

ХЕСЕД- Фондация „Здраве и социално развитие“

Модел за активиране на лидери на мнение (MOLA)

Наръчник за провеждане на обучение



[Savka Savova]
11-3-2021

ACTIon

*Promoting active citizenship
through civic education and
active online participation
of youth role models*

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. AGREEMENT NUMBER: 621400-EPP-1-2020-1-DE-EPPKA3-IPI-SOC-IN
PROJECT TITLE: ACTIon – promoting active citizenship through civic education and active online participation of youth role models

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



СЪДЪРЖАНИЕ

Добре дошли!	3
POL – какво представлява оригиналният модел на интервенцията?	4
1.1 Теоретична рамка и доказателства за модела	4
1.2 Основни елементи на модела	5
1.5 Нашият опит с POL	5
2. От Лидер на популярно мнение (POL) към Модел за активиране на лидери на мнение (MOLA) - защо това е необходимо	7
2.1 Тематично разширение	7
2.2 Съдържание на обучителните сесии	8
2.3 Комуникационни канали	8
2.4 Фокусиране върху конкретна целева група	9
2.5 Времева рамка	9
2.6 Индивидуална среща за планиране на дейностите	10
2.7 Оценка на интервенцията	10
2.8 Модел на активиране на лидери на мнение. Как изглежда MOLA?	10
3. Адаптиране на модела за подобряване на цифровото гражданство на младите хора в неравностойно положение, с акцент върху здравето	12
3.1 Анализ на литературата	12
3.2 Общност на интервенция	13
3.3 Определяне на целевата група	14
3.4 Оценка на нуждите на целевата група	15
4. Учебна програма: обща информация	16
Структура на програмата за обучение	16
Сесия 1. Уловени в мрежата: безопасно сърфиране	18
Кратко описание	18
Учебни цели	18
Дейности	19
Сесия 2. Вярно или невярно	25
Кратко описание	25
Учебни цели	25



Дейности.....	26
Сесия 3. МИСЛИ, ти си лидер на мнение!.....	32
Кратко описание	32
Учебни цели	32
Дейности.....	33
Сесия 4. Дигитално разказване на истории	40
Кратко описание	40
Обучителни цели.....	40
Дейности.....	41
Сесия 5. Пряк път към правата и услугите за електронно здраве	47
Кратко описание	47
Обучителни цели.....	47
Дейности.....	48
Приложение 1. POL описание и основни принципи	55
Приложение 2. Какво ни казаха младите хора?	60
Достъп до интернет	60
Дейности онлайн.....	60
Търсене на информация	61
Емоционално благосъстояние: Повечето от участниците споделят, че се чувстват уверени онлайн.	62
Заклучения.....	63



Добре дошли!

ACTION е образователен проект по програма "Еразъм+", който има за цел да подобри дигиталните умения на младите хора в различни социални контексти и среди на обучение, като насърчава да станат активни граждани онлайн. Тази програма за обучение – "Модел за активиране на лидери на мнение" (МОЛА) – е разработена от българския партньор по проекта, фондация „Здраве и социално развитие“ (ХЕСЕД).¹

МОЛА се интервенция в общността, която се основава на модела "Лидери на популярно мнение" (Popular opinion leader- POL), която е разработена и използвана за борба с разпространението на ХИВ във високорискови общности. При този метод се идентифицират и обучат така наречените "Лидери на мнение" – популярни и харесвани членове на целева общност, които да влияят върху поведението и нагласите на други членове на тяхната група, като по този начин променят социалните норми в рамките на своята общност като цяло. МОЛА – интервенционната програма, разработена от ХЕСЕД за ACTION – представлява адаптация на този метод: тук лидерите на мнение са идентифицирани и обучени да влияят върху свързаното със здравето поведение и нагласите на своите приятели и връстници онлайн. Чрез прилагането на този модел организациите и младежките работници могат да ...

1. овластят популярните лидери на мнение да станат критично ангажирани потребители на онлайн информация и да участват в цифровите медии по мъдър, безопасен и етичен начин,
2. и след това, чрез социалните мрежи да влияят на нагласите и поведението, свързани с конкретна здравна тема в рамките на целевата общност като цяло.

Предвидено е MOLA да се изпълнява за период от 5 месеца. Както времевата рамка, така и специфичното съдържание на програмата обаче могат да бъдат адаптирани гъвкаво към набор от различни контексти.

Наръчникът има за цел да запознае заинтересованите организации, практикуващите и младежките работници с теоретичната рамка на Модела, процеса на избор и оценка на лидерите на мнение, оценка на нуждите на конкретна целева група, както и съдържанието и структурата на петте обучителни сесии, предвидени в обучителната програма.

Неразделна част от наръчника са презентацията на PowerPoint и наръчника MOLA за участниците в обучението.

Надяваме се, че този наръчник ще бъде полезен за вашата работа!

Екипът на ХЕСЕД

¹ По-нататъшна програма, с малко по-различен подход към обучението на дигиталните компетентности на младите хора, бе разработена от Nexus, втори партньор в проекта ACTION. Разработената от Nexus (Германия) програма може да бъде достъпна тук: [посочете връзка].



POL – какво представлява оригиналният модел на интервенцията?



Фигура 1 Лидер на мнение (POL)

POL е модел, който идентифицира и обучава естествено популярни и харесвани хора в една общност, за да функционират като обучители и модели за подражание в социалните си мрежи за постигане на ефективна и устойчива (здравна) промяна на поведението. ПОЛ се основава на теорията на социалната дифузия – представата, че могат да се установят нови поведенчески тенденции, когато достатъчно популярни хора, чиито мнения се ценят от другите, активно се ангажират с утвърждаване на нови стандарти. Лидерите на мнение са хора, чиито мнения и вярвания определят възгледите на останалите

членове на тяхната общност; те са около 10-15% от всяко население.

Нови послания идват при членовете на общността от хора, които те лично познават и харесват - от собствените им приятели, които стават модели за подражание и променят производителите.

1.1 Теоретична рамка и доказателства за модела

Методологията **POL** е разработена от Центъра за изследвания за интервенциите на СПИН (CAIR), Медицински колеж на Уисконсин в Милуоки, Уисконсин, САЩ. Първоначално POL е разработена като базирана в общността интервенция за превенция на ХИВ. POL се основава на напреднала и научно доказана форма на обучение на връстници (peer education) сред младите MSM (мъже, които правят секс с мъже).

POL е прилагана в различни контексти и общности и е доказала своята ефективност. Екипът на CAIR съобщава, че тази нискобюджетна интервенция доказано води до намаляване на поведенческия риск сред гей мъже, жени, юноши, и други популации².

Първата оценка на ПОЛ интервенцията е направена в САЩ с мъже, посетители гей барове през 1989 г. CAIR съобщава за 30% намаляване на процента на мъжете, които са имали рисков сексуално поведение и 35% увеличение на употребата на презервативи. Същият модел е открит в общо седем американски града, където се е състояло изследването.

² CAIR, POL available online: <http://www.mcw.edu/cair/reИзточникс/PopularOpinionLeader.htm>, last visited: 13.12.2021

Програмата POL е допълнително адаптирана за използване с жени, живеещи в социални апартаменти в бедни квартали в 18 града в САЩ. Преди и една година след провеждането на намесата на ПОЛ всички жени, са анкетирани за сексуалното им поведение. Резултатите показват, че е по-малко вероятно да имат рисков сексуално поведение, а употребата на презервативи се е увеличила с 50%. Интервенцията доведе до подобряване на познанията за ХИВ, по-голям възприеман риск за СПИН.

1.2 Основни елементи на модела

Основни елементи са онези компоненти на интервенцията, които трябва да се прилагат без промяна, за да се гарантира ефективността на дадена програма.

Основните елементи на **POL** включват:

1. Идентифициране и осигуряване на подкрепата на популярни и харесвани лидери на мнение, които да поемат ролята на застъпници за намаляване на риска
2. Обучение на лидери на мнение за разпространение на съобщения за утвърждаване на намаляването на риска в рамките на собствените им социални мрежи
3. Подкрепа и подсилване на последователни вълни от лидери на мнение, които да помогнат за преобразяването на социалните норми в тяхната общност.

С цел яснота подробно описание на модела POL: основните принципи са представени в приложение 1. За да опознаете модела по-близо прочетете пълното приложение.

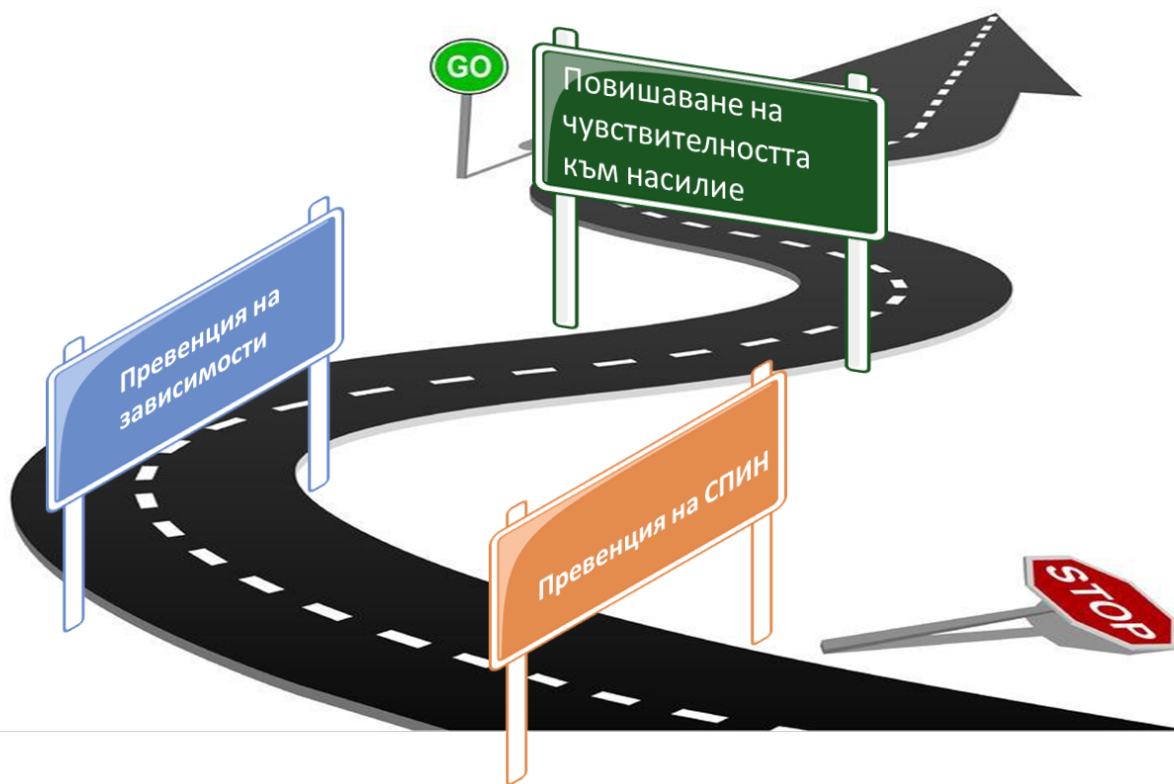
1.5 Нашият опит с POL

Откакто POL е трансферирана на ХЕСЕД през 2004 г. в рамката на Глобалната мрежа за интервенции по СПИН (GAIN), българският партньор е използвал POL в две различни общности – млади MSM и роми. ПОЛ доказва своята ефективност в превенцията на СПИН в български контекст в гей общността, както и в ромската общност³⁴.

³Amirhanian YA, Kelly JA, Kabakchieva E., изобщо (2003): Оценка на Програма за намеса в превенцията на ХИВ в социалната мрежа за млади мъже, които правят секс с мъже в Русия и България. СПИН ОБРАЗОВАТ PREV 2003; 15: 205-221.

⁴ Kabakchieva E., Amirhanian Y., Kelly J., at all (2002): High Levels of Sexual HIV/STD Risk Behaviour Among Roma Men in Bulgaria: Patterns and Predictors of Risk in a representative Community Sample, International Journal of SDT&AIDS, 13, p. 184-191





фигура 2 *Опит на ХЕСЕД с POL*

В рамките на финансиран от ЕС проект "WEDworks: жени, етнически малцинства, и наркотици" (JUST/2011/DPIP/AG 3561) POL беше адаптиран към нова тема, която е послание за превенция на наркотици сред ромските младежи. Резултатите бяха много окуражаващи. В рамките на финансирания от ЕС проект "Youth MIND Education: yMIND" ХЕСЕД адаптира POL за целите на кампаниите за повишаване на осведомеността по отношение на домашното насилие/насилието, основано на полов признак, сред най-уязвимите групи в ромската общност – бременни жени и млади майки на малки деца.

2. От Лидер на популярно мнение (POL) към Модел за активизиране на лидери на мнение (MOLA) - защо това е необходимо

Появата на нови технологии и социални медии в ромските общности и други групи в неравностойно положение овластяват младите хора да станат социално активни извън традиционните комуникационни канали на тяхната общност. Тази положителна промяна идва заедно с повишената уязвимост към дезинформация и онлайн пропаганда. В този контекст най-голямото предимство на общността – способността ѝ да се подкрепя един друг, да поддържа близки връзки, да създава много силни взаимни контакти - в някои ситуации се оказва най-голямата ѝ слабост. Това са ситуации на голяма обществена криза като пандемията covid 19, когато най-голямото предизвикателство е да се обясни и да се мотивират хората от общностите да поемат лична отговорност, да пазят собствения си живот и здраве в безопасност, както и да пазят живота и здравето на другите хора в общността. Тази лична отговорност, заедно с принципа на равенство, са ядрото на демократичната система. Най-силните му прояви са критично мислене и способността да се прави информиран избор.

Разработването на нови технологии носи нови възможности за развитие на общността. Да бъдеш онлайн е начин на живот за младите хора: те общуват с връстниците си онлайн, те формират мненията си чрез социалните медии, дори ако това не е първоначалното им намерение. Онлайн активизирането на лидери на мнение по важни въпроси на общността, е силен инструмент за влияние върху нагласите в рамките на общностите, особено изолираните.

MOLA е модел за онлайн активизиране на лидери на мнение. Тя се основава на основния принцип на теорията за социалната дифузия, но има нови специфични характеристики.

2.1 Тематично разширение

POL като модел предоставя готови отговори на младите хора – защо е важно редовно да се тестват за ХИВ, защо е важно да се използват презервативи или да не се използват наркотици. POL е като пощенска кутия, където младите хора получават съобщението и трябва да го предават чрез комуникационните си канали към общността, към която принадлежат.

MOLA добавя друга перспектива. Основният резултат от модела е да промени навиците на младите хора – да ги насърчи да търсят информация онлайн, по теми, които са важни за тях, но и да им се предоставят полезни инструменти и алгоритми за разпознаване на съдържание, което е ненадеждно, подвеждащо или дори опасно. MOLA има за цел да активира младите онлайн потребители, за да станат критично ангажирани потребители, но и да ги активира, за да участват в цифрови медии по мъдър, безопасен и етичен начин.

Целта на модела е да се овластят младите лидери на мнение да станат критично ангажирани потребители на онлайн медийна информация - да се създаде отношението за използване на интернет не само за развлечения, но и да се увеличи достъпа им до теми, информация и



услуги, да могат да търсят информация онлайн, да познават и използват практики за разпознаване и борба с онлайн дезинформацията – послания в социалните медии, фалшиви новини, пропаганда - да оценят критично информацията по различни въпроси и да разберат последиците от разпространението на невярна информация. Да разберат личната отговорност на потребителите онлайн и последиците от дезинформацията и фалшивите новини, да уважават онлайн етиката и да общуват онлайн със съпричастност. Като модел, изграден върху принципите на теорията за социалната дифузия, MOLA разчита и на естествените мрежи, за да разпространява информация онлайн. Това изисква от лидерите на мнение да подобрят уменията си за създаване на онлайн съдържание, както и да бъдат по-активни в създаването на собствено, социално ангажирано съдържание онлайн.

2.2 Съдържание на обучителните сесии

MOLA е адаптиран да се използва в неформална образователна среда. Моделът засилва дигиталното гражданство на младите хора от групи в неравностойно положение чрез подобряване на тяхната дигитална грамотност и критично мислене, насърчаване на активното им участие и подобряване на достъпа им до информация, услуги и права.

Съдържанието на обучителните сесии може лесно да се адаптира към нуждите на общността на интервенция. Предложеното съдържание на сесиите е примерно и позволява на практиците свободата да го адаптират в зависимост от обучителните цели и нуждите на обучаемите. Сесиите се състоят от теоретична част, която има за цел да повиши познанията на участниците, и практическа част, целяща развитие на уменията за активно участие с помощта на дигитални технологии. За да се адаптира съдържанието на обучението към нова тема, свързана с гражданското образование и цифровото гражданство, е необходимо да се избере подходящо съдържание за практическите дейности и демонстрации в сесиите в зависимост от избраната тема.

2.3 Комуникационни канали

POL доказва потенциала си за неформално образование и променяна на поведенчески тенденции в рамките на затворени общности. Най-голямото предимство на модела е, че предоставя алгоритми за навлизане в труднодостъпни общности и дава възможност на членовете на тези общности да използват собствения си потенциал – естествени комуникационни канали - за постигане на желания резултат. Основният инструмент, използван от лидерите на популярно мнение, е лични разговори с приятелите си.

MOLA е предназначен да използва силата на онлайн комуникацията. Младите лидери ще бъдат подкрепени да започнат да споделят информация онлайн по въпроси, които са важни за общността, но и да създават самостоятелно съдържание, за да повлияят на мнението на техните онлайн последователи и приятели. Този подход има големи предимства, но и сериозни недостатъци.



Най-голямото предимство е, че обхватът на посланието ще бъде разширен и ще достигне до много повече хора, отколкото в комуникацията лице в лице. Офлайн комуникацията изисква повече време и усилия от лидерите на мнение, защото те трябва да говорят с всеки един от приятелите си поотделно. Този аналогов начин на комуникация позволява на лидера на мнението да повлияе на 5 до 10 приятели, по време на интервенцията. Онлайн комуникационните канали и комуникационните мрежи дават възможност за разпространение на съобщението и за достигане до 50, 100, 400 и още повече хора (в зависимост от броя на приятелите в социалната мрежа) едновременно. Това разширява значително обхвата на комуникацията, в сравнение с традиционния подход, но носи и риска хората, които не са прицелна група на обхвата на интервенцията, също да бъдат включени.

За сметка на обхвата дълбочината на интервенцията е ограничена, като се има предвид липсата на пряка комуникация получателю на съобщението. Както споменахме преди – POL работи с нагласите в общностите, защото лидерите на мнение активно убеждават връстниците си да променят специфичното поведение. Онлайн комуникацията не притежава тази мощна енергия; тя работи върху нивото на повишаване на осведомеността и предоставяне на информация. MOLA компенсира този дефицит, като активира лидера на мнение, за да сподели едно съобщение на седмица, свързано с темата за интервенцията, което ще позволи на техните приятели и последователи да бъдат редовно актуализирани с нова информация и размисли по въпроса.

2.4 Фокусиране върху конкретна целева група

Младите хора са на възраст да формират ценности, нагласи и умения. Те са отворени за нови преживявания и предизвикателства и по този начин са подходяща целева група за неформална образователна интервенция. MOLA се стреми да привлече млади хора с лидерски потенциал в рамките на общност в неравностойно социално положение, да насърчи техните цифрови компетенции чрез интерактивно офлайн обучение и да ги активира като онлайн лидери (модели за подражание).

Независимо от това всеки образователен център/практикуващ екип може да определи целевата група за тяхната интервенция – в зависимост от конкретната цел, която искат да постигнат – и да адаптира модела към конкретните си нужди.

2.5 Времева рамка

Обучението е съставено от 5 независими обучителни сесии, всяка с 120 мин продължителност, предоставени в неформална образователна обстановка в 5 последователни седмици. Основното обучение е последвано от три последващи срещи в месеците след обучението. По време на последвалите срещи лидерите на мнение ще изготвят съдържание по здравни въпроси – образователни или информационни видеоклипове.



Прилагането на MOLA изисква общо 5 месеца. Ако по някакви причини практиците/младежките работници намерят времевата рамка за много обширна, възможно е планът за изпълнение на интервенцията да бъде ограничен до два месеца. Моделът позволява гъвкаво планиране на интервенцията – например два дни обучение за подобряване на цифровата компетентност на лидерите на мнение и 5 последващи седмици онлайн дейности.

2.6 Индивидуална среща за планиране на дейностите

За да се активират лидерите на мнение и да се запази мотивацията им висока, MOLA има елемент на планиране: една или повече индивидуални срещи за планиране на отделните онлайн дейности на всеки един от лидерите на мнение.

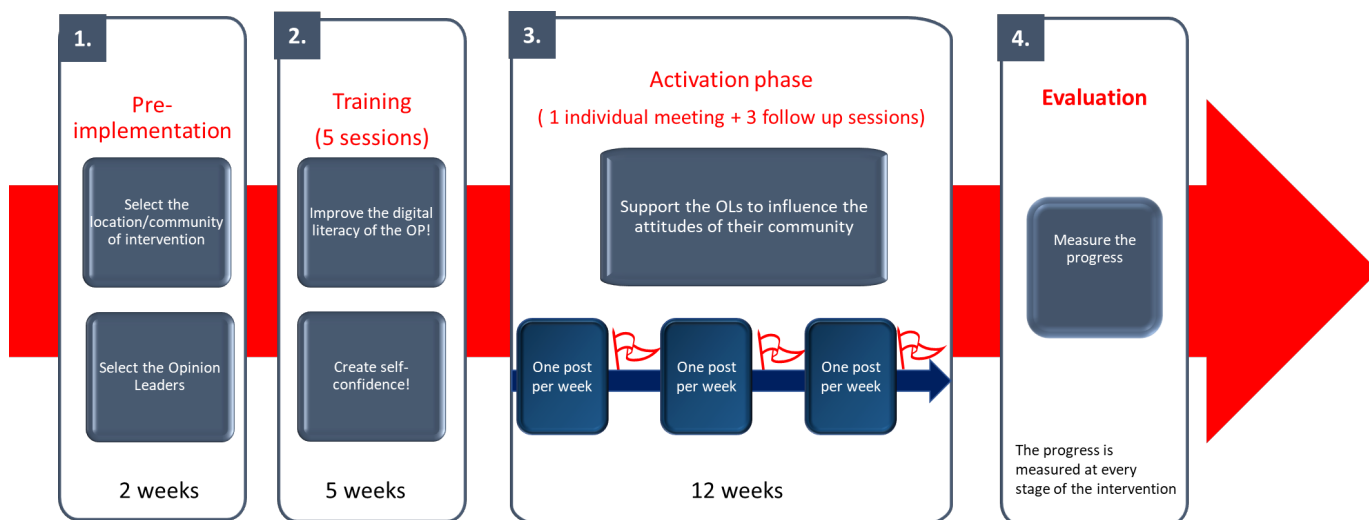
По време на индивидуалната среща, фасилитаторът следва да помогне на лидера на мнение да планира дейностите седмица по седмица, да дефинира посланието на всяко едно от планираните цифрови съдържания и да планира какъв вид цифрово съдържание – видео, снимка, онлайн информация или статия – ще бъде споделено.

2.7 Оценка на интервенцията

За целите на планирането и оценката се изработва специален инструмент. Очаква се всеки лидер на мнение да сподели 12 публикации по време на фазата на онлайн активиране. Вземат се предвид броя харесвания и коментари за всяка публикация. Очаква се всеки от лидерите на мнение да говори и с някои от приятелите си и да им представи основните послания от всяка една от обучителните сесии. Инструментът е достъпен в Наръчника за участниците в обучението, **Работен лист 7. Планиране на онлайн дейностите**).

2.8 Модел на активиране на лидери на мнение. Как изглежда MOLA?

Моделът за активиране на лидерите на мнение, подобно на предшественика си, има четири фази на изпълнение.



Фиг. 3 MOLA. Фази на интервенцията

Първата фаза има две основни задачи: Първата е да се идентифицира общността на интервенцията. Това включва и определяне на целевата група според техния социален профил, онлайн активност и специфични нужди.

След определянето на целевата група, потенциалните лидери на мнение следва да бъдат идентифицирани и мотивирани да участват в обучението. Тази фаза започва преди фазата на изпълнение и може да отнеме няколко седмици.

Втората фаза на интервенцията – обучение -също трябва да изпълни две задачи. Обучението има за цел да подобри дигиталната грамотност на лидерите на мнение. Тя е предназначена да подобри уменията за търсене и оценка на информация, критично мислене, развиване на дигитална идентичност, както и умения за съпричастност и разказване на истории. Втората задача на тази фаза е да овласти лидерите на мнение и да създаде самоувереността, че те могат да направят положителна промяна и да повлияят на нагласите в техните общности по положителен начин. В резултат на обучението лидерите на мнение следва да станат **"критично ангажирани потребители, но и активни независими потребители, които участват в цифрови медии по мъдър, безопасен и етичен начин"**.

Фазата на активиране е най-времеемката част от интервенцията. За разлика от POL, където обучението беше най-интензивната фаза на интервенцията, последвана от три последващи поддържащи сесии, основната интервенционна фаза на MOLA идва след обучението. Фазата на активиране започва с индивидуални срещи с всеки един от лидерите на мнение, за да планират онлайн дейностите си. Очаква се всеки един от лидерите на мнение да създаде по едно цифрово съдържание седмично през следващите три месеца. Всички съобщения трябва да бъдат обединени около една и съща тема. С други думи – по време на фазата на активиране очакваме всеки един от участниците да извършва отделни онлайн кампании по темата на интервенцията.

За да се гарантира активното участие на лидерите на мнение, се препоръчва да им се предоставят допълнителна подкрепа – като индивидуални консултации, специален чат за членовете на групата и др. Всеки месец се провежда и една групова среща – за обсъждане на опита, за преглед на дейностите, преглед на реакциите на аудиторията на произведеното от групата цифрово съдържание. Трите последващи срещи са силно свързани с последната фаза на оценка на интервенцията.

3. Адаптиране на модела за подобряване на цифровото гражданство на младите хора в неравностойно положение, с акцент върху здравето

3.1 Анализ на литературата

Първата стъпка от процеса на адаптиране беше да се направи преглед на литературата, който имаше за цел да установи теоретичната рамка за ключовите понятия и дефиниции, които формират основата на работата, извършена в ACTion. Предварителните изследвания набелязват четири ключови термина, а именно **цифрово гражданство, гражданско образование, медийна грамотност и здравна грамотност**.

Вторият компонент беше да се определят учебните цели, а по този начин и областите на цифрово гражданство и основните компетентности, които ще бъдат адресирани чрез образователните интервенции на.

Основните констатации от литературата са представени в отделен документ.

Основните заключения по отношение на адаптирането на модела "Лидер на популярно мнение" (POL) за онлайн активиране на лидери на мненията са:

1. Социалните медии играят решаваща роля за формиране на политическото мнение на онлайн потребителите: Facebook и Twitter се използват за активизъм и организиране на политически движения по целия свят, предаване на идеологически послания и получаване на поддръжници за различни каузи – включително радикализъм⁵. Искаме да използваме тази сила по положителен начин.
2. Социалните медийни платформи се използват широко и за разпространение на информация и съвети по здравни въпроси и уелнес, като хранене, физическа активност, въпроси, свързани с ваксинирането и др. Все по-важно е младите хора да могат да използват (онлайн) медии критично и да бъдат подготвени, както и да подхождат към медийната информация като ангажирани *цифрови граждани*, които използват критично информация по различни въпроси, но също така са в състояние да допринесат за своите общности по положителен начин.

⁵ MediaSmarts (н.д.): Основи на цифровата грамотност. Онлайн верфюгбар unter <https://mediasmarts.ca/digital-media-literacy/general-information/digital-media-literacy-fundamentals/digital-literacy-fundamentals>, zuletzt geprüft am 14.06.2021.

3. За целта те се нуждаят от пълния набор от умения, свързани с медийната и цифровата грамотност: тези умения ще им дадат възможност да познават и упражняват правата, които притежават като потребители на услуги (образователни, здравни, социални), като членове на онлайн общности, като граждани и като човешки същества.
4. Въпреки, че цифровата и медийната грамотност и двете черпят от едно и също ядро умение за критично мислене, фактът, че повечето цифрови медии са *в мрежа и интерактивни*, повдига допълнителни въпроси и изисква допълнителни навици и умения:
 - Медийната грамотност като цяло се фокусира върху формирането на умения у младите хора да бъдат критично ангажирани *потребители* на медии.
 - Цифровата грамотност е отнася по-скоро до умението на младите хора **да участват** чрез дигиталните медии по мъдър, безопасен и етичен начин⁶.

Дигиталната грамотност и дигиталната здравна грамотност са тясно свързани с дигиталното гражданство чрез идеята за активно участие, достъп до информация и услуги и достъп до права. Основните умения, определени като решаващи за медийната и здравната грамотност, са **критично мислене**.

Изискват се основни дигитални умения за достъп, използване, разбиране и създаване на съдържание онлайн с помощта на различни социални медии, платформи и приложения, но те не са достатъчни за вземане на компетентно решение по здравни въпроси въз основа на информация, придобита онлайн.

Дигиталното гражданство е тясно свързано с традиционното понятие за гражданско участие, където разбирането на дигиталните медии и възможността за използването им се превръща в жизненоважна част от активното гражданство.

Нашето разбиране е, че прости алгоритми по отношение на ключови медийни компетентности – достъп до информация, използване, разбиране на съдържанието и създаване на собствено дигитално съдържание – могат да се прилагат към различни въпроси, включително здраве, активно участие на младежта, и гражданско образование.

3.2 Общност на интервенция

По-долу представяме особените характеристики на избраната общност на интервенция на MOLA в рамката на ACTIon в България. Това е пример, който може да предостави препратки и идеи на практикуващите за това как да идентифицират своята общност на интервенция.

⁶ Ibid.



Квартал Факултета е вторият по големина ромски квартал в България. Общността е много голяма – официално 25 000, неофициално 40 000 души живеят там. Това е най-младият квартал в София, с най-голяма концентрация на млади семейства с малки деца.

В края на 2019 г. ХЕСЕД проведе полево проучване сред 206 майки в квартала.⁷

Резултатите от проучването потвърждават дългосрочните ни наблюдения, че голяма част от майките в общностите, в които работим, не кърмят бебетата си, или кърмят по-малко от три месеца.

Захранването обикновено започва между третия и шестия месец, а младите майки смятат, че е полезно бебето да се захрани възможно най-рано. Една от три майки вярва, че бебето трябва да се захрани след третия месец, а често децата се хранят с храни, които не са подходящи за тяхната възраст.

Основният източник на информация по отношение на кърменето и храненето на децата в общността са по-възрастните жени, което води до възпроизвеждане на грешни модели и до негативни последици за здравето на децата, които страдат от недостиг на желязо, анемия и недохранване.

Повишаването на здравната грамотност и осведоменост на майките е от ключово значение за подобряване на здравето на децата в общността, но този резултат не може да бъде постигнат чрез неформално обучение.

Целта на МОЛА в рамките на проекта "ACTion" е да активира лидерите на мненията за повишаване на осведомеността на младите майки в общността по отношение на подобряването на здравето и храненето на децата.

3.3 Определяне на целевата група

За целите на адаптацията избираме да работим с млади майки от Факултета. Програмата за обучение може да бъде доставена и на други групи млади хора.

Има три основни причини, поради които се спрехме на тази целева група.

1. Младите майки са много активни онлайн, те имат добре развити социални мрежи, те са в тесни контакти с други млади хора със същия социален профил, и те са отворени за търсене на информация по здравни въпроси по отношение на децата си. Те могат лесно да бъдат разпознати като ролеви модели от връстниците си.
2. Тази специфична група млади хора е много уязвима поради социално-демографските им характеристики. Те са икономически зависими от мъжете в семейството; не са социално и трудови ангажирани, защото се грижат за децата си. Те са много изложени

⁷ проект "Грижа за храните и храненето", финансиран от ТСА



на онлайн съдържание в социалните медии, и те не разполагат със здравна грамотност и критично мислене за компетентно вземане на решения по здравни въпроси въз основа на информация, придобита онлайн.

3. Младите майки също са лесни за привличане към участие в неформалното обучение и последователните дейности поради естествения си интерес към здравната тема – те вече търсят онлайн информация по въпроси по отношение на храненето на децата си и други здравни въпроси.

Изброените причини и богатият ни опит с групата, обосновават дълбокото ни разбиране и убеждение, че младите майки имат голям потенциал за онлайн активизиране.

3.4 Оценка на нуждите на целевата група

За да оценим нуждите на целевата група, проведохме три фокус групи с млади майки от изолирани ромски общности в София. Общият брой на участниците в оценката на нуждите е 22.

Целта на фокус групите беше да разберат повече за достъпа им до интернет, и техните онлайн преживявания и онлайн благополучие. Въпросите, които поставихме на участниците, бяха групирани в 4 основни области: достъп до интернет, онлайн дейности, търсене на информация и емоционално благополучие.

Таблица 1. Въпроси към целевата група

Област	въпрос
Достъп до интернет	Имате ли достъп до интернет? Колко време прекарвате в интернет (в часове)? Къде използвате интернет - на телефона / компютъра?
Онлайн дейности	Какво правите в интернет? Кои сайтове посещавате? За кои социални медии имате профил?
Търсене на информация	3. Търсите ли информация в мрежата? По какви теми? Как търсите информация?
Емоционално благополучие	4. Как се чувствате, когато използвате различни социални медии / приложения / уебсайтове? 5. Можете ли да дадете примери за лошо поведение онлайн? 6. Можете ли да дадете примери за добри неща, които се правят с помощта на социални медии / уебсайтове и др.?

В приложението са представени резултатите от оценката на нуждите. Оценката на нуждите зададе темите, заложи в съдържанието на обучителните сесии.

4. Учебна програма: обща информация




Основната цел на обучението е подобряване на дигиталното гражданство на младите хора в неравностойно положение, чрез подобряване на тяхната дигитална грамотност, достъпа им до информация и услуги, както и достъпа им до права, с акцент върху здравето, и предоставяне на възможност за активно участие онлайн. Учебните цели се основават на теоретична рамка и таксономията на Блум. Те са представени подробно в теоретичната рамка (<https://bit.ly/36FZPpx>). Тук те са представени накратко с дидактическа цел.

Адаптацията на POL за онлайн активиране, представена тук, е насочена към млади майки с лидерски потенциал от групи в неравностойно положение с основни дигитални умения.

Структура на програмата за обучение

Всяка от сесиите започва с общ преглед:

Таблица 2: Домейни за дигитална компетентност

Да бъдеш онлайн 	Благополучие Онлайн 	Това е мое право! 
<ul style="list-style-type: none"> • Достъп и включване • Медийна и информационна грамотност 	<ul style="list-style-type: none"> • Етика и съпричастност • Здраве и благополучие 	<ul style="list-style-type: none"> • Активно участие • Права и отговорности

1. Кратко описание на сесията
2. Определение на учебните цели, с препратка към домейните за дигитална компетентност (табл. 2) и познавателни домейни, въз основа на таксономията на Блум (табл.3):

Таблица 3: Познавателни домейни, въз основа на таксономията на Блум

Ниво 1: Запомни & разбери	<ul style="list-style-type: none"> • Повишаване на осведомеността • Увеличаване на разбирането • Признаване
Ниво 2: Приложи & анализирай	<ul style="list-style-type: none"> • Развиване на умения • Увеличаване на компетентностите
Ниво 3: Оцени и създай	<ul style="list-style-type: none"> • Оценка на стойностите • Застъпване за ценности • Култивиране на ценности наред с други • Създаване на съдържание

1. Примерна програма за сесията – последователност на дейностите и времева рамка.

Таблица 4: Пример за програмата на сесиите

Сесия 1		Сесия 2		Сесия 3		Сесия 4		Сесия 5	
10 мин	Добре дошли и въвеждане на обучението	10 мин	A1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия	10 мин	A1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия	10 мин	A1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия	10 мин	A1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия
10 мин	A1. Защо сме тук? Групов договор	30 мин	A2. Въведени е игра: Вярно или невярно	30 мин	A2. Въведени е игра: Цифрова идентичност	20 мин	A2. Цифрово разказване на истории: как да създавате истории онлайн.	20 мин	A2. Въведение игра: Моите права като пациент
20 мин	A2. Въведени е игра: Моят личен герб	30 мин	A3: Факти срещу мнение.	10 мин	A3: Лидер на мнение; каква е ролята?	70 мин	A3. Дигитално разказване на истории	50 мин	A3 Как да подобрим достъпа до услуги чрез технологии?
20 мин	A3. Уловени в мрежата: безопасно сърфиране	30 мин	A4.: Фалшиви новини.	40 мин	A4. Моят образ като лидер на мнение	10 мин	A4. Медиатека	20 мин	A4. Какво предстои? – Онлайн активирани
40 мин	A 4. Онлайн търсене: хранене на деца	20 мин	A5: Затваряне на сесията	30 мин	A5. THINK преди да публикуваш!	10 мин	A5. Затваряне на сесията	20 мин	A5. Затваряне на обучението
20 мин	A5. Затваряне на сесията: основни съобщения.			10 мин	A6. Затваряне на сесията				

1. Детайлното описание на дейностите включва: времеви график, цели и подход, инструменти и необходими материали и подготовка за сесията. На разположение е и поетапно описание на предложените дейности, заедно с някои идеи и препоръки за адаптиране на дейностите.

1. Образователният набор от инструменти за обучението включва: учебна програма с инструкции за фасилитаторите, Презентация с теоретична информация и визуални материали за упражненията, наръчник с упражненията за участниците.

Сесия 1. Уловени в мрежата: безопасно сърфиране

Кратко описание

Сесията има за цел да запознае участниците помежду си и да създаде безопасно пространство което те да учат и да споделят, предоставяйки им групови правила и групов договор (Дейност 1 и 2). Теоретичната част на сесията въвежда някои съвети по отношение на ефективното търсене на информация, допълнителна информация за търсачките, съвети как да изберете информацията и как да защитите поверителността си онлайн (Дейност 3). Практическата част на сесията се състои от демонстрация и насочвано търсене по ключови думи (Дейност 4). За да адаптирате сесията към друга тема, е достатъчно да промените ключовите думи за търсене.


Учебни цели

Целта на първата сесия е да се подобри достъпът на лидерите на мнение до онлайн информация и да се подобрят уменията им като независими онлайн потребители. След сесията участниците следва да имат нагласа да използват интернет не само за развлечения, но и за достъп до свързана с темата информация и услуги, да могат да търсят информация по здравни теми онлайн, да познават и използват основните браузъри и търсачки, както и да са наясно с безопасното сърфиране и защитата на неприкосновеността на личния живот.

Учебните цели на този модул са насочени и към трите домейна за дигитална компетентност и основно към второто ниво на познавателния домейн, **Приложи & анализирай**.

Таблица 5 Принос към учебните цели на ACTION

Приложи & анализирай

<p>5а) Да се увеличат уменията за критично мислене, за да се анализират и решат проблемите във връзка с достъпа, включването и уважението в дигиталната/онлайн комуникацията.</p>	
---	---

Дейности

Тази сесия е структурирана, както следва:

Таблица 6 Сесия 1. Уловени в мрежата: безопасно сърфиране. Примерна програма за сесията

План на сесията 1	
10 мин.	Добре дошли и въвеждане на обучението
10 мин..	Дейност 1. Защо сме тук?
	Групов договор
20 мин.. (5мин..+ 15 мин.)	Дейност 2. Въведение игра: Моят личен герб (Индивидуална работа)
20 мин.	Дейност 3. Уловени в мрежата: безопасно сърфиране (PPP)
40 мин.	Дейност 4. Онлайн търсене: хранене на деца (демонстрация)
20 мин.	Дейност 5. Затваряне на сесията: основни съобщения.

Следващия параграф ще въведе по-подробно фасилитаторите в дейностите, като следователно ще им даде възможност сами да приложат модула.

Дейност 1. Защо сме тук? Групов договор

Време	10 мин.
Цели и подход	Да се въведат целите на обучението Да се въведат и договорят правилата за взаимодействие Да създаде безопасна и уверена атмосфера, която участниците да споделят и да експериментират с нови идеи
Необходими материали	1. Флипчарт 2. Маркер 3. Правила на групата: <ul style="list-style-type: none">• Да уважаваме мнението на останалите, без да ги съдим.• Да идваме навреме за сесиите .• Да използваме GSM само за образователни дейности по време на обучителните сесии• За спазваме поверителността на групата.
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да имат зрителен контакт и да могат да се чуват добре

Стъпка по стъпка:

Стъпка 1. Обяснете целта на обучението

Стъпка 2. Напишете на флипчарта правилата на групата

Стъпка 3. Попитайте всеки един от членовете на групата дали е съгласен с тях или има какво да добави към правилата.



Поради недостига на време предлагаме правилата да бъдат написани предварително на флипчарта. Не е задължително да се предлага на групата да създаде свои собствени правила и да ги подпише като истински договор. Ако изберете тази версия на дейността, имайте предвид, че отнема повече време (40 мин).

Освен традиционните правила, изброени по-горе – препоръчва се да се добави правило, че се очаква участникът да използва своя собствен GSM по време на образователните сесии за целите на обучението.



Дейност 2. Въведение игра: Моят личен герб

(Индивидуална работа)

Време	20 мин.
Цели и подход	Да се запознаят участниците За да се замислят за своите предпочитания и социалния образ, който създават Да се въведе темата за социалните медии и колко популярни са участниците
Необходими материали	Работен лист: Въвеждаща игра. Моят личен герб.
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да имат зрителен контакт и да могат да се чуват добре

Стъпка по стъпка:

Стъпка 1. Представете дейността – представете Работен лист: Въвеждаща игра. Моят личен герб.

Стъпка 2. Помолете всеки един от участниците да работи индивидуално за 5 минути и да отговори на въпросите,

Стъпка 3. Помолете участниците да представят герба си на групата



Тази дейност би могла да бъде заменена от всяка въвеждаща дейност, която би могла да отговори на същите цели, но е важно да се инвестира време участниците да се представят взаимно и да се чувстват комфортно в групата.

Източник:

Обучителна практика на ХЕСЕД



Дейност 3. Уловени в мрежата: безопасно сърфиране (презентация)

Време	20 мин.
Цели и подход	Да представи нов информация за търсачките и използването им за намиране на нова информация Да се въведат важни правила как да се използват резултатите от търсенето, За да увеличите осведомеността как гео-местоположението и бисквитките от предишни търсения биха могли да повлияят на резултатите от търсенето да предостави съвети за безопасно сърфиране
Необходими материали	Презентация "Хванати в мрежата: безопасно сърфиране"
Подготовка	За да подготвите тази дейност внимателно прочетете презентацията заедно с бележките под слайдовете Подгответе някои примери, за да илюстрирате съдържанието

Стъпка по стъпка:

- Стъпка 1. Аргументирайте се защо е важно да използвате правилно търсачка
- Стъпка 2. Помолете групата да сподели опит с търсачките
- Стъпка 3. Представете съветите за безопасно сърфиране
- Стъпка 4. Размисъл: Поканете групата да направи кратка дискусия по темата.

Източник:

Адаптирано: Internet literacy handbook, Supporting users in the online world (www.coe.int/children)



Дейност 4. Онлайн търсене : хранене на деца (демонстрация)

Време	40 мин.
Цели и подход	<p>Да демонстрира различни подходи за ефективно използване на търсачките</p> <p>За да демонстрира как търсачките могат да се използват за намиране на информация по здравни теми</p> <p>За да се упражнят различни начини за използване на търсачките: гласово търсене, търсене на изображения</p>
Необходими материали	<p>Инструменти за демонстрация на онлайн търсене (лаптоп + проектор или интерактивен екран)</p> <p>Всеки участник следва да участва със свой собствен GSM Internet</p>
Подготовка	<p>Проверете дали участниците имат достъп до интернет</p> <p>Осигурете Wi-Fi, ако достъпът на участника до интернет е ограничен (напишете потребителското име и паролата на флипчарта)</p>

Стъпка по стъпка

Демонстрирайте как се търсите информация онлайн с помощта на най-популярната търсачка:

Стъпка 1: Търсене на ключова дума.

Стъпка 2. Демонстриране на разширени опции за търсене.

Стъпка 3. Помолете участниците да използват телефоните си и да направят разширено търсене с ключови думи: хранене + дете + здравословно

Стъпка 4. Обсъдете в пленарната фаза резултатите от търсенето:

1. Каква информация изскочи?
2. Какви са предимствата и рисковете, свързани с информацията, идваща от мрежата?
3. Коя информация е достоверна за вас и защо?

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 5. Затваряне на сесията: основни съобщения

време	20 мин.
Цели и подход	За да затворите сесията За да се повторят основните съобщения Участниците да споделят опита си с първата сесия
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да имат очен контакт и да могат да се чуват добре

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Направете кратко обобщение на обучителната сесия:

1. Да знаеш как да използваш правилно търсачка е сред най-важните умения, което човек трябва да развие
2. Поддържайте здравословен скептицизъм относно материалите, които намирате.
3. Не бързайте да управлявате/ изчиствате бисквитките си и хронологията на сърфирането си.
4. Винаги опитвайте няколко думи за търсене, разширени техники за търсене и различни търсачки, за да извлечете максимума от търсенето си и да намерите разнообразие от източници за вашата заявка.
5. Записвайте (използвайте опцията отметка) полезни сайтове или портали, така че не трябва да ги търсите отново.
6. Ако намерите полезен материал, отпечатайте, направете снимка на екрана или го запазете. Може да не го намерите отново или съдържанието може да бъде изтрито без предупреждение.

Стъпка 2. Помолете всеки от участниците да отговори на следните въпроси:

1. Научи ли нещо полезно днес?
2. Как бихте обяснили на най-добрия си приятел какво научихте днес?



Тази дейност би могла да бъде заменена от всяка заключителна дейност, която би могла да оцени деня и да измери удовлетвореността на участниците.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Сесия 2. Вярно или невярно

Кратко описание

Основните теми на сесията са фалшивите новини и дезинформация и как да ги разпознаем. В края на сесията всеки участник следва да може да знае и използва практики за разпознаване и борба с онлайн дезинформацията (съобщения в социалните медии, фалшиви новини, пропаганда) и да оценява критично информацията по различни въпроси. Участниците следва също така да могат да разберат личната отговорност на потребителите онлайн, както и последиците от дезинформацията и фалшивите новини.





Сесията започва с дейност за разграничаване на вярното от неверните твърдения. Участниците трябва да разкрият собствените си стратегии за разпознаване на погрешна информация в ежедневието си (Дейност 2). Следващата част от сесията въвежда разликата между факти и мнения (Дейности 3), и как да се прави разлика между тях в комуникацията. Темата за фалшивите новини и дезинформацията е въведена с кратко образователно видео (Дейност 4). В края на сесията участниците се приканват да обсъдят как да разпознават фалшиви новини с помощта на визуалния материал, представен в презентацията (Сесия 2. Вярно или невярно, Упражнения).


За да адаптират дейностите към друга тема, фасилитаторите могат да променят визуалните материали на сесията.

Учебни цели

Цел на сесията: Да се насърчат лидерите на мнение да станат критично ангажирани потребители на онлайн медийна информация по различни въпроси (с акцент върху здравето). Учебните цели на този модул са насочени и към трите домейна за дигитална компетентност.

Таблица 7 Принос към учебните цели на ACTION

Запомни и разбери	
1 b) Да се повиши осведомеността и разбирането на насоките и инструментите за взаимодействие с другите онлайн по положителен и смислен начин	
2b) Да се увеличи разбирането на етичния компонент на онлайн взаимодействията и взаимоотношенията	
Приложи и анализирай	
4b) Да повиши емпатията във онлайн взаимодействията	
5a) Да се увеличат уменията за критично мислене, за да се анализират и решат проблемите във връзка с достъпа, включването и уважението в цифровата/онлайн комуникацията;	

5b) Укрепване/изграждане на социални и комуникационни умения, и компетентности в областта на гражданското образование	
--	---

Дейности

Тази сесия е структурирана, както следва

Таблица 8 Сесия 2. Вярно или невярно. Пример за програма на сесията

План на сесията 2.	
10 мин	Дейност 1. Приветствие и кратко обобщение на предишната сесия
30 мин.	Дейност 2. Въведение игра: Вярно или невярно
30 мин.	Дейност 3: Факти срещу становище. (Информационен блок и интерактивна игра)
30 мин.	Дейност 4.: Фалшиви новини. Образователно видео и интерактивна дискусия.
20 мин.	Дейност 5: Затваряне на сесията

Параграфът, който следва параграф, ще въведе по-подробно фасилитаторите в дейностите, като следователно ще им даде възможност сами да приложат модула.

Дейност 1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия

Време	10 мин.
Цели и подход	Загряване на участниците за следващите дейности За да направите мост между новата тема и предишната За затвърдите на знанията от предишната сесия
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да имат визуален контакт и да могат да се чуват добре. Уверете се, че имате груповия договор на стената

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Приветствайте участниците:

Стъпка 2. Повторете основните съобщения от предишната сесия:

1. Да знаеш как да използваш правилно търсачка е сред най-важните умения, което човек трябва да развие
2. Поддържайте здравословен скептицизъм относно материалите, които намирате.
3. Не бързайте да управлявате/ изчиствате бисквитките си и хронологията на сърфирането си.
4. Винаги опитвайте няколко думи за търсене, разширени техники за търсене и различни търсачки, за да извлечете максимума от търсенето си и да намерите разнообразие от източници за вашата заявка.
5. Записвайте (използвайте опцията отметка) полезни сайтове или портали, така че не трябва да ги търсите отново.
6. Ако намерите полезен материал, отпечатайте, направете снимка на екрана или го запазете. Може да не го намерите отново или съдържанието може да бъде изтрито без предупреждение.

Стъпка 3. Представете новата тема за деня: **Вярно или невярно**



Може да е добре да поканим участниците да си припомнят какво са научили предишната сесия и да напишат отново ключовите думи на флипчарт.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 2. Въвеждаща игра: Вярно или невярно

Време	30 мин.
Цели и подход	<p>За да представите темата за дезинформацията</p> <p>Да демонстрираме кои са основните признаци, които ни помагат да разберем дали едно твърдение е вярно или невярно</p> <p>Да демонстрираме, че понякога е много трудно да се направи разлика между вярно и невярно твърдение и е необходимо да се търси допълнителна информация (или експертно мнение)</p>
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Подгответе кратка, интересна история, за да отворите играта.

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Споделете кратка история с групата - може да е истинска или не.

Стъпка 2. Помолете групата да познае дали историята е вярна или невярна.

Стъпка 3. Помолете другите участници да разкажат кратка история.

Стъпка 4. Познайте с групата, ако е истина или не е.

Стъпка 5. Обсъдете с групата как можем да разпознаем дали дадено твърдение е вярно или невярно и какви биха могли да бъдат последствията, ако не познаем, че то е невярно.

Стъпка 6. Напишете основните забележки на групата на флипчарта.



Играта често се използва от инфлуенсърите в Tik Tok и YouTube в каналите им, за да забавляват своите последователи. Младите хора биха могли да бъдат насърчавани да развиват кратки игри с образователна цел на по-късните етапи на обучението.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 3. Факти срещу мнение.

Време	30 мин.
Цели и подход	Да предостави полезни съвети как да разграничим фактите от мнението Да демонстрира как се разграничават фактите от мненията Да стимулира уменията за критично мислене и комуникация Да демонстрирате как се проверява информацията.
Необходими материали	Представяне на презентацията "Факти срещу мнение" Инструменти за споделяне на презентацията Работен лист "Факти срещу мнение"
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да имат очен контакт и да могат да се чуват добре. За да подготвите тази част от сесията е запознайте с презентацията "Вярно или невярно – факти срещу мнения – определения".

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Представете информацията

Стъпка 2. Представете упражнението „Факти срещу мнения“ на групата (**Работен лист 2. Факти срещу мнение**).

Стъпка 3. Прочетете всяко едно от твърденията и обсъдете с групата дали това е факт или нечие мнение.

Стъпка 4. Помолете участниците да отбележат дали твърдението е факт или мнение.

Стъпка 5. Обсъдете с групата, дали е лесно да направите разлика между факти и мнения и да напишете на флипчарта основните заключения, до които сте достигнали.



Твърденията, представени в дейността, биха могли да бъдат адаптирани към всяка друга тема, за да съответстват на целите на обучението, тъй като в това упражнение те са свързани със здравната грамотност.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 4. Фалшиви новини.

Време	30 мин.
Цели и подход	Да предостави полезни съвети как да разпознавате фалшивите новини Да стимулира уменията за критично мислене и комуникация
Необходими материали	Кратко образователно видео за фалшиви новини Презентация "Вярно или невярно" (упражнения) Инструменти за споделяне на видеоклипа и презентацията
Подготовка	За да подготвите тази част от сесията, намерете подходящо образователно видео по отношение на фалшивите новини и тяхното въздействие върху общественото мнение на вашия език

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Показване на видеоклипа

Стъпка 2. Обсъдете с групата:

1. Какви са фалшивите новини и как въздействат на ежедневието на хората?
2. Обобщете на съдържанието на филма

Стъпка 3. Представете на групата примерите, представени в презентацията "Вярно или невярно" (упражнения)".

Стъпка 4. Обсъдете с групата как се разпознават фалшивите новини.

Стъпка 5. За да пристъпите към дискусията, представете на групата, моделът "Как да разпознаем фалшивите новини" (представен в презентацията)



Фалшивите новини са много изследвана тема. Има много материали, които биха могли да се използват за демонстриране на силата на това социално явление в ежедневието ни. Използването на кратко образователно видео спестява време и подобрява интерактивността на обучението.

Необходимо е обаче да се използва подходящ видеоклип на националния език. За тази цел във фазата на подготовка фасилитаторите следва да инвестират време за търсене в подходящ образователен филм. Кратки филми за фалшиви новини и дезинформация на български език:

1. <https://www.youtube.com/watch?v=TR757uadmt8>
2. https://www.youtube.com/watch?v=xS-k_uX_Y-Y

Кратко видео за фалшиви новини и дезинформация на английски:

<https://www.youtube.com/watch?v=D0Cd9-eJ-No>

<https://www.youtube.com/watch?v=oVpoj98Tclg>

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 5: Затваряне на сесията

Време	20 мин.
Цели и подход	За да се обобщят основните съобщения За да споделите опыта с групата от втората сесия
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да се виждат и да чуват добре

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Направете кратък преглед на обучителната сесия

Стъпка 2. Помолете всеки от участниците да отговори на следните въпроси:

1. Научи ли нещо полезно днес?
2. Как бихте обяснили на най-добрия си приятел какво научихте днес?

Стъпка 3. Напишете на флипчарта основните послания на сесията:

1. Не всяка информация в интернет е надеждна
2. Препоръчва се проверка на фактите, особено ако искате да споделите информацията или да я препоставите.
3. Ако ваш приятел споделя дезинформация онлайн, не трябва да пренебрегвате това негово действие. Говорете с него/нея.



Тази дейност би могла да бъде заменена от всяка заключителна дейност, която би могла да оцени деня и да измери удовлетвореността на участниците.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Сесия 3. МИСЛИ, ти си лидер на мнение!

Кратко описание

Сесията въвежда темите за ролята на лидера на мнение като онлайн инфлуенсър. В края на сесията всеки участник следва да може критично да разбере ролята на лидера на мнение в социалните медии. По време на сесията участниците следва да осъзнаят какъв е техният образ онлайн, и да планират какъв дигитален образ биха искали да разработят като лидери на мнение и модели за подражание за своите общности.





Сесията започва с дейност, която изследва дигиталната идентичност на участниците и посланията, идващи от профилите им във Facebook (Дейност 2). Теоретичната информация въвежда ролята на лидера на мнение и посочва основните задачи, които трябва да изпълнят, за да бъдат успешни (Дейност 3). Следващата дейност предлага възможност за разсъждение върху представата за себе си като лидер на мнение и като модел за подражание (дейност 4). В края на сесията участниците ще бъдат запознати и ще практикуват прилагането (Дейност 5) на прост алгоритъм, който ще им помогне критично да оценят онлайн съдържанието, преди да решават да го споделят в социалните си мрежи. За да адаптират дейностите към друга тема, фасилитаторите могат да променят визуалните материали към сесията.



Учебни цели

Целта на сесията е да се овластят лидерите на мнение да използват социалните медии, за да повлияят положително на мненията на техните социални мрежи и приятели.

Учебните цели на този модул са насочени и към трите домейна за цифрова компетентност и основно към второто ниво на познавателния домейн, **Приложи & анализирай**.

Таблица 9. Принос към обучителните цели на ACTion

Приложи & анализирай	
4d) Да развива нагласите на отговорност в дигиталното участие и колективното участие в създаването на уважителна и съпричастна онлайн среда	
5d) За да можете да комуникирате ефективно онлайн по ценности като образованието по демокрация, активното участие, както и правата и отговорностите на цифровото гражданство	
5 е) Да анализира и решава проблеми във връзка с образованието по демокрация, активното участие, както и правата и отговорностите на дигиталното гражданство	
Оцени и създай	
6 b) За да можете да изразявате възгледи/собствена перспектива	

7 b) Да се застъпваме за повече уважение, достъп и включване онлайн	
9b) За да създадете съдържание , свързано с тези теми (напр., разказване на истории, etc.)	

Дейности

Тази сесия е структурирана, както следва

Таблица 10 Сесия 3. МИСЛИ, ти си лидер на мнение! Пример за сесия програма

План на сесията	
10 мин	Дейност 1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия
30 мин.	Дейност 2. Въвеждаща игра: Цифрова идентичност
10 мин.	Дейност 3. Информационен блок: Лидер на мнение; каква е ролята: да свързва; да информира; да споделя мнение.
40 мин.	Дейност 4. Моят образ като лидер на мнение (работа в двойки)
30 мин	Дейност 5. МИСЛИ, преди да публикуваш!
10 мин.	Дейност 6. Затваряне на сесията

В следващия параграф, ще въведе по-подробно фасилитаторите в дейностите, като следователно ще им даде възможност сами да приложат модула.

Дейност 1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия

Време	10 мин.
Цели и подход	Да загрее участниците за следващите дейности За да направи мост между новата тема и предишната Да затвърди знанията от предишната сесия
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците се виждат и да се чуват добре. Уверете се, че имате груповия договор на стената

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Приветствайте участниците:

Стъпка 2. Повторете основните послания от предишната сесия:

1. Не всяка информация в интернет е надеждна
2. Препоръчва се проверка на фактите на информацията, особено ако искате да я споделите или да я препоставите.
3. Ако ваш приятел споделя дезинформация онлайн, не трябва да я пренебрегвате. Говорете с него/нея.

Стъпка 3. Представете новата тема за деня: **МИСЛИ, ти си лидер на мнение**



Може да е добре да поканим участниците да си припомнят какво са научили предишната сесия и да напишат отново ключовите думи на флипчарт.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 2. Въвеждаща игра: Дигитална идентичност

Време	30 мин.
Цели и подход	За да помогне на участниците да се опознаят по-добре За да представите темата за онлайн имиджа и дигиталната идентичността Да се разсъждава върху онлайн имиджа и дигиталната идентичност и как може да бъдат използвани, за да повлияят положително на мнение на приятелите
Необходими материали	1. Флипчарт 2. Маркер 3. Изложение "Цифрова идентичност" 4. Всеки участник следва да участва със своя GSM 5. Wi-fi
Подготовка	Преди началото на сесията се уверете, че всеки един от участниците е свързан с Wi-Fi и имат достъп до Facebook Напишете въпросите предварително на флипчарта: 1. Какво научи за нея/него? 2. Какво обича да прави? 3. Какви са нещата, които я/го интересуват?

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Разделете групата на двойки. Помолете всеки участник да намери своя партньор във Facebook

Стъпка 2. Помолете участниците да отворят наръчника за участниците на Работен лист 3. Дигитална идентичност

Стъпка 3. Инструктирайте участниците: "Имате 5 минути, за да разгледате профила във Facebook на партньора си в двойката и след това да отговорите на въпросите. След това споделете с партньора си какво сте научили за него/нея.

Стъпка 4. Обсъдете с групата:

1. Съгласен ли си със заключенията за теб и живота ти, до които е стигнал партньорът ти?
2. Би ли променил/а нещо, за да направиш образа си във Facebook по-реалистичен? Какво?

Стъпка 5: Представете на партньора си заключенията, до които достигнахте.



Тази дейност би могла да бъде заменена с образователно видео по отношение на дигиталната идентичност.

В този случай времето на изпълнение дейността следва да бъде преосмислен, както и дискуссионните въпроси.



Ето някои предложения за видеоклипове на английски език, които биха могли да се използват за въвеждане на цифрова идентичност:

<https://www.youtube.com/watch?v=uJzuDcyR0WM>

<https://www.youtube.com/watch?v=u0RryRbJza0>

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД

Дейност 3. Информационен блок: Лидер на мнение; каква е ролята: да свързва; да информира; да споделя мнения.

Време	10 мин.
Цели и подход	Да въведе ролята на лидера на мнение За да накарат участниците да осъзнаят, че биха могли да бъдат ролеви модели/лидери на мнение на връстниците си в социалните мрежи
Необходими материали	Презентация "МИСЛИ, ти си лидер на мнение!" - ролята на инфлуенсъра Инструменти за споделяне на видеоклипа и презентацията
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да видят презентацията

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Определяне на термина инфлуенсър (лидер на мнение) - Добрият лидер на мнение съчетава знания, житейски опит и желание да помага на другите.

Стъпка 2. Обсъдете с групата, кой би могъл да бъде лидер на мнение? Помолете ги да назоват лидерите на мнение, които познават и следват.

Източник:

Адаптирано от : <https://www.manobyte.com/growth-strategy/the-role-of-social-media-influencers>



Дейност 4. Моят образ като лидер на мнение

Време	40 мин.
Цели и подход	Да овластят участниците да обмислят ролята си на лидери на мнение в социалните си мрежи Да създадат нагласа в участниците да станат пример за подражание за връстниците си
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Преди сесията напишете на флипчарта въпросите: <ol style="list-style-type: none">1. Как бихте се чувствали като лидери на мнение, които работят по темата здравословно хранене на децата? Какво означава да свързвате, да информирате и да оформите мненията на други майки от вашата общност по темата?2. Ще се почувствате ли удобно в тази роля?<ul style="list-style-type: none">• Има ли нещо, което да те притеснява в тази роля?

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Разделете групата на двойки.

Стъпка 2. Всеки участник трябва да обсъди с партньора си въпросите, изписани на флипчарта.

Стъпка 3. Помолете двойките да споделят резултатите от своята работа пред цялата група.

Стъпка 4. Обсъдете с групата какво намират за привлекателно и какво намират за неудобно или трудно в ролята на Лидер на мнение.

Кракча. 5. Насърчете лидерите на мнения и дайте отделен отговор на всяко едно възражение, което изразяват относно ролята.



Въпросите следва да бъдат адаптирани с основната тема на обучението.

За предпочитане е двойките да бъдат различни от предишната дейност.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 5. МИСЛИ, преди да публикуваш!

Време	30 мин.
Цели и подход	Подобряване на критичното мислене Да осигури прост и лесен за използване алгоритъм за анализ на дигитално съдържание За да създадете дигитална емпатия
Необходими материали	Презентация "МИСЛИ преди да публикуваш"
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да видят презентацията

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Представете модела THINK

Стъпка 2 Един по един, покажете на групата примерите от визуални материали за упражнения, представени в презентацията "МИСЛИ преди да публикуваш! Упражнения".

Стъпка 3. Помолете групата да отговори на тези въпроси за всеки един от случаите:

Вярно ли е?

Полезно ли е?

Вдъхновяващо ли е?

Необходимо ли е?

Учтиво ли е?

Стъпка 4. За всеки един от случаите отговорете на въпроса: "Бих ли го споделил/а на стената ми във Facebook? Защо?"

Стъпка 5. Направете обобщение на упражнението



Примерите, предоставени в презентацията, биха могли да бъдат заменени с всякакви други визуални материали от социалните медии, за да се анализира съдържанието.

Източник:

Адаптирано от: <https://www.callcentrehelper.com/contact-centre-coaching-models-144743.htm>



Дейност 6: Затваряне на сесията

Време	20 мин.
Цели и подход	За се обобщят основните съобщения За се сподели с групата опита от втората сесия
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да се виждат и да се чуват добре

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Направете кратко обобщение на обучителната сесия

Стъпка 2. Напишете на флипчарта основните послания на сесията:

1. МИСЛИ преди да споделиш!
2. Ролята на лидера на мнение е да свързва, информира и да оформя мнения.
3. Добрият Лидер на мнение съчетава знания, житейски опит и желание да помага на другите.

Стъпка 3. Помолете всеки от участниците да отговори на следните въпроси:

1. Научи ли нещо полезно днес?
2. Как бихте обяснили на най-добрия си приятел какво научихте днес?



Тази дейност би могла да бъде заменена от всяка заключителна дейност, която би могла да оцени деня и да измери удовлетвореността на участниците.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Сесия 4. Дигитално разказване на истории

Кратко описание

Сесията има за цел да насърчи лидерите на мнение като здравни инфлуенсъри онлайн. В края на сесията участниците трябва да могат да разпознават възможностите на онлайн информационните кампании по различни теми (здравни теми) и да разбират как могат да допринесат за развитието на своята общност. Те следва да могат да споделят самостоятелно произведено дигитално съдържание (видеоклипове, картини) по въпроси, свързани с дигиталното гражданство, включително здравето.








В началото на сесията основните стъпки за създаване на дигитално съдържание се представят на участниците (Дейност 2). Практическата част, в която ще произвеждат кратки видеоклипове, изисква от тях да приложат всички умения, натрупани досега в обучението (Дейност 3). В края на сесията три кратки видеоклипа ще бъдат готови да бъдат споделени във Facebook. За да адаптират сесията към друга тема, фасилитаторите трябва да променят първоначалните онлайн статии, за които се произвеждат видеоклиповете.

Обучителни цели

Целта на тази сесия е да се увеличи капацитетът на лидерите на мнение да създават положително и отговорно самостоятелно произведено дигитално съдържание.

Обучителните цели на този модул са насочени и към трите домейна за дигитална компетентност и основно към второто ниво на познавателния домейн, **Приложи & анализирай**.

Таблица 11 Принос към учебните цели на ACTion

Приложи & анализирай.	
4d) Да развива нагласите на отговорност в цифровото участие и колективното участие в създаването на уважителна и съпричастна онлайн среда	
5d) За да можете да комуникирате ефективно онлайн по ценности като образованието по демокрация, активното участие, както и правата и отговорностите на цифровото гражданство	
Оценявай и създавай	
6 b) За да можете да изразявате възгледи/собствена перспектива	
7 b) Да се застъпваме за повече уважение, достъп и включване онлайн	
9b) Създаване на съдържание , свързано с тези теми (напр., разказване на истории и т.н.)	
Оценявай и създавай	
6a) Да се овластят младите хора да оценяват качеството и истинността на информацията онлайн	
8a) Да се даде възможност на младите хора да култивират ценности на достъп и приобщаване сред своите връстници	

9а) Да се даде възможност на младите хора да **създават съдържание**, свързано с приобщаване, уважение и толерантност (напр., разказване на истории и т.н.)



Дейности

Сесията Дигитално разказване на истории е структурирана, както следва:

Таблица 12 Сесия 4. Дигитално разказване на истории. Пример за сесия програма

План на сесията	
10 мин	Дейност 1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия
20 мин	Дейност 2. Информационен блок: цифрово разказване на истории: как да създавате истории онлайн.
70 мин	Дейност 3. Цифрово разказване на истории
10 мин	Дейност 4. Медиатека
10 мин	Дейност 5. Затваряне на сесията

Следващият параграф, ще въведе по-подробно фасилитаторите в дейностите, като следователно ще им даде възможност сами да приложат модула.



Дейност 1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия

Време	10 мин.
Цели и подход	Загряване на участниците за следващите дейности За да направи мост между новата тема и предишната За затвърди знанията от предишната сесия
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да се виждат и чуват добре. Уверете се, че имате груповия договор на стената

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Приветствайте участниците:

Стъпка 2. Повторете основните съобщения от предишната сесия:

1. МИСЛИ преди да споделиш!
2. Ролята на лидера на мнение е да свързва, информира, да оформя мнения.
 - Добрият Лидер на мнение съчетава знания, житейски опит и желание да помага на другите.

Стъпка 3. Представете новата тема за деня: [Дигитално разказване на истории](#)



Може да е добре да поканим участниците да си припомнят какво са научили предишната сесия и да напишат отново ключовите думи на флипчарт.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 2. Информационен блок: дигитално разказване на истории: как да създавате истории онлайн

Време	20 мин.
Цели и подход	Да повиши осведомеността за това как да подготвите интересно цифрово съдържание
Необходими материали	Презентация "дигитално разказване на истории – 8 стъпки, които да следвате, за да създадете интересно информационно съдържание" Инструменти за споделяне на презентацията
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да видят презентацията

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Преди да представите презентацията направете кратка дискусия с групата какъв вид съдържание създават онлайн.

Стъпка 2. Обяснете на групата основната презумпция за това обучение:

1. За да споделите история онлайн, не е необходимо да имате много умения или специални знания.
2. Всеки потребител на Facebook има опит със споделянето на визуално съдържание с аудиторията си. Споделянето на информация и съдържание онлайн никога не е било толкова лесно: всичко, от което се нуждаете, е вашият смарт телефон и достъп до интернет, идея и желание да служите на вашата общност.
3. Винаги използвайте THINK модел, когато създавате съдържание, или препоставте съдържание в социалните медии

Стъпка 3. Представете 8-те стъпки към създаването на интересно информационно съдържание с помощта презентацията:

- 1: Разработване на идея
- 2: Разработване на план
- 3: Структура/скрипт
- 4: Сториборд
- 5: Филм и запис
- 6: Завършек
- 7: Публикуване и споделяне
- 8: Оценка

Източник:

Адаптирано: https://www.samhsa.gov/sites/default/files/programs_campaigns/brss_tacs/samhsa-storytelling-guide.pdf



Дейност 3. Дигитално разказване на истории

Време	70 мин.
Цели и подход	Подобряване на уменията за създаване на интересно свързано с темата цифрово съдържание Подобряване на уменията за комуникация Подобряване на аналитичните умения Да провокират участниците да използват всички умения, придобити досега в обучението
Необходими материали	1. Флипчарт 2. Маркер 3. Работен лист 4 "Снимане на видео" 4. Всеки участник следва да участва със своя GSM 5. Wi-fi
Подготовка	Преди началото на сесията се уверете, че всеки един от участниците е свързан с Wi-Fi и има достъп до Facebook

Стъпка по стъпка:

Стъпка 1. Информирайте групата, че предстои да създадат цифрова история (видео).

Стъпка 2. Разделете групата на три по-малки групи.

Стъпка 3. Предоставете на всяка група Работен лист 4: Дигитално разказване на истории (група1-3).

Стъпка 4. Инструктирайте групите да следват инструкциите от Работен листа. Обяснете, че ако имат въпроси – вие сте на разположение да отговорите.

Стъпка 5. Имайте предвид, че всяка група трябва да избере доброволец говорител и оператор, за да заснеме кратък видеоклип и да запише основните послания от статията.

Стъпка 6. Помолете групите да покажат видеоклиповете си на останалите.

Стъпка 7. Дискусия:

1. Видеоклиповете съответстват ли с модела THINK?
2. Ако го видеата отговарят на модела THINK, попитайте групите дали биха искали да споделят видеоклиповете с онлайн мрежите си

Стъпка 8. Ако участниците са съгласни, помолете ги да споделят видеоклиповете с мрежите си във Facebook.

Стъпка 9. Разгледайте и обсъдете първите реакции на публиката.





Материалите, предложени за тази дейност в Работен листа, са на български език и те са свързани с основната тема на обучението. За адаптиране на дейността материалите трябва да бъдат заменени със статии съответстващи на темата на обучението на съответния език .

Дейност 4. Медиатека 10 мин.

Време

Цели и подход Да предостави онлайн ресурси с надеждна информация, която би могла да се използва от лидерите на мнение, за да планират онлайн дейностите

Необходими материали Всеки участник следва да участва със своя GSM
Wi-fi

Подготовка Преди началото на сесията се уверете, че всеки един от участниците е свързан с Wi-Fi и има достъп до Facebook
Уверете се, че имате списък с ресурси, готови за преpraщане

Стъпка по стъпка:

Стъпка 1. Информирайте лидерите на мнение, че е много важно да използват надеждни източници на информация, когато създават онлайн съдържание

Стъпка 2. Представете на лидерите на мнение някои идеи, където могат да намерят вдъхновяваща информация по темата (изложение 5. Идеи за публикуване).

Стъпка 3. Изпратете списъкът със статии за онлайн публикации чрез Messenger:



Списъкът следва да бъде адаптиран по темата на обучението, а също и с националния език.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 5: Затваряне на сесията

Време	20 мин.
Цели и подход	Да обобщи основните послания от сесията За да споделите опита с групата от втората сесия
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да се виждат и чуват добре

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Направете кратко обобщение на обучителната сесия

Стъпка 2. Напишете на флипчарта основните послания на сесията:

- За да споделите история онлайн, не е необходимо да имате много умения или специални знания.
- Всеки потребител на Facebook има опит със споделянето на визуално съдържание с аудиторията си. Споделянето на информация и съдържание онлайн никога не е било толкова лесно: всичко, от което се нуждаете, е вашият смарт телефон и достъп до интернет.
- Винаги използвайте модела THINK, когато създавате съдържание, или препоставяте съдържание в социалните медии.

Стъпка 3. Помолете всеки от участниците да отговори на следните въпроси:

1. Научи ли нещо полезно днес?
2. Как бихте обяснили на най-добрия си приятел какво научихте днес?



Тази дейност би могла да бъде заменена от всяка заключителна дейност, която би могла да оцени деня и да измери удовлетвореността на участниците.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Сесия 5. Пряк път към правата и услугите за електронно здраве

Кратко описание

Сесията въвежда темата за електронното здравеопазване и възможностите, които тя открива за намаляване на неравенствата и подобряване на достъпа на уязвимите групи до здравни услуги. В края на сесията участниците следва да могат да използват електронни платформи и онлайн приложения за здравни услуги и критично да разбират правата на потребителите и пациентите. Те следва също така да могат да насърчават своите връстници да използват електронни здравни услуги и електронни здравни платформи (това може да бъде адаптирано за всеки национален контекст).

Сесията започва с въвеждаща дейност по правата на пациентите. Участниците се приканват да разсъждават в списъка с права и да споделят собствения си опит с тях (Дейност 2). Следващата дейност въвежда възможностите, предоставени от цифровите платформи за подобряване на достъпа до здравни услуги. Практическата част включва демонстрация на платформа за записване на час с медицински специалисти онлайн (Дейност 3). За да адаптират сесията към друга тема или контекст на държава, инструкторите следва да изберат и представят цифров инструмент, който да пасва на целите на обучението.


Сесията завършва с представяне на дейностите от следващата фаза на интервенцията и заключително упражнение.

Обучителни цели

Цел на сесията: Да се подобри достъпът на лидерите на мнение до електронни услуги (електронни платформи, приложения) и да се овластят да помогнат на връстниците си да използват тези ресурси.

Обучителните цели на този модул са насочени и към трите домейна на дигиталната компетентност и основно към второто ниво на познавателния домейн, **Оцени и създай**.

Таблица 13. Принос към обучителните цели на ACTion

Оцени и създай	
7с) Да се застъпва за цифрово участие, цифрово гражданство, права и отговорности	

Дейности

Сесията *E-health* пряк път до права и услуги е структурирана, както следва:

Таблица 14. Сесия 5. Пряк път към правата и услугите за електронно здраве. Пример за програма на сесия

План на сесията	
10 мин	Дейност 1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия
20 мин.	Дейност 2. Въведение игра: Моите права като пациент
50 мин.	Дейност 3 Как да подобрим достъпа до услуги чрез технологии- Superdoc
20 мин.	Дейност 4. Какво предстои?– Онлайн активиране
20 мин.	Дейност 5. Затваряне на обучението

Следващия параграф, ще въведе по-подробно улесняващите лица в дейностите, като следователно ще им даде възможност сами да приложат модула.

Дейност 1. Добре дошли и кратък преглед на предишната сесия

Време	10 мин.
Цели и подход	Заравяне на участниците за следващите дейности За да направите мост между новата тема и предишната Да затвърди на знанията от предишната сесия
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да се виждат и чуват добре. Уверете се, че имате груповия договор на стената

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Приветствайте участниците:

Стъпка 2. Повторете основните послания от предишната сесия:

1. За да споделите история онлайн, не е необходимо да имате много умения или специални знания.
 - Всеки потребител на Facebook има опит със споделянето на визуално съдържание с аудиторията си.
 - Споделянето на информация и съдържание онлайн никога не е било толкова лесно: всичко, от което се нуждаете, е вашият смарт телефон и достъп до интернет, идея и желание да служите на вашата общност.
 - Винаги използвайте THINK модел, когато създавате собствено съдържание, или когато преподадете съдържание в социалните медии.

Стъпка 3. Представете новата тема за деня: *Електронно здраве - пряк път към правата и услугите*



Може да е добра идея да поканите участниците да споделят, дали са разговаряли с приятелите си за това, което са научили в предишната сесия, и да споделят реакциите им.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 2. Въведение игра: Моите права като пациент

Време	20 мин.
Цели и подход	За да предоставите информация за правата като пациенти Да се отрази върху гражданските права
Необходими материали	1. Флипчарт 2. Маркер 3. Работен лист 6 "Моите права ни пациент".
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да се виждат и чуват добре. Уверете се, че имате груповия договор на стената

Стъпка по стъпка

Стъпка 1. Помолете участниците да работят с Работен лист 6 "Моите права ни пациент".

Стъпка 2. Прочетете на глас изявленията един по един.

Стъпка 3. Обсъдете с групата всяко от правата и разберете коя от тях е фалшива



Дейността би могла да бъде осигурена като работа при двойки.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 3 Как да подобрим достъпа до услуги чрез технологии - [Superdoc](#)

50 мин.

Цели и подход	Да се демонстрира как технологиите биха могли да подобрят достъпа до медицински услуги Да подобри уменията при използването на онлайн услуги
Необходими материали	<ol style="list-style-type: none">1. Презентация "Електронното здраве - пряк път към правата и услугите"2. Инструменти за споделяне на презентацията3. Достъп до интернет
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да виждат презентацията Имайте предвид, че повечето от платформите изискват потребителско име и парола. Създаването на акаунт за онлайн платформата следва да бъде част от демонстрацията. Поради тази причина трябва да се използва имейл адрес. Помислете за имейла, който ще използвате по време на демонстрацията.

Step by step:

Стъпка 1. Предоставяне на информация за електронни услуги как може да подобри достъпа до права и услуги на младите хора от групи в неравностойно положение, като използвате презентацията "**Електронното здраве - пряк път към правата и услугите**"

Стъпка 2. Представете платформата [Superdoc](#).

Стъпка 3. Демонстрирайте как може да си изберете медицински специалист и да си запишете час чрез платформата.

Стъпка 4. Обсъдете с групата:

1. Вярвате ли, че използването на платформата за електронно здраве би могло да бъде полезно за вас и вашите връстници?
1. Ще използвате ли платформата?
 - Ще кажеш ли на приятелите си за платформата? Ще я препоръчаш ли?

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Дейност 4. Какво предстои? – Онлайн активиране

Време	20 мин.
Цели и подход	<p>Да информираме участниците за следващия етап от програмата</p> <p>Да помогнете на лидерите на мнение да планират своите онлайн дейности</p>
Необходими материали	<p>Работен лист 7. Планиране на онлайн дейностите</p> <p>Презентация "" Електронното здраве - пряк път към правата и услугите</p>
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да виждат презентацията

Стъпка по стъпка:

Стъпка 1. Информирайте групата , че първият етап от програмата е на път да приключи, но вторият, а по-възбуждащата част е на път да започне!

Стъпка 2. С помощта на презентацията **Онлайн активиране** обяснете на групата какво предстои:

Индивидуална среща за планиране на онлайн дейностите

- Три групови срещи за преглед на онлайн дейностите и за планиране на дейностите за следващия месец
- Групов чат, в който да се подкрепят един друг и да споделят идеи
- 12 онлайн публикации за всеки един от лидерите на мнение в социалните медии

Стъпка 3. Обяснете на групата инструмента за планиране на онлайн дейностите, както и ролята ви на наставник по време на процеса



За да сте сигурни, че лидерите на мнение ще бъдат активни, следва да им предоставите някои помощни средства, които да им помогнат да останат активни онлайн и да поддържат мотивацията си висока:

1. Направете индивидуална среща с всеки един от лидерите на мнение и направете план за публикуване за всяка седмица:
1. Организирайте групов чат, в който Лидерите на мнение могат да споделят идеи за дигитално съдържание и да получават обратна връзка от вас и техните колеги лидери. Напомнете на ръководителите на мнение, че трябва да публикуват съдържание всяка седмица.
2. Бъдете на разположение за въпроси и подкрепа по всяко време.



1. Следвайте лидерите на мнение във всички техни социални мрежи.
3. Осигурете обратна връзка за всяка публикация, което лидерите на становищата публикуват онлайн.



Дейност 5. Затваряне на обучението

Време	20 мин.
Цели и подход	Приключване на обучението Да обобщи опыта на всеки един от участниците Оценка на обучението
Необходими материали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столовете са подредени в кръг, за да могат участниците да се виждат и чуват добре

Стъпка по стъпка:

Стъпка 1. Обявете края на обучението

Стъпка 2. Помолете всеки един от участниците да отговори на въпроса: Какво си вземам от това обучение? И ако можех да дам име на тази група, бих я нарекъл/а....

Стъпка 3. Заедно с групата изберете едно от предложените имена

Стъпка 4. Изразете благодарността си за участието, споделете собствените си чувства, ако е уместно.

Стъпка 5. Уговорете се за следващата среща – следващия месец.

Стъпка 6. Държейки се за ръце, направете кръг и кажете на глас името на групата.

Източник:

Адаптирано от обучителните практики на ХЕСЕД



Приложение 1. POL описание и основни принципи

1. Основни принципи на модела POL

1. Интервенцията е насочена към разграничима целева популация в добре определени места в Общността и където размерът на населението може да бъде оценен.
2. Етнографски техники систематично се използват за идентифициране на сегменти от целевата популация и за идентифициране на тези лица, които са най-популярни, харесвани и доверени от други хора във всеки сегмент от населението.
3. По време на програмата 15 % от целевото население, установено в местата за интервенция, се обучава като лидери на мнение.
4. Програмата преподава умения на лидерите за инициране на послания за намаляване на риска за ХИВ на приятели и познати по време на ежедневни разговори.
5. Групата се среща ежеседмично в сесии, които използват инструкция, моделиране на улесняващи, и обширни ролеви упражнения, за да помогнат на лидерите да прецизират уменията си и да получат доверие в предоставянето на ефективни послания за превенция на ХИВ на други хора.
6. Групите са достатъчно малки, за да предоставят възможност за упражнение на всички лидери, за да упражняват своите комуникационни умения и да създават комфорт при провеждането на упражнения за предаване на посланията.
7. Лидерите си поставят цели да проведат разговори за намаляване на риска с приятели и познати в целевата група между седмичните сесии.
8. Резултатите от разговорите на лидерите се преглеждат, обсъждат и подсилват на следващите обучителни сесии.

2. Фази на интервенцията

Изпълнението на модела има четири фази. Всяка от тях е от решаващо значение за успеха на интервенцията.





фигура 4 POL. Фази на интервенцията

2.1 Предшестваща изпълнението

ПОЛ използва ресурсите на добре структурираните общности. Важен улесняващ фактор за изпълнението му е идентифицирането на структурата, комуникационните канали на общността.

Основната цел на фазата на предварително изпълнение е да се идентифицира подгрупа в рамките на общността, която може да участва в интервенцията, и да се изберат лидерите, които могат да бъдат овластени да влияят върху промяната.

Идентификация на подгрупата в рамките на общността

Планирането на този етап е много важно, особено за екипи и организации без опит в общността, в която се планира да се осъществи интервенцията. В този случай предварителното проучване на ситуацията е от решаващо значение за успешното планиране на интервенцията.

Надеждна информация може да бъде събрана чрез фокус групи и/или интервюта с ключов информатор. В зависимост от нивото на знания за общността може да се приложи един или и двата от тези методи.

Избор на лидерите на популярно мнение

Втората ключова задача от решаващо значение за успешното прилагане на POL модела е подборът на лидерите. Пет подхода могат да се използват за целите на подбора:

1. Препоръки
2. Наблюдения, направени на местата.
3. Информация въз основа на предварителни програми младежки организации са провели в общността.
4. Съвети или проучвания на целеви членове на населението за идентифициране на най-популярните лица.
5. Ключови интервюта на информаторите.

1.2. Изпълнение (5 сесии)

POL е модел за групово обучение, който е изграден от 5 основни стъпки. Всеки един от тях е много важен за интервенцията: те формират рамката, като поставят основните цели, които трябва да бъдат постигнати, за да се променят индивидуалното поведение и общностните норми. Намесата се гради върху промяна на нагласите на младите лидери на мнение/модел за подражание, мотивирайки ги да влияят на нагласите и по този начин на поведението на техните естествени социални мрежи, и формиране на техните комуникационни умения, за да могат те да приложат ролята на катализатор на промяната.

Най-важната задача на интервенцията е да промени нагласите на лидерите на мнение. Нагласите се отнасят до набор от емоции, вярвания и поведение към определен обект, човек, нещо или събитие. Нагласите често са резултат от опит или възпитание и те могат да имат мощно влияние върху поведението. Докато нагласите са трайни, те могат да бъдат променени и като влияят на трите нива, от които са съставени: **КОГНИТИВНИЯТ КОМПОНЕНТ** (мисли и вярвания по темата), **афективният компонент** (как обектът, лицето, емисията или събитието ни карат да се чувстваме), и **поведенческият компонент** (как нагласите влияят на поведението ни).

1. Първата от петте стъпки има за цел да предостави информация по въпроса. Повишаването на осведомеността за проблема е първата и много важна стъпка към спечелването на сътрудничеството на младите хора за изпълнението на интервенцията на общността. Тази стъпка отговаря на въпроса: "КАКЪВ е проблемът?".
2. Втората стъпка е да се разбере индивидуалното възприятие на въпроса. На този етап е важно да се проучи личният опит на младия човек, свързан с въпроса, и социалните норми и роли, които формират тези възприятия. Въпросът, на който трябва да се отговори тук, е: "КАК ме кара да се чувствам?".
3. Третата стъпка има за цел изграждането на намерението. Важно е младият човек, на този етап, вече да е постигнал разбирането, че има пролука между реалната ситуация и желаната, и да изгради намерение да я промени. Въпросът, разгледан от това ниво на интервенцията, е: "КАКВО трябва да се направи?".



4. Четвъртата стъпка е да планираме промяната. Обикновено това е времето, когато лидерите на младото мнение планират разговорите, които трябва да изпълняват, да направят списъците с приятели, с които ще говорят, и да създадат основното послание, което искат да предадат. Основният въпрос на този етап е: "КАК да го направим?".
1. Последната стъпка е изграждането на самоувереността, от която лидерите на мненията се нуждаят, за да направят промяната. Обикновено доверието се изгражда чрез ролеви игри и реалистични сценарии, които помагат на лидерите на младото мнение да отговорят на възможните възражения на приятелите си и да бъдат готови да предоставят разумна и надеждна информация в подкрепа на желаното поведение. Основният въпрос тук е: "КАК да убедим другите да адаптират новото поведение?".

1.3. Поддръжка

Тази фаза на интервенцията съдържа няколко подкрепящи сесии с основни задачи за подкрепа и подсилване на лидерите при преоформянето на социалните норми и вярвания.

Поддържащите сесии се провеждат всеки месец след края на основното обучение. Те осигуряват безопасно място за младите лидери на мнение да споделят своя опит и предизвикателствата, които срещнат, когато разговарят със своите връстници по темата.

Структурата на сесиите е много подобна на сесиите от фазата на изпълнение, но **се фокусира само** върху отчитането на разговорите, провеждани с приятелите от социалната мрежа, основните предизвикателства и прогнозни постижения на всеки един от лидерите през периода, и предложения как да се подобрят разговорите, за да се оптимизира ефектът от интервенцията.

1.4 Оценка

Основната задача на фазата на оценка е да се измери напредъкът. Ефективността на POL се измерва чрез качествени и количествени методи.

Количествената оценка се отнася до обхвата и интензивността на интервенцията. По време на периода на изпълнение от участниците се изисква да разговарят с приятелите си по темите на интервенцията. Количественият показател за успешно изпълнение е броят на разговорите с членовете на социалните мрежи през периода.

Качествена оценка по отношение на промяната в два компонента:

1. Промяна на поведението: по време на интервенцията лидерите съобщават за разговорите, които са провели с приятелите си по отношение на промяната на поведението, което е показателно за промяната в мрежите. Те съобщават колко разговора са извършили, с какви възражения е трябвало да се справят и т.н.



2. Групова динамика: по време на сесиите за интервизия и надзор се прави професионален анализ за напредъка на групата като цяло и за всеки от участниците поотделно.
3. "Обучителни групи": фасилитаторът е длъжен да попълни дневник за обучение, отразяващ основното развитие на процеса и динамиката на групата.



Приложение 2. Какво ни казаха младите хора?

За да оценим нуждите на целевата група, проведохме три фокус групи с млади майки от изолирани ромски общности в София. Общият брой на участниците в оценката на нуждите е 22.

Целта на фокус групите беше да разберем повече за достъпа им до интернет, и техните онлайн преживявания и онлайн благосъстояние. Въпросите, които поставихме на участниците, бяха групирани в 4 основни области: достъп, дейности, търсене на информация и емоционално благополучие.

Достъп до интернет

Повечето от участниците споделиха, че наистина имат достъп до интернет, и че го използват главно чрез телефоните си. Някои от тях заявиха, че имат компютър / лаптоп, но рядко го използват. По време на разговора стана ясно, че всички използват интернет и телевизия. За младите хора беше трудно да посочат колко време прекарват в интернет дневно. Имаше отговори като: "Винаги, когато имам свободно време", "Всеки ден е различен" и "Ако преброя (SMART) телевизора, тогава 12 часа в денонощието". Част от трудността при определянето на времето идва от факта, че майките с малки деца използват интернет, за да ангажират вниманието на детето си, което прави използването му почти нон-стоп през деня. Друга трудност дойде от факта, че респондентите използват социалните медии между другите си дейности и им е трудно да определят колко точно време прекарват онлайн. Но като цяло всички респонденти отговориха, че използват интернет всеки ден в продължение на поне един час.

Дейности онлайн

Facebook беше споменат от всички участници както като основна медийна платформа, на която поддържат личен профил, така и като платформата, която те основно и най-често използват в интернет. Други сайтове, които бяха изброени, бяха:

- Ticket
- Viber
- Youtube
- Messenger

- Google
- Инстаграм
- WhatsApp

Те използват Google главно за търсене на информация за игри, филми (турски ситкоми), и телевизионни сериали (също турски). Друга употреба, която посочиха, е за пазаруване, предимно от дрехи и обувки. 3 от 5-те участници споделиха, че са резервирали почивка онлайн миналата година.

Повечето от респондентите посочиха, че използват интернет, за да бъдат в контакт със своите роднини и приятели, които са в чужбина.

Младите майки използват интернет за пазаруване – платове и обувки за децата и семейството. Но те също обичат да купуват аксесоари за красота (козметика) и дом – килими, завеси, чинии.

Седем от участниците посочиха, че са вярващи и гледат видеоклипове и съдържание, свързани с техните християнски вярвания – молитви, песни и проповеди.

Търсене на информация

Освен използването на социалните медии, участниците търсят информация в Google. Ето основните теми, които изброиха:

- Превод на думи
- Търсене на маршрути
- Резервация на хотели за почивка
- Филми, телевизионни сериали, развлекателни развлечения
- Търсене на телефонни номера
- Рецепти
- За лечение
- Диети
- Рецепти за красота

Само една млада жена посочи, че търси работа чрез интернет.

На въпроса дали търсят информация за отглеждането на деца, повечето участници заявяват, че не търсят такава информация в интернет. Само един участник сподели, че следва групи



майки във Фейсбук, и че намира информацията, споделена там полезна. По отношение на пандемията, ваксините и други актуални въпроси, младите хора не споделиха, да търсят активно в интернет, но заявиха, че информацията "излиза" от социалните медии.

Емоционално благосъстояние: Повечето от участниците споделят, че се чувстват уверени онлайн.

Една от спонтанните реакции на участниците към този въпрос беше: "Мога да кажа как се чувствам, когато не използвам интернет - сякаш съм изолиран от света". Всички останали участници се съгласиха с това твърдение и описаха преживяванията си като пристрастяващи. Ето още няколко коментара в отговор на въпроса:

- "Ако не съм онлайн, постоянно чувствам, че пропускам нещо"
- "Интернет е като наркотик"
- "Не мога без интернет"
- "По-лошо е от цигарите"
- "Ние сме клюки и обичаме да гледаме как другите правят това, което правят."

Примерите за поведение на лошо поведение онлайн, изтъкнати от младите хора:

- Злонамерени коментари под снимки и профили:
- Интернет тормоз чрез създаване на фалшив профил на жертва и публикуване на голи снимки или друго смущаващо съдържание
- Друга форма на тормоз чрез фалшив профил е създаването на профил на двойка с чужди партньори (например профил на нечий съпруг с друга жена)
- Подигравателни видеоклипове
- Профили "Хакерски" в социалните мрежи и използването им за получаване на информация за банкови сметки и др.
- Изпращане на вируси

Повечето от тях споделиха, че имат преживявания с лошо поведение онлайн.

Някои от майките посочиха някои популярни примери за лошо поведение, което стана популярно чрез Тик-Ток и застрашаващо живота поведение, като например деца, поглъщащи магнитни топчета (това беше въпрос, който беше широко обсъждан през седмиците преди провеждането на фокус-групите, защото някои деца бяха лекувани в болница, след като погълнаха магнитни топчета). Друг подобен пример е видео с деца, които лягат на пешеходни пътеки в трафика.

Повечето примери за добри неща, които се правят с помощта на социални медии / уебсайтове и т.н., бяха свързани с кампании за дарения и благотворителност за различни каузи. Само една участничка посочи възможностите за комуникация и намиране на полезна информация или работа като пример за добри неща, които могат да бъдат направени онлайн.

Някои от младите хора споделиха, че се чувстват разочаровани, че не могат да използват някои от онлайн платформите, защото намират достъпа за труден. Като пример посочиха платформата за регистриране на деца за детски градини в София.

Заклучения

Резултатите от фокус групите потвърдиха предположението ни, че младите майки са потребители на цифрово съдържание и че основната цел на използването им в интернет са развлеченията и социалните контакти.

Те са много изложени на дезинформация и фалшиви новини и липсват здравна грамотност и критично мислене за компетентно вземане на решения по здравни въпроси въз основа на информация, придобита онлайн.

Младите майки са изложени на отрицателни преживявания онлайн и трябва да подобрят цифровите си умения, за да подобрят онлайн благосъстоянието си.

Основната платформа за социални медии, която използват, е Facebook, а това е основният комуникационен канал, който би могъл да се използва за тяхното онлайн активиране.

