a zhodnotiť kvalitu a serióznosť zdroja informácií pri rozličných médiách, diskutovať o tom, s čím všetkým sa môžeme na internete stretnúť.

Materiál: flipcharty, postity (samolepiace lístky) fixky,

Kľúčové slová: internet, informácie, dezinformácie, dôveryhodné informácie, zdroje, hľadanie informácií

Priebeh aktivity:

1. Študentom rozdám malé lístočky (napríklad postity), na ktoré každý napíše 3 webové stránky, na ktorých najčastejšie získava informácie (môže ísť o stránky špecializované na konkrétnu tému, dianie v krajine alebo všeobecne- typy webov, kde zvyčajne hľadajú informácie).
2. Prieskum o navštevovaných stránkach vyhodnotíme (s pomocou skupiny) a prezentujeme pred účastníkmi.
3. Označíme 3-5 najčastejšie navštevovaných stránok. Študentov rozdelím do skupín a požiadam, aby v tímoch pracovali na nasledujúcich úlohách:
 - identifikovali vlastníkov týchto stránok,
 - ohodnotili ich dôveryhodnosť,
 - pomenovali publikum, ktorému sú informácie určené,
 - identifikovali účel, pre ktorý boli informácie vytvorené.
4. Skupiny prezentujú výsledky svojej práce na úlohe (zistenia, postrehy). Nasleduje diskusia k vyššie pomenovaným oblastiam a pojmom: vlastník,

záujem, publikum a účel stránok poskytujúcich informácie. Ďalšie otázky do diskusie sú uvedené nižšie.

5. Vyzvem študentov, aby sa v skupine pokúsili sformulovať kritéria, ktoré môžu byť rozhodujúce pri posúdení dôveryhodnosti a kvality zdrojov informácií. Následne sa môžu študenti(teraz už spoločne v skupine) na základe stanovených kritérií pokúsiť prehodnotiť dôveryhodnosť niektorého z vybraných zdrojov informácií. Učiteľ doplní ďalšie kritéria hodnotenia kvality zdroja a oboznámi študentov s piatimi základnými konceptami a kľúčovými otázkami mediálnej gramotnosti.

KEÚČOVÝ POJEM	5 ZÁKLADNÝCH KONCEPTOV	5 KEÚČOVÝCH OTÁZOK MEDIÁLNEJ GRAMOTNOSTI
AUTOR	Všetky mediálne príspevky sú niekým vytvorené.	Kto je autorom mediálneho príspevku?
OBSAH	Obsah príspevkov zodpovedá postojom a uhľom pohľadu daného média.	Čo je obsahom mediálneho príspevku?
PUBLIKUM	Každý príspevok je určený nejakej cieľovej skupine.	Komu je mediálny príspevok určený?
FORMÁT	Mediálny príspevok používa také prostriedky komunikácie, aby zaujali svoje publikum.	Ako sa príspevok snaží upútať pozornosť?
ÚČEL	Za vznikom a šírením každého mediálneho obsahu je nejaký dôvod.	Prečo bol príspevok vytvorený a zverejnený?

Záverečný rozbor:

- Aké informácie hľadáte na internete najčastejšie?
- Už ste niekedy na internete natrafili na nepravdivé informácie? Pokiaľ áno, na aké?
- Na základe čoho si vyberáte informácie?

- Všímate si informácie o zdrojoch, ktoré sledujete? Kto za nimi stojí?
- Dohl'adávate si informácie aj v iných médiách?
- Prečo podľa vás niekto zverejňuje na internete nepravdivé informácie?
- Čo by ste spravili, keby ste zistili, že je informácia nepravdivá?

- Zoznam zdrojov môžu študenti zadať pred aktivitou, napríklad cez online dotazník, jamboard, padlet a následne s nimi pracovať. Potom je možné viac času venovať analýze a diskusii: kto stojí za zdrojom, na aké témy sa zameriava, na aké zdroje sa odvoláva, analyzovať komentáre pod príspevkami a podobné. Pri zadávaní úlohy pre prácu v skupinách možno každej zo skupín prideliť inú stránku tak, aby vždy dve skupiny pracovali na rovnakej stránke a následne by bolo možné výsledky analýzy porovnať.