

## Христина Масалджиева

### Да изградим онлайн общност – могат ли сайтовете да помогнат за развитието на онлайн общност?

#### Основен въпрос

Как може да изградим и/или да участваме ефективно и безопасно в онлайн общност?

#### Обзор на урока (общо време 2x60/90 мин.= 2x2=4 учебни часа)

Учениците ще научат какво е онлайн общност, каква е ползата от това да си част от онлайн общност, как да изберат в каква общност да членуват и трябва ли да има правила в онлайн общността.

Учениците ще обсъждат какви са възможностите на онлайн пространството. Защо трябва да знаем как да създаваме и участваме в онлайн общности? Как може да се използва онлайн общността за целите на професионалното развитие и кариера. В края ще предложат конкретни решения за справяне със ситуации на участие в онлайн общност.


#### Цели на урока:

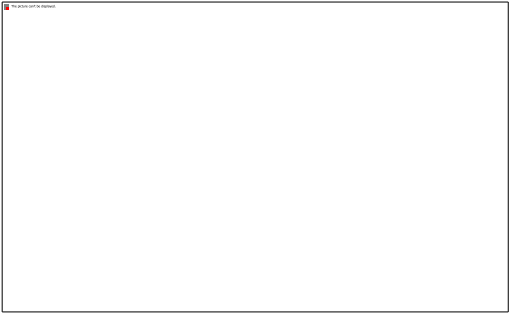

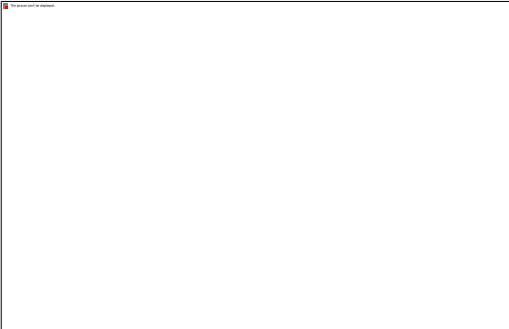

Учениците да могат да:

- Разпознават онлайн общност;
- Разпознават коя информация е лична и защо е важно да се внимава каква информация се споделя;
- Ще предлагат решения как да се общува в онлайн общност.

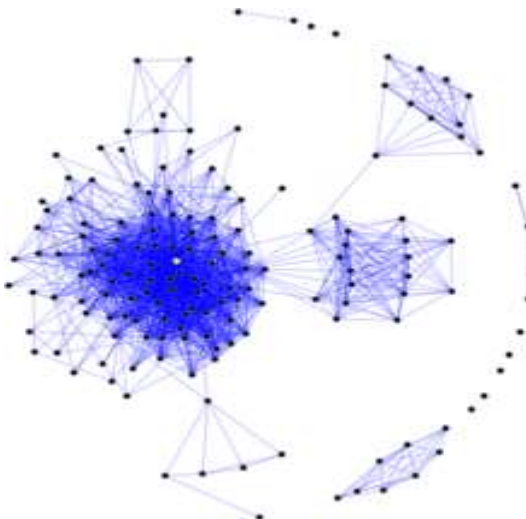
#### Речник: онлайн общност, онлайн социални мрежи, виртуална общност, фейсбук, социална мрежа, социална медия, лична информация

(Всяко понятие е направено като 2 еднакви карти за игра. Върху едната страна е изписано понятието, а върху другата – определението, обяснението. Всяка група получава 2 карти за едно понятие. Едната е за групата, а втората – за „госта“.)

<p><b>онлайн общност</b></p> 	<p>е виртуална общност, чиито членове комуникират един с друг предимно в Интернет. За мнозина онлайн общността може да се възприема като дом или "семейство от невидими приятели". Онези, които искат да станат членове на общността обикновено трябва да го направят чрез определен уебсайт и задължително трябва да имат Интернет връзка. Онлайн общността може да приеме формата на информационна система, където членовете да публикуват информация или такава, където само ограничен кръг от хора мога да публикуват да коментират и влизат в дискусии, да дават съвети и да си сътрудничат. Онлайн общността също така е и допълнителна форма на комуникация между хора, които се познават в истинския живот. Най-често за комуникация се използват социални мрежи, чат стаи, форуми, пощенски списъци. Хората могат да образуват онлайн общност и чрез видеоигри, блогове и виртуални светове.</p>
--	---

<p><b>онлайн социални мрежи</b></p> 	<p>е платформа за изграждане на социална мрежа или социални взаимоотношения между хора, които споделят общи интереси, дейности, история или познания. При онлайн социалните мрежи страниците на профилите на потребителите дават възможност за създаване на различни връзки между страници, имат възможности за увеличаване потребителското съдържание и създаване на диалог между потребителите. Повечето услуги са базирани в интернет, въпреки че такива услуги могат да се реализират и чрез вътрешни за дадена организация мрежи - интранет. Социалните мрежи позволяват на потребителите да споделят идеи, снимки, статии, дейности и интереси с хората в тяхната мрежа.</p>
<p><b>Фейсбук</b></p>  	<p>Facebook (Фейсбук) е уебсайт, най-голямата безплатна онлайн социална мрежа в света, предлагана в над 70 езика. Открита е на 4 февруари 2004 г., управлява се и се притежава от частната фирма „Facebook, Inc.“ със седалище в гр. Менло Парк, щата Калифорния, САЩ</p> <p>Потребителите на социалната мрежа се групират по географско положение, месторабота, учебни заведения, интереси и други. Всеки потребител избира каква информация да въведе за себе си, както и какви групи или личности могат да имат достъп до нея. Комуникацията между потребителите в мрежата се осъществява по много начини, включително изпращане на лични съобщения, покани за участия в мероприятия, споделяне на снимки, текст, хипервръзки, видео откъси („клипове“), създаване и участие в групи по интереси, сравнение на резултатите от тестове, участие в различни игри.</p>
<p><b>виртуална общност</b></p> 	<p>е социална мрежа от индивиди, които комуникират чрез специфична социална медия, включително и когато е възможно пресичайки географски или политически граници, за да преследват общи интереси и цели. Някои от най-популярните виртуални общности са онлайн общностите образувани в онлайн социалните мрежи.</p> <p>Виртуалните общности насърчават взаимодействието, като понякога се фокусират около специфичен интерес, или просто заради самата комуникация. Членовете на общността си комуникират, споделяйки обща страст, по различни начини: чат стаи, форуми, пощенски списъци, виртуални светове.</p>

## Социална мрежа



в реалността са организации, свързани в специфични за дадена мрежа типове отношения като приятелство (роднинство), идеи, виждания, традиции, финансови отношения, хипервръзки и други.

Индивидите и организациите са наречени в социологията на този тип мрежи „възли“. В нейната най-проста форма социалната мрежа представлява карта на връзките между всички възли, които са изучавани. Тези концепции обикновено се представят чрез социална мрежова диаграма, където възлите са точки, а връзките са линии.

## социална медия



са технологично опосредствани среди за общуване, както и термин, който се отнася до уеб-базираните и мобилни технологии, които биват създавани и са използвани, за комуникация, споделяне на лични снимки, файлове или медийно съдържание, превръщайки комуникацията в интерактивен диалог. Те помагат както на отделните индивиди, така и социални групи, а и компании да комуникират и ги използват, за да споделят мнения, опит, виждания и всякаква друга информация помежду си. Социалните медии могат да бъдат в различни форми: текст, изображения, аудио и видео записи.

Популярни социални медии са Facebook, twitter, блоговете, дискуссионни форуми, уики-приложения, социални мрежи за споделяне на снимки и видео, както и такива за слушане на музика, дялове и други форми на социални мрежи.

## Лична информация



Личните данни са всяка информация, отнасяща се до физическо лице. По-конкретно, такива са: имена, ЕГН, адрес, телефон, месторождение, данни от лична карта и паспорт; семейно положение и родствени връзки; професионална биография; имотно състояние, финансово състояние, участие и/или притежаване на дялове или ценни книжа на дружества и др.



**Начало на урока – 10 минути**

### **Част I**

**Мозъчна атака( Брейнсторминг ): В рамките на 3 – 4 мин. се генерират идеи за понятието „онлайн“**

**I фаза „Генериране на безброй идеи“:** Водещият (учител) записва всички идеи без контрол от съзнанието. Всеки участник има право да даде колкото иска идеи в условията на ограниченото време за формулирането им (3-4 мин.). Всички идеи се фиксират/записват и никой няма право да ги оценява.

**II фаза “Анализ на идеите”:** Обсъжда се всяка изказана/записана идея, която е анонимна. Идеите се групират по приоритет. Ако групата е голяма една паралелка се разделя на малки групи от 2-3 участници, които обсъждат и след това представят своя анализ на групата идеи, които са обсъждали.

В края участниците трябва да достигнат до разбирането на понятието „онлайн“.

Материал за водещия. **„Онлайн“** (на английски: Online, буквално "на линия") е термин от областта на информационните и комуникационни технологии. Впоследствие обаче употребата му се разширява, той излиза от границите си и чрез общуването на хората и асоциацията, свързана с него, се превръща в по-широко понятие. Антоним. на „онлайн“ е „офлайн“ (Offline).

В компютърните технологии и телекомуникациите „онлайн“ обозначава състояние на устройство негова част, което е под пряк контрол на друго такова устройство или част, свързано е с него и е готово за работа, за експлоатация.

### **Част II**

Следващата стъпка е участниците да се запознаят с понятията от речника като се разделят на 6 групи (колкото са понятията). Всяка група се запознава с определението и го обсъжда като се опитва да даде примери.

След 5 мин. всяка група определя „гост“, който ще напусне групата и ще отиде в друга група. Всеки „гост“ ще съобщи понятието на своята група и заедно ще допълнят определението с примери. В рамките на 15 мин. всеки „гост“ трябва да премине през останалите 5 групи и в края се връща в своята група.

### **Част III – дебат 15 мин.**

Голямата група се разделя на 3 по-малки групи (преброяване на първи, втори, трети). Първа и втора група получават задача да обсъдят в рамките на 5/10 мин. доводи „за“ и „против“ създаване и участие в онлайн общност. Едната група защитава тезата „за“, а другата група е „против“. Всяка група получава постер и малки листове за записки и съставяне на план и стратегия.

Трета група се отделя като жури. Тя няма право да участват в дебата. В края ще имат задача да вземе решение към коя група да се присъедини. Решението си ще вземат като направят оценка на представянето на групите по предварително поставените критерии:

- дали аргументите са верни като съдържание;
- съответстват ли на защитаваните позиции;
- липсват ли важни аргументи;
- езикова култура на представянето;
- оригиналност и убедителност, атрактивност;
- отношение към противника.

Журито може да изработи своя карта за оценка, която да попълва с +/- или с бр. точки в процеса на дебата.

След изтичане на времето двете групи под ръководството на водещия (учителя) представят доводите си „за“ и „против“. Важно условие е всеки отговор да започва с това първо говорещият да вземе отношение по отговора на изказалия се преди него от противниците и след това сам да изложи свой аргумент.

След обявяване на оценката си журито обосновава оценката и тя се дискутира от всички участници.

В края може да бъде изготвен проект, който да се представи пред аудитория (друг клас, паралелка, преподаватели, родители, в група в социалната мрежа). Използват се средства за онагледяване, представянето трябва да бъде ясно, оригинално, точно, да има комуникация с аудиторията.

Обсъждането на проекта обхваща усвоените знания и умения, комуникация вътре в групата, между групите, между преподавателя и групите, компетентността за комуникиране и решаване на конфликти, уменията за критично отношение.

Участниците трябва да достигнат до идеята, че животът днес е свързан с онлайн социални мрежи, медии, общности и др. В тази връзка всеки има нужда от знания и умения за вземане на решения дали, как и в какви да участва.

Материал за водещия \*\*\*Социалните медии напр. помагат както отделния човек, така и социални групи, а и компании да комуникират и ги използват, за да споделят мнения, опит, виждания и всякаква друга информация помежду си. Социалните медии могат да бъдат в различни форми: текст, изображения, аудио и видео записи. Разрешено от повсеместно достъпни и комуникационни техники, социалните медии променят съществено начина на комуникация между организации, общности, както и лицата. Технологиите включват: блогове, споделяне на картина, електронна поща, мигновени съобщения, споделяне на музика и гласови

услуги чрез IP. През 2011 година Кайцман представя структура, която определя как социалните медийни услуги се фокусират върху някои или всички от седемте основни елемента (идентичност, разговори, споделяне, присъствие, взаимоотношения, репутация и групи). Тези градивни елементи помагат за разбиране на нуждите на потребителите да ползват социалните медии. Така например, един потребител на LinkedIn се грижи най-вече за своята идентичност, репутация и връзки, като има предвид основните елементи, докато YouTube споделя първичните елементи - разговори, групи и доброто име.

Онлайн общността от своя страна може да приеме формата на информационна система, където членовете да публикуват информация или такава, където само ограничен кръг от хора мога да публикуват, да коментират и влизат в дискусии, да дават съвети и да си сътрудничат. Онлайн общността също така е и допълнителна форма на комуникация между хора, които се познават в истинския живот. Най-често за комуникация се използват социални мрежи, чат стаи, форуми, пощенски списъци. Хората могат да образуват онлайн общност и чрез видеоигри, блогове и виртуални светове. Онлайн общностите се използват от различни социални и професионални групи посредством Интернет. Това не означава, че непременно трябва да има силна връзка между членовете. Един е-майл списък за разпространение може да има стотици членове, а комуникацията, която се провежда може да бъде само информативна (да се публикуват въпроси и отговори), но членовете може да са относително непознати и тогава имаме високо ниво на членство. Това е в съответствие с либералното значение на термина „общност“. Подобна тенденция започва да се появява в бизнес средите, където онлайн общностите са нещо *задължително*. Тези общности могат да бъдат организационни, регионални или локални, зависимост от бизнеса. От средата на 1990-те години, когато Интернет започва масово да се разпространява, започва да се *насърчава* и разпространението на онлайн общностите. Различните общности имат различни нива на взаимодействие и участие сред своите членове. Много от обществата, които се управляват от обединение на собствениците използват сайтове, за да улеснят всички комуникации, търговски сделки и социални начинания от всякакъв вид. Също както традиционните социални групи или клубове, онлайн общностите често се разделят на различни групи по интереси и дори се отделят и създават нова общност. Авторът Ейми Джо Ким посочва потенциалната разлика между традиционните структурирани онлайн общества (табла за съобщения, чат стаи и т.н.) и по-индивидуалните социални инструменти (блогове, обмен на съобщения между приятели) и казва, че именно по-индивидуалните социални инструменти са по-популярни. Повечето онлайн общности растат бавно в началото. Това се дължи от части на факта, че силата на мотивацията за принос обикновено е пропорционална на размера на общността. С увеличаването на размера на потенциалната аудитория, се увеличава желанието за повече активност. Колкото повече хора започнат да участват, толкова повече мотивацията за активност ще се увеличи. Така се създава добродетелен цикъл, където голямата активност и участие, поражда още по-голяма активност и участие.

#### **Част IV - дискусия**

Водещият задава въпроси:

- Как е протекла работата в отделните групи, как се е провел дебатът.
- Какво може да се направи за по-организирано и по-ефективно протичане на работата и оптимално използване на времето?

Участниците трябва да стигнат до извода, че са нужни **правила**.

Насочва се дискусията към правилата в мрежата и в социалните общности.

Обсъждане в малките групи. 10 мин.

Представят се 10 правила за онлайн дискусии, които се обсъждат.

- Използвай подходящ език. Грешките, които допускаш се връщат върху теб. Проверявай текстовете, не пиши с правописни и пунктуационни грешки. Не пиши с главни букви. В интернет пространството това се разчита като крещене!
- Бъди точен – проверявай дали това, което е ясно за теб, няма да обърка тези, които ще го четат. Чети съобщенията си на глас, за да прецениш имат ли смисъл.
- Избягвай емотиконите и съкратеното писане, характерно за чата. Онлайн дискусиите изискват по-професионално писане. Обяснявай, подкрепяй и доводи своето мнение.
- Прочети всички коментари преди да изпратиш своето мнение.
- Използвай умерен език, защото прекаленият хумор, сарказмът, силните думи могат да породят неразбиране. Когато няма вербално (чрез говор) общуване нещата, които казваш лесно могат да бъдат интерпретирани (разбрани и предадени, представени) погрешно.
- Разпознавай и уважавай различията.
- Контролирай емоциите и характера си. Мисли преди да се изкажеш. Не реагирай прибързано и емоционално, дори когато си лично атакуван или критикуван.
- Отнасяй се сериозно към своите постове (публикации). Не отговаряй когато няма какво да кажеш. Придържай се към темата за обсъждане.
- Бъди достоверен. Когато отговаряш на въпрос или изказваш мнение и не си 100% сигурен го обяви и сподели откровено. Цитирай източниците, ако използваш други материали.
- Провери и цитирай различни източници на информация по темата. Така ще имаш критичен и по-обективен поглед и подход при обсъждането.

#### **Част V – симулация 15/20 мин.**

Участниците участват в симулация за изграждане на онлайн общност.

Взема се решение кой и под каква форма да създаде онлайн общност. Време 30 мин. (Ако голямата група реши тази онлайн общност би могла да се превърне в действаща.)

Материали за водещия. При симулацията участниците извършват определена дейност в условия възможно най-близки до условията на реалната ситуация. Методът е полезен, когато за изпълнението на някои задачи се изисква практика, а не е възможно да се упражнява съответната дейност. Методът позволява на участниците да приложат пряко усвоеното. Симулацията може да е само на част от дейността. Необходимо е симулацията да се доближава

възможно най-много до действителните условия, така че да позволява на участника да пренесе пряко усвоеното в реалността.)

- В коя платформа да се създаде?
- Как ще се нарича?
- Как ще се представи в онлайн пространството (цел, ресурси, възможности)?
- Ще има ли администратор?
- Кой ще може и при какви условия да публикува?
- Нужно ли е да има одобрение на администратора (ако има такъв)?
- Каква да е общността тайна/ограничена/общодостъпна?
- Нужно ли е да има предварително поставени условия за членство?
- Кои прояви ще се докладват и ще има ли и какви санкции за нарушителите?
- Кой трябва да следи за добрата атмосфера в онлайн общността? Това задължение само на администратора ли може да е или всеки има тази отговорност? Достатъчно ли е да спазваш правилата? ОК ли е да си само наблюдател и да не вземаш отношение при нарушаване на правилата от друг член на общността?
- Кои данни са лични? Каква политика за защита на личните данни ще бъде възприета?
- *Други въпроси възникнали в хода на симулацията.*

#### **Част VI Игра. 20/30 мин.**

Материали за водещия. Играта е вид симулация, изискваща активно участие, което позволява приложение на усвоените знания. Имитира се реална дейност в една или друга изкуствено създадена ситуация. Участниците или изпълняват определени роли, или са активни зрители (жури). Предназначението ѝ е да формира умения и навици за реални действия. Ефективността (време) е 4-5 пъти по-висока в сравнение с традиционните методи. Играта разнообразява често задавани упражнения. Тя не притеснява участниците и е забавна и привлекателна. Чрез забавните моменти много лесно се постига сплотеност в групата и се осигурява по-отворена атмосфера на взаимно внимание. Тя спомага за ефективното насърчаване на комуникацията, поради това е особено подходящ метод за по-свити ученици или за участници, които не се познават. Изисква се време за обясняване на процедурата и правилата, както и за снабдяването с необходимите материали. Играта увеличава интереса към обучението, развива самостоятелност у учениците, запознава ги с ролевата структура на дейността. Тя служи за трансфер на знания и формира базисни социални умения. Учителят най-често е арбитър.

Участниците се разпределят по роли в онлайн общност „facebook училище“. Поставена е задача: разиграйте ситуацията: направете свой проект на темата „Защо да уча история?“ Срок 3 дни. Проектът може да е:

- текст до 15 изречения или до 500 думи;
- презентация до 10 слайда;
- видео до 5 мин.;
- текст и изображение с приложение (PicSay; Viva Video Reverse и др.)

След представянето на всички проекти ще бъдат избрани 10-те най добри. Всички проекти трябва да отговарят на критерии:

- спазен обем за съдържание;



- спазен срок за изпълнение;
- съдържанието да отговаря точно на поставената тема;
- оригиналност на съдържанието;
- спазени норми на книжовния български език;
- точни аргументи в подкрепа на тезата;
- изказано лично мнение;
- цитиране на използване на източници;
- спазени технически изисквания за текст, видео, презентация, изображения;
- подходящо резюме за публикуване в онлайн общността.

### Роли:

а) на стриктния изпълнител; б) на грубия опозиционер; в) на тихия опозиционер; г) на наблюдател; д) на застъпник на съпротивляващите се; е) на застъпник на амбициозните; ж) на амбициозния да се докаже като най-добър; з) на победител в задачата; и) на емоционалния участник; й) на експерта.

Всяка роля се получава чрез жребий (с издърпване на карта с ролята) и е колегиална т.е. играе се от двама/трима. (Това е важно условие всеки в ролята да е подкрепен и да има опора за активно участие).

Участниците имат 5 мин. да изработят своя стратегия за поведение.

Всяка роля получава маркери, емотикони, знаци за „харесва ми,, „не ми харесва“



Играта се задейства като на общ постер се разиграват всички действия за ок. 20/30 мин.:

- поставяне на задачата;
- реакциите на всяка една от ролите в началото, непосредствено след поставянето на задачата;
- обсъждане на процеса на изработване на проектите по роли като чат и/или като онлайн дискусия;
- публикуване на проектите в онлайн общността;
- реакции към публикуваните вече проекти от всяка роля;
- реакции към някои коментари под проект/и;
- обявяване на победителите;
- реакции към победителите и техните проекти от различните роли.

В края се прави обсъждане на цялата игра и дискусията, която се е получила върху постера.

Въпроси:

- Как се чувства когато получи ролята?
- Лесно ли „влезе“ в роля?
- Възможни ли са тези реакции в онлайн мрежата?
- Коя реакция е най-неприемлива за общността?
- Коя реакция спечели най-много харесвания? Защо?
- Защо е важно да имам тези знания и умения?
- Колко полезно ми беше по скалата от 1 до 10?
- Колко интересно и забавно ми беше по скалата от 1 до 10?
- Ще споделя ли преживяното с други? *не/по-скоро не/ да/ по-скоро да/ не зная*
- Ще използвам ли наученото? *не/по-скоро не/ да/ по-скоро да/ не зная*

Използвани източници:

[https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0\\_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%8F](https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%8F)

[https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD\\_%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82](https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD_%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82)

[https://tnk.bg/privacy\\_policy.php](https://tnk.bg/privacy_policy.php)

**ВИДОВЕ ИНТЕРАКТИВНИ МЕТОДИ**

Цветелина Господинова

(Нов български университет)

**Изготвил: Христина Масалджиева**  
**Учител по история в прогимназиален етап**  
**В ОУ „Св. Иван Рилски“ - Хасково**