

ისწავლა, რათა ამოიციხო

#დემოკრატია
#განათლება
#არჩევნები
#ინფლაცია
#პროტესტი
#რეფორმა
#ეკონომიკა
#დემოკრატია
#ცხოვრება
#საქმიანობები
#მაცდური ისტორიები
#სოციალური მედია
#მედი
#ინფორმაცია
#ტროლები
#განათლება
#არჩევნები
#ცხოვრება
#ინფლაცია
#პროტესტი
#რეფორმა
#ეკონომიკა
#დემოკრატია
#ცხოვრება
#საქმიანობები
#მაცდური ისტორიები
#სოციალური მედია
#მედი
#ინფორმაცია
#ტროლები
#განათლება



მედიანობრივობა
ტრენერის სახელმძღვანელო



„ისწავლე, რათა ამოიცნო“

მედიაინფორმაციის ტრენერის სახელმძღვანელო

„ისწავლე, რათა ამოიცნო“ და წინამდებარე მასალა შეიმუშავა კვლევისა და გაცვლების საერთაშორისო საბჭომ (IREX). ©2019 IREX. ყველა უფლება დაცულია.

საავტორო უფლებები ამ სახელმძღვანელოზე, მისგან წარმოებულ მასალებზე და „ისწავლე, რათა ამოიცნოზე“ ეკუთვნის IREX-ს. წინამდებარე სახელმძღვანელოს და ნებისმიერი დამხმარე მასალის გამოყენება, რომელიც სპეციფიურად საქართველოში „ისწავლე, რათა ამოიცნოს“ მიზნებისთვის შეიქმნა (როგორცაა დასარიგებული მასალები, სამუშაო ფორმები, პრეზენტაციები და დანართები), ნებადართულია მხოლოდ ტრენინგის და სხვა აქტივობებისთვის IREX-ის წინასწარი წერილობითი თანხმობის საფუძველზე. დაუშვებელია „ისწავლე, რათა ამოიცნოს“ გამოყენება კომერციული მიზნებისთვის. ამ მასალების გადაბეჭდვა ნებადართულია IREX-ის მიერ დამტკიცებული აქტივობებისთვის, მაგრამ ყველა ასლზე მითითებული უნდა იყოს IREX-ის საავტორო უფლება შემდეგნაირად: „ისწავლე, რათა ამოიცნო“ და წინამდებარე მასალა შეიმუშავა კვლევისა და გაცვლების საერთაშორისო საბჭომ (IREX). ©2019 IREX. ყველა უფლება დაცულია.“

Learn to Discern and this material were developed by the International Research and Exchanges Board (IREX). ©2019 IREX. All rights reserved.

IREX retains the worldwide copyright to this curriculum, derivative materials, and to “Learn to Discern.” This curriculum and any supplemental materials developed specifically for use with Learn to Discern in Georgia (such as handouts, worksheets, presentation slides, and annexes) may only be used in training or other activities with the express, written permission of IREX. Learn to Discern may not be used for commercial purposes. Reproductions of these materials are allowed for IREX-approved activities, but all reproductions must credit IREX as follows: “Learn to Discern and this material were developed by the International Research and Exchanges Board (IREX). ©2019 IREX. All rights reserved.”

PREVIEW VERSION
To request the full version, see page 40 of this document.

ტრენერების ეს სახელმძღვანელო IREX-მა, მედიის განვითარების ფონდთან თანამშრომლობით, მისი პროექტის „ისწავლე, რათა ამოიციხო-საქართველო“(L2D-G)ფარგლებში შეიმუშავა. სახელმძღვანელოს ქართული აუდიტორიისთვის ადაპტირება IREX-ის მედიაწიგნიერების ტრენინგის გლობალური მეთოდის „ისწავლე, რათა ამოიციხო“ მიხედვით მოხდა.

ეს სახელმძღვანელო ცოცხალი დოკუმენტია, რომლის განახლებაც L2D-G ტრენერების და ტრენინგის მონაწილეების გამოხმაურებების გათვალისწინებით არის შესაძლებელი.

L2D-G ტრენერების სახელმძღვანელოსთან დამხმარე მასალებთან დაკავშირებული კითხვებით და/ან გამოხმაურებით მიმართეთ IREX საქართველოს Facebook-ის გვერდის მეშვეობით (მითითებულია ქვემოთ) ან ელექტრონული ფოსტით info-georgia@irex.org და საკითხის გრაფაში მიუთითეთ „L2D-G ტრენერის კითხვა“.

თუ გსურთ, გახდეთ „ისწავლე, რათა ამოიციხო“ ონლაინ საზოგადოების წევრი და მიიღოთ უახლესი ინფორმაცია პროექტის ღონისძიებებისა და შესაძლებლობების შესახებ, შემოგვიერთდით ჩვენს Facebook გვერდზე: <https://www.facebook.com/L2DGeorgia/>

L2D-საქართველოს გუნდი



სარჩევი

მეთოდური მითითებები	6	გაკვეთილი 2: სათაურების გააზრება	104
პრინციპები	6	გაკვეთილი 3: შეამოწმეთ თქვენი ტელეფონი	107
ისწავლე, რათა ამოიცნო-ტრენინგის პრინციპები	6	ნაწილი C: სტერეოტიპები	109
ტრენინგის ზოგადი პრინციპები	7	გაკვეთილი 1: სტერეოტიპები	109
ზრდასრული მსმენელის პრინციპები	8	გაკვეთილი 2: სტერეოტიპული და მიკერძოებული გაშუქება მედიაში	114
გაკვეთილების შერჩევა	9	თავი 3: მცდარ ინფორმაციასთან ბრძოლა	
მომზადება	10	ნაწილი A: წერილობითი მასალის შეფასება: წყაროების, ციტირებისა და მტკიცებულებების გადამოწმება	119
მომზადეთ საჭირო რესურსი და დასარიგებელი მასალა	10	გაკვეთილი 1: მიმოხილვა: თქვენი ნდობის საზომი	119
თავი 1: მედიის გააზრება		გაკვეთილი 2: წყაროს მოძიება	121
ნაწილი A: მედია გარემო	13	გაკვეთილი 3: წყაროებისა და ციტირების გადამოწმება	124
გაკვეთილი 1: შესავალი	13	გაკვეთილი 4: მტკიცებულების გადამოწმება	128
გაკვეთილი 2: კონტენტის სხვადასხვა ტიპი	22	გაკვეთილი 5: გამოქვეყნების თარიღები და ცვლილებების მოძიება	132
გაკვეთილი 3: ინფორმაცია vs დარწმუნება	28	ნაწილი B: ფოტო, ვიდეო, გეოლოკაცია, სოციალური მედია და ინტერნეტუსაფრთხოება	136
გაკვეთილი 4: სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლება	33	გაკვეთილი 1: ხელმეორედ გამოყენებული ფოტო და ვიდეო	136
გაკვეთილი 5: ჟურნალისტიკა: ვის სჭირდება ის?	42	გაკვეთილი 2: დამუშავებული ფოტო	143
გაკვეთილი 6: ახალი ამბავი და მოსაზრება	46	გაკვეთილი 3: ფოტოს შერჩევის ეფექტი	151
გაკვეთილი 7: ახალი ამბავი, მოსაზრება და ანალიზი	49	გაკვეთილი 4: ფოტოების მოკვლევა	154
გაკვეთილი 8: ჟურნალისტიკის სტანდარტები	52	გაკვეთილი 5: ადგილმდებარების დადგენა	157
ნაწილი B: ცვალებადი მედია	57	გაკვეთილი 6: სოციალური მედიის ყალბი ანგარიშები	160
გაკვეთილი 1: მედიის ახალი ფორმები და ცვლილებები ტრადიციულ მედიაში	57	გაკვეთილი 7: ჩატის ყალბი მესიჯები	164
გაკვეთილი 2: ნდობა მედიის მიმართ	63	გაკვეთილი 8: ყალბი გამომხაურებები	166
ნაწილი C: დღის წესრიგის განსაზღვრა/ფილტრაცია	70	გაკვეთილი 9: ინტერნეტუსაფრთხოება	171
გაკვეთილი 1: ინფორმაციის შერჩევა	70	ნაწილი C: სამეცნიერო და სამედიცინო ამბები	176
გაკვეთილი 2: ობიექტურობა და ბალანსი	74	გაკვეთილი 1: მეცნიერების ბუნება	176
გაკვეთილი 3: ვინ ფლობს მედიას?	79	გაკვეთილი 2: სამეცნიერო მასალის გადამოწმების ჩამონათვალი	179
გაკვეთილი 4: მფლობელობა და დღის წესრიგის განსაზღვრა	85	გაკვეთილი 3: სამედიცინო ინფორმაციის სანდო და არასანდო წყაროები	186
გაკვეთილი 5: ფარული ვებ-გვერდები და მათი დღის წესრიგი	89	ნაწილი D: შეჯამება	189
თავი 2: მცდარი ინფორმაცია და მანიპულაცია		გაკვეთილი 1: მომავალი: თქვენ პროცესს წარმართავთ	189
ნაწილი A: რა არის მცდარი ინფორმაცია?	97	გაკვეთილი 2: მოხმარების და გაზიარების ჩვევები	193
გაკვეთილი 1: მცდარი ინფორმაციის სხვადასხვა ტიპი	97	გაკვეთილი 3: სანდო ინფორმაციის შექმნა და გაზიარება	196
ნაწილი B. თქვენი ემოციების გაკონტროლება	101		
გაკვეთილი 1: თქვენი ემოციების გაკონტროლება	101		

მეთოდური მითითებები

პრინციპები

— ისწავლე, რათა ამოიცნო - ტრენინგის პრინციპები —

წინამდებარე კურიკულუმის მიზანია, შევცვალოთ არა ის, თუ რას მოვიხმართ, არამედ ის, თუ როგორ მოვიხმართ მედიას

იპოვეთ საერთო შეხების წერტილი

შექმენით თავისუფალი გარემო

შეარჩიეთ გონივრულად

მისი ამოცანაა უნარების გამომუშავება და არა მონაწილეთათვის „კარგი“ თუ „ცუდი“ საინფორმაციო წყაროების განსაზღვრა ან საინფორმაციო საშუალებების არჩევანის გამო მათი გაკრიტიკება. ჩვენ მათ აღვჭურვავთ უნარებითა და ინსტრუმენტებით, რომლებიც დაეხმარებათ, შეაფასონ წაკითხული მასალის სიზუსტე და დამოუკიდებლად გამოიტანონ სწორი დასკვნები მედია საშუალებების სანდოობის შესახებ.

ადამიანებს განსხვავებული მოსაზრებები აქვთ - მიიღეთ ეს როგორც მოცემულობა და საკუთარი პოლიტიკური შეხედულებები აუდიტორიის მიღმა დატოვეთ. პოლიტიკური საკითხები დროდადრო წამოიჭრება, მაგრამ თქვენი ერთ-ერთი მოვალეობაა, უზრუნველყოთ მონაწილეთა კონცენტრირება მთავარ ამოცანაზე - გაიუმჯობესონ უნარები, რათა სწორი ინფორმაციისა და სანდო წყაროების ამოცნობა შესძლონ. ამ ამოცანის შესრულებაზე კონცენტრირდით და ნუ შეეცდებით, სხვები თქვენი შეხედულებების სისწორეში დაარწმუნოთ. თქვენ მეთვალყურეების (watchdog) გუნდს ქმნით, რომლებიც მცდარ ინფორმაციასთან და მანიპულაციასთან ბრძოლის წინა ხაზზე იქნებიან.

დააფასეთ ნებისმიერი მონაწილის იდეა და წვლილი ყოველგვარი განსჯის გარეშე. სუბიექტურობა და სტერეოტიპები ყველას გვახასიათებს. ჩვენ ყველა უნდა დავფიქრდეთ და გავიაზროთ, როგორ შევყავართ სუბიექტურობას და სტერეოტიპებს შეცდომაში. დღეს აქ იმისთვის ვართ, რომ მათი ამოცნობა ვისწავლოთ. მონაწილეები უნდა გრძნობდნენ მზაობის სწავლისთვის და ისინი „ბრძოლის ან დანებების“ რეჟიმში ვერ ისწავლიან.

აქ უამრავი მასალაა. არავისგან მოველით ყველაფრის თავიდან ბოლომდე სწავლებას! შეარჩიეთ ის მოდულები, რომლებიც თქვენს აუდიტორიას ყველაზე მეტად გამოადგება და თქვენთვის განსაზღვრულ დროში მოესწრება. სრულად წაიკითხეთ „პრინციპების“ თავის დარჩენილი ნაწილი, რათა განსაზღვროთ, მოცემული დროის მონაკვეთში თუ რა გამოადგება თქვენს აუდიტორიას ყველაზე მეტად. ამ მიზნით იხილეთ „გაკვეთილების შერჩევის“ თავი ქვემოთ. გაითვალისწინეთ, რომ ხშირად დებინფორმაცია გამიზნულად კონკრეტულ რეგიონზეა მორგებული და მაგალითების შერჩევისას, ეცადეთ იხელმძღვანელოთ როგორც რეგიონული სპეციფიკით, ასევე განსახილველი თემატიკისადმი ადგილობრივთა მგრძობელობით.

ტრენინგის ზოგადი პრინციპები

მთელი სასწავლო კურსის განმავლობაში გაითვალისწინეთ პრინციპები, რომელთაც IREX-ის ტრენინგები ეფუძნება. ტრენინგი უნდა იყოს:



მსმენელზე ორიენტირებული. მსმენელზე ორიენტირებული ტრენინგი ნიშნავს ისეთ გარემოს, სადაც განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა იმ ცოდნას, უნარებს, მიდგომებს და შეხედულებებს, რომლებიც მონაწილეებს სასწავლო სივრცეში ინდივიდუალურად შემოაქვთ (ეროვნული კვლევის საბჭო. 2000). ეს კი ნიშნავს, რომ არც ერთი ტრენინგი მეორის იდენტური არ იქნება.



ინკლუზიისადმი მგრძობიარე. ჩვენი ტრენინგის მონაწილეები წარმოადგენენ სხვადასხვა გეოგრაფიულ რეგიონს და ეთნიკურ ჯგუფს, საუბრობენ სხვადასხვა ენაზე, აღიარებენ სხვადასხვა რელიგიას, არიან სხვადასხვა სქესის ადამიანები. მონაწილეთა ასეთი მრავალფეროვნება გვავალდებულებს, უზრუნველვყოთ გარემო, სადაც თითოეული მონაწილე ტრენინგში თანაბრად ჩაერთვება და საკუთარ წვლილს შეიტანს მასში. ინკლუზიისადმი მგრძობიარე ტრენინგების მონაწილეთა მრავალფეროვნება ტრენინგს განსხვავებული გამოცდილებითა და თვალთახედვებით ამდიდრებს. უმთავრესი ასეთ დროს არის ნდობა და უსაფრთხოება.¹



ქმედითი. ქმედითი ტრენინგები ფოკუსირებულია ისეთ ცოდნაზე, გამოცდილებაზე და მიდგომებზე, რომლებიც სასარგებლოა პრაქტიკაში და მონაწილეებს დადებითი ცვლილებების განხორციელებაში ეხმარება.



პრაქტიკული. ეს არის პრაქტიკაზე დაფუძნებული სწავლება. „პრაქტიკაზე დაფუძნებული სწავლების თეორია“ ჰოლისტიკური, ციკლური პროცესია, რომლის თანახმადაც, სწავლა მაშინ არის ეფექტიანი, როდესაც შეგიძლია უშუალოდ გაიაზრო გამოცდილება, დააკავშირო ცოდნა გამოცდილებასთან და შეძენილი ცოდნა ან უნარები სათანადოდ გამოიყენო.



აქტიური. პრაქტიკაზე დაფუძნებული სწავლების ერთ-ერთი ფორმა, აქტიური ტრენინგი, შესაძლებლობას აძლევს მონაწილეს, ტრენინგის მასალა ინტერაქტიული გზით შეიმეცნოს. აქტიური ტრენინგი უფრო ფართოა, ვიდრე „პრაქტიკაზე დაფუძნებული სწავლება“ და ფორმალური სწავლების კომპონენტებს მონაწილის სწავლების პროცესის ფორმირებისა და მხარდაჭერის მიზნით იყენებს. აქტივობები ისეა დაგეგმილი, რომ მონაწილეები მზა რეცეპტების მიღების ნაცვლად, იძენენ ცოდნას, ივითარებენ უნარებს და გამოიმუშავენ მიდგომებს.



გაზომვადი. გაზომვადი ტრენინგების სწავლების მიზანია შეფასების სათანადო გეგმებისა და მეთოდების შემუშავება, რაც ისეთი მეთოდოლოგიის ფორმირებას უწყობს ხელს, რომელიც ტრენინგის ფორმატსა და მის შედეგებს შეესაბამება.

¹ ინკლუზიის უფრო სიღრმისეულად გააზრებაში ეს მოკლე კურსი დაგეხმარებათ: <https://www.tolerance.org/professional-development/critical-practices-for-antibias-education-classroom-culture>

ზრდასრული მსმენელის პრინციპები

ეს ზრდასრულთა სწავლების სპეციფიკური პრინციპებია. გთხოვთ, გაითვალისწინოთ ისინი:

ზრდასრულები უნდა ჩაერთონ სწავლების პროცესში.

მოუნოდეთ მონაწილეებს, შეაფასონ მათი სწავლების და სწავლის პროცესი. თუ შესაძლებელია, მიეცით საშუალება, თავად ჩამოაყალიბონ მათი ინდივიდუალური სწავლების გამოცდილება (მაგალითად, იმ პროექტების მეშვეობით, რომლებსაც თავად შეარჩევენ და შეიმუშავენ).

გამოცდილება (მათ შორის შეცდომები) სასწავლო აქტივობების საფუძველს ქმნის.

მიეცით შესაძლებლობა მსმენელებს, გაიაზრონ და გაგვიზიარონ ის ცოდნა და გამოცდილება, რომელიც მათ აქვთ.

ზრდასრულებს ყველაზე მეტად იმ საკითხების შესწავლა აინტერესებთ, რაც უშუალოდ მათ სამუშაოს თუ პირად ცხოვრებას ეხება.

სცადეთ, დაუკავშიროთ სასწავლო მასალა თითოეული მონაწილის პროფესიულ თუ პირად მიზნებს.

ზრდასრულთა სწავლება საკითხის გადაჭრაზეა ორიენტირებული და არა მასალის შინაარსზე.

სასწავლო მასალიდან გამოიყენეთ ისეთი მაგალითები და ისტორიები, რომლებიც მონაწილის არსებულ გამოწვევებს ეხმიანება, ან სთხოვეთ მათ, საკუთარი მაგალითები გაგიზიარონ.²

² ადაპტირებულია შემდეგი ნაშრომიდან: Knowles, M. S. (1984). *Andragogy in action: applying principles of adult learning*. San Francisco: Jossey-Bass.

გაკვეთილების შერჩევა

ქვევით წარმოდგენილ ცხრილში მოცემული ოთხსაათხანხვერიანი განრიგი სავალდებულო მინიმუმია მედიანიგნიერებაზე საბაზისო ცოდნისა და უნარ-ჩვევების განსავითარებლად. მასში წარმოდგენილი ყველა გაკვეთილის (1A1, 1A5, 2B2, 2C1, 3A2, და 3B1) სრულად დაფარვა სავალდებულოა პროექტში ჩართული ყველა ტრენერისთვის. გთხოვთ, გაითვალისწინოთ, რომ სავალდებულო კურიკულუმისთვის მითითებული ხანგრძლივობა არ მოიცავს შესვენებისა და კითხვარების შევსებისთვის საჭირო დროს.

ქვემოთ წარმოდგენილი განრიგის სხვა ვარიანტები (გარდა ოთხსაათხანხვერიანი განრიგისა) მხოლოდ შემოთავაზებაა. თუ გაქვთ მეტი დრო, აირჩიეთ ის ვერსია, რომელიც თქვენი აზრით ტრენინგის მონაწილეებს დააინტერესებთ. ეს გაკვეთილები სასწავლო კურსში თქვენი სურვილისა და საგაკვეთილო საათების მიხედვით შეგიძლიათ შეიტანოთ. გაკვეთილები, რომლებიც წარმოდგენილია 7 საათიან განრიგში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია და უნდა დაფაროთ თუ ამის დრო გაქვთ. მნიშვნელოვანია ყურადღებით მოამზადოთ ყველა ის დამატებითი მასალა, რომლებიც გათვალისწინებულია გაკვეთილების ფარგლებში, ასევე გადაამოწმოთ კომპიუტერისა და ინტერნეტის ხელმისაწვდომობა იმ სივრცეში, სადაც დაგეგმილი გაქვთ ტრენინგი.

რადგან თქვენ კარგად იცნობთ თქვენი ტრენინგის მონაწილეებს, დაგეგმეთ ის მათი საჭიროებებისა და მედიის მოხმარების ჩვევების გათვალისწინებით. მაგალითად, თუ მონაწილეებს სჭირდებათ დახმარება სანდო ვებ-გვერდების მოძიებაში, აირჩიეთ გაკვეთილი 1C5 (ფარული ვებ-გვერდები და მათი დღის წესრიგი), 3A4 („მტკიცებულებების გადამოწმება“) და გაკვეთილი 3C3 („სამეცნიერო ინფორმაციის სანდო და არასანდო წყაროები“). საჭიროების შემთხვევაში, შეგიძლიათ სხვადასხვა გაკვეთილის კომბინირება.

 სავალდებულო:	 2 დღე:	 3 დღე:
4:30 საათი: <ul style="list-style-type: none"> 1A1 შესავალი 1A5 ჟურნალისტიკა: ვის სჭირდება ის? 2B2 სათაურების გააზრება 2C1 სტერეოტიპები 3A2 წყაროს მოძიება 3B1 ხელმეორედ გამოყენებული ფოტო და ვიდეო 	ზემოაღნიშნულ გაკვეთილებს დაამატეთ: <ul style="list-style-type: none"> 1A3 ინფორმაცია vs დარწმუნების 1A6 ახალი ამბავი და მოსაზრება 1B1 მედიის ახალი ფორმები 1C1 ინფორმაციის შერჩევა 2A1 მცდარი ინფორმაციის სხვადასხვა ტიპი 3A1 მიმოხილვა: თქვენი ნდობის საზომი 3B3 ფოტოს შერჩევის ეფექტი 3C2 სამეცნიერო მასალის გადამოწმების ჩამონათვალი 3D1 მომავალი: თქვენ პროცესს წარმართავთ 	ზემოაღნიშნულ გაკვეთილებს დაამატეთ: <ul style="list-style-type: none"> 1A4 სიტყვისა და გამოხატვის თავისუფლება 1B2 ნდობა მედიის მიმართ 1C3 ვინ ფლობს მედიას? 2B1 თქვენი ემოციების გაკონტროლება 2B3 შეამოწმეთ თქვენი ტელეფონი 3A3 წყაროების და ციტირების გადამოწმება 3A4 მტკიცებულების გადამოწმება 3B2 დამუშავებული ფოტო 3D3 სანდო ინფორმაციის შექმნა და გაზიარება
7 საათი: <p>თუ გაქვთ: ზემოაღნიშნულ გაკვეთილებს დაამატეთ თქვენი შერჩეული 3 გაკვეთილი:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1A2 კონტენტის სხვადასხვა ტიპი 3B6 სოციალური მედიის ყალბი ანგარიშები 3D2 მოხმარების და გაზიარების ჩვევები 1A8 ჟურნალისტიკის სტანდარტები 		

მომზადება

მოამზადეთ საჭირო რესურსი და დასარიგებელი მასალა

გადახედეთ შერჩეულ გაკვეთილებს და ჩამოწერეთ ყველა ამოსაბეჭდი მასალა, რომლის დარიგებაც მონაწილეებისთვის გსურთ.

შეადგინეთ შერჩეული გაკვეთილების სილაბუსი ნიმუშის გამოყენებით. ნიმუშისთვის იხილეთ „მომზადება, სილაბუსის ნიმუში“.

მოამზადეთ საჭირო რესურსი („რესურსები“ ჩამოთვლილია თითოეული გაკვეთილის დასაწყისში):

- ▶ სხვადასხვა ფერის წებოვანი ჩასანიშნი ფურცლები;
- ▶ წვრილწვერიანი შავი მარკერი ან ნებისმიერი შავი მარკერი, რომლითაც გარკვევით დაინერება წებოვან ჩასანიშნ ფურცლებზე. მსხვილწვერიანი მარკერით მოსახერხებელია მოკლე ჩანაწერების გაკეთება, წვრილწვერიანი კი მეტის შესაძლებლობას იძლევა - შეარჩიეთ სათანადოდ! (ბურთულიანი კალმები არ გამოდგება, რადგან მონახაზი ძალიან წვრილი აქვს და შორიდან ვერ იკითხება);
- ▶ ფლიპჩარტის მარკერები, სხვადასხვა ფერის;
- ▶ თეთრი დაფის მარკერები და დაფის სანმენდი, თუ თეთრი დაფა არის ოთახში;
- ▶ ფლიპჩარტის ფურცლები;
- ▶ ქაღალდის სკოჩი და გამჭვირვალე სკოჩი;
- ▶ საოფისე პლასტელინი ან მსგავსი მისაკრავი საშუალება სხვადასხვა ინფორმაციის კედელზე მისაკრავად;
- ▶ პლაკატის ქაღალდის რულონი, განსაკუთრებით თუ ინფორმაციის გასაკრავად შესაფერისი ზედაპირი არ არის;
- ▶ მაკრატლები;
- ▶ პროექტორი ეკრანით ან ცარიელი კედელი;
- ▶ პრინტერი ასლის გამრავლების შესაძლებლობით და ქაღალდის მარაგი;
- ▶ კომპიუტერები.

ადგილობრივი მაგალითების მოძიება

კურიკულუმისთვის შევარჩიეთ მრავალფეროვანი მაგალითები საერთაშორისო, ეროვნული და რეგიონული მედიიდან. თუმცა, შეგიძლიათ თქვენი ქალაქის თუ სხვა ადგილობრივი მედიიდან დამატებითი მაგალითები მოიძიოთ. ამაში ქვემოთ მოცემული რამდენიმე რჩევა დაგეხმარებათ:

1. განსაზღვრეთ მასალის ტიპი, რომელსაც ეძებთ. არის ეს ამბის ფაბრიკაცია, მომხმარებლის მიერ გენერირებული კონტენტი თუ რეალური (თუმცა არასრულყოფილად გაშუქებული) ამბავი?
2. რეალური ამბების მოძიების რამდენიმე გზა არსებობს. მათი პოვნა უშუალოდ ადგილობრივი მედია საშუალებების ვებ-გვერდებზე შეგიძლიათ. ასეთი ვებ-გვერდების მოსაძებნად Google-ში საკვანძო სიტყვები ჩაწერეთ და კონკრეტული მედია საშუალების ვებ-გვერდის მისამართი მიუთითეთ (site:outletaddress.com). ძიება ასევე შეიძლება Google-ში საკვანძო ტერმინისა და ადგილმდებარეობის მითითებით; თუმცა, გაითვალისწინეთ, რომ ყველა ის მასალა, რასაც ძიების შედეგად მიიღებთ, სანდო მედია საშუალებიდან არ იქნება.
3. სცადეთ ძიება საკვანძო სიტყვებითა და თქვენი ადგილმდებარეობით, რომ Facebook-ზე ან Twitter-ზე მომხმარებლის მიერ გენერირებული ფოტოები, კომენტარები და ვიდეო იპოვოთ.
4. მასალის ფაბრიკაცია, ჩვეულებრივ, ადგილობრივად არ ხდება, თუმცა, შესაძლოა, ის თქვენს ქალაქში მომხმარებელს უკავშირდებოდეს. სცადეთ, ასეთი მასალის მოძებნა ფაქტების გადამოწმებელი ორგანიზაციის (ე.წ. ფაქტჩეკერის) ვებ-გვერდზე, როგორცაა, მაგალითად, “მითების დეტექტორი” (www.mythdetector.ge), factcheck.ge, mediachecker.ge. შესაძლოა, ასევე გამოიყენოთ ფაქტების გადამოწმების უკრაინული პლატფორმა stopfake.org, ამერიკული Snopes.com-ი, ამერიკის ხმის (VoA) www.polygraph.info და სხვები. ქვეყნების მიხედვით სანდო ფაქტჩეკერების მოსაძებნად შეგიძლიათ დაეყრდნოთ პოინტერის ინსტიტუტის ფაქტების გადამოწმების საერთაშორისო ქსელის (International Fact-Checking Network)³ პრინციპების კოდექსის ხელმომწერი ორგანიზაციების ბაზას.
5. გახსოვდეთ, თუ მონაწილეებს ყალბ მასალას უზიარებთ, თავიდან არ უნდა გაამჟღავნოთ, რომ ეს ინფორმაცია ყალბია. შეგიძლიათ გამოიყენოთ ინფორმაციის გადამოწმების ზემოთხსენებული ორგანიზაციები, მაგრამ მონაწილეებს გაუზიარეთ არა მათ ვებ-გვერდზე განთავსებული მასალა, არამედ, მასალის ფოტო (ე.წ. სკრინშოტი) ან დაარქივებული ვერსია (გამოიყენეთ archive.org/web).

3 <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>

တၢ်ပၢၤ ၁

- ა) სახელი;
- ბ) ცოტა რამ საკუთარი თავის შესახებ, რისი თქმაც თავად სურთ, მაგალითად, ქალაქის, პროფესიის, შვილების, გატაცების და ა.შ. შესახებ;
- გ) რატომ გადამწყვიტეს ამ სასწავლო კურსის გავლა;
- დ) ისეთი რამ, რაც მათ შესახებ აუდიტორიაში არავინ იცის. ბოლო შეკითხვა სახალისო უნდა იყოს, რადგან ისეთ პასუხს მოითხოვს, რომელიც მონაწილეებს უდავოდ დაამახსოვრდებათ (მაგ., „ნინა კვირას პარაპლანით ვიფრინე“ ანდა „უცხოელებს მეგრული ვასწავლე“, სხვა).

მაგალითი მიეცით საკუთარი თავის გაცნობითა და ზემოჩამოთვლილ 4 პუნქტზე პასუხების გაცემით.



შესავალი 10 წუთი

გახსენით 1-ლი თავის, A ნაწილის 1-ლი გაკვეთილის სლაიდშოუს ფაილი. აჩვენეთ პრეზენტაცია მე-10 სლაიდის ჩათვლით და შემდეგ დაიწყეთ დისკუსია დასამუშავებელი კითხვების გამოყენებით.



დასამუშავებელი კითხვები:

რამდენად რთულია მცდარი ან ყალბი ინფორმაციის შესწორება?

რას ფიქრობთ თქვენ პასუხისმგებლობაზე, როდესაც საქმე ასეთი ინფორმაციის გაზიარებას ეხება?



სადისკუსიო თემები

მცდარი ინფორმაციის შესწორება ძალიან რთულია. როგორც ვნახეთ, მცდარი ინფორმაცია ხშირად უფრო დიდ ინტერესს იწვევს, ვიდრე მოგვიანებით გავრცელებული შესწორება. ეს აჩვენებს, რამდენად მნიშვნელოვანია, ყურადღებით შევაფასოთ, რასაც ვკითხულობთ ან ვხედავთ და თავი შევიკავოთ ისეთი რამის გაზიარებისგან, რაც შესაძლოა არასწორი იყოს. უნდა გავიაზროთ, რომ როდესაც სენსაციური ინფორმაციისგან დისტანცირებას ვცდილობთ, ჩვენ ყველა ბუნებრივ ინსტინქტებს ვენიანააღმდეგებით. სენსაციურობა იზიდავს და აინტერესებს ადამიანებს. სწორედ ამიტომ არის, რომ ყალბი ინფორმაცია უფრო სწრაფად ვრცელდება, ვიდრე ნამდვილი. ყალბი, სენსაციური ამბები იმიტომ მუშაობს, რომ ჩვენთვის ფასეულ საკითხებს ეხება და ამავე დროს, შიშს თესავს. შიში კრიტიკული აზროვნების უნარს გვიქვეითებს. ამიტომ მნიშვნელოვანია, გამოიმუშავოთ ამ ემოციების ამოცნობის უნარები.



აქტივობა 1 15 წუთი

დაურიგეთ ყველას ცხრილი „ინფორმაციის მოხმარების ჩემი ჩვევები“, ფურცლები და კალმები ან ფანქრები.

და იმ მოწყობილობებით, რომლებსაც იყენებს. რთულია, გამორთო ყველაფერი. თუმცა, ნეგატიური ეფექტები, განსაკუთრებით სოციალური მედიის მოხმარებასთან დაკავშირებით, დადასტურებულია. მაგალითად, პიტსბურგის სამედიცინო სკოლის ახალი ეროვნული მასშტაბით რეპრეზენტაციული კვლევით დადგინდა, რომ რაც უფრო ხშირად მოიხმარენ მოზარდები სოციალურ მედიას, მათ შორის დეპრესიის ალბათობა მით უფრო მაღალია.¹¹

ზოგი ჩვევის გააზრება და მედიაინფორმაციის უნარების დამატებით გამოუმუშავება მედიის უფრო ეფექტიანად მართვასა და იმ გზების პოვნაში დაგეხმარებათ, რომლებიც თავიდან აგაცილებთ ინფორმაციულ გადატვირთვას. ყველამ უნდა ავიღოთ პასუხისმგებლობა იმ ინფორმაციაზე, რომელსაც მოვიხმართ.

 **სადისკუსიო თემები: „დაარქვი სახელი, რომ მოთოკო“** 5 წუთი

ახალი ამბები და მედია ჩვენში სხვადასხვა ემოციას იწვევს, მაგალითად, გაოცებას, სიბრაზეს, დაბნეულობას ან სევდას. ერთი წუთით შეჩერება იმისთვის, რომ დაადგინოთ თქვენი ემოციური რეაქცია (და დისტანცირდეთ მისგან), დაგეხმარებათ, უკეთ გაიგოთ ამბავი, რომელსაც ისმენთ, უკეთ გაიაზროთ თქვენი შეხედულებები მოცემულ თემაზე და არ წამოეგოთ იმ ინფორმაციით გადმოგდებულ ანკესს, რომელიც, შესაძლოა, ტყუილი აღმოჩნდეს.

ამ პრინციპს ჩვენ ვეძახით „დაარქვი სახელი, რომ მოთოკო“ (რომელიც ინტერპერსონალური ნეირობიოლოგიის მკვლევარს, დოქტორ დენ სიგელს ეკუთვნის).¹² სიტყვების ძიება, რომ სახელი დაარქვათ თქვენს ემოციებს, აამოქმედებს ტვინის იმ ნაწილს, რომელიც უზრუნველყოფს მენტალურ კონტროლს და უნარს, მართოთ საკუთარი თავი („აღმასრულებელი ტვინი“). ეს შეგაძლებინებთ, აირჩიოთ, როგორი რეაგირება მოახდინოთ იმ საკითხზე, რომელმაც თქვენი რეაქცია გამოიწვია. პაუზის გაკეთება, თქვენი რეაქციის მოთოკვა და აღმასრულებელი ტვინის გააქტიურება დაგეხმარებათ, დაადგინოთ მართალია თუ არა ინფორმაცია ან, სულ ცოტა, შეგაჩერებთ ისეთი ინფორმაციის გაზიარებისგან, რომლის სისწორეში დარწმუნებული არა ხართ.

 **აქტივობა 2** 15 წუთი

ამ აქტივობაში მონაწილეები შეაფასებენ საკუთარ ემოციებს სხვადასხვა ტიპის ინფორმაციის მიმართ.

დაურიგეთ მონაწილეებს „ემოციების ბორბალი“ (იხილეთ თავი 1, ნაწილი A, გაკვეთილი 1, აქტივობა 2: „ემოციების ბორბალი“).

შეამოწმეთ, რომ ყველა მონაწილეს ჰქონდეს სუფთა ფურცელი. გადადით მე-11 სლაიდზე და აჩვენეთ სათაურების მაგალითები; აღნიშნეთ, რომ ეს სათაურები ნამდვილია.

მიეცით დრო მონაწილეებს, წაიკითხონ და გაიაზრონ თითოეული სათაური.

¹¹ <https://www.upmc.com/media/news/lin-primack-sm-depression>
¹² Dan Siegel: Name It to Tame It. ვიდეო ატვირთულია „დალაი ლამას მშვიდობისა და განათლების ცენტრის“ მიერ, <https://www.youtube.com/watch?v=ZcDLzppD4Jc>. ამ კურიკულუმში სიგელმა თქვა: „ეს ფრაზა - დაარქვი სახელი, რომ მოთოკო - გვიკარნახავს კვლევამ, რომელშიც შესწავლილი იყო, როგორ ეხმარება ტვინს უფრო დაბალანსებულად ფუნქციონირებაში იმ ემოციის სიტყვით განსაზღვრა, რომელიც ფოტოზე იყო გამოსახული. ასეთი დაფიქრება, სიტყვით განსაზღვრასთან ერთად, ნამდვილად შეიძლება იყოს ერთ-ერთ გზა ავტომატური, ინსტინქტური ქცევის შესაჩერებლად. ამ თვალსაზრისით ის მედიაინფორმაციის თქვენ პროექტში გამოსაყენებლად შესაფერისია“.

რა ემოციებს, შთაბეჭდილებებს ან შედეგებს იწვევს?	ცნობისმოყვარეობა, ინტერესი, სწავლა	შიში, ბრაზი, შეშფოთება	სურვილი, სიხარული, შეშფოთება	ალტრუიზმი, შიში, შეშფოთება	პოზიტიური გრძნობები კომპანიის მიმართ	სიამაყე, რაღაცის ნაწილად ყოფნის განცდა, ბრაზი, ქმედების სურვილი, სიძულვილი, შიში, ძლიერი შიში
როგორ მოქმედებს (რა მექანიზმებით)?	აღწერა, ჩვენება, შედარება	არგუმენტი, აღწერა, შედარება, ემოციების გაღვივება	სურვილების გაღვივება; მიმზიდველი ან მომნუსხველი გამოსახულება ან მუსიკა	მონობა ბნეობრიობაზე, თანაგრძნობის, პასუხისმგებლობის გრძნობის, თვითსრულყოფის სურვილის გაღვივება; შეიძლება გამოიყენოს კომერციული რეკლამის მეთოდები	პოზიტიური ემოციების, ასოციაციების გაღვივება	შეურაცხყოფა, ინსინუაცია, გაზვიადება, ყურადღების გაფანტვა, ავტორიტეტული პირების შეხედულებები, ფაქტებით ჟონგლიორობა, სიმბოლოებით და სტერეოტიპებით მანიპულირება, მუდმივი გამეორება
როგორი დამოკიდებულება აქვს სუბიექტის მიმართ?	ნეიტრალური	პოზიტიური ან ნეგატიური	პოზიტიური	პოზიტიური (როგორც პრობლემის პრევენციის, გადაჭრის ქმედება) და/ან ნეგატიური (პრობლემის შესახებ)	პოზიტიური	პოზიტიური ან ნეგატიური

5 წუთის შემდეგ, სთხოვეთ „ინფორმაციის“ ჯგუფს, ფლიპჩარტზე ნამუშევრები წარმოადგინოს. შემდეგ „დარწმუნების“ ჯგუფს სთხოვეთ, თავისი ნაწილი წარმოადგინოს. სხვა მონაწილეებს სთხოვეთ, გამოთქვან შენიშვნები - მათ შეიძლება ჩამონათვალს სხვა ელემენტები დაამატონ.

ფლიპჩარტის შევსების შემდეგ ტრენერმა შევსებული ცხრილი უნდა ნახოს და ის ფლიპჩარტზე მონაწილეთა პასუხებს შეადაროს. შეძლეს მონაწილეებმა ინფორმაციის და დარწმუნების მახასიათებლების სწორად იდენტიფიცირება? თუ პასუხები ერთმანეთს ემთხვევა, მონაწილეები შეაქეთ. თუ პასუხების მხოლოდ ნაწილი არ ემთხვევა, განიხილეთ და იმსჯელეთ, რატომ არის შეუსაბამობები.

- ▶ ორივე ჯგუფს გრიპის ვაქცინის შესახებ (იხილეთ ქვემოთ) ერთი და იგივე ფაქტების ჩამონათვალი მიეცით.
- ▶ ორივე ჯგუფს ექნება 10 წუთი, რომ წაიკითხოს ფაქტები და გადაწყვიტოს, როგორ გამოიყენოს ფაქტები საკუთარი როლის შესრულებისას. თითოეული ჯგუფი ერთ გამომსვლელს შეარჩევს. ჯგუფი გამომსვლელს 2-წუთიანი პრეზენტაციის მომზადებაში ეხმარება. პრეზენტაციის ფორმა თავისუფალია: კითხვით, ზეპირად, მოკლე ჩანაწერებით და იმპროვიზაციით.

მიეცით ჯგუფს კითხვები პრეზენტაციაში გასათვალისწინებლად: ყველა ფაქტს გამოიყენებთ? იტყვიტ დამატებით რამეს? როგორ ენას გამოიყენებთ?

ურჩიეთ გამომსვლელებს, რეპეტიცია ჯგუფის სხვა წევრების წინაშე გაიარონ; ჯგუფმა გამომსვლელებს თავისი შენიშვნები უნდა უთხრას.

თუ გამომსვლელებს დაწყება გაუჭირდათ, გამოიყენეთ წინა გაკვეთილის კითხვები/პასუხები, მაგალითად, „როგორია თქვენი დამოკიდებულება ამ საკითხის მიმართ? რა ემოციების გამოწვევას ცდილობთ?“

10 წუთის ამონურვის შემდეგ, თითოეულ ჯგუფს პრეზენტაციისთვის 2 წუთი ექნება.

შემდეგ ჯგუფები ისევ გააერთიანეთ და დისკუსია დაიწყეთ.

 **დასამუშავებელი კითხვები:**

რა ელემენტებმა აქცია ერთი პრეზენტაცია ინფორმირებად და მეორე პრეზენტაცია დარწმუნებად? არის ისეთი რამ, რასაც სხვაგვარად გააკეთებდით, მეორე გუნდში რომ ყოფილიყავით?

 **სადისკუსიო თემები**

ინფორმაციის პრეზენტაცია ფაქტებით უნდა შემოფარგლულიყო და არ შემოეთავაზებინა მოსაზრება. დარწმუნების პრეზენტაციაში შეიძლება ფაქტების ჩამონათვალიდან (საუკეთესო არგუმენტები ფაქტებით უნდა იყოს გამყარებული) ფაქტების გამოყენება, მაგრამ მისი მთავარი ელემენტი მოსაზრების შემოთავაზება უნდა ყოფილიყო.

ტრენინგი შეიძლება 2 რაუნდს მოიცავდეს: პირველი რაუნდი რეპორტაჟის და კომენტარის (მოსაზრების) შედარებას დაეთმოს, ხოლო მეორე რაუნდი - რეპორტაჟის და სოციალური რეკლამის ან პროპაგანდის შედარებას.

 **დასარიგებელი მასალა:**

გთხოვთ, იხილეთ თავი 1, ნაწილი A, გაკვეთილი 3, აქტივობა 1.

ფაქტების ჩამონათვალი: გრიპის ვაქცინა

- ▶ გრიპის გამო ყოველწლიურად ასიათასობით ადამიანი საავადმყოფოში ხვდება, ხოლო ათასობით - იღუპება.
- ▶ გრიპის საწინააღმდეგო ყოველწლიური ვაქცინა გრიპისგან თავდაცვის და სხვებისთვის გადადების რისკის



შემცირების საუკეთესო გზაა.

- ▶ გრიპის სეზონი ოქტომბრის დასაწყისიდან მაისის ბოლომდე გრძელდება.
- ▶ დაავადებათა კონტროლის ცენტრების რეკომენდაციით, 6 თვეზე უფროსი ასაკის ყველა ადამიანი გრიპის საწინააღმდეგო ვაქცინაცია გრიპის ყოველ სეზონზე უნდა ჩაიტაროს.
- ▶ ვაქცინაცია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმ ადამიანებისთვის, ვინც გრიპის გართულებების რისკ-ჯგუფში შედის. ასეთებს შორის მცირეწლოვანი ბავშვები, ორსული ქალები, 65 წელს გადაცილებული ხანდაზმულები და ზოგიერთი ქრონიკული დაავადების მქონე პირები არიან.
- ▶ თუ თქვენ არცერთ ზემოაღნიშნულ მოწყვლად კატეგორიაში არ ხვდებით, გრიპის საწინააღმდეგო აცრა დაგეხმარებათ, თქვენს ირგვლივ მყოფი ის ადამიანები დაიცვათ, რომლებიც ამ კატეგორიებში შედიან.
- ▶ ადამიანთა გარკვეულ კატეგორიას გრიპის საწინააღმდეგო აცრის ჩატარებაზე უკუჩვენება აქვს, მაგრამ ასეთი გამონაკლისები იშვიათია. ამ კატეგორიაში შედიან ადამიანები, ვისაც გრიპის ვაქცინის ან მისი შემადგენელი კომპონენტების, მათ შორის ჟელატინის და ანტიბიოტიკის მიმართ სიცოცხლისთვის სახიფათო ალერგიული რეაქცია აქვს.
- ▶ აცრის ჩატარების შემდეგ დაახლოებით 2 კვირაა საჭირო, რომ ორგანიზმმა გრიპისგან დამცავი ანტისხეულები გამოიმუშაოს.
- ▶ გრიპი, შესაძლოა, ვაქცინაციის შემდეგაც დაგეხმაროთ. თუმცა გრიპის ვაქცინა ამის რისკს ამცირებს. მრავალი წლის განმავლობაში ამ ვაქცინამ გრიპის რისკი 40%-60%-ით შეამცირა. 2018-2019 წლების გრიპის სეზონზე, ამ ვაქცინამ გრიპის რისკი 45-47%-ით შეამცირა¹³.

 **აქტივობა 2** 10 წუთი

 ნახეთ 2 მოკლე ვიდეო: ერთი ინფორმირების, მეორე დარწმუნების. იხილეთ, „IREX L2D თავი 1 მაგალითები“.

 **დასამუშავებელი კითხვები**

საიდან ხვდებით, ეს მასალა ინფორმაციულია თუ დამარწმუნებელი? რა ინსტრუმენტები ან მეთოდებია გამოყენებული, რომლებიც თქვენც გამოგიყენებიათ? ხომ არ არის ნაშლილი ზღვარი ინფორმაციასა და დარწმუნებას შორის? რას აკეთებთ ინფორმაციის და დარწმუნების შედარებისას? ახლა, როცა უკვე იცით განსხვავება, გიბიძგებთ ეს ცოდნა, სხვაგვარად დაფიქრდეთ იმ ინფორმაციაზე, რომელსაც მოიხმართ?

 **სადისკუსიო თემები**

სავარაუდო პასუხები: დამარწმუნებელი მასალის მიზანია, რალაცაში დაარწმუნოს ადამიანები, ხოლო ინფორმაციული მასალის მიზანი მხოლოდ ინფორმირებაა. დამარწმუნებელ მასალებში ხშირად ცდილობენ სუბიექტი დადებითად

13 <https://www.cdc.gov/mmwr/volumes/68/wr/mm6806a2.htm?fbclid=IwAR3r3c4r9n031tDjAOVmjrxEQ3ZnPdZmsWTvFLS6Zx8M0CkNJDdXyTQ-Wd0>

თქვენი 2

გითხრან, რამდენად სარწმუნოა ეს სათაურები. მაგალითების ბმულებისთვის, *გთხოვთ, იხილეთ თავი 2, ნაწილი B, „მე-2 თავის მაგალითები“, „თავი 2, ნაწილი B, გაკვეთილი 2: სათაურების გააზრება“, „აქტივობა 1“.*

სთხოვეთ მონაწილეებს, აღნიშნონ ნებისმიერი ტენდენცია, რასაც სათაურებში ხედავენ; ასევე, განსხვავდება თუ არა მეთოდები მედია პლატფორმებს შორის.

მაგალითებიდან რამდენიმე ტენდენცია გამოყავით. ამ ტენდენციებს შორისაა:

- 1. ქლიქბეითი (სატყუარა):** ლექსიკა, რომელიც გიბიძგებთ, წაიკითხოთ ან გააზიაროთ ისეთი რამ ინტერნეტში, რაც, ხშირად, ბევრ კითხვას გიჩენთ.
- 2. ცრუ კავშირი, 1:** ბეჭდურ და ონლაინ სტატიებს, შესაძლოა, ჰქონდეთ ისეთი სათაურები, რომლებიც სტატიის შინაარსს საერთოდ არ შეესაბამება.
- 3. ცრუ კავშირი, 2:** სატელევიზიო სათაურები, შესაძლოა, შეცდომაში შემყვანი იყოს ან კომპლექსური საკითხის მხოლოდ ერთ ასპექტს გამოყოფდეს.
- 4. ფაბრიკაცია:** სათაურიც და სტატიაც გამოგონილი და ყალბია.

იმსჯელეთ: თქვენი აზრით, რატომ იპყრობს ეს სათაურები თქვენს ყურადღებას? როგორ უნდა მოვიქცეთ, რომ ამ ტიპის ანკესზე არ წამოვეგოთ?

 **სადისკუსიო თემები** 5 min.

შემოთავაზებული ვარიანტი:

„დაარქვი სახელი, რომ მოთოკო“.

- 1. შეჩერდი:** მიაბრუნე თავი ეკრანიდან ან ფურცლიდან.
- 2. ჰკითხე საკუთარ თავს:** რას ვგრძნობ ახლა?
- 3. თქვი:** ამ გრძნობის სახელი.

„დაფიქრდი, სანამ გააზიარებ“:

- 1. „დაარქვი სახელი, რომ მოთოკო!“**
- 2. აიღე პასუხისმგებლობა.** იცოდე, რომ შენ ხარ ინფორმაციის მაკონტროლებელი. არ გაავრცელო არასწორი ინფორმაცია!
- 3. აღიარე** ის, რომ რაღაცა არ იცი.
- 4. თუ დრო გაქვს, გადაამოწმე!** - გააკეთე ყველაფერი, რაც შეგიძლია, რომ ინფორმაცია დააზუსტო.
- 5. თუ ისევ არ ხარ დარწმუნებული ინფორმაციის სიმართლეში, აჩ გააზიარე ის.**



თქვენი 3

მზლი ძლია წიგნიუნი. გალაამონძე ინფორმაცია!



და დაფიქრდი, სანამ გააზიარებ!

ისწავლე,
რათა
ამოიხსნო



თუ თქვენ გსურთ მოითხოვოთ წვდომა მედიაწიგნიერების
სახელმძღვანელოს სრულ ვერსიაზე, გთხოვთ შეავსოთ
განაცხადის ფორმა შემდეგი ბმულიდან:

https://irexorg.formstack.com/forms/l2dgeorgia_curriculum_request

If you would like to request the full-length curriculum, please complete
the request form at the following link:

https://irexorg.formstack.com/forms/l2dgeorgia_curriculum_request