Працягваем публікацыі пра дыстанцыйны курс для педагогаў "Медыяадукацыя ў школе". Сёння мы будзем гаварыць пра зместавыя асаблівасці другога модуля, прывядзём пытанні, якія ўзнікаюць у настаўнікаў пры знаёмстве з прапанаванымі дыдактычнымі матэрыяламі, пры выкананні практычных заданняў, а таксама адказы на іх ментараў. Папярэдні артыкул чытайце ў "Настаўніцкай газеце" за 21 студзеня 2021 года.

Медыяграматнасць праз практыку

Для павышэння практыка-арыентаванасці навучання настаўнікаў на дыстанцыйным курсе яго ўдзельнікам у пачатку было прапанавана правесці анкетаванне сваіх вучняў для ацэнкі ўзроўню сфарміраванасці іх медыяінфармацыйных кампетэнцый. У гэтым артыкуле мы будзем выкарыстоўваць вынікі аналізу праведзенага апытання (885 вучняў ва ўзросце 14—17 гадоў з розных беларускіх школ) для лепшага разумення актуальнасці і праблемных аспектаў школьнай медыяадукацыі. (Мал. 1)

Мал. 1

Каментарый: *толькі кожны трэці з удзельнікаў лічыць, што да медыя адносіцца ўсё пералічанае.*

Мэтазгодна правесці практыкаванне "Віды медыя" для разумення школьнікамі, што кнігі (у тым ліку школьныя падручнікі), а таксама наклейкі, рэкламныя постары, стужачкі і г.д. з'яўляюцца медыя.

Модуль 2 (практычны). "Я — медыякарыстальнік. Я і мая медыякампетэнтнасць". Гэты модуль прысвечаны развіццю крытычнага мыслення саміх настаўнікаў, для чаго яны ажыццяўлялі дэкадаванне (аналіз) розных медыятэкстаў, знаёміліся з мовай медыя, прыёмамі рэкламных маніпуляцый, вучыліся распазнаваць фэйкі, захоўваць бяспеку ў інтэрнэце і кіравацца адпаведнай этыкай і аўтарскімі правамі пры стварэнні ўласных матэрыялаў.

Дыдактычны матэрыял другога модуля пачынаецца з матывацыйнага роліка "Праўда пра хлеб" з айчыннага анлайн-курса па медыяпісьменнасці для падлеткаў "Бачу. Чую. Разумею", які стаў пераможцам агульнанацыянальнага конкурсу "Камп'ютар. Адукацыя. Інтэрнэт — 2019". Гэты курс распрацавалі гродзенскія настаўнікі, ментары дыстанцыйнага курса Тацяна і Сяргей Фадзіны. Ролік паказвае, што праўдзівыя факты пра хлеб можна падаць так, што людзі будуць баяцца яго ўжываць.

Чаму разуменне мэт медыя з'яўляецца ключом да разумення медыяпасылаў, якія яны нам перадаюць? З першага модуля настаўнікі даведаліся, што медыяпаведамленні — гэта канструкты, спецыяльна створаныя, каб уздзейнічаць на аўдыторыю, а масмедыя маюць свае мэты. Каб прыцягнуць увагу, медыя могуць забаўляць, інфармаваць (вучыць), але часцей за ўсё СМІ хочуць пераканаць нешта зрабіць, купіць, мець патрэбнае меркаванне пра пэўныя падзеі, рашэнні ці асоб і г.д. Гэта значыць, медыя імкнуцца ўплываць на думкі і паводзіны людзей. Мы прапанавалі педагогам разабраць два відэа сацыяльнай рэкламы з аднолькавым пасылам: засцерагчы людзей ад распаўсюджання каранавіруса. Настаўнікам трэба было разабрацца, які ролік — прыклад інфармавання, а які — прыклад прапаганды. Ці захоўваюцца этычныя нормы ў роліках, ці не імкнуцца стваральнікі выклікаць занадта моцныя эмоцыі, каб знізіць крытычнасць мыслення?

Як на нас уплываюць сеткавыя алгарытмы? Вельмі небяспечнай з'яўляецца тэндэнцыя фарміравання навінавай карціны толькі са стужкі ў сацыяльнай сетцы (напрыклад, Facebook ці "УКантакце"). Справа ў тым, што сацыяльныя сеткі збіраюць пра нас персанальныя звесткі. Яны ведаюць нашу адукацыю, што мы лайкаем, якія старонкі чытаем. Сеткавыя алгарытмы наладжаны так, што стужкі навін нам паказваюць толькі тое, што нам падабаецца, і ігнаруюць альтэрнатыўную, больш шырокую інфармацыю. Так, калі ў стужцы з'яўляецца паведамленне з патрэбным меркаваннем, хутчэй за ўсё карыстальнік яго проста прагарне, не стане каменціраваць, рэпосціць або ставіць лайк. Алгарытм гэта запомніць і наступны раз ужо не стане паказваць пасты ад нецікавага карыстальніка акаўнта. Такім чынам, сацыяльная сетка добра ведае нашы густы і прыярытэты і паказвае нам дакладна тое, што нам будзе падабацца. Пашукавікі, напрыклад, Google, Yandex і Bing, таксама захоўваюць інфармацыю пра спасылкі, якія мы адкрывалі раней. Яны выдаюць у першую чаргу артыкулы на сайтах, якія нам ужо знаёмы. Таму калі два карыстальнікі ўвядуць адзін і той жа запыт, вынікі пошуку ў іх могуць быць рознымі. Такім чынам, мы знаходзімся ў сваёй інфармацыйнай бурбалцы.

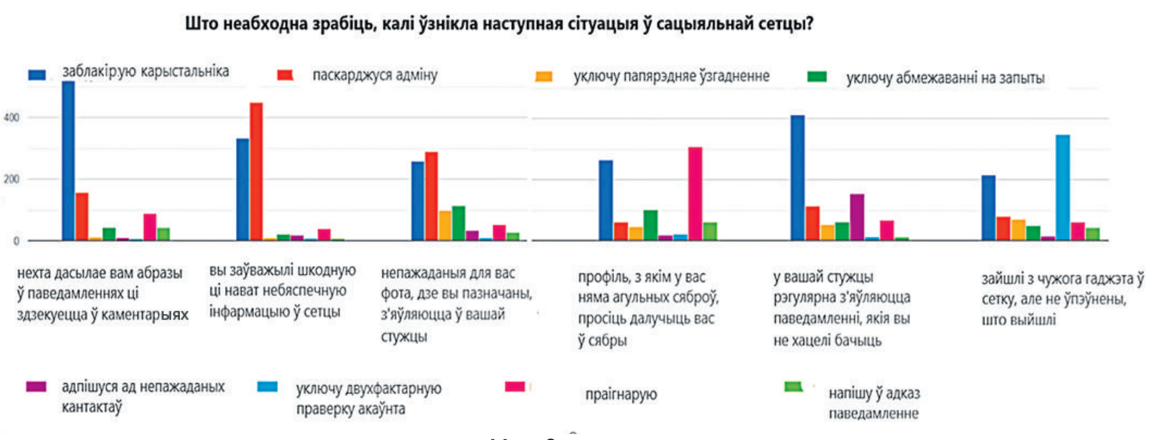
Як выбрацца з інфармацыйнай бурбалкі?

• Скінуць настройкі ў пашукавіках (яны ведаюць наша месцазнаходжанне, пол, прыкладны ўзрост, інтарэсы і арыентуюцца на іх, падбіраючы вынікі).

• Варта выдаляць гісторыю пошуку і перыядычна чысціць cookies у браўзеры (каб адключыць персаналізацыю, дастаткова выйсці са свайго акаўнта ў пашукавіку або заходзіць праз рэжым інкогніта).

• У сацсетках можна падпісацца на старонкі суполак, меркаванне якіх вы не падтрымліваеце. У выніку вы будзеце атрымліваць інфармацыю з розных крыніц і зможаце пашырыць свой гарызонт.

Таксама ў сацыяльных сетках вострымі пытаннямі з'яўляюцца захаванне медыябяспекі, медыягігіена і сеткавы этыкет. (Мал. 2)



Мал. 2

Каментарый: *пытанні тычацца бяспечнага выкарыстання медыя, этыкі і сеткавага этыкету. У цэлым узровень сеткавых кампетэнцый вучняў дастатковы. Асаблівую ўвагу падчас аналізу адказаў трэба звяртаць на варыянты адказаў* ***праігнарую*** *(сведчыць аб нізкім узроўні кампетэнцый, акрамя адказу на пытанне аб запыце ў сябры ад незнаёмага профіля) і напішу* ***паведамленне ў адказ*** *(не спыніць агрэсію і цкаванне, не павысіць узровень бяспекі, а наадварот).*

Як засцерагчыся ад маніпуляцый? Самы распаўсюджаны спосаб уздзеяння ў медыя — гэта маніпуляцыі. Маніпулятары выкарыстоўваюць розныя лагічныя памылкі ў разважаннях, яны прапускаюць частку інфармацыі, выбіраюць толькі патрэбную (як разынкі з булкі), параўноўваюць непараўнальнае або адцягваюць увагу нечым іншым. Маніпуляцыя заўсёды ўздзейнічае на падсвядомасць. Калі вы разумееце, што вамі маніпулююць, гэта не маніпуляцыя. Паўплываць на чалавека можна праз веды (маніпуляванне інфармацыяй) і праз пачуцці (маніпуляванне эмоцыямі). Маніпуляванне праз пачуцці бывае не менш эфектыўным, чым маніпуляванне інфармацыяй. Праз эмоцыі можна ўздзейнічаць на асобнага чалавека, а таксама на масавую свядомасць.

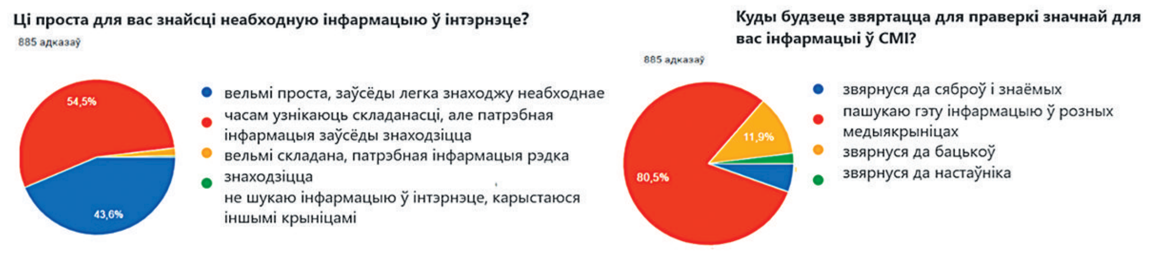
Самы вядомы маніпулятар у свеце — гэта мультперсанаж Карлсан, які жыве на даху. Урывак з мультфільма пад назвай "Карлсан — самы хворы на свеце чалавек" з'яўляецца добрым кейсам для навучання і настаўнікаў, і малодшых школьнікаў. Выдатныя практыкаванні на матэрыяле вядомых мультфільмаў распрацавала ментар курса Святлана Локіс, настаўніца пачатковых класаў з сярэдняй школы № 17 Барысава. Гэтыя практыкаванні разам з іншымі можна знайсці на створаным беларускімі педагогамі інтэрнэт-рэсурсе для фарміравання медыяпісьменнасці Медыятулкіт: *http://www.nastaunik.info/mediatoolkit/* (Мал. 3)

Мал. 3

Каментарый: *толькі 1 з 10 вучняў змог вызначыць, што ў кожным сказе гэтага невялікага тэксту прысутнічаюць маніпуляцыі. Прымяняюцца прыёмы маніпулявання эмоцыямі (страх) і інфармацыяй: не называюцца крыніцы інфармацыі пра даследаванне і рэакцыю Сусветнай федэрацыі стаматолагаў, праведзенне тэлефоннага апытання, не вядомыя імёны экспертаў. Больш інфармацыі даюць каментарыі вучняў, у якіх яны тлумачаць свой выбар.*

Дакладная інфармацыя ці дэзынфармацыя? Як распазнаць фэйк? Вопытныя і вельмі дасведчаныя ў сваім вучэбным прадмеце настаўнікі часта слаба арыентуюцца ў інфармацыйным патоку. Як прафесіяналы мы добра бачым памылкі ў той галіне, дзе кампетэнтныя самі. Географу кідаюцца ў вочы недакладнасці ў геаграфічных назвах, фізік заўважае памылкі ў навукова-папулярных тэкстах, філолаг будзе выпраўляць нават назвы цэннікаў у магазіне. Мы бачым памылкі там, дзе прывыклі іх шукаць. А што рабіць дзіцяці, у якога такога навыку няма? Шмат інфармацыі дзеці бяруць з інтэрнэту, часам не бачачы розніцы паміж якаснай і няякаснай, даваразюць інфармацыі з бульварнай прэсы, сацыяльных сетак. Як гэта часта праўдзім і мы… Таму педагогам неабходна засвоіць асноўныя правілы праверкі дакладнасці і надзейнасці крыніцы інфармацыі.

Звяртаем увагу, што ў новых вучэбных дапаможніках па грамадазнаўстве для 9-х і 10-х класаў пад рэдакцыяй А.М.Данілава можна знайсці шмат памятак для работы з інфармацыяй і медыятэкстамі. (Ментар курса Алена Палейка, метадыст НІА па грамадазнаўстве, з'яўляецца адным з аўтараў вучэбных дапаможнікаў і распрацоўшчыкам медыяадука-



Мал. 4

Каментарый: *большасць апытаных вельмі станоўча ацэньваюць свае навыкі пошуку інфармацыі, але ці азначае гэта, што знойдзеная інфармацыя заўсёды дакладная, атрымана з найдзейных крыніц, без парушэння аўтарскіх правоў? Падчас пошуку інфармацыі для напісання рэферата вучні часта без сумненняў выкарыстоўваюць базы гатовых рэфератаў і займаюцца плагіятам, бяруць без праверкі апісанне тэрміна, біяграфіі асобы, азначэнне фізічнай з'явы ці сацыяльнай тэорыі з Вікіпедыі.*

Добрай установкай для большасці ўдзельнікаў з'яўляецца праверка ў розных медыякрыніцах значнай для сябе інфармацыі, пры гэтым неабходна ўдакладняць, ці адносіцца да значнай і важнай інфармацыі вучэбная інфармацыя.

У пытаннях праверкі інфармацыі настаўнік не з'яўляецца аўтарытэтам. Гэта можа быць звязана з невысокімі інфармацыйнымі кампетэнцыямі настаўніка ці з даверам да настаўніка. Навошта звяртацца да настаўніка з такім пытаннем, калі ён, напрыклад, ставіць высокія адзнакі за рэфераты, спісаныя з інтэрнэту?

Такім чынам, кампетэнцыі пошуку і праверкі інфармацыі ў медыя заўсёды будуць звязаны з пытаннямі этычнага і адказнага выкарыстання медыя, аўтарскіх правоў.

крытычнага мыслення

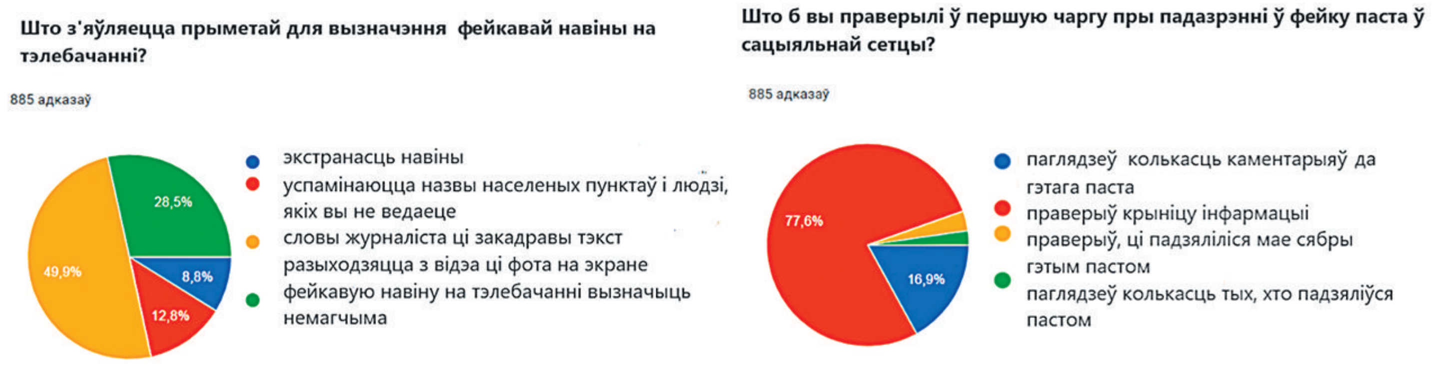
цыйных памятак і заданняў у падручніках — *заўв.рэд.*). Дарэчы, цікавы факт, што яшчэ два аўтары новых падручнікаў — мінскія настаўніцы Надзея Кушнер і Ірына Бернат сёлета вучацца на дыстанцыйным курсе ў адной групе. (Мал. 4)

Вучымся распазнаваць фэйкі. У працэсе выяўлення фэйкаў неабходна выкарыстоўваць усе віды пошуку інфармацыі:

• праверку ў энцыклапедыях і слоўніках (супастаўленне дат падзей і з'яў);
• пошук па тэксце ў пошукавых сістэмах і сацыяльных сетках: вялікая колькасць падобных аб'яў павінна навесці на думку аб фэйку;
• пошук па фота, скрыншоце відэароліка;
• пошук па ключавых словах (назвы, прозвішчы, тэлефоны, пошук на розных мовах).

Важна ведаць і абмеркаваць з вучнямі пытанні бяспекі (напрыклад, чаму нельга тэлефанаваць па ўказаных у сацыяльных медыя нумарах тэлефона, чаму не трэба дзяліцца такімі паведамленнямі).

Варта абмеркаваць прычыны, па якіх з'яўляюцца фэйкі (махлярства, прыцягненне аўдыторыі, стварэнне камерцыйнага забаўляльнага кантэнту). (Мал. 5)



Мал. 5

Каментарый: *большасць удзельнікаў мае лепшыя навыкі праверкі інфармацыі ў сацыяльнай сетцы, чым на тэлебачанні. Гэта звязана з большай практыкай выкарыстання маладымі людзьмі сетак, чым прагляду тэлепраграм. Але заклапочанасць выклікае, што толькі палова ўдзельнікаў выбрала яўную прымету фэйка. На гэта трэба зважаць таму, што відэа з'яўляецца вельмі папулярным сярод моладзі медыякантэнтам у інтэрнэце. Можна рэкамендаваць настаўнікам больш уключаць у навучанне практыкаванняў па аналізе відэапрадуктаў.*

Як аналізаваць навіны? Не кожная падзея стане навіной. У штодзённым жыцці навіны акружаюць нас на кожным кроку. Нездарма паведамленні ў сацыяльнай сетцы Facebook таксама называюць навінамі. Гэта сапраўды навіны, але сярод іх нямала навін лакальнага ўзроўню: навіны вашых сяброў, сваякоў, калег, і, напэўна, яны будуць цікавыя толькі вам ці вашым блізкім.

Навіной становіцца падзея, якая ўяўляе сабой актуальны факт, выклікае грамадскую цікавасць і можа зацікавіць шырокую аўдыторыю — гэта значыць тыповага спажыўца канкрэтнага медыя. Сусветныя інфармацыйныя агенцтвы задаюць свету бачанне таго, што ў свеце адбываецца, і часам уплываюць на ход гэтых працэсаў. Інфармацыйныя агенцтвы — спецыялізаваныя інфармацыйныя прадпрыемствы (арганізацыі, службы, цэнтры), якія забяспечваюць аператыўнай інфармацыяй СМІ, а таксама органы дзяржаўнай улады, прыватных асоб, якія падпісваюцца на іх прадукцыю. Газеты, часопісы, навінавыя парталы, тэлебачанне і радыё купляюць навіны праз падпіску ў інфармацыйных агенцтваў, а таксама маюць свой штат карэспандэнтаў і журналістаў. СМК прадаюць навіны, дадаючы свае каментарыі, аналітыку, інтэрпрэтацыі і рэкламу.

Базавым патрабаваннем медыяпісьменнасці з'яўляецца ўменне адрозніваць факты ад меркаванняў і разумець асноўныя жанры навінавых паведамленняў: інфармацыйныя і публіцыстычныя. (Мал. 6)

Мал. 6

Каментарый: *гэтае пытанне яскрава паказвае, што школьнікі не вельмі добра разумеюць розніцу паміж фактам і меркаваннем (пра арганізацыю і газету — меркаванні). Таксама не ўсе вучні ўпэўнены ў агульнавядомых фактах (вада і метр) і не паклапаціліся праверыць інфармацыю, вядомую са школьнай праграмы (каранацыя Міндоўга — гістарычны факт), і пацвердзіць яе (самае вялікае возера Беларусі — Нарач).*

Трэба ведаць, што якасныя навіны заўсёды зроблены з захаваннем прафесійных стандартаў:

• праўдзівасць і дакладнасць;
• бесстароннасць падачы і разнастайнасць прыведзеных думак;
• рэдакцыйная сумленнасць і незалежнасць;
• служэнне грамадскім інтарэсам;
• справядлівасць;
• недатыкальнасць прыватнага жыцця;
• недыскрымінацыя, улік інтарэсаў уразлівых груп грамадства;
• справаздачнасць перад аўдыторыяй.

Аднак часта можна сутыкнуцца з парушэннем гэтых стандартаў. Не ўсе СМК маюць добрую рэпутацыю. Некаторыя ў пагоні за камерцыйнай выгадай ці з іншымі мэтамі ўпрыгожваюць рэчаіснасць або, наадварот, друкуюць страшылкі. Тады СМК становяцца не люстэркам, а крыніцамі прапаганды, нажывы, звядзення людзей у свет ілюзій. Таму трэба ведаць метады ўздзеяння масмедыя на асобу і грамадства. І калі мы іх будзем пазнаваць у СМІ — будзем больш абароненыя ад іх шкоднага ўплыву.

Заданні другога модуля і пытанні настаўнікаў.

ЗАДАННЕ 1. Настаўнікам прапанавана праверыць надзейнасць сайтаў (на выбар) з дапамогай формы ацэньвання інтэрнэт-рэсурсаў (для праверкі прапаноўваліся інтэрнэт-рэсурсы (старонка з нацыянальнага адукацыйнага партала і сайт з гатовымі адказамі на заданні з падручнікаў — суперрашэба).

ЗАДАННЕ 2. Трэба было выбраць адзін з прапанаваных медыятэкстаў і зрабіць яго дэкадзіраванне, занесці адказы ў табліцу і ўзяць удзел у абмеркаванні на форуме курса: паведамленне пра рэалізацыю сацыяльнага адукацыйнага праекта бізнесменам з Віцебска на *belta.by* і паведамленне пра вакцыну "Спутник V" на *sputnik.by*.

Настаўнікі ў большасці добра справіліся з заданнямі і задалі даволі шмат пытанняў сваім ментарам, нягледзячы на калядныя канікулы, якія прыйшліся на гэты модуль. Прывядзём некаторыя з іх.

• Якія інтэрнэт-крыніцы выклікаюць у вас давер?

Заўсёды прапаную вучням шукаць матэрыял на афіцыйных сайтах дзяржаўных арганізацый, сайтах, якія маюць канчатак gov. Настаўнікам біялогіі прапаную шукаць інфармацыю на сайтах медыцынскіх устаноў, Акадэміі навук, Міністэрства лясной гаспадаркі і г.д. Але ўсё роўна любую знойдзеную інфармацыю трэба правяраць, карыстаючыся некалькімі крыніцамі, таму што яна качуе з аднаго сайта на другі. Калі вучні робяць нейкае паведамленне, абавязкова прашу ў якасці аднаго з крытэрыяў, каб яны называлі не менш за тры сайты, дзе бралі інфармацыю, ці была розніца ў інфармацыі, якія высновы яны зрабілі пры рабоце з інфармацыяй, якому сайту больш давяраюць і чаму.

**** Якія спосабы барацьбы з бяздумным капіраваннем інфармацыі з рашэбнікаў вы лічыце найбольш эфектыўнымі?***

Гэта адна з найактуальнейшых тэм беларускай адукацыі — акадэмічная нядобрасумленнасць. Ва Украіне пачата мэтанакіраваная праграма для яе вырашэння. Па-першае, трэба прызнаць гэтую хваробу, назваць з'явы сваімі імёнамі. Вельмі добра працуе стварэнне дамашніх заданняў "не па падручніку". Напрыклад, я вельмі рэдка карыстаюся для ДЗ практыкаваннямі падручніка, банальнымі, растыражаванымі тэмамі для сачыненняў і эсэ. І, о цуд! — вучні вельмі хутка разумеюць "кайф" ад уласнаручнага стварэння тэкстаў. Так, гэта працаёмка. Але толькі напачатку. Вельмі добры вопыт — стварэнне практыкаванняў, заданняў з першасных, другасных, трэцяга парадку крыніц. Прапрацоўка тэмы пра аўтарскія правы. Але… У наступным модулі вы атрымаеце яшчэ і іншыя вельмі цікавыя прыклады фарміравання медыяпісьменнасці, якія здольны ўплываць на вырашэнне і гэтай праблемы.

**** Скажыце, якія медыятэксты асабіста вы лічыце найбольш цікавымі для дэкадзіравання: навіны, рэкламныя ролікі, відэакліпы, урыўкі з мастацкіх фільмаў, тэксты з падручнікаў, афішы, плакаты? І чаму?***

Магу сцвярджаць з асабістага вопыту, што змястоўнасць, трапнасць і мэтазгоднасць дэкадзіравання медыятэкстаў розных жанраў, знакавых сістэм абумоўлена некалькімі фактарамі: 1) праграмным зместам заняткаў; 2) адпаведнасцю і інтэгратыўнасцю логікі ўрока; 3) актуальнасцю развіцця неабходных кампетэнцый; 4) медыяпатэнцыялам тэксту; 5) яго адукацыйным патэнцыялам; 6) значнасцю для вучняў; 7) іх матываванасцю; 8) узроўнем метадычных і медыяінфармацыйных кампетэнцый настаўніка; 9) дасягальнасцю мэты дэкадзіравання; 10) абмежаванасцю вучэбнага часу і г.д. Шмат практычных прыкладаў вы знойдзеце ў матэрыялах наступнага модуля. Спадзяюся, у вас узнікнуць цікавыя ідэі інтэграцыі медыятэкстаў у канкрэтны ўрок. Ці адказала я на ваша пытанне?

**** Мне здаецца, што амаль усе артыкулы, калі яны не канкрэтна навуковыя, нясуць у сабе чыёсьці меркаванне. У асноўным па прычыне таго, што масавай аўдыторыі прасцей "заходзяць" паведамленні з гатовым меркаваннем і ацэнкай. І гэта будзе працягвацца яшчэ доўга, бо крытычнаму мысленню трэба вучыць грунтоўна і з малых гадоў. Ды і камерцыялізацыю масавай культуры ніхто не адмяняў. Цяпер крытычна думаючых людзей крытычна невялікі працэнт (меншасць). Вы згодны?***

Канечне, згодна з вамі. Думаю, што заўсёды такіх людзей было мала. Але грамадства стварае ўмовы для развіцця чалавека, яго творчасці, а значыць, і крытычнага мыслення, бо яму патрэбны актыўныя людзі, якія валодаюць праўдзівай інфармацыяй і таму прымаюць правільныя рашэнні.

**** Вельмі складана зразумець, дзе праўда, а дзе фэйк. Яшчэ больш складана данесці гэта іншым. Як часта вам даводзілася сутыкацца з неразуменнем і непрыняццем праўды? Як вы развейвалі інфармацыйныя фэйкі?***

Лічу, што звычайнаму чалавеку, можа, і не трэба лезці ў нетры навукі пра фэйкі. Дастаткова тых простых прыёмаў, якія мы асвоілі ў першым модулі.

Мне дапамагае ў справе спасціжэння праўдзівых навін разуменне, што правяраць навіну павінны СМІ. Ёсць аўтарытэтныя СМІ, якія маюць кваліфікаваных спецыялістаў па зборы і праверцы інфармацыі, цэняць сваю рэпутацыю, грунтуюцца на прынцыпах дэмакратыі, гуманізму, беларусацэнтрычнасці, таму я ім давяраю і чытаю навіны менавіта на іх старонках.

**** Як навучыць малодшых школьнікаў адрозніваць фэйкі? З чаго пачынаць?***

Думаю, што адназначнага адказу тут няма, гэта таксама залежыць ад шматлікіх фактараў. Па-першае, ад кампетэнцый па гэтым пытанні самога настаўніка, ад мэт, якія вы ставіце (навошта?), ад узросту вучняў, ад зместу і прадмета, на якім будзеце выкарыстоўваць, і інш. У інтэрнэце ёсць шмат матэрыялу (асабліва малюнкаў), якія можна выкарыстоўваць. Але можна заняцца стварэннем свайго фэйкматэрыялу. Напрыклад, Усяслаў Чарадзей на фоне джунгляў (прыклады малюнкаў вы можаце пабачыць у артыкуле "Медыяадукацыя ў пачатковай школе" ў часопісе "Пачатковая школа" № 8, 2018 (артыкул напісаны ў суаўтарстве з ментарам курса С.Іванюшынай, якая стала прызёрам конкурсу "Настаўнік года — 2020"). Можна паспрабаваць даць вучням самім скласці фэйк пры падрыхтоўцы дамашняга задання па вывучаным творы, а ў якасці праверкі на ўроку калектыўна знаходзіць няпраўдзівую інфармацыю.

Алена ПАЛЕЙКА,
метадыст аддзела метадычнага забеспячэння гісторыка-грамадазнаўчай і сацыякультурнай адукацыі Нацыянальнага інстытута адукацыі, ментар курса.