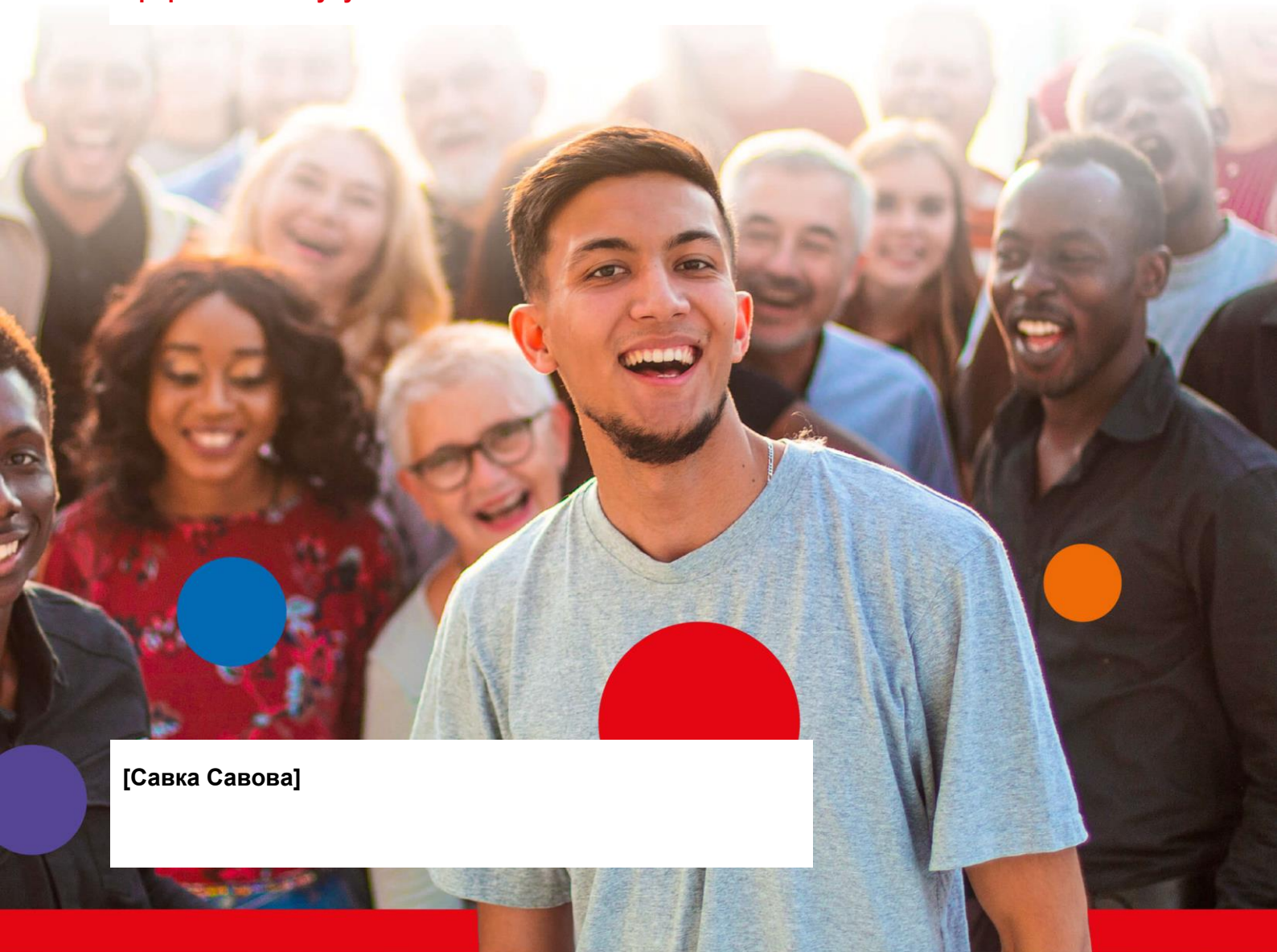


ХЕСЕД – Фондација за здравствен и социјален развој

Модел за активирање на лидери на јавното мислење (MOLA)

Прирачник за обучувачи



[Савка Савова]

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-IP1-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



Содржина

Содржина.....	1
Добредојдовте!.....	3
POL – кој е моделот на „Популарни лидери на јавното мислење“ (Popular Opinion Leader)?	5
1.1 Историја на методологијата	5
1.2 Основни елементи на моделот	6
1.5 Нашето искуство со POL	6
1. Од „Популарни лидери на јавното мислење“ (POL) до Модел за активација на „Лидерите на мислењата“ (MOLA) - зошто е потребно	8
2.1 Тематско проширување.....	8
2.2 Содржина на сесиите за обука.....	9
2.3 Канали за комуникација.....	9
2.4 Фокус на одредена целна група.....	10
2.5 Временска рамка	10
2.6 Индивидуален состанок за планирање на активностите.....	10
2.7 Евалуација на интервенцијата	11
2.8 Модел на активирање на „Лидери на мислење“. Како изгледа MOLA?.....	11
2. Адаптација на моделот за подобрување на дигиталното граѓанство на маргинализираните млади луѓе, со фокус на здравјето	14
2.1 Аналитичко истражување.....	14
2.2 Заедница на интервенција	15
2.3 Дефиниција на целната група.....	16
2.4 Проценка на потребите на целната група	17
3. Програма за обука: општи информации	18
Структура на програмата за обука	18
Краток опис.....	20
Цели на учење	20
Активности	21
Сесија 2. Точно или грешно	27
Краток опис.....	27
Цели на учење	27
Активности	28
Сесија 3. ЗАМИСЛЕТЕ дека сте Лидер на мислење!	34



Краток опис.....	34
Цели на учење	34
Активности	35
Сесија 4. Дигитално раскажување приказни	42
Краток опис.....	42
Цели на учење	42
Активности	43
Сесија 5. Е-здравство – скратеница до права и услуги	49
Краток опис.....	49
Цели на учењето	49
Активности	50
Додаток 1. Опис на POL и главни принципи	56



Добредојдовте!

ACTion е едукативен проект во рамките на Еразмус+ програмата кој има за цел да ги зајакне дигиталните компетенции на младите во различен социјален контекст и средина за учење, и ги охрабрува да станат активни граѓани на интернет. Оваа програма за обука - Модел за активирање на „Лидери на јавното мислење“ (MOLA) - беше развиена од еден од шесте проектни партнери, Бугарската фондација за здравствен и социјален развој (ХЕСЕД)¹.

MOLA се заснова на интервенција во заедницата наречена „Популарни лидери на јавно мислење“ (POL), која беше развиена и користена за борба против ширењето на ХИВ во заедниците со висок ризик. Во овој метод, таканаречените „Лидери на јавното мислење“ популарни и омилени членови на целната заедница - се идентификуваат и обучуваат да влијаат на однесувањето и ставовите на другите членови на нивната група, со што се менуваат општествените норми во нивната заедница како целина. MOLA – интервентната програма развиена од HESED за ACTion – е адаптација на овој метод. „Лидерите на јавното мислење“ се идентификуваат и обучуваат со цел онлајн да влијаат врз однесувањето и ставовите поврзани со здравјето на нивните пријатели и врстници. Преку имплементирање на овој модел, организациите и младинските работници можат:

1. да ги поттикнат „Лидерите на јавното мислење“ да размислуваат критички и да ги користат информациите кои се достапни онлајн и да се вклучат на дигиталните мрежи на мудар, безбеден и етички начин,
2. преку социјалните мрежи „Лидерите на јавното мислење“ позитивно да променат ставови и однесувања поврзани со конкретна здравствена тема во рамките на целната група.

Програмата MOLA беше дизајнирана да се спроведува во период од 5 месеци. Меѓутоа, временската рамка и специфичната содржина на програмата нуди можност за флексибилност и прилагодливост.

Прирачникот ги запознава заинтересираните организации, практичари и младински работници со теоретската основа на MOLA, процесот на избор и проценка на потребите на одредена целна група, како и содржината и структурата на петте сесии за обука за избраните „Лидери на јавното мислење“.

Составен дел на прирачникот се ППТ (Power point presentations) и MOLA прирачник за учесници.

Се надеваме дека овој прирачник ќе ви биде корисен за вашата работа!

Тимот на ХЕСЕД / Савка Савова, ХЕСЕД.

¹Друга програма, со малку поинаков пристап за обука на дигиталните компетенции на младите, беше развиена од Nexus, партнер во проектот ACTion. Програмата развиена од Nexus (Германија) може да ја разгледате овде: <https://www.erasmus-action.eu/our-training-programmes/>





POL – кој е моделот на „Популарни лидери на јавното мислење“ (Popular Opinion Leader)?



Слика 1. „Популарни лидери на јавното мислење“

водат кон промена на ставовите на другите; кои се околу 10-15% од популацијата.

POL е модел кој идентификува и обучува популарни и препознатливи луѓе од заедницата позитивно да влијаат во улога на едукатори и модели за пример, користејќи ги социјалните мрежи со цел да постигнат ефективни и одржливи промени во ставовите и однесувањата поврзани со конкретна здравствена тема. POL се заснова врз „теоријата на социјална дифузија“ – поврзана со новите трендови за однесување кои се формираат кога активно се следат препознатливи луѓе чии мислења се валидирани од другите, и кои воведуваат нови вредности. „Лидерите на јавното мислење“ се лица чиишто мислења и верувања

Пораките кои се испраќаат до членовите на заедницата од луѓе кои лично ги познаваат и почитуваат - стануваат примери и креатори на промени.

1.1 Историја на методологијата

Методологијата **POL** беше создадена од Центарот за интервентно истражување на СИДА (CAIR), Медицинскиот колеџ во Висконсин - Милвоки, Висконсин, САД. Првично, POL беше развиена како интервенција за превенција на ХИВ, за заедницата. POL се базира на напредна и научно докажана форма на врсничка едукација кај младите MSM (мажи кои имаат секс со мажи).

POL се имплементираше во различни средини и контекст и истата ја докажа својата ефективност. Тимот на CAIR информираше дека оваа достапна интервенција се покажала корисна, а резултатот бил намалување на ризикот за заболување од СИДА кај геј мажите, жените, адолесцентите и другите популации².

Првата евалуација на интервенцијата на POL била спроведена во САД со мажи кои посетувале геј барови во 1989 година. CAIR информираше дека има намалување за 30% во однос на процентуалноста на мажите кои имале било каков небезбеден секс и зголемување за 35% на употребата на кондоми. Истите резултати беа утврдени во вкупно седум американски градови каде што беше спроведена студијата.

Програмата POL беше дополнително применета за студија на жени кои живеат во социјални станови во сиромашни населби во 18 градови во САД. За таа цел беше спроведено

²CAIR, POL достапно на интернет: <http://www.mcw.edu/cair/resources/PopularOpinionLeader.htm>, последен пат посетено: 13.12.2021



почетно анкетно истражување на жените кои живееле во станозите, за нивното сексуално однесување. По една година истото истражување беше повторно спроведено. Наодите од резултатите покажале дека тие ги намалиле незаштитените односи и почесто користеле кондоми, односно употребата на кондоми се зголемила за 50%. Интервенцијата резултирала со подобро знаење за ХИВ, поголема свесност за ризикот од СИДА, зголемено користење кондоми и зголемена комуникација меѓу партнерите за предноста на користење на кондоми.

1.2 Основни елементи на моделот

Основни елементи на методологијата се интервентни компоненти кои мора да се имплементираат без измени за да се обезбеди ефективност на програмата.

Основните елементи на POL вклучуваат:

1. Идентификување и добивање поддршка од популарни и омилени „Лидери на јавното мислење“ за да преземат улоги за застапување за намалување на ризикот
2. Обука на кадри на „Лидери на јавните мислење“ да шират пораки за поддршка и намалување на ризикот во рамките на нивните социјални мрежи
3. Поддршка и зајакнување на идните „Лидери на мислењата“ за да помогнат во преобликувањето на општествените норми во нивната заедница.

Со цел детално појаснување на моделот POL: главните принципи се претставени во Анекс 1. За да го запознаете моделот поблиску прочитајте го целиот анекс. Во прирачникот го претставивме нашето искуство со моделот.

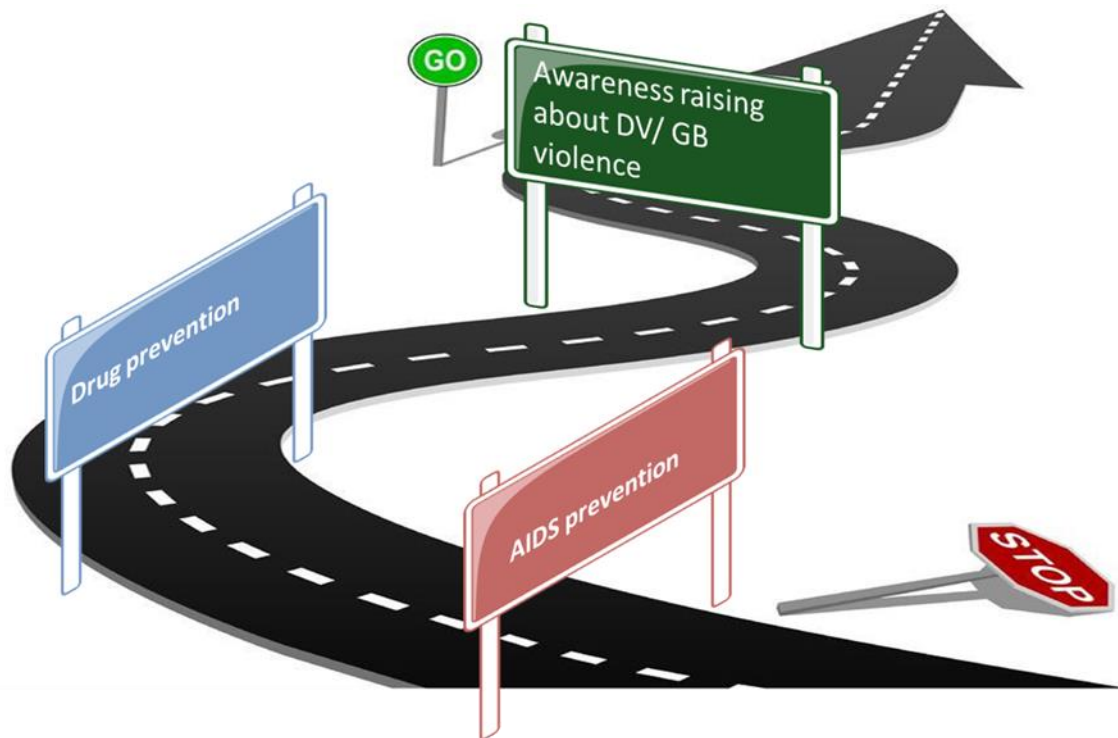
1.5 Нашето искуство со POL

Во 2004 година POL моделот беше прифатен од HESED во рамките на Глобалната мрежа за интервенција против СИДА (GAIN). Бугарскиот партнер го имплементира POL во две различни заедници – млади MSM и Роми. POL ја докажа својата ефективност во превенцијата од СИДА во бугарски контекст во геј заедницата³ како и во ромската заедница⁴.

³Amirhanian YA, Kelly JA, Kabakchieva E., at all (2003): Evaluation of a Social Network HIV Prevention Intervention Programme For Young Men Who Have Sex With Men in Russia and Bulgaria. AIDS AIDS EDUC PREV 2003; 15: 205-221.

⁴Kabakchieva E., Amirkhanian 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





Слика 2 Искуството на HESED со POL

Во рамките на проектот финансиран од ЕУ „WEDworks: жени, етнички малцинства и дроги“ (JUST/2011/DPIP/AG 3561), POL моделот беше прилагоден на нова тема со порака за превенција од дрога кај младите Роми. Резултатите беа многу охрабрувачки. Во рамките на Проект финансиран од ЕУ „Youth MIND Education: yMIND“, HESED, исто така, го адаптираше моделот POL за целите на кампањи за подигање на свеста во врска со семејното насилство/родово базирано насилство кај најранливите групи во ромската заедница - бремени жени и млади мајки на мали деца.

1. Од „Популарни лидери на јавното мислење“ (POL) до Модел за активација на „Лидерите на мислењата“ (MOLA) - зошто е потребно

Примената на новите технологии и социјалните медиуми во ромските заедници и другите маргинализирани групи им овозможува на луѓето да станат социјално активни настрана од користењето на традиционалните канали за комуникација. Оваа позитивна промена доаѓа заедно со зголемена ранливост кон дезинформации и онлајн пропаганда. Во овој контекст, најголемата предност на заедницата – способноста да се поддржуваат едни со други, да бидат блиски, да имаат силни меѓусебни контакти во некои ситуации – се покажува како нејзина најголема слабост. Тоа се ситуации на големи општествени кризи како што е пандемијата Ковид19, кога најголемиот предизвик е да се објасни и да се мотивираат луѓето од заедниците да преземаат лична одговорност, да го чуваат своето здравје и живот безбедни, како и другите луѓе во заедницата. Оваа лична одговорност, заедно со принципот на еднаквост, се сржта на демократскиот систем. Нејзините најсилни манифестации се критичкото размислување и способноста да се прават информирани избори.

Развојот на новите технологии носи нови можности за развој на заедницата. Да се биде онлајн е начин на живот за младите луѓе: тие комуницираат со своите врстници на интернет, тие ги формираат своите мислења преку социјалните медиуми, дури и ако тоа не е нивната првична намена. Онлајн активирањето на Лидерите на мислење за важни прашања во заедницата се смета за силна алатка за влијание врз ставовите во заедниците, особено во изолираните заедници.

MOLA е модел за онлајн активирање на „Лидерите на мислење“. Се заснова на главниот принцип на теоријата на социјална дифузија, но има и специфични карактеристики.

2.1 Тематско проширување

POL како модел им дава готови одговори на младите – зошто е важно редовно да се тестираат за ХИВ, зошто е важно да се користат кондоми или да не се користи дрога. POL е како поштенско сандаче, каде што младите ја примаат пораката и мора да ја пренесат преку нивните канали за комуникација до заедницата на која припаѓаат.

MOLA додава уште една перспектива. Главната цел на моделот е да се сменат навиките на младите – да се поттикнат да пребаруваат информации на интернет, за теми што се важни за нив, но и да им се обезбедат корисни алатки и совети за да препознаат содржина што е неверодостојна, погрешна, па дури и опасна. MOLA има за цел да ги активира младите корисници онлајн да станат критички ангажирани, но и да ги активира да учествуваат во дигиталниот свет на мудар, безбеден и етички начин.

Целта на моделот е да ги поттикне младите „Лидери на мислењата“ да станат критички ангажирани корисници на информации за онлајн медиумите - да користат интернет не само за забава, туку и да пристапат до информации и услуги поврзани со темата, да можат да



пребаруваат информации на интернет, да знаат и користат практики за препознавање и борба против онлајн дезинформациите – пораки на социјалните медиуми, лажни вести, пропаганда – критички да ги проценуваат информациите за различни прашања и пошироко да ги разберат последиците од дистрибуцијата на лажни информации. Да се разбере личната одговорност на корисниците на интернет и последиците од дезинформациите и лажните вести, да се почитува етиката на интернет и да се комуницира онлајн со емпатија. Како модел изграден врз принципите на теоријата на социјална дифузија, MOLA, исто така, се потпира на природни мрежи за дифузија на информации преку интернет. Ова бара младите „Лидери на мислењата“ да ги подобрат своите вештини за создавање на онлајн содржини и да бидат поактивни во креирањето на содржини за социјално ангажирање.

2.2 Содржина на сесиите за обука

MOLA е прилагоден да се користи за образовни цели во заедницата. Го подобрува дигиталното граѓанство на младите луѓе од маргинализираните групи преку подобрување на нивната дигитална писменост и критичко размислување, зајакнување на нивното активно учество и подобрување на нивниот пристап до информации, услуги и права.

Содржината на сесиите за обука може лесно да се прилагоди на потребите на интервенција во заедницата. Предложената содржина на сесиите се заснова на примери и им овозможува слобода на фасилитаторите да ја приспособат содржината во зависност од целите на учењето и потребите на учесниците. Сесиите се состојат од теоретски дел кој има за цел да го зголеми знаењето на учесниците и практичен дел кој има за цел развој на вештини за активно учество со помош на дигитални технологии. За да се приспособи содржината на обуката на нова тема поврзана со граѓанското образование и дигиталното граѓанство, потребно е да се избере соодветна содржина за практични активности и демонстрации во сесиите во согласност со избраната тема.

2.3 Канали за комуникација

POL го докажа својот потенцијал за неформално образование и менување на трендовите на однесување во затворените заедници. Најголемата предност на моделот е тоа што обезбедува начини за имплементација во тешко достапни заедници и им овозможува на членовите да го користат сопствениот потенцијал - природните комуникациски канали - за да го постигнат посакуваниот резултат. Главната алатка што ја користат популарните лидери на јавното мислење се разговорите лице в лице со нивните пријатели.

MOLA е наменет да ја користи моќта на онлајн комуникацијата. „Лидерите на јавното мислење“ се поддржани да започнат да споделуваат информации на интернет за прашања кои се важни за заедницата, но и да креираат нивна содржина со цел да влијаат на мислењето на нивните онлајн следбеници и пријатели. Овој пристап има големи предности, но и сериозни недостатоци.

Најголемата предност е што опсегот на онлајн пораката е поширок, и ќе допре до многу повеќе луѓе отколку во комуникацијата лице в лице. Офлајн комуникацијата бара повеќе време и напори од „Лидерите на мислењата“, бидејќи тие треба да разговараат со секој од нивните пријатели поединечно. Овој едноставен начин на комуникација му овозможува на



лидерот на мислење да влијае на 5 до 10 пријатели за време на интервенцијата. Онлајн комуникациските канали и комуникациските мрежи овозможуваат лесно да се шири пораката и да се допре до 50, 100, 400 и уште повеќе луѓе во исто време (во зависност од бројот на контактите на социјалната мрежа на корисникот). Ова го прави опсегот на пораката многу поширок, во споредба со традиционалниот начин. Ова, исто така, носи ризик дека се вклучени и луѓе кои не се цел на опсегот на интервенцијата.

Спротивно на сметка на обемот на интервенцијата, квалитетот е ограничен, со оглед на недостатокот на директна комуникација со комуникаторот. Како што споменавме претходно – POL работи со ставовите во заедниците, бидејќи „Лидерите на мислењата“ активно ги убедуваат своите врсници да променат конкретно однесување. Онлајн комуникацијата ја нема оваа моќна енергија; работи на ниво на подигање на свеста и обезбедување информации. MOLA го компензира овој дефицит со активирање на лидерот на мислење да споделува една порака неделно поврзана со темата на интервенцијата, што ќе им овозможи на неговите пријатели и следбеници редовно да следат нови информации и размислувања за темата.

2.4 Фокус на одредена целна група

Младите лица се на возраст кога градат вредности, ставови и вештини. Тие се отворени за нови искуства и предизвици и со тоа се соодветна целна група за интервенција преку неформално образование. MOLA се обидува да привлече млади луѓе со лидерски потенцијал во рамките на социјално загрошена заедница, да ги поттикне нивните дигитални компетенции преку интерактивна офлајн обука и да ги активира како онлајн инфлуенсери (модел за пример).

Сепак, секој образовен центар/тим на практичари може да ја дефинира целната група соодветно со нивната интервенција – во зависност од конкретната цел што сакаат да ја постигнат – и да го прилагодат моделот на нивните потреби.

2.5 Временска рамка

Обуката е составена од 5 сесии, секоја со времетраење од 120 минути, кои треба да се имплементираат во неформален образовен амбиент во времетраење од 5 последователни недели. После теоретската обука се организираат три последователни состаноци во период од три месеци (еден состанок месечно). За време на последователните состаноци, младите „Лидери на мислење“ продуцираат содржини за здравствени прашања - едукативни или информативни видеа.

За спроведување на методологијата MOLA се потребни вкупно 5 месеци. Доколку поради некои причини практичарите/младинските работници сметаат дека временската рамка е предолга, возможно е планот за имплементација на интервенцијата да го адаптираат на два месеци. Моделот дозволува флексибилно планирање на интервенцијата - на пример, дводневна обука за подобрување на дигиталната компетентност на „Лидерите на мислењата“ и 5 последователни недели онлајн активности.

2.6 Индивидуален состанок за планирање на активностите



Со цел да се активираат „Лидерите на мислење“ и да се одржи нивната мотивација, се организираат еден или повеќе индивидуални состаноци за планирање на онлајн активностите со секој од „Лидерите на мислење“.

За време на индивидуалните состаноци, фасилитаторот му помага на лидерот на мислење да ги планира активностите за секоја недела, да ја дефинира пораката за секоја од планираните дигитални содржини и да планира каква содржина - видео, слика, онлајн информации или статија – ќе биде споделена.

2.7 Евалуација на интервенцијата

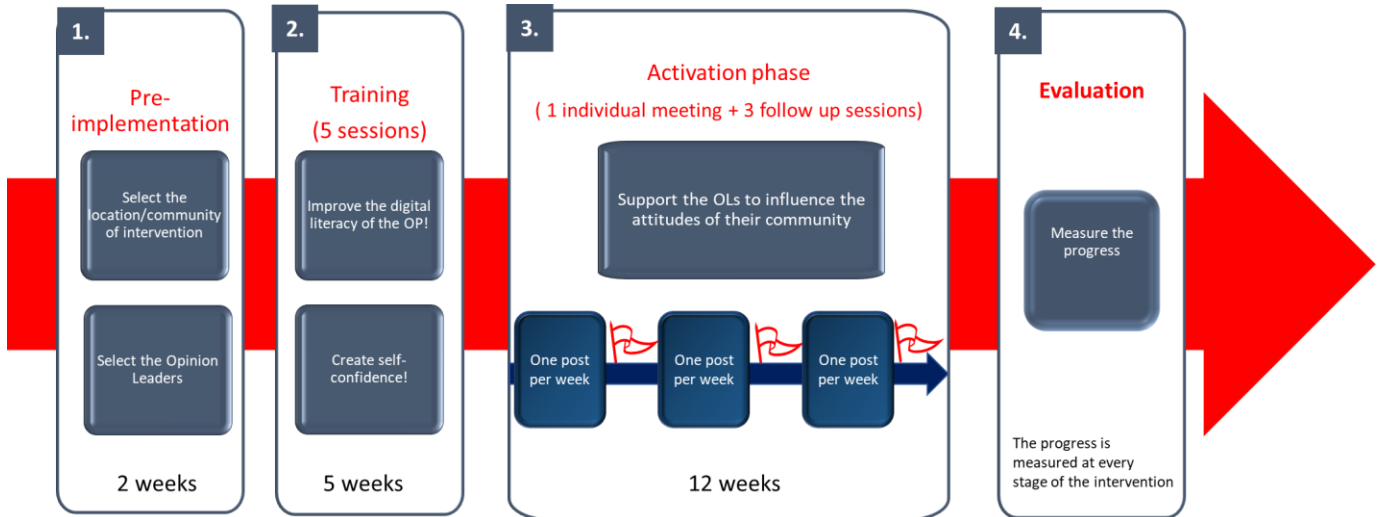
Првично била наменета за следење на ризичното сексуално однесување во заедницата, но евалуацијата на ефективностa на интервенцијата може да се модифицира според новата примена на методот.

За потребите на планирање и евалуација изработена е посебна алатка. Секој лидер на мислење се очекува да сподели 12 објави за време на фазата на онлајн активирање. Се земаат предвид и бројот на „лајкови“ и коментари за секоја објава. Од секој од „Лидерите на мислење“ се очекува да разговара со негови/нејзини пријатели и да им ги презентира основните пораки од секоја од сесија од обуката. Алатката е достапна во прирачникот за учесниците, (**Материјал 7. Планирање на онлајн активности**).

2.8 Модел на активирање на „Лидери на мислење“. Како изгледа MOLA?



Моделот за активирање на „Лидери на мислење“, како и неговиот претходник, има четири фази на имплементација.



Слика 3 MOLA. Фази на интервенција

Првата фаза има две главни задачи: Првата е да се идентификува заедницата на интервенција. Ова исто така вклучува дефинирање на целната група според нивниот социјален профил, онлајн активност и специфични потреби.

Откако ќе се дефинира целната група, потенцијалните „Лидери на мислење“ треба да бидат идентификувани и мотивирани да учествуваат на обуката. Оваа фаза започнува пред фазата на имплементација и може да потрае неколку недели.

Втората фаза од интервенцијата – обуката – исто така треба да исполни две задачи. Обуката има за цел да ја подобри дигиталната писменост на „Лидерите на мислење“. Таа е дизајнирана да ги подобри вештините за пребарување и оценување информации, критичко размислување, развивање на дигитален идентитет и вештини за емпатија и раскажување приказни. Втората задача од оваа фаза е да ги зајакне лидерите на мислење, да развијат самодоверба дека можат да направат позитивна промена и позитивно да влијаат врз ставовите во нивните заедници. Како резултат на обуката, „Лидерите на мислење“ треба да станат **„критички ангажирани, но и активни независни корисници кои учествуваат во дигиталните медиуми на мудар, безбеден и етички начин“**.

Фазата на активирање е дел од интервенцијата што одзема најмногу време. За разлика од POL, каде што обуката беше најинтензивната фаза од интервенцијата, проследена со три последователни сесии за поддршка, главната фаза на интервенција на MOLA доаѓа после обуката. Фазата на активирање започнува со индивидуални состаноци со секој од „Лидерите на мислење“ за да ги планираат своите онлајн активности. Секој од „Лидерите на мислење“ се очекува да креира по една дигитална содржина неделно, во следните три месеци. Сите пораки треба да се поврзани со иста тема. Со други зборови – во фазата на активирање, очекуваме секој од учесниците да спроведе индивидуални онлајн кампањи.



За да се обезбеди активно учество на „Лидерите на мислење“, се препорачува да им се обезбеди дополнителна поддршка која вклучува индивидуални консултации, приватни разговори и средби со членовите на групата итн. Секој месец, исто така, се одржува по една групна средба – да се дискутира за искуството, да се прегледаат активностите, да се видат реакциите од публиката за креираната дигитална содржина. Трите последователни состаноци се клучни и се поврзани со последната фаза на евалуација на интервенцијата.



2. Адаптација на моделот за подобрување на дигиталното граѓанство на маргинализираните млади луѓе, со фокус на здравјето

2.1 Аналитичко истражување

Првиот чекор од процесот на адаптација беше прелиминарното аналитичко истражување, кое имаше за цел да ја воспостави теоретската рамка за клучните поими и дефиниции кои ја формираат основата на работата спроведена преку проектот ACTion. Прелиминарното истражување идентификуваше четири клучни термини, и тоа дигитално граѓанство, граѓанско образование, медиумска писменост и здравствена писменост.

Втората компонента на примарното истражување беше да се идентификуваат целите на учењето, а со тоа и доменот на дигиталното граѓанство и основните компетенции, кои ќе се адресираат преку образовните интервенции на ACTion засновани на образовните практики во заедницата.

Главните наоди од прегледот на аналитичкото истражување се претставени во Теоретска Рамка и Анализа на истражувањето.

Главните заклучоци во врска со адаптацијата на моделот за онлајн активирање на „Лидерите на мислење“ се:

- Социјалните медиуми играат клучна улога во формирањето на политичкото мислење на онлајн корисниците: Фејсбук и Твитер се користат за активизам и организирање на политички движења ширум светот, пренесување идеолошки пораки и придобивање поддржувачи од различни каузи – вклучително и радикализам.⁵ Сакаме да ја искористиме оваа моќ на позитивен начин.
- Платформите за социјални медиуми, исто така, широко се користат за промовирање информации и совети за здравствени проблеми и здравје, како што се исхраната, физичката активност, прашањата за вакцинација итн. Сè поважно е младите луѓе да можат критички да ги користат (онлајн) медиумите и да бидат подготвени да им пристапат на медиумските информации како ангажирани *дигитални граѓани* кои критички ги користат информациите за различни прашања, но исто така можат да придонесат за своите заедници на позитивен начин.
- За да го направат тоа, им требаат различни вештини поврзани со медиумската и дигиталната писменост: овие вештини ќе им овозможат да ги знаат и да ги

⁵MediaSmarts (n.d.): Digital Literacy Fundamentals. Online verfügbar unter <https://mediasmarts.ca/digital-media-literacy/general-information/digital-media-literacy-fundamentals/digital-literacy-fundamentals>, zuletzt geprüft am 14.06.2021.



практикуваат правата што ги имаат како потрошувачи и корисници на услуги (образовни, здравствени, социјални), како членови на онлајн заедници, како граѓани на држава и како луѓе.

- Иако и дигиталната и медиумската писменост се базираат на истата основна вештина на критичко размислување, фактот дека повеќето дигитални медиуми се мрежни и интерактивни покренува дополнителни прашања и бара дополнителни навика и вештини:
 - Медиумската писменост генерално се фокусира на учење на младите да бидат критички ангажирани корисници на медиумите.
 - Дигиталната писменост е повеќе за овозможување на младите да учествуваат во дигиталните медиуми на мудар, безбеден и етички начин⁶.

Дигиталната писменост и дигиталната здравствена писменост се тесно поврзани со дигиталното граѓанство преку идејата за активно учество, пристап до информации и услуги и пристап до права. Основната вештина идентификувана како клучна за медиумската и здравствената писменост е **критичкото размислување**.

Основни дигитални вештини се бараат за пристап, употреба, разбирање и креирање содржини на интернет користејќи различни социјални медиуми, платформи и апликации, но тие не се доволни за компетентно донесување одлуки за здравствени прашања врз основа на информациите добиени на интернет.

Дигиталното граѓанство е тесно усогласено со граѓанството во традиционална смисла, каде што разбирањето на дигиталните медиуми и можноста за нивно користење станува витален дел од активното граѓанство.

Нашето разбирање е дека едноставните комбинации во врска со клучните медиумски компетенции - пристап, употреба, разбирање и креирање - може да се применат за различни прашања, вклучително здравје, активно младинско учество и граѓанско образование.

2.2 Заедница на интервенција

Подолу ги претставуваме посебните карактеристики на избраната заедница за интервенција на MOLA во рамките на проектот ACTIon во Бугарија. Ова е пример кој може да обезбеди препораки и идеи за практичарите за тоа како да ја идентификуваат нивната заедница на интервенција.

Населбата Факултета е втората по големина ромска населба во Бугарија. Заедницата е многу голема – таму живеат официјално 25 000, неофицијално 40 000 луѓе. Ова е најмладата населба во Софија, со најголема концентрација на млади семејства со мали деца.

⁶Ibid.



На крајот на 2019 година, ХЕСЕД спроведе теренска анкета⁷ преку која се опфатени 206 мајки во населбите Факултета и Филиповци во Софија, Бугарија.

Резултатите од студијата ги потврдија нашите долгорочни набљудувања дека голем дел од мајките во заедниците во кои работиме не ги дојат своите бебиња или ги дојат помалку од три месеци.

Хранењето на бебињата, обично започнува меѓу третиот и шестиот месец, а младите мајки веруваат дека е корисно да започнат да го хранат бебето што е можно порано. Секоја трета мајка смета дека бебето треба да се храни после третиот месец, а често децата се хранат со храна која не е соодветна за нивната возраст.

Главен извор на информации за доењето и исхраната на децата во заедницата се постарите жени, што доведува до примена на погрешни информации и до голем број на здравствени пријави за деца што страдаат од недостаток на железо, анемија и неухранетост.

Подигнувањето на здравствената писменост и свест на мајките е клучно за подобрување на здравјето на децата во заедницата, но овој резултат не може да се постигне преку неформално учење.

Целта на MOLA во рамките на проектот ACTion е да ги активира „Лидерите на мислење“ за подигање на свеста на младите мајки во заедницата за подобрување на здравјето и исхраната на децата.

2.3 Дефиниција на целната група

За потребите на адаптацијата избираме да работиме со млади мајки од Факултета. Програмата за обука може да се достави и до други групи млади луѓе.

Постојат три главни причини зошто ја одбравме оваа целна група.

1. Младите мајки се активни на интернет, имаат добро развиени социјални мрежи, имаат контакти со други млади луѓе со ист социјален профил и отворени се за пребарување информации за здравствени прашања во врска со нивните деца. Тие можат лесно да бидат препознаени како модели за пример од нивните врсници.
2. Оваа специфична група на млади луѓе е многу ранлива поради нивните социо-демографски карактеристики. Тие се економски зависни од мажите во семејството; не се занимаваат со никакви формални општествени активности бидејќи се грижат за своите деца. Изложени се на онлајн содржини на социјалните мрежи, а немаат здравствена писменост и критичко размислување за компетентно одлучување за здравствени прашања врз основа на информации добиени преку интернет.

⁷Проект „Грижа за храна и исхрана“, финансиран од TSA



- Младите мајки имаат желба да учествуваат во неформални обуки и последователни активности поради нивниот интерес за темата - тие пребаруваат информации на интернет за прашања поврзани со исхраната на нивните деца и други здравствени прашања.

Поради овие причини и поради нашето долгогодишно искуство со групата, ние сме убедени дека младите мајки имаат голем потенцијал за онлајн активирање.

2.4 Проценка на потребите на целната група

За да ги процениме потребите на целната група, спроведовме три фокус групи со млади мајки од изолираните ромски заедници во Софија. Вкупно 22 учесници беа вклучени во проценката на потребите.

Целта на фокус групите беше да се добијат информации за пристапот до интернет, нивните онлајн искуства и онлајн благосостојбата. Прашањата што им ги поставивме на учесниците беа групирани во 4 главни области: пристап, активности, барање информации и емоционална благосостојба.

Табела 1. Прашања за целната група

Тема	Прашање
Пристап до интернет	1. Дали имате пристап до Интернет? Колку време поминувате на Интернет (во часови)? Каде го користите Интернетот - на телефон / компјутер?
Онлајн активности	2. Што правите на Интернет? Кои сајтови ги посетувате? На кои социјални медиуми имате профил?
Пребарување на информации	3. Дали барате информации на интернет? На кои теми? Како барате информации?
Емоционална благосостојба	4. Како се чувствувате кога користите различни социјални медиуми / апликации / веб-страници? 5. Можете ли да дадете примери за лошо однесување на интернет? 6. Можете ли да дадете примери за добри работи што се прават со помош на социјалните медиуми / веб-страниците итн.?




Во Дополнителните материјали се прикажани резултатите од проценката на потребите. Проценката на потребите ќе Ви даде основа за содржинските теми за сесиите од обуката.



3. Програма за обука: општи информации

Главната цел на обуката е да се подобри дигиталното граѓанство на маргинализираните млади луѓе, преку подобрување на нивната дигитална писменост, нивниот пристап до информации и услуги и нивниот пристап до правата, со фокус на здравјето, како и нивно оспособување за активно учество на интернет. Целите на учењето се засноваат на теоретска рамка и таксономијата на Блум (Bloom). Тие се детално претставени во теоретската рамка (<https://bit.ly/36FZPpx>).

Table 2: Digital Competence Domains

Category	Being Online 	Wellbeing Online 	It is my right! 
Digital Competence Domains	<ul style="list-style-type: none"> Access and Inclusion Media and Information Literacy 	<ul style="list-style-type: none"> Ethics and Empathy Health and Wellbeing 	<ul style="list-style-type: none"> Active Participation Rights and Responsibilities

Адаптацијата на POL за онлајн активирање претставена овде, е наменета за млади мајки со лидерски потенцијал од маргинализираните групи со основни дигитални вештини.

Структура на програмата за обука

Секоја од сесиите се отвора со општ преглед:

- Краток опис на сесијата
- Дефиниција на целите на учењето, во согласност со домените на дигитални компетенции (таб. 2) и когнитивни домени, врз основа на Блумовата таксономија (таб.3):

Tabl.3 Cognitive domains based on Bloom`s taxonomy

Level 1: Remember & understand	<ul style="list-style-type: none"> Raising awareness Increasing understanding Recognition
Level 2: Apply & analyse	<ul style="list-style-type: none"> Develop skills Increase competences
Level 3: Evaluate & create	<ul style="list-style-type: none"> Evaluate values Advocate values Cultivate values among others Create content



2. Пример на програма за сесијата – редослед на активности и време.

Табела 4: Пример за програмата за сесии

Сесија 1		Сесија 2		Сесија 3		Сесија 4		Сесија 5	
10 мин	Добредојде и вовед во обуката	10 мин	A1. Добредојде и краток осврт на претходната сесија	10 мин	A1. Добредојде и краток осврт на претходната сесија	10 мин	A1. Добредојде и краток осврт на претходната сесија	10 мин	A1. Добредојде и краток осврт на претходната сесија
10 мин	A1. Зошто сме тука? Групен договор	30 мин.	A2. Воведна игра: Точно или неточно	30 мин.	A2. Воведна игра: Дигитален идентитет	20 мин.	A2. Дигитално раскажување приказни: како да креирате онлајн приказни.	20 мин.	A2. Воведна игра: Моите права како пациент
20 мин	A2. Воведна игра: Мојот личен грб	30 мин.	A3: Факти наспроти мислење.	10 мин.	A3: Лидер на мислење; која е улогата?	70 мин.	A3. Дигитално раскажување приказни	50 мин.	A3 Како да се подобри пристапот до услуги преку технологии?
20 мин	A3. Фатен во мрежата: безбедно пребарување	30 мин.	A4.: Лажни вести.	40 мин.	A4. Мојот имиџ како Лидер на Мислење	10 мин.	A4. Медијатека	20 мин.	A4. Што следува? – Активирање преку Интернет
40 мин	A 4. Пребарување преку Интернет за детска исхрана	20 мин.	A5: Затворање на сесијата	30 мин	A5. РАЗМИСЛИ пред да објавиш!	10 мин.	A5. Затворање на сесијата	20 мин.	A5. Затворање на обуката
20 мин	A5. Затворање на сесијата: главни пораки.			10 мин.	A6. Затворање на сесијата				

3. Детален опис на Активностите: вклучува временска рамка, цели и пристап, алатки и опрема и подготовка за сесијата. Достапен е и чекор-по-чекор опис на предложените активности, заедно со идеи и препораки за адаптација на активностите.

4. Едукативниот сет на алатки за обуката опфаќа: наставна програма со упатства за фасилитатори, PowerPoint презентација со теоретски информации и визуелни материјали за вежби, прирачник со вежби за учесници.



Сесија 1. Фатени во мрежата: безбедно пребарување

Краток опис


Сесијата има за цел да ги запознае учесниците меѓусебе и да создаде безбеден простор за учење и споделување, донесување на групни правила и групен договор (Активност 1 и 2). Во теоретскиот дел од сесијата се споделуваат совети за ефективно пребарување на информации, дополнителни информации за пребарувачите, совети како да се изберат информациите и како да се заштити нивната приватност на интернет (Активност 3). Практичниот дел од сесијата се состои од демонстрација и насочено пребарување на клучни зборови (Активност 4). За да ја прилагодите сесијата на друга тема, доволно е да ги промените клучните зборови од активността за пребарување.

Цели на учење

Целта на првата сесија е да се подобри пристапот на „Лидерите на мислење“ до онлајн информации и да се подобрат нивните вештини како независни онлајн корисници. По сесијата, учесниците треба да имаат став да користат интернет не само за забава, туку и да пристапуваат до информации и услуги поврзани со темата, да можат да пребаруваат информации поврзани со здравствени теми преку Интернет, да ги знаат и користат главните пребарувачи, и да бидат свесни за безбедно пребарување и заштита на приватноста.

Целите за учење на овој модул ги таргетираат сите три домени на дигитална компетентност и главно се однесуваат на нивото на вториот когнитивен домен, **Примени и анализирај**.

Табела 5 Придонес кон целите на учењето на ACTion

Примени и анализирај	
5а) Да се зголемат вештините за критичко размислување со цел да се анализираат и решаваат проблемите во однос на пристапот, вклучувањето и почитувањето во дигиталната/онлајн комуникација.	



Активности

Оваа сесија е структурирана на следниов начин:

Табела 6 Сесија 1. Фатени во мрежата: безбедно пребарување. Пример за програма за сесија

Време	План на сесијата 1
10 мин.	Добредојде и вовед во обуката
10 мин.	Активност 1. Зошто сме овде? Групен договор
20 мин. (5 мин.+ 15 мин.)	Активност 2. Воведна игра: Мојот личен грб (Индивидуална работа)
20 мин.	Активност 3. Фатени во мрежата: безбедно пребарување (ППП)
40 мин.	Активност 4. Пребарување преку Интернет за детска исхрана (демонстрација)
20 мин.	Активност 5. Затворање на сесијата: главни пораки.

Следниот параграф ќе ги запознае фасилитаторите со активностите подетално, со што им овозможува самите да го имплементираат модулот.



Активност 1. Зошто сме овде? Групен договор

Време	10 мин.
Цели и пристап	Да се запознаат со целите на обуката Да се претстават и да договорат правилата за интеракција Да се создаде безбедна и доверлива атмосфера за учесниците да споделуваат и да експериментираат со нови идеи
Алатки и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер• Правила на групата:<ul style="list-style-type: none">• Да се почитува мислењето на другите, без да се осудува.• Да се доаѓа навреме на сесиите.• Да се користат GSM – (паметни уреди) само за едукативни активности за време на сесиите за обука• Да се чува доверливоста на групата.
Подготовка	Столките се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очите и да можат добро да се слушнат

Чекор по чекор:

Чекор 1. Објаснете ја целта на обуката

Чекор 2. Напишете ги на флипчартот правилата на групата

Чекор 3. Прашајте го секој од членовите на групата дали се согласуваат со нив или дали имаат нешто да додадат на правилата.



Поради недостаток на време, се предлага правилата да бидат однапред напишани на флипчарт хартија. Алтернативно е да и се предложи на групата да создаде свои правила и да ги потпише како вистински договор. Ако ја изберете оваа верзија на активността, сметајте дека е потребно повеќе време (40 минути).

Покрај традиционалните правила наведени погоре – се препорачува да се додаде правило дека од учесникот се очекува да користи сопствен GSM (паметен телефон или таблет) за време на едукативните сесии за целите на обуката.



**Активност 2. Воведна игра: Мојот личен грб
(Индивидуална работа)**

Време:	20 мин.
Цели и пристап	<p>Да се запознаат учесниците меѓусебно</p> <p>Да направиме рефлексива и да размислиме за личните преференции и социјалната слика што ја создаваме</p> <p>Да се воведат темата за социјалните медиуми и колку се популарни учесниците</p>
Материјали и опрема	Материјал: Воведна игра. Мојот личен грб.
Подготовка	Столчињата се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очите и да можат добро да се слушнат.

Чекор по чекор:

Чекор 1. Претставете ја активноста - Материјал: Воведна игра. Мојот личен грб

Чекор 2. Побарајте од секој од учесниците да работи индивидуално по 5 минути и да одговори на прашањата

Чекор 3. Побарајте од учесниците да го претстават својот грб пред групата



Оваа активност може да се замени со која било воведна активност која би можела да ги исполни истите цели, но важно е да се вложи време учесниците да се запознаат и да се чувствуваат удобно во групата.

Извор:

Тренинг практики на HESED



Активност 3. Фатени на мрежата: безбедно пребарување (ппп)

Време:	20 мин.
Цели и пристап	<p>Да се претстават нови информации за пребарувачите и нивната употреба за да се добијат нови информации</p> <p>Да се презентираат важни правила како да се користат резултатите од пребарувањето со цел избор на релевантни информации</p> <p>За да се зголеми свесноста дека дозволување на локацијата и колачињата од претходните пребарувања може да влијаат на резултатите од пребарувањето</p> <p>Да дадете неколку совети како безбедно да пребарувате</p>
Материјали и опрема	<p>ППТ презентација “Фатени на мрежата: безбедно пребарување”</p> <p>Алатки/Уреди за споделување на ППП</p>
Подготовка	<p>За да ја подготвите оваа активност, внимателно прочитајте ја презентацијата заедно со белешките под слајдовите.</p> <p>Подгответе неколку примери за да ја визуелизирате содржината.</p>

Чекор по чекор:

- Чекор 1. Презентирајте зошто е важно правилно да се користи пребарувачот
- Чекор 2. Побарајте од групата да сподели искуство со пребарувачите
- Чекор 3. Презентирајте ги советите за безбедно пребарување
- Чекор 4. Рефлексија: Поканете ја групата да направи кратка дискусија на темата.

Извор:

Адаптирано од: Прирачник за интернет писменост, Поддршка на корисници во онлајн-светот (www.coe.int/children)



Активност 4. Пребарување на Интернет за детска исхрана (демонстрација)

Време	40 мин.
Цели и пристап	Да се демонстрира различен пристап за ефективно користење на пребарувачите Да се демонстрира како пребарувачите може да се користат за добивање информации за теми поврзани со здравје Да вежбате различни начини за користење на пребарувачите: гласовно пребарување, пребарување преку слики
Материјали и опрема	Алатки/Уреди за споделување онлајн пребарување (лаптоп + проектор или интерактивен екран) Секој учесник треба да учествува со свој GSM уред Интернет
Подготовка	Проверете дали учесниците имаат пристап до интернет Обезбедете wi-fi доколку пристапот на учесникот до интернет е ограничен (напишете го корисничкото име и лозинката на флипчартот)

Чекор по чекор

Покажете како да пребарувате информации на интернет користејќи го најпопуларниот пребарувач:

Чекор 1: Пребарување на клучниот збор.

Чекор 2. Демонстрирај напредни опции за пребарување.

Чекор 3. Побарајте од учесниците да ги користат нивните телефони и да направат напредно пребарување со клучни зборови: исхрана + дете + здравје

Чекор 4. Пленарна дискусија за резултатите од пребарувањето:

- На какви информации наидовте?
- Кои се предностите и ризиците поврзани со информациите што доаѓаат од мрежата?
- Кои информации се битни за вас и зошто?

Извор:

Адаптирано од ХЕСЕД тренинг практика.



Активност 5: Затворање на сесијата: главни пораки

Време	20 мин.
Цели и пристап	Да се затвори сесијата. Да се резимираат главните пораки. Да се сподели искуство со групата од првата сесија.
Материјали и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Соловите се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очи и да можат добро да се слушаат меѓусебно.

Чекор по чекор

Чекор 1. Направете кратко резимирање на сесијата:

1. Како правилно да се користи пребарувачот е најважната вештина што треба да се развие
2. Имајте „здрав скептицизам“ за материјалот што го наоѓате.
3. Одвојте време за управување/бришење на колачињата и историјата на прелистување.
4. Секогаш обидувајте се со неколку термини за пребарување, напредни техники за пребарување и различни пребарувачи за да го извлечете максимумот од вашето пребарување и да најдете разновидност на извори за вашето барање.
5. Обележете корисни сајтови или портали за да не мора повторно да ги барате.
6. Ако најдете корисен материјал, испечатете го, направете скриншот или зачувајте го. Можеби нема да го најдете повторно или може да биде тргнат без предупредување.

Чекор 2. Побарајте од секој од учесниците да одговори на следниве прашања:

- Дали научивте нешто корисно денес?
- Како би му објасниле на вашиот најдобар пријател што научивте денес?



Оваа активност може да се замени со која било завршна активност која би можела да го евалуира денот и да го измери задоволството на учесниците.

Извор:

Адаптирано од ХЕСЕД тренинг практика.



Сесија 2. Точно или грешно

Краток опис

Главните теми на сесиите се лажни вести, дезинформации и како да ги препознаете. На крајот од сесијата, секој учесник треба да знае и да користи практики за фаќање и справување со дезинформациите на интернет (пораки на социјалните мрежи, лажни вести, пропаганда) и критички да оценува информации за различни прашања/теми. Учесниците исто така треба да бидат способни да ја разберат личната одговорност на корисниците на интернет, како и последиците од дезинформациите и лажните вести.






Сесијата започнува со активност за разликување вистинити од лажни изјави. Учесниците треба да ги откријат сопствените стратегии за препознавање на дезинформации во нивниот секојдневен живот (Активност 2). Следниот дел од сесијата ја воведува разликата помеѓу фактите и мислењата (Активности 3), и како да се направи разлика помеѓу нив во комуникацијата. Темата за лажни вести и дезинформации се воведува со кратко едукативно видео (Активност 4). На крајот од сесијата, учесниците се поканети да разговараат за тоа како да се забележат лажни вести со помош на визуелниот материјал претставен во презентацијата на ППТ (Сесија 2. Точно или неточно, Вежби).

За да ги прилагодат активностите на друга тема, фасилитаторите можат да ги променат визуелните материјали за сесијата.

Цели на учење

Цел на сесијата: Да се насочат „Лидерите на мислење“ критички да размислуваат и да ги користат информациите на онлајн медиумите за различни прашања (со фокус на темата „здравје“). Цел на учење на овој модул се сите три домени на дигитални компетенции.

Табела 7 – Придонес на целите за учење на **ACTions**

Помнење и разбирање	
1b) Да се подигне свеста и разбирањето на насоките и алатките за онлајн интеракција со другите на позитивен и значаен начин	
2b) Да се подигне разбирањето на етичката компонента на онлајн интеракциите и врските	
Примена и анализа	
4b) Да се подигнат вештините за отвореност и емпатија .	
5a) Да се зајакне критичкото мислење со цел анализа и решавање на проблемите во насока на пристап, инклузија и почитување на дигитална/онлајн комуникација.	
5b) Да се зајакнат/изградат социјални и комуникациски вештини, и компетенции во граѓанско образование.	

Активности

Оваа сесија е структурирана како што следува

Табела 8 Сесија 2. Точно или грешно. Пример на програма за сесија.

Времетраење	План на Сесија 2.
10 мин.	Активност 1. Добредојде и краток преглед на претходната сесија
30 мин.	Активност 2. Воведна игра: Точно или неточно
30 мин.	Активност 3: Факти спрема Мислења. (Информативен блок и интерактивна игра).
30 мин.	Активност 4.: Лажни вести Едукативна видео и интерактивна дискусија.
20 мин.	Активност 5: Затворање на сесијата.

Следниот параграф ќе ги запознае фасилитаторите до најмал детал, овозможувајќи им да го спроведат модулот самостојно.



Активност 1. Добредојде и краток преглед на претходната сесија

Време	10 мин.
Цели и пристап	Загревање на учесниците за следните активности Да се направи поврзување со новата тема и претходната Да се зајакне знаењето од претходната сесија
Материјали и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столчињата се наредени во круг со цел учесниците меѓу себе да одржуваат контакт со очи и да се слушаат добро Осигурете се дека го имате групниот договор на ѕидот.

Чекор по чекор

Чекор 1. Добредојде на учесниците:

Чекор 2. Повторување на главните пораки од претходната сесија:

1. Одржувајте доза на скептицизам за материјалите кои ги наоѓате.
2. Одвојте време за менаџирање/бришење на вашите колачиња и историја на пребарување.
3. Секогаш пробувајте неколку термини за пребарување, напредни техники на пребарување и различни пребарувачи да добиете што повеќе информации од пребарувањето и да најдете различни извори за вашето барање.
4. Зачувајте корисни страници или портали за да не морате да ги барате повторно
5. Доколку пронајдете корисен материјал, испечатете го, направете “screenshot” или зачувајте го. Во иднина може да не успеете да го најдете повторно или да биде тргнато без предупредување.

Чекор 3. Вовед во нова тема за денот: **Точно или грешно**



Би била добра идеја да ги повикате учесниците да се навратат на она што го научиле во изминатите сесии и да ги напишете повторно клучните зборови на флипчарт.

Извор:

Адаптирано од HESED тренинг практика.



Активност 2. Воведна игра: Точно или грешно

Време	30 мин.
Цели и пристап	<p>Вовед во темата за дезинформирање</p> <p>Да се демонстрираат основните знаци кои ќе ни помогнат да одредиме дали една изјава е точна или грешна.</p> <p>Да се прикаже дека понекогаш е многу тешко да се направи разлика помеѓу точни и грешни изјави и дека неопходно е да се побараат дополнителни информации (или експертско размислување).</p>
Материјали и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарти• Маркери
Подготовка	Подгответе кратка, интересна приказна да се започне играта.

Чекор по чекор

- Чекор 1. Споделете кратка приказна со групата-може да биде вистинита или не.
- Чекор 2. Прашајте ја групата да погоди дали приказната е вистинита или лажна.
- Чекор 3. Прашајте ги другите учесници да раскажат кратка приказна.
- Чекор 4. Погодувајте со групата дали е вистинито или не.
- Чекор 5. Дискутирајте со групата како може да препознаеме дали исказот е точен или грешен, и кои би можеле да се последиците доколку не препознаеме дека изјавата/веста е лажна.
- Чекор 6. Напишете ги на флипчарт главните забелешки на групата.



Играта честопати е користена од Тик Ток или Јутуб инфлуенсери на нивните канали со цел да ги забавуваат нивните следбеници. Можеби младите луѓе би се охрабриле да развијат кратки игри со едукативна намена во подоцнежните фази од тренингот.

Извор:

Адаптирано од HESED тренинг практика.



Активност 3. Факти vs мислење.

Времетраење	30 мин.
Цели и пристап	Да се креираат корисни совети како да се разликуваат фактите наспроти мислењата. Да се демонстрира како да направиш разлика помеѓу факт и мислење. Да се стимулира критичко размислување и комуникациски вештини. Да се демонстрира како да се провери информацијата.
Материјали и опрема	Презентација ППТ „Факти наспроти мислење“ Алатки/Опрема за презентирање на презентацијата Прирачник „Факти наспроти мислење“
Подготовка	Столчињата се наредени во круг со цел учесниците да можат да имаат контакт со очи и добро да се слушаат. Да се подготви овој дел од сесијата – презентација „Точно или неточно – факти спрема мислење – дефиниции“

Чекор по чекор

Чекор 1. Презентирајте ја информацијата

Чекор 2. Претставете ја вежбата Факти спрема Мислење на групата (**Прирачник 2. Факти наспроти мислење**).

Чекор 3. Прочитајте ги изјавите една по една и дискутирајте со групата дали тоа е факт или нечие мислење.

Чекор 4. Прашајте ги учесниците да размислат и споделат дали изјавата е факт или мислење.

Чекор 5. Дискутирајте со групата, дали е лесно да се направи разлика помеѓу фактите и мислењата и напишете ги на флипчарт сите главни заклучоци до кои ќе дојдете.



Изјавите кои ќе бидат презентирани во активноста може да бидат адаптирани на било која друга тема со цел да одговара со целите на тренингот, бидејќи во оваа вежба тие се поврзани со здравствена писменост.

Извор:

Адаптирано од HESED праксата за обука.



Активност 4. Лажни вести.

Време	30 мин.
Цели и пристап	Да се обезбедат корисни совети за како да препознаете лажни вести. Да се поттикне критичко размислување и комуникациски вештини.
Материјали и опрема	Кратко едукативно видео за лажни вести ППП „Точно или неточно“ (вежби) Алатки за споделување на видеото и презентацијата.
Подготовка	Да се подготви овој дел од сесијата, најдете соодветно едукативно видео поврзано со лажни вести и нивно влијание врз јавното мислење на вашиот јазик.

Чекор по чекор

Чекор 1. Прикажете го видеото

Чекор 2. Дискутирајте со групата:

1. Што се лажни вести и како тие влијаат врз секојдневниот живот на луѓето?
2. Резимирајте ја содржината на видеото.

Чекор 3. Презентирајте ги пред групата примерите претставени во ППП „Точно или неточно (вежби)“

Чекор 4. Разговарајте со групата како да препознаете лажни вести.

Чекор 5. За да продолжите со дискусијата, презентирајте го на групата моделот „Како да се препознаат лажните вести“ (претставен во ППП)



Лажните вести е тема која се истражува многу. Има многу материјали кои би можеле да се искористат за да се демонстрира моќта на овој општествен феномен во нашиот секојдневен живот. Користењето на кратко едукативно видео заштедува време и ја подобрува интерактивноста на обуката.

Сепак, неопходно е да се користи соодветно видео за националниот јазик. За таа цел, во фазата на подготовка, фасилитаторите треба да инвестираат време за пребарување на соодветен едукативен филм. Кратки филмови за лажни вести и дезинформации на бугарски јазик:

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

Кратко видео за лажни вести и дезинформации на англиски јазик:

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

<https://www.youtube.com/watch?v=oBpoj98Tclg>

Извор:

Адаптирано од праксата за обука на HESED



Активност 5: Затворање на сесијата

Време	20 мин.
Цели и пристап	Резимирање на главните пораки Споделување на искуство со групата од втората сесија
Алатки и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столчињата се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очите и да можат добро да се слушнат

Чекор по чекор

Чекор 1. Направете краток преглед на сесијата

Чекор 2. Побарајте од секој од учесниците да одговори на следниве прашања:

- Дали научивте нешто корисно денес?
- Како би му објасниле на вашиот најдобар пријател она што го научивте денес?

Чекор 3. Напишете ги на флипчартот главните пораки од сесијата:

1. Не секоја информација на Интернет е веродостојна
2. Се препорачува да ги проверите информациите, особено ако сакате да ги споделите или повторно да ги објавите.
3. Ако некој ваш пријател споделува дезинформации на интернет, не треба да го игнорирате. Зборувајте со него/неа.



Оваа активност може да се замени со која било завршна активност која би можела да го оцени денот и да го измери задоволството на учесниците.

Извор:

Адаптирано од праксата за обука на HESED



Сесија 3. ЗАМИСЛЕТЕ дека сте Лидер на мислење!

Краток опис

Сесијата ги воведува темите за улогата на „Лидери на мислење“ како онлајн инфлуенсери. На крајот од сесијата, секој учесник треба да може критички да ја разбере улогата на „Лидерите на мислење“ на социјалните медиуми. За време на сесијата, учесниците треба да сфатат каква е нивната слика на интернет и да планираат каква дигитална слика би сакале да развијат како „Лидерите на мислење“ и пример за нивните заедници.






Сесијата започнува со активност која го истражува дигиталниот идентитет на учесниците и пораките што доаѓаат од нивните Фејсбук профили (Активност 2). Информациите ја објаснуваат улогата на лидерите и ги истакнуваат главните задачи што треба да ги остварат за да бидат успешни (Активност 3). Следната активност нуди можност за само-рефлексија и само-презентација во улога на лидер и како модел за пример (активност 4). На крајот од сесијата, учесниците ќе се запознаат и ќе вежбаат примена (Активност 5) на едноставна вежба која ќе им помогне критички да ја проценат онлајн содржината пред да одлучат да ја споделат на нивните социјални мрежи. За да ги приспособат активностите на друга тема, обучувачите можат да го променат визуелниот материјал на сесијата.

Цели на учење

Целта на сесијата е да ги поттикне „Лидерите на мислење“ да ги користат социјалните медиуми за позитивно да влијаат на мислењата преку нивните социјални мрежи и пријатели.

Целите за учење на овој модул ги таргетираат сите три домени на дигитални компетенции и главно се однесуваат на второто ниво на когнитивен домен, **применување и анализирање**.

Табела 9 Придонес кон целите на акциите

Примени и анализирај	
4г) Да се развијат ставови на одговорност во дигиталното учество и колективното учество при создавање на онлајн средина во која има почит и емпатија	
5г) Да може ефективно да се комуницира за онлајн за вредностите како што се образованието за демократија, активно учество и правата и одговорностите на активно граѓанство преку дигитализација	
5 д) Да се анализираат и решаваат проблемите во врска со образованието за демократија, активното учество и правата и одговорностите на активното граѓанство преку дигитализација	
Проценете и креирајте	
6 б) Да може да изрази ставови/сопствена перспектива	
7 б) Да се залага за поголема почит, пристап и онлајн вклучување	

9б) Да се создаде содржина поврзана со овие теми (на пр., раскажување приказни, итн.)



Активности

Оваа сесија е структурирана на следниов начин

Табела 10 Сесија 3. ЗАМИСЛЕТЕ дека сте „Лидери на мислење“ Пример за програма за сесија

Времетраење	План на сесијата
10 мин	Активност 1. Поздрав и краток преглед на претходната сесија
30 мин.	Активност 2. Воведна игра: Дигитален идентитет
10 мин.	Активност 3. Информативен блок: „Лидери на мислење“ која е улогата: поврзување; известување; споделување на мислења.
40 мин.	Активност 4. Моја слика како Лидер на мислење (работа во парови)
30 мин	Активност 5. РАЗМИСЛИ пред да објавиш!
10 мин.	Активност 6. Затворање на сесијата

Следниот дел ќе ги запознае обучувачите со активностите подетално, со што ќе им се овозможи самите да го имплементираат модулот.



Активност 1. Поздрав и краток преглед на претходната сесија

Времетраење	10 мин.
Цели и пристап	Да се загреат учесниците за следните активности Да се направи поврзување помеѓу претходната и новата тема Да се утврдат знаењата од претходната сесија
Алатки и материјали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Столчињата се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очите и да можат добро да се слушнат. Погрижете се да го имате групниот договор на сид

Чекор по чекор

Чекор 1. Добредојдовте:

Чекор 2. Повторете ги главните пораки од претходната сесија:

1. Не секоја информација на Интернет е веродостојна
2. Се препорачува да ги проверите информациите, особено ако сакате да ги споделите или повторно да ги објавите.
3. Ако некој ваш пријател споделува дезинформации на интернет, не треба да го игнорирате. Зборувајте со него/неа.

Чекор 3. Воведете ја новата тема за денот: **ЗАМИСЛИ СИ дека си лидер на мислење**



Можеби е добра идеја да ги поканите учесниците да се потсетат на она што го научиле претходната сесија и повторно да ги напишат клучните зборови на флипчарт.

Извор:

Адаптирано од праксата за обука на HESED



Активност 2. Воведна игра: Дигитален идентитет

Времетраење	30 мин.
Цели и пристап	Да се запознаат учесниците подобро Да се воведат темата онлајн слика и идентитет Да размислуваат за имиџот и идентитетот на интернет и како да ги користат за позитивно влијание врз јавното мислење
Алатки и материјали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер• Прирачник “Дигитален идентитет“• Секој учесник треба да учествува со неговиот/нејзиниот GSM уред• Интернет пристап
Подготовка	Пред почетокот на сесијата проверете дали секој од учесниците е поврзан на интернет и има пристап до Фејсбук Напишете ги прашањата однапред на флипчартот: <ol style="list-style-type: none">1. Што научивте за нив?2. Што сакаат да прават?3. Кои се работите што ги интересираат?

Чекор по чекор

Чекор 1. Поделете ја групата во парови. Побарајте од секој учесник да го најде својот/нејзиниот партнер на Фејсбук

Чекор 2. Побарајте од учесниците да го отворат Прирачникот 3. Дигитален идентитет

Чекор 3. Дајте им инструкција на учесниците: „Одвојте 5 минути за да го погледнете Фејсбук профилот на вашиот партнер“ и потоа одговорете на прашањата. Потоа споделете со партнерот што сте научиле за нив.

Чекор 4. Дискутирајте со групата:

- Дали се согласувате со заклучоците за вас и вашиот живот до кои дојде вашиот партнер?
- Дали би промениле нешто за да ја зголемите вашата слика на Фејсбук? Што?

Чекор 5: Претставете му ги на партнерот заклучоците до кои дојдовте.



Оваа активност може да се замени со едукативно видео за дигитален идентитет. Во овој случај треба да се преиспита временската рамка на активността како и прашањата за дискусија.

Еве неколку предлози за видеа на англиски што би можеле да се користат за воведување дигитален идентитет:

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



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

Извор: Адаптирано од праксата за обука на HESED

Активност 3. Информативен блок: Лидер на мислење; која е улогата: поврзување; информирање; да споделуваат мислења.

Време	10 мин.
Цели и пристап	Да се претстави улогата Лидер на мислење Да се натераат учесниците да сфатат дека можат да бидат примери/”Водачите на мислењата“ кај нивните врсници на социјалните мрежи
Алатки и опрема	ППТ „ЗАМИСЛИ дека си лидер на мислење!“ - улогата на инфлуенсерот Алатки за споделување на видеото и презентацијата
Подготовка	Столчињата се распоредени во круг со цел учесниците да можат да ја видат презентацијата

Чекор по чекор

Чекор 1. Дефинирајте го терминот „Лидерите на мислење“ - Добриот лидер на мислење комбинира знаење, животно искуство и подготвеност да им помогне на другите.

Чекор 2. Дискутирајте со групата кој би можел да биде лидер на мислењето? Замолете ги да наведат „Лидерите на мислење“ што ги знаат и ги следат.

Извор:

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



Активност 4. Мојата слика како лидер на мислење

Времетраење	40 мин.
Цели и пристап	Да се охрабрат учесниците да ја земат предвид нивната улога како „Лидери на мислење“ на нивните социјални мрежи Да се создаде став кај учесниците да станат пример за нивните врсници
Алатки и опрема	Флипчарт Маркер
Подготовка	Пред сесијата напишете ги прашањата на флипчартот: <ul style="list-style-type: none">• Како би се чувствувале како Лидер на мислење за здрава исхрана кај децата? Што значи поврзување, информирање и формирање на мислењата кај другите мајки од вашата заедница на темата?• Дали би се чувствувале пријатно во оваа улога?• Дали има нешто што ви пречи во оваа улога?

Чекор по чекор

Чекор 1. Поделете ја групата во парови.

Чекор 2. Секој учесник треба да разговара со својот/нејзиниот партнер за прашањата напишани на флипчартот.

Чекор 3. Побарајте од паровите да ги споделат резултатите од нивната група на пленарната дискусија.

Чекор 4. Разговарајте со групата што сметаат дека е привлечно, а што непријатно или тешко во улогата на Лидер на мислење.

Чекор 5. Охрабрете ги „Лидерите на мислење“ и дајте конкретен одговор на секој поединечен приговор што тие го изразуваат за улогата.



Прашањата треба да се прилагодат со главната тема на обуката.

Пожелно е паровите да бидат различни од претходната активност.

Извор:

Адаптирано од праксата за обука на HESED



Активност 5. РАЗМИСЛИ пред да објавиш!

Времетраење	30 мин.
Цели и пристап	Да се подобри критичкото размислување Да се обезбеди едноставен и лесен начин за употреба за анализа на дигитална содржина Да се создаде дигитална емпатија
Алатки и материјали	ППТ презентација „РАЗМИСЛИ пред да објавиш“
Подготовка	Столчињата се распоредени во круг со цел учесниците да можат да ја видат презентацијата

Чекор по чекор

Чекор 1. Претставете го моделот THINK

Чекор 2 Еден по еден, покажете им на групата примери на Фејсбук публикации од визуелни материјали за вежби, презентација во ППТ „РАЗМИСЛИ пред да објавиш! Вежби“.

Чекор 3. Побарајте од групата да одговори на овие прашања за секој од случаите:

Дали е вистина?

Дали е корисно?

Дали е инспиративно?

Дали е потребно?

Дали е добро?

Чекор 4. За секој од случаите, одговорете на прашањето: „Дали би го споделил на мојот ѕид на Фејсбук? Зошто?“

Чекор 5. Направете резиме на вежбата



Примерите дадени во презентацијата може да се заменат со какви било други визуелни материјали од социјалните медиуми со цел да се анализира содржината.

Извор:

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



Активност 6: Затворање на сесијата

Времетраење	20 мин.
Цели и пристап	Резимирање на главните пораки Споделување на искуството со групата од втората сесија
Опрема и материјали	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт• Маркер
Подготовка	Соловите се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очите и да можат добро да се слушнат

Чекор по чекор

Чекор 1. Направете краток преглед на тренинг сесијата

Чекор 2. Напишете ги на флипчартот главните пораки од сесијата:

- РАЗМИСЛИ пред да споделиш!
- Улогата на Лидерот на мислење е да поврзува, информира, формира мислења.
- Добриот лидер на мислење комбинира знаење, животно искуство и подготвеност да им помогне на другите.

Чекор 3. Побарајте од секој од учесниците да одговори на следниве прашања:

- Дали научивте нешто корисно денес?
- Како би му објасниле на вашиот најдобар пријател она што го научивте денес?



Оваа активност може да се замени со која било завршна активност која би можела да го оцени денот и да го измери задоволството на учесниците.

Извор:

Адаптирано од праксата за обука на HESED



Сесија 4. Дигитално раскажување приказни

Краток опис

Сесијата има за цел да ги зајакне „Лидерите на мислење“ како интернет промотори за здрав живот/навики. На крајот од сесијата, учесниците треба да бидат способни да ги препознаат можностите на онлајн информативните кампањи за различни теми (пр. здравје) и да разберат како тие можат да придонесат за развојот на нивната заедница. Тие треба да бидат способни да споделуваат дигитална содржина која ја подготвиле самостојно (видеа, слики) за прашања поврзани со дигиталното граѓанство, вклучително и здравје.









На почетокот на сесијата, на учесниците им се претставуваат основните чекори за креирање дигитална содржина (Активност 2). Практичниот дел, во кој ќе продуцираат кратки видеа, бара од нив да ги применат сите вештини кои ги стекнале до тој момент на обуката (Активност 3). На крајот од сесијата, три кратки видеа ќе бидат подготвени за споделување на Фејсбук. За да ја прилагодат сесијата на друга тема, инструкторите мора да ги променат првичните онлајн публикации за кои ќе се произведуваат видеата.

Цели на учење

Целта на учењето на оваа сесија е да се зајакне капацитетот на „Лидерите на мислење“ за креирање на позитивна и одговорна дигитална содржина.

Целите за учење на овој модул ги таргетираат сите три домени на дигитална компетенција и главно се однесуваат на второто когнитивно ниво, **примена и анализа**.

Табела 11 Придонес кон целите на акциите

Примена и анализа	
4г) Да се развијат ставови за одговорност во дигиталното учество и колективното учество и создавање на онлајн средина во која има почит и емпатија	
5г) Да може ефективно да комуницира онлајн за вредностите како што се образованието за демократија, активно учество и права и одговорности на дигиталното граѓанство	
Оценување и креирање	
6 б) Да може да изрази ставови/сопствена перспектива	
7 б) Да се залага за поголема почит, пристап и вклучување на интернет	
9б) Да се креира содржина поврзана со овие теми (на пр. раскажување приказни, итн.)	
Проценете и креирајте	
6а) Да ги поттикне младите да го оценат квалитетот и вистинитоста на информациите на интернет	
8а) Да им се овозможи на младите луѓе да негуваат вредности на пристап и инклузија меѓу своите врстници	
9а) Да им се овозможи на младите да креираат содржини поврзани со инклузија, почит и толеранција (на пр. раскажување приказни, итн.)	

Активности

Сесијата Дигитално раскажување приказни е структурирана на следниот начин:

Табела 12 – Сесија 4 Дигитално раскажување на приказни. Пример програма за сесијата

времетраење	План за сесијата
10 минути	Активност 1. Добредојде и краток преглед на претходната сесија
20 минути	Активност 2. Информативен блок: дигитално раскажување приказни: како да креирате приказни на интернет - онлајн.
70 минути	Активност 3. Дигитално раскажување на приказни
10 минути	Активност 4. Медијатека
10 минути	Активност 5. Затворање на сесијата

Пасусот што следи подетално ќе ги запознае фасилитаторите со активностите, со што ќе им овозможи самостојно да го спроведат модулот.



Активност 1. Добредојде и краток преглед на претходната сесија

Времетраење	10 минути
Цели и пристап	Да се загреат учесниците за следните активности Да се креира мост помеѓу новата и претходната тема Да се зацврстат знаењата од претходната сесија
Алатки и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт хартија• Маркер
Подготовка	Словите се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очи и да можат подобро да се слушаат меѓусебно. Погрижете се да го имате групниот договор на видливо место

Чекор по чекор

Чекор 1. Поздравете ги учесниците и посакајте им добредојде:

Чекор 2. Повторете ги главните пораки од претходната сесија:

- РАЗМИСЛИ пред да споделиш!
- Улогата на „Лидерите на мислење“ е да поврзува, информира, обликува мислења.
- Добриот „Лидер на мислење“ ги комбинира знаењето, животното искуство и спремноста да им помогне на другите.

Чекор 3. Воведете ја новата тема за денот: [Дигитално раскажување на приказни](#)



Можеби е добра идеја да ги поканите учесниците да се потсетат на она што го научиле во претходната сесија и повторно да ги напишат клучните зборови на флипчартот.

Извор:

Прилагодено од праксата за обуки од ХЕСЕД



Активност 2. Информативен блок: дигитално раскажување приказни: како да креирате приказни на интернет - онлајн.

Времетраење	20 минути
Цели и пристап	Да се зголеми свеста за тоа како да се подготви интересна дигитална содржина
Алатки и опрема	Презентација во ППТ за „Дигитално раскажување приказни“ – 8 чекори што треба да се следат за да се создаде интересна информативна содржина Опрема за споделување на презентацијата
Подготовка	Столовите се распоредени во круг со цел учесниците да можат да ја видат презентацијата

Чекор по чекор

Чекор 1. Пред да започнете со презентирање, направете кратка дискусија со групата, со цел да дознаете каква содржина креираат тие на интернет – онлајн.

Чекор 2. Објаснете ѝ ги на групата главните предуслови на оваа обука:

- За да споделите приказна на интернет, не е неопходно да поседувате вештини или посебни знаења.
- Секој корисник на Фејсбук има искуства со споделување визуелни содржини со својата публика. Споделувањето информации и содржини онлајн никогаш не било толку лесно: се што ви треба е вашиот паметен телефон и пристап до интернет, идеја и желба да бидете одговорни во вашата заедница.
- Секогаш користете го моделот „THINK“ кога креирате или објавувате содржина на социјалните медиуми

Чекор 3. Презентирајте ги 8-те чекори за создавање на интересна информативна содржина, користејќи ја ППТ:

- 1: Развијте идеја
- 2: Развијте план
- 3: Преглед/Сценарио
- 4: Надзор врз приказните
- 5: Филм и снимање
- 6: Завршеток
- 7: Објави и сподели
- 8: Рецензија

Извор: адаптирано од:

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



Активност 3. Дигитално раскажување на приказни

Времетраење	70 минути
Цели и пристап	<p>Да се подобрат вештините за создавање интересна дигитална содржина поврзана со тематика</p> <p>Да се подобрат комуникациските вештини</p> <p>Да се подобрат аналитичките вештини</p> <p>Да се мотивираат учесниците да ги користат вештините кои ги стекнале во текот на обуката</p>
Алатки и опрема	<ul style="list-style-type: none"> • Флипчарт хартија • Маркер • Наставна материја 4 „Сними видео” • Секој учесник треба да учествува со неговиот/нејзиниот паметен уред • Wi-fi
Подготовка	Пред почетокот на сесијата проверете дали секој од учесниците е поврзан на интернет и има пристап до Фејсбук

Чекор по чекор:

Чекор 1. Информирајте ги учесниците дека ќе креираат дигитални приказни.

Чекор 2. Поделете ги учесниците во три помали групи.

Чекор 3. Поделете им го материјалот на секоја група 4. Дигитално раскажување на приказни (групи 1-3).

Чекор 4. Дајте им насока на групите да ги следат упатствата во материјалот. Објаснете им дека доколку имаат било какви прашања, може слободно да ве контактираат и вие ќе им одговорите.

Чекор 5. Наведете дека секоја група треба да избере волонтер кој ќе биде презентер на главните пораки од темата и камерман за снимање на кратко видео

Чекор 6. Побарајте од групите да им ги прикажат своите видеа на другите.

Чекор 7. Дискусија

1. Дали видеата кореспондираат со моделот „THINK”?

2. Ако да, прашајте ги учесниците во групите дали би сакале да ги споделат видеата на нивните социјални медиуми и онлајн мрежи

Чекор 8. Доколку учесниците се согласат, замолете ги да ги споделат видеата на нивните Фејсбук профили

Чекор 9. Истражете и дискутирајте за првите реакции од публиката.

Материјалите предложени за оваа активност се во дополнителните материјали кои се поврзани со главната тема на обуката.





Активност 4. Медијатека

Време	10 минути
Цели и пристап	Да се обезбедат онлајн ресурси со веродостојни информации кои би можеле да ги користат „Лидерите на мислење“ за да ги планираат онлајн активностите
Алатки и опрема	Секој учесник треба да учествува со неговиот/нејзиниот паметен уред Интернет мрежа
Подготовка	Пред почетокот на сесијата проверете дали секој од учесниците е поврзан на интернет и има пристап до Фејсбук Погрижете се да имате список со ресурси подготвени за препраќање

Чекор по чекор:

- Чекор 1. Информирајте ги „Лидерите на мислење“ дека е многу важно да се користат доверливи извори на информации кога креираат онлајн содржина.
- Чекор 2. Презентирајте им на „Лидерите на мислење“ неколку идеи каде што можат да најдат инспиративни информации за темата (материјал 5. Идеи за објавување).
- Чекор 3. Испратете им ги идеите за онлајн објави преку Фејсбук пораки.



Списокот треба да се прилагоди според темата на обуката и според националниот јазик.

Извор:

Прилагодено од праксата за обуки од ХЕСЕД



Активност 5. Затворање на сесијата

Времетраење	20 минути
Цели и пристап	Продолжување со главните пораки Да се сподели искуството со групата од втората сесија
Алатки и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт хартија• Маркер
Подготовка	Столовите се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очи и да можат подобро да се слушаат меѓусебно.

Чекор по чекор

Чекор 1. Направете кратка евалуација за сесијата

Чекор 2. Напишете ги на флипчартот главните пораки од сесијата:

- За да споделите приказна на интернет, не е неопходно да имате многу вештини или посебно знаење.
- Секој корисник на Фејсбук има искуства со споделување визуелни содржини со својата публика. Споделувањето информации и содржини онлајн никогаш не било толку лесно: се што ви треба е вашиот паметен телефон и пристап до интернет.
- Секогаш користете го моделот „THINK“ кога креирате содржина или пак објавувате содржина на социјалните медиуми.

Чекор 3. Побарајте од секој од учесниците да одговори на следниве прашања:

- Дали научивте нешто корисно денес?
- Како би му објасниле на вашиот најдобар пријател она што го научивте денес?



Оваа активност може да се замени со која било завршна активност за оценување на денот и да го прикаже задоволството на учесниците.

Извор:



Прилагодено од праксата за обуки од ХЕСЕД

Сесија 5. Е-здравство – скратеница до права и услуги

Краток опис

На сесијата се воведува темата за е-здравство и можностите што ги отвора за намалување на нееднаквостите и подобрување на пристапот на ранливите групи до здравствените услуги. На крајот од сесијата, се очекува учесниците да бидат способни да користат е-платформи и онлајн апликации за здравствени услуги и критички да ги разберат правата на корисниците и пациентите. Учесниците исто така ќе бидат способни да ги охрабрат своите врсници да користат е-здравствени услуги и платформи за е-здравство (ова може да се прилагоди во контекст на секоја националност и состојба во државата во која што се спроведува програмата).

Сесијата започнува со воведна активност за правата на пациентите. Учесниците се покануваат да размислат за списокот на права и да ги споделат своите искуства со истите (Активност 2). Следната активност ги воведува можностите што ги даваат дигиталните платформи за подобрување на пристапот до здравствените услуги. Практичниот дел вклучува демонстрација на платформа за онлајн закажување прегледи со медицински специјалисти (Активност 3). Со цел да се прилагоди сесијата на друга тема или контекст на земјата во која се спроведува, фасилитаторите треба да изберат и презентираат дигитална алатка која одговара на целите на обуката.

Сесијата завршува со презентација на активностите од следната фаза од интервенцијата и завршна вежба.

Цели на учењето

Цел на сесијата: Да се подобри пристапот на „ОЛС“ (Онлајн лингвистичка поддршка - јазична поддршка преку интернет) до е-услуги (е-платформи, апликации) и да се поттикнат учесниците да им помогнат на своите врсници да ги користат тие ресурси.

Целите на учењето на овој модул ги таргетираат сите три домени на дигитална компетентност и главно се однесуваат на второто ниво на когнитивен домен, **оценување и креирање.**

Табела 13. Придонес кон целите за учење од од проектот „ACTion“

Проценете и креирајте



7ц) Да се застапува за дигитално учество, дигитално граѓанство, права и одговорности



Активности

Сесијата *Е-здравство – скратеница до права и услуги* е структурирана на следниов начин:

Табела 14. Сесија 5. Е-здравство – скратеница до права и услуги. Пример за програмата на сесијата

Времетраење	План за сесијата
10 минути	Активност 1. Добредојде и краток преглед на претходната сесија
20 минути	Активност 2. Воведна игра: Моите права како пациент
50 минути	Активност 3. Како да го подобрите пристапот до услугите преку технологијата - Superdoc
20 минути	Активност 4. Што ќе биде следно? – Онлајн активација (Активирање преку интернет)
20 минути	Активност 5. Затворање на сесијата

Пасусот што следи подетално ќе ги запознае фасилитаторите со активностите, со што ќе им овозможи самостојно да го спроведат модулот.



Активност 1. Добредојде и краток преглед на претходната сесија

Времетраење	10 минути
Цели и пристап	Да се загреат учесниците за следните активности Да се креира мост помеѓу новата и претходната тема Да се зацврстат знаењата од претходната сесија
Алатки и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт хартија• Маркер
Подготовка	Соловите се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очи и да можат подобро да се слушаат меѓусебно. Погрижете се да го имате групниот договор на сидот

Чекор по чекор

Чекор 1. Поздравете ги учесниците и посакајте им добредојде:

Чекор 2. Повторете ги главните пораки од претходната сесија:

- За да споделите приказна на интернет, не е неопходно да имате многу вештини или посебно знаење.
- Секој корисник на Фејсбук има искуства со споделување визуелни содржини со својата публика.
- Споделувањето информации и содржини онлајн никогаш не било толку лесно: се што ви треба е вашиот паметен телефон и пристап до интернет, идеја и желба да и служите на вашата заедница.
- Секогаш користете го моделот „THINK“ кога креирате содржина или пак објавувате содржина на социјалните медиуми.

Чекор 3. Воведете ја новата тема за денот: *Е-здравство – скратеница до права и услуги*





Можеби е добра идеја да ги поканите учесниците да споделат дали разговарале со своите пријатели за објавите од претходната сесија и да ги споделат нивните реакции.

Извор:

Прилагодено од праксата за обуки од ХЕСЕД

Активност 2. Воведна игра: Моите права како пациент

Времетраење	20 минути
Цели и пристап	Да се обезбедат информации за правата кои ги има секој пациент Да се рефлектира на граѓанските права
Алатки и опрема	<ul style="list-style-type: none">• Флипчарт хартија• Маркери• Материјал 6 „Моите права како пациент“.
Подготовка	Стевалите се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очи и да можат подобро да се слушаат меѓусебно. Погрижете се да го имате групниот договор на видливо место

Чекор по чекор

Чекор 1. Побарајте од учесниците да ја пополнат вежбата бр. 6 „Моите права како пациент“.

Чекор 2. Прочитајте ги на глас изјавите една по една.

Чекор 3. Разговарајте со групата за секое од правата и откријте кое е лажно



Активноста може да биде реализирана и преку работа во парови.

Извор:

Прилагодено од праксата за обуки од ХЕСЕД



Активност 3. Како да го подобрите пристапот до услугите преку технологијата - Superdoc

Времетраење	50 минути
Цели и пристап	<p>Да се демонстрира како технологијата може да го подобри пристапот до медицинските услуги</p> <p>Да се зголемат вештините за користење онлајн услуги</p>
Алатки и опрема	<ul style="list-style-type: none"> • ППТ „Е-здравство – скратеница до права и услуги“ • Опрема за споделување на презентацијата • Пристап до интернет
Подготовка	<p>Столовите се распоредени во круг со цел учесниците да можат да ја видат презентацијата</p> <p>Имајте предвид дека повеќето од платформите за прикажување бараат корисничко име и лозинка.</p> <p>Креирањето на профил за онлајн платформата треба да биде дел од демонстрација.</p> <p>Поради тоа, потребно е да се користи електронска пошта (е-маил). Размислете претходно која е-маил адреса ќе ја користите за време на демонстрацијата.</p>

Чекор по чекор:

Чекор 1. Обезбедете информации за тоа како е-услугите би можеле да го подобрат пристапот до правата и услугите на младите луѓе од обесправените групи користејќи ја презентацијата „**Е-здравство – скратеница до права и услуги**“

Чекор 2. Обезбедете информации за [Superdoc](#).



Чекор 3. Демонстрирајте како може да закажете преглед со лекар специјалист преку платформата.

Чекор 4. Дискутирајте со групата:

- Дали верувате дека користењето на платформата за е-здравство може да биде корисно за вас и вашите врсници?
- Дали ќе ја користите платформата?
- Дали ќе им кажете на вашите пријатели за платформата? Дали ќе им ја препорачате?

Извор:

Прилагодено од праксата за обуки од ХЕСЕД

Активност 4. Што ќе биде следно? – Онлајн активација (Активирање преку интернет)

Времетраење	20 минути
Цели и пристап	Да се информираат учесниците за следната фаза од програмата Да им се помогне на „Лидерите на мислење“ да ги планираат своите онлајн активности
Алатки и опрема	Материјал 7. Планирање на онлајн активностите ППТ „Е-здравство – скратеница до права и услуги“ – онлајн активација
Подготовка	Соловите се распоредени во круг со цел учесниците да можат да ја видат презентацијата

Чекор по чекор:

Чекор 1. Информирајте ја групата дека првата фаза од програмата е при крај, но втората и позабавна фаза само што ќе започне!

Чекор 2. Објаснете ѝ на групата што ќе следи со помош на презентацијата **Онлајн активација**

- Еден индивидуален состанок за планирање на онлајн активностите
- Три групни состаноци за преглед на онлајн активностите и планирање на активностите за следниот месец
- Групен разговор за меѓусебна поддршка и споделување идеи
- По 12 онлајн објави за секој од „Лидерите на мислење“ на социјалните медиуми

Чекор 3. Објаснете ѝ ја на групата алатката за планирање на онлајн активностите како и вашата улога како ментор и супервизор во текот на процесот





За да бидете сигурни дека „Лидерите на мислење“ ќе бидат активни, треба да им обезбедите средства за поддршка, со цел да им помогнете да останат активни на интернет и да ја задржат нивната мотивација на високо ниво:

1. Направете индивидуален состанок со секој од „Лидерите на мислење“ и направете план за објавување за секоја недела.
2. Организирајте групен разговор во кој „Лидерите на мислење“ може да споделуваат идеи за дигитална содржина и да добиваат повратни информации од вас и нивните колеги. Потсетете ги „Лидерите на мислење“ дека треба да објавуваат содржина секоја недела.
3. Бидете достапни за прашања и поддршка во секое време.
4. Следете ги „Лидерите на мислење“ на нивните социјални медиуми.
5. Давајте им повратни информации за секоја содржина што „Лидерите на мислење“ ја објавуваат онлајн.

Активност 5. Затворање на сесијата / евалуација на обуката

Времетраење	20 минути
Цели и пристап	Да се направи евалуација на обуката Да се продолжи со искуството на секој од учесниците Да се оцени обуката
Алатки и опрема	Флипчарт хартија Маркер
Подготовка	Стеволите се наредени во круг со цел учесниците да имаат контакт со очи и да можат подобро да се слушаат меѓусебно.

Чекор по чекор:

Чекор 1. Најавете го завршетокот на обуката

Чекор 2. Побарајте од секој од учесниците да одговори на прашањата: Што земам со себе од оваа обука? Доколку можам да и дадам име на групата, би ја именувал...

Чекор 3. Заедно со групата изберете едно од предложените имиња

Чекор 4. Изразете благодарност за учеството, споделете ги сопствените чувства доколку е соодветно.

Чекор 5. Договорете се за следниот состанок - следниот месец.

Чекор 6. Држејќи се за раце направете круг и гласно кажете го името на групата.



Извор:

Прилагодено од праксата за обуки од ХЕСЕД

Додаток 1. Опис на POL и главни принципи

1. Главни принципи на POL моделот

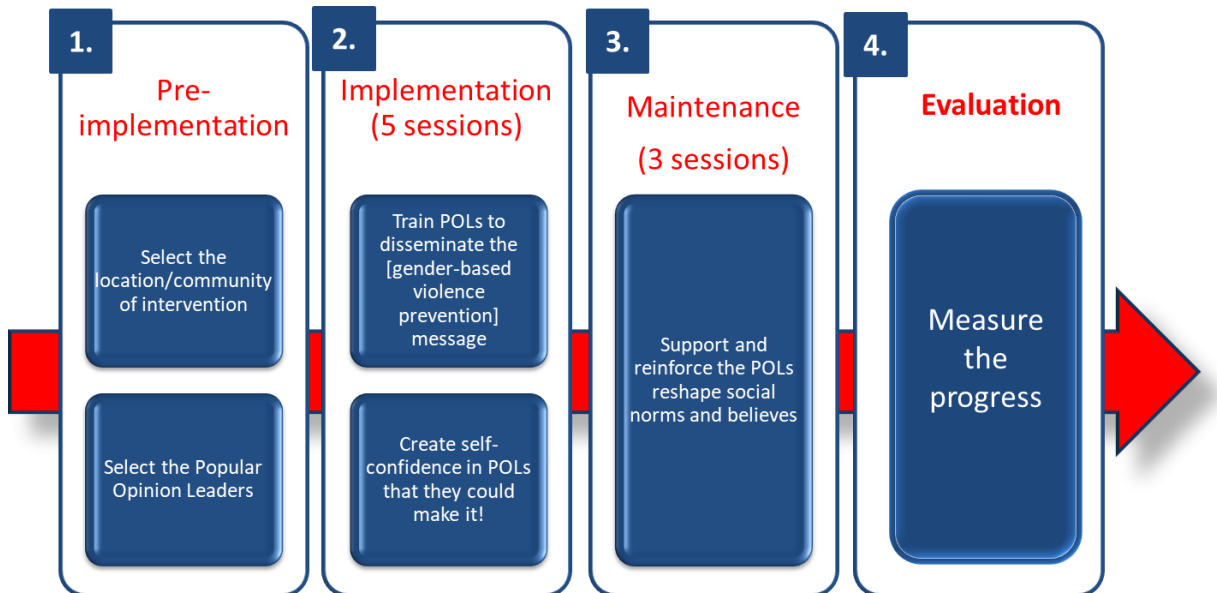
- Интервенцијата е насочена кон препознатлива целна група, во добро дефинирана заедница каде што бројот на населението може да се процени.
- Етнографските техники се систематски и се користат за да се идентификуваат потребите на целната група со цел да ги идентификуваат оние лица кои се најпопуларни и влеваат доверба кај населението.
- Во текот на програмата, 15% од целната група се обучуваат како дел од POL моделот населението кои се наоѓаат во местата за интервенција,.
- Преку програмата се предаваат вештините од ПОЛ моделите за иницирање пораки за намалување на ризикот од ХИВ преку пораки до пријатели и познаници преку секојдневната онлајн комуникација со нив.
- Програмата подучува за карактеристики на ПОЛ моделот за ефективни промени во однесувањето, преку комуникациски пораки насочени кон ставови за намалување на ризикот, нормите, намерите и само-ефикасноста.
- Групите дел од ПОЛ моделот се среќаваат неделно на сесии на кои користат инструкции, модели за фасилитирање и опширни вежби со игри во улоги, со цел да им помогнат на ПОЛ моделот да ги усоврши вештините и да стекне самодоверба за ефективно пренесување на пораките за превенција од ХИВ до останатите.



- Групите се доволно мали за да обезбедат пракса и сите ПОЛ модели да имаат можност да ги обликуваат своите комуникациски вештини и да си креираат удобност при доставувањето на пораките при разговарање.
- ПОЛ моделите поставуваат цели за да се вклучат во разговори за намалување на ХИВ ризикот со пријатели и познаници од таргет групата, помеѓу неделните сесии.
- ПОЛ моделите, резултатите од разговорите ги разгледуваат, ги дискутираат и ги подобруваат за следните сесии од обуката.
- Логоа, симболи или други методи се користат како „почеток на разговор“ помеѓу ПОЛ моделите и останатите.

2. Фази на интервенција

Имплементацијата на моделот има четири фази. Секоја од нив е клучна за успехот на интервенцијата.



Слика 4 ПОЛ. Фази на интервенцијата

2.1 Пред имплементација

Позадината на ПОЛ цели кон користење на ресурси на добро конструирани заедници. Важен и олеснувачки фактор при спроведувањето е самата идентификација на структурата на заедницата, каналите за комуникација и нивните чувари. ПОЛ ќе ги изгради и потоа интегрира тековните пристапи на работа во заедницата и нивната достапност, медијаторите и врсниците.

Главната цел на оваа фаза е да ја идентификува подгрупата во заедницата која може да биде вклучена во интервенцијата и да се селектираат ПОЛ моделите кои би биле овластени лидери кои би влијаеле на промената.

Идентификување на подгрупата во заедницата

Планирањето за оваа фаза е многу важно, особено за тимови и организации без искуство во заедницата во која се планира да се изврши интервенцијата. Во овој случај, прелиминарното истражување на ситуацијата е клучно за успешно планирање на интервенцијата.

Сигурни информации може да се соберат преку фокус групи и/или интервјуа со клучните информатори. Во зависност од нивото на знаење за конкретната заедница, може да се примени еден или двата од овие методи.

Селекција на „Водачите на мислењата“

Втората клучна задача за успешна имплементација на ПОЛ моделот е изборот на природни лидери на популарно мислење - „Водачите на мислењата“. За целите на изборот може да се користат пет пристапи:

1. Препораки од водачите на заедницата или чуварите на вратата.
2. Преку набљудување на местото во заедницата.
3. Преку истражување информации засновани на претходни програми кои младинските организации ги спроведиле во заедницата.
4. Преку советување и анкетирање на целната група со цел идентификување на популарните лица.
5. Интервјуа со информаторите.

2.2 Имплементација (5 сесии)

ПОЛ моделот е групна обука составена од 5 главни чекори. Секој од нив е многу важен за интервенцијата: тие ја формираат рамката преку поставување на главните цели што треба да се постигнат, со цел да се променат индивидуалното однесување и нормите на заедницата. Интервенцијата се темели на промена на ставовите на младите „Водачите на мислењата“/моделите, мотивирајќи ги да влијаат врз ставовите, а со тоа и



однесувањето преку нивните социјални мрежи и користење на нивните комуникациски вештини со цел тие да ја водат улогата на катализатор на промени.

Најважната задача на интервенцијата е да ги подобри ставовите на лидерите на јавното мислење - „Водачите на мислењата“. Ставовите најчесто се темелат на емоции, верувања и однесување кон одредена личност, предмет или настан. Ставовите исто така најчесто се резултат од претходно искуство или воспитување, и сето тоа игра голема улога формирањето на ставовите на личноста. Иако ставовите се трајни, истите може да се подобрат преку влијание и тоа најчесто се трите нивоа на: **когнитивната компонента** (мисли и верувања на личноста), **афективната компонента** (како предметот, личноста, прашањето или настанот нè прави да се чувствуваме) и **бихејвиоралната компонента** (како ставовите влијаат врз нашето однесување).

1. Првиот од петте чекори има за цел да обезбеди информации за прашањето. Подигнување на свеста за проблемот е првиот и најважен чекор кој ќе креира простор за освојување и овозможување на соработка со младите за спроведување на дадената интервенција во заедницата. Овој чекор ќе даде одговор на прашањето: „ШТО е проблемот?“.
2. Втор чекор е да се разбере индивидуалната перцепција за проблемот. Во оваа фаза, важно е да се истражи личното искуство на младиот човек поврзано со прашањето, како и општествените норми и улоги кои ги формирале тие перцепции. Прашањето на кое треба да се одговори овде е: „КАКО тоа прави да се чувствувам?“.
3. Третиот чекор цели кон градење на намерата. Важно е младиот човек во оваа фаза веќе да има создадено перцепција дека постои празнина помеѓу реалната состојба и посакуваната и да изгради намера да ја промени ситуацијата. Прашањето кое се однесува на ова ниво на интервенција е: „ШТО треба да се направи?“.
4. Четвртиот чекор е планот за креирање на промената. Вообичаено, ова е период кога младите лидери на мислење - „Водачите на мислењата“ ги планираат разговорите што треба да ги направат, ги прават списоците на пријатели со кои ќе разговараат и ја создаваат главната порака што сакаат да ја пренесат. Главното прашање во оваа фаза е: „КАКО да го направам тоа?“.
5. Последниот чекор е градење на самоверба што им е потребна на лидерите на јавното мислење - „Водачите на мислењата“ за да ја направат промената. Најчесто довербата се гради преку игри во улоги и реални сценарија кои им помагаат на младите лидери на мислење - „Водачите на мислењата“ да одговорат на можните приговори од страна на нивните пријатели и да бидат подготвени да дадат разумни и веродостојни информации за да го поддржат и доловат посакуваното однесување. Главното прашање овде е: „КАКО да ги убедите другите да се прилагодат кон новото однесување?“.

2.3. Одржување



Оваа фаза од интервенцијата содржи неколку придружни сесии со главни задачи за поддршка и зајакнување на ПОЛ моделите во преоблекувањето на општествените норми и верувања.

Сесиите за поддршка се одржуваат секој месец по завршувањето на главната обука. Тие обезбедуваат безбедно место за младите лидери на мислење „Водачите на мислењата“ да ги споделат своите искуства и предизвиците со кои се соочиле кога разговарале со своите врстници на темата.

Структурата на сесиите е многу слична на сесиите од фазата на имплементација, но се фокусира само на известувањата од разговорите водени со пријателите на социјалните мрежи, главните предизвици и проценетите достигнувања на секој од ПОЛ моделите во тој период, како и предлози за тоа како да се подобрат разговорите, со цел да се оптимизира ефектот од интервенцијата.

2.4 Евалуација

Главната задача на фазата на евалуација е да се измери напредокот. Ефективноста од работата на ПОЛ моделите се мери со квалитативни и квантитативни методи.

Квантитативната евалуација го опфаќа обемот и интензитетот на интервенцијата. За време на периодот на имплементација, од учесниците се бара да разговараат со своите пријатели на темите за кои се цели интервенцијата. Квантитативниот показател за успешно спроведување е бројот на разговори со членовите на социјалните мрежи во дадениот период.

Квалитативната евалуација се однесува на промената во однос на две компоненти:

- Промена на однесувањето: за време на интервенцијата лидерите ги пријавуваат разговорите што ги имале со своите пријатели во врска со нивната промена во однесувањето, што е индикатор за промената на социјалните мрежи. Тие известуваат колку разговори направиле, со какви предизвици морале да се справат итн.
- Динамика на групата: за време на сесиите за интервенција и сесиите за надзор се прави професионална анализа за напредокот на групата, како целина и за секој од учесниците поединечно.
- „Дневници на обучувачи“: фасилитаторот на групата е должен да пополни дневник од обуките, во однос на развојот на учесниците во процесот и динамиката на групата.



Додаток 2. Што ни кажаа младите?

Пристап до Интернет

Повеќето од учесниците споделија дека имаат пристап до Интернет и дека го користат најчесто преку своите телефони. Некои од нив изјавија дека поседуваат компјутер/лаптоп, но дека ретко го користат. Во текот на разговорот стана јасно дека сите користат Интернет и гледаат телевизија. На младите им беше тешко да посочат колку време поминуваат на Интернет. Имаше одговори од типот: „Кога и да имам слободно време“, „Секој ден е различен“ и „Ако го в бројам паметниот телевизор, тогаш 12 часа на ден“. Предизвикот од одредувањето на времето доаѓа од фактот што мајките со мали деца користат Интернет за да го привлечат вниманието на своето дете, што го прави неговото користење речиси непрекинато во текот на целиот ден. Друга потешкотија доаѓа од фактот што испитаниците користат социјални медиуми помеѓу нивните други активности и им е тешко да одвојат време за Интернет и други активности. Но, генерално, сите испитаници одговориле дека користат Интернет секој ден, најмалку еден час во текот на денот.

Онлајн активности

Фејсбук речиси сите учесници го споменаа како главна медиумска платформа на која одржуваат личен профил, и како платформа која главно и најчесто ја користат на Интернет. Други сајтови што беа наведени беа:

- Тикток
- Вибер



- Јутуб
- Месинџер
- Гугл
- Инстаграм
- Вацап

Го користат Гугл главно за пребарување информации за игри, филмови (турски ситкоми) и ТВ серии (исто така турски). Тие посочија дека исто така го користат за шопинг, најмногу облека и обувки. 3-ца од 5-те учесници споделија дека резервирале одмор преку Интернет минатата година.

Најголем дел од испитаниците истакнале дека користат интернет за да бидат во контакт со своите роднини и пријатели кои се во странство.

Младите мајки користат интернет за пазарење – облека и обувки за децата и семејството. Но, сакаат да купуваат и додатоци за убавина (козметика) и домашни теписи, завеси, чинии.

Седуммина од учесниците истакнаа дека се верници и гледаат видеа и содржини поврзани со нивните христијански верувања - молитви, песни и проповеди.

Пребарување информации

Покрај употребата на социјалните медиуми, учесниците бараат информации на Гугл. Во прилог се дел од главните теми што ги наведоа:

- Превод
- Рути на мапа
- Резервација на хотели за одмор
- Филмови, ТВ серии, забава
- Телефонски броеви
- Рецепти
- Информации за лекување
- Диети
- Рецепти за забавување

Само една млада личност истакнала дека бара работа преку интернет.

На прашањето дали бараат информации за воспитување деца, повеќето од учесниците изјавиле дека не барале такви информации на Интернет. Само една учесничка сподели дека следи групи со мајки на Фејсбук и дека информациите споделени таму ѝ се корисни. Во врска со пандемијата, вакцините и другите актуелни прашања, не изгледаа заинтересирани да пребаруваат на Интернет, но рекоа дека информациите „излегле“ од социјалните мрежи.



Емоционална благосостојба:

Повеќето од учесниците споделуваат дека се чувствуваат сигурни на интернет. Една од спонтаните реакции на учесниците на ова прашање беше: „Можам да кажам како се чувствувам кога не користам Интернет - како да сум изолирана од светот“. Сите други учесници се согласија со неа и ги опишаа нивните искуства како зависни. Во прилог се уште неколку примери и одговори на прашањето:

- „Ако не сум онлајн, постојано се чувствувам како нешто да пропуштам“
- „Интернетот е како дрога“
- „Не можам без Интернет“
- „Полошо е од цигарите“
- „Ние сме озборуваачи и сакаме да гледаме како другите го прават тоа што го прават“.

Примерите за лошо однесување што ги посочуваат младите:

- Злонамерни коментари под фотографиите и профилите.
- Вознемирување на Интернет преку креирање лажен профил на личноста и објавување голи фотографии или друг срамен материјал.
- Друг облик на вознемирување преку лажен профил е креирањето профил од пар со странски партнери (на пример, профил на нечиј сопруг со друга жена).
- Исмејувачки видеа.
- „Хакирање“ на профили на социјалните мрежи и нивно користење за добивање информации за банкарски сметки итн.
- Испраќање вируси.

Повеќето од нив споделија дека имале искуства со лошо однесување на Интернет. Некои од мајките истакнаа некои популарни примери за лошо однесување кои станаа популарни преку Тик-Ток и ги загрозуваат животите на луѓето, како што се децата што голта магнети (ова беше прашање за кое нашироко се дискутираше во последните недели, бидејќи некои деца беа лекувани во болница откако проголтале магнети). Друг сличен пример е видеото со деца кои легнуваат на пешачки патеки во сообраќајот.

Повеќето примери за позитивни работи што се прават со помош на социјални медиуми/веб-страници итн. беа поврзани со кампањи за донации и добротворни цели за различни хумани цели. Еден од учесниците за позитивна работа ја посочи и самата можност за комуникација и наоѓање корисни информации, како пример за добри работи што може да се направат онлајн.

Некои од младите споделија дека се чувствуваат фрустрирани што не можат да користат некои од онлајн платформите, бидејќи им е тежок пристапот. Како пример ја посочија платформата за пријавување на децата во градинките во Софија.



Заклучоци

Резултатите од фокус групите ја потврдија нашата претпоставка дека младите мајки се корисници на дигитални содржини и дека главната цел на нивното користење на Интернет се забавни содржини и социјалните контакти.

Тие се многу изложени на дезинформации и лажни вести и немаат здравствена писменост и критичко размислување за компетентно донесување одлуки за здравствени прашања врз основа на информации добиени на Интернет.

Младите мајки се изложени на негативни искуства на интернет и треба да ги подобрат своите дигитални вештини за да ја подобрат нивната онлајн благосостојба.

Главната платформа од социјални медиуми што ја користат е Фејсбук, и ова е главниот канал за комуникација што би можел да се користи за нивно онлајн активирање.

