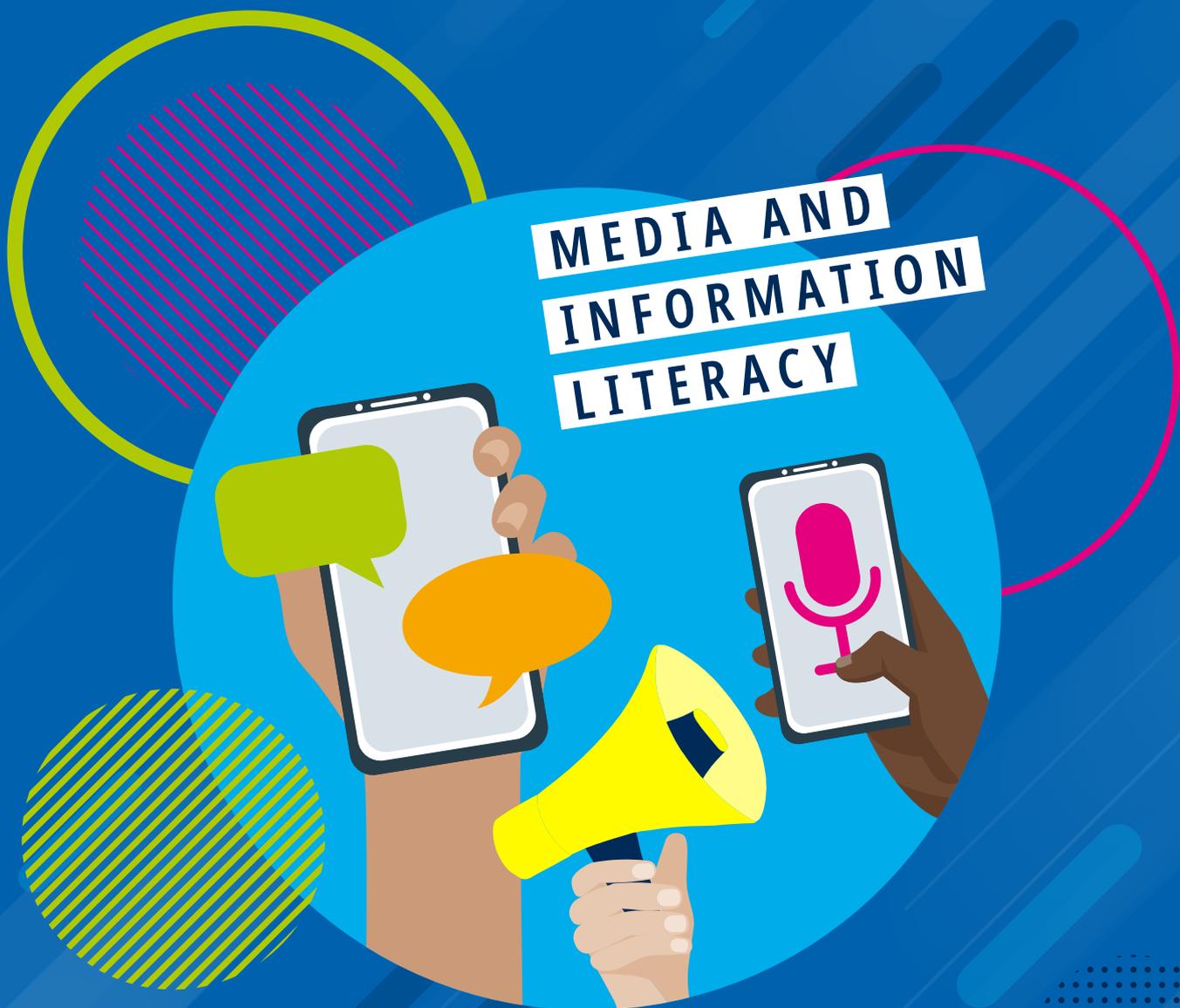


MEDIA AND INFORMATION LITERACY



MEDIA AND INFORMATION LITERACY FOR YOUTH

Как провести онлайн-тренинг по медиаграмотности: советы тренерам



Чем отличаются онлайн-тренинги по медиаграмотности?

Медиаграмотность — это набор компетенций (*access, analyze, create, reflect, act*)¹, который позволяет людям полноценно использовать свое право на свободу выражения мнений и доступ к информации. Тренинги в этой области, предлагаемые DW Akademie и ее партнерскими организациями во всем мире, помогают молодым людям понять медиа и оценить влияние, которое они оказывают на их жизнь.

В 2020 году проекты по развитию медиаграмотности были приостановлены из-за пандемии коронавируса, а медиатренеры были вынуждены взглянуть на использование технологий по-новому.

Конечно, обучать ответственных потребителей и создателей медиаконтента можно и онлайн, но какие аспекты онлайн-обучения нужно переосмыслить тренеру?

Мотивация целевой аудитории

Обучение людей, подкованных в технологиях, может показаться простым. Однако переход на дистанционное обучение вызвал всеобщую усталость и неприязнь к любым онлайн-мероприятиям. Мы должны проверить потребности и возможности молодых людей и убедиться, что используем платформу, на которой они чувствуют себя комфортно.

Определение целей обучения

Этот аспект одинаково важен как в офлайне, так и в онлайн. Но в онлайн-обучении определение знаний, навыков и отношения, которые тренер хочет сформировать, требуют более тщательного планирования.

Инструменты и методы обучения

Какие инструменты известны участникам и, самое главное, как и что следует использовать, чтобы сделать тренинги по медиаграмотности интерактивными на всех этапах.

Структура и организация тренинга

Провести 3-5 дневные семинары с практическими заданиями и продолжительностью 5-6 часов стало невозможным. Поэтому тренеры должны учитывать, сколько времени участники должны провести у компьютера для выполнения заданий.

Синхронный vs. асинхронный тренинг

Это различие становится особенно важным, когда нам приходится принимать решение, какие задания участники должны выполнить в группе, а что они могут сделать индивидуально. Например, участники могут самостоятельно читать раздаточный материал или смотреть видео. Это

позволяет им работать в своем темпе, что значительно снижает уровень стресса.

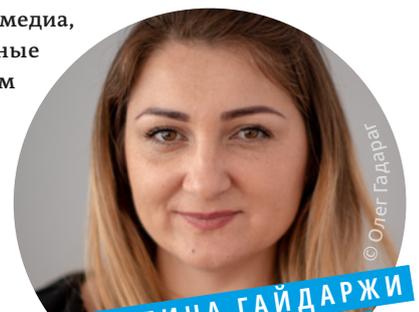
Индивидуальные и групповые задания

Как и на “живом тренинге”, в онлайн-обучении нам также нужно подумать о практических заданиях, которые можно выполнять в группах, особенно если речь идет о развитии компетенций анализа информации и рефлексии. Необходимо также учитывать возможности для общения и формирования команды в онлайн-среде.

Данные рекомендации были разработаны совместно с партнерскими организациями DW Akademie из Грузии, Молдовы и Украины. Они помогут медиатренерам при переходе из офлайна в онлайн, а также содержат полезные советы по планированию онлайн-мероприятий по медиаграмотности. Эта публикация предназначена для тренеров, которые уже имеют определенный опыт в проведении онлайн-тренингов. Тем, кто начинает с нуля, мы рекомендуем записаться на один из курсов “Train the eTrainer”, которые предлагает DW Akademie. Онлайн-обучение в форме массового открытого онлайн-курса (MOOC) или аналогичного формата электронного обучения не рассматривалось при разработке этой публикации. Основное внимание уделялось коротким синхронным онлайн-тренингам с асинхронными блоками, основанными на принципах неформального образования, поскольку они представляют собой основную деятельность наших партнерских организаций.

Делясь опытом проведения онлайн-тренингов, невозможно не упомянуть о цифровых инструментах. Список приложений и инструментов, которые могут быть использованы в онлайн-обучении бесконечен. Поэтому данные рекомендации включают только те инструменты, которые наши партнеры активно используют в своих тренингах, преимущественно в Восточной Европе.

“ Цифровые инструменты и сервисы стали неотъемлемой частью тренингов. Они помогают сделать онлайн-встречи динамичными, так что участники не только узнают о мире медиа, развивают определенные навыки, но при этом получают удовольствие от активного участия в работе. Моя цель – сделать этот опыт комфортным, чтобы участники включали камеры и делились своими мыслями.



АНГЕЛИНА ГАЙДАРЖИ
директор НГО “ТАРСМИ”,
журналист tuk.md, Молдова

¹ Основные компетенции медиаграмотности можно вкратце обозначить следующим образом: *access* – поиск информации, *analyze* – критическая оценка информации, *create* – создание медиаконтента, *reflect* – размышление над своим поведением и опытом во взаимодействии с медиа, *act* – участие в общественной жизни посредством медиа.



Советы и рекомендации для онлайн-тренеров

Тренеры наших партнерских организаций успешно провели различные тренинги по медиаграмотности в режиме онлайн. Ниже они делятся советами по планированию онлайн-обучения.

Разработка тренинга и подготовка

- Оставьте себе **достаточно времени на подготовку**, особенно если вы делаете это впервые. Подготовка должна занимать как минимум столько же времени, сколько и тренинг.
- **Не проводите тренинг в одиночку**: если ваша группа больше 5-6 участников, вам будет сложно одновременно отвечать на вопросы участников, обеспечивать техническую поддержку, а также следить за методологией и содержанием.
- Насколько хорошо вы знаете своих участников? **Оцените их потребности**, поговорив с некоторыми из них или проведя общий опрос. Таким образом вы сможете узнать их вопросы и ожидания. Только после этого следует приступить к определению целей обучения и составлению детального плана тренинга.
- **Подготовьте план тренинга** с целями обучения, содержанием, методами, медиа, ссылками и четким распределением ролей в команде тренеров.
- **Продолжительность и временные рамки** синхронных тренингов должны быть реалистичными и учитывать предпочтения участников относительно времени и их способности концентрироваться.

Методы

- Какова ваша **цель**? Прежде чем думать о методах, убедитесь, что вы четко определили цели обучения тренинга. При выборе методов для онлайн-тренинга не пытайтесь переносить методы очного обучения в онлайн. С самого начала **думайте о цифровых технологиях**.
- Создайте “пространство” для участников: сбалансируйте методы и при возможности введите **разминки или паузы**. Планируйте программу, исходя из того, что время концентрации внимания участников в онлайн короче, чем в офлайне.
- Какие блоки тренинга должны быть синхронными? С каким объемом асинхронной или индивидуальной работы могут справиться ваши участники, не выпадая из процесса?
- Buzz groups: группы по два человека обсуждают тему или обмениваются мнениями; большие группы выполняют вместе задание или симулируют ток-шоу. Эти методы также хорошо работают в онлайн-пространстве.
- Создайте комнаты для **общения** и помогите участникам почувствовать себя комфортно. Участие в онлайн-тренинге уже само по себе стресс.
- То, что не было **визуализировано**, не существует. Как и на “живом тренинге”, учитывайте потребности участников с разным типом восприятия информации, таких как аудиалы, визуалы и кинестетики.

Инструменты

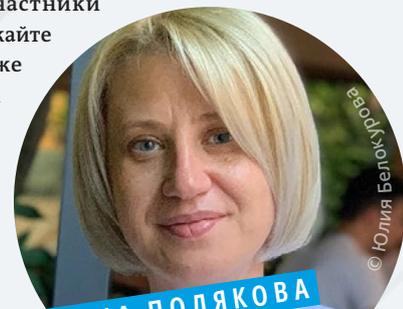
- Что вы можете сделать, если Zoom не работает? Подумайте о возможности **заменить каждый из запланированных цифровых инструментов** вашего тренинга асинхронной работой на случай отключения электричества или проблем с соединением.

- **Сбалансируйте свой набор инструментов** — меньше значит больше: какие инструменты вам действительно нужны? Для освоения нового инструмента всегда требуется время. Инструменты должны помогать, а не мешать процессу.
- Проводите мозговой штурм и визуализируйте результаты групповой работы или размышлений с помощью доски в *Zoom, Jamboard, Miro, Mural* или *Padlet*. Задавайте вопросы, получайте обратную связь или проводите викторины с помощью *Mentimeter, Kahoot* или *Quizlet*.
- **Протестируйте инструменты** перед началом тренинга.
- Постоянно учитесь сами. **Попросите участников дать обратную связь**, заполнив опросник, например, в *Google Forms*.
- Каковы авторские права на фотографию, которую вы только что разместили? Почему вы выбрали open source-инструмент? Обсудите вместе с участниками технологии, которые вы используете на тренинге. Используя эти примеры, вы сможете включить задания по медиаграмотности естественным образом.

Коммуникация и фасилитация

- Всегда имейте **дополнительный инструмент для общения с участниками**, например, мессенджер. Используйте его для взаимодействия с участниками, обновления информации, обмена ссылками, общения между синхронными сессиями или после тренинга.
- **Разделите ответственность** за успех тренинга с участниками. Консультируйтесь с ними и привлекайте их к разработке и проведению тренинга.
- В онлайн-тренинге участники предоставлены сами себе. Помогите участникам наладить контакт друг с другом, будьте готовы поддержать их индивидуально и **убедитесь, что ни у кого не осталось вопросов**, прежде чем перейти к следующему блоку тренинга.
- Обращайтесь к участникам по имени, чтобы убедиться, что участвуют не только те, кто очень активен.

“ При подготовке к тренингу важно учитывать потребности и интересы аудитории. Чередуйте теоретическую часть и интерактивные упражнения во время тренинга. Для наших тренингов мы выбираем один-два онлайн-инструмента (обычно Miro), с которыми аудитория знакома, так как регистрация на новых платформах занимает много времени и нарушает групповую динамику. Начните тренинг с разминки. Попросите участников прислать в общий чат фотографию с видом из окна. Пока участники выполняют задание, продолжайте общение с теми, кто уже справился с заданием. Таким образом, вы сможете установить дружелюбную атмосферу. Чтобы получить обратную связь, используйте аудиовизуальные инструменты, например, видео, голосовое сообщение или визуализацию того, как участники себя чувствовали или что узнали на тренинге.



ОКСАНА ПОЛЯКОВА
ассистент проекта
медиаграмотности, Центр
неформального образования
“Diversitate”, Молдова



Набор участников и работа с группой

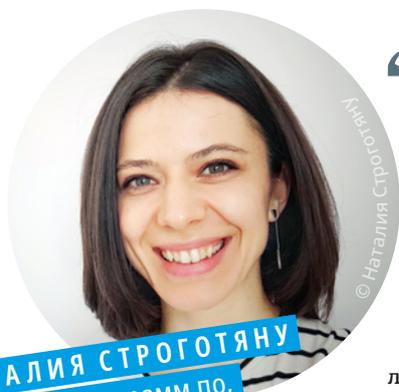
Поиск потенциальных участников и привлечение их интереса к онлайн-обучению требует усилий. К тому же переход на дистанционное обучение еще больше усложнил процесс набора участников. У организаций, которые успешно справляются с этим этапом в онлайн, есть несколько советов о том, как заинтересовать молодежь и обеспечить ее активное участие в тренинге.

- **Разработайте четкую стратегию распространения информации:** делитесь информацией в социальных сетях, которые популярны среди ваших потенциальных участников. Создавайте короткие анонсы, которые найдут отклик у вашей целевой аудитории, например используя разговорную речь, доступную и понятную молодежи. Чётко сформулируйте, что вы предлагаете своей аудитории.
- **Рекламируйте тренинг, используя визуальные эффекты:** сделайте плакат или баннер для онлайн-мероприятий, например, Facebook event. Добавьте текст, фотографии, создайте иллюстрацию или коллаж, чтобы он выглядел привлекательно для аудитории. Canva — это простой и бесплатный инструмент для дизайна, с которым вы можете поэкспериментировать.
- **Точная информация имеет значение:** сообщите учебному заведению или координатору точное количество молодых людей, которые могут принять участие в онлайн-тренинге, и возрастной диапазон участников. Информация о том, что количество мест ограничено, обычно вызывает

дополнительный интерес и повышает мотивацию. В этом случае больше молодых людей захотят принять участие в тренинге.

- **Прямое общение с молодыми людьми до и во время тренинга:** запустите чат на платформе, которую предпочитает ваша целевая аудитория, к примеру Viber, Instagram, Messenger или Telegram. Начните общение и заранее познакомьтесь с участниками. Во время общения в чате укажите, что вы готовы учитывать их потребности. Например, позвольте им решить, в какое время начнется тренинг. Это может помочь вам установить доверительные отношения с участниками.
- **Используйте предыдущие отзывы и мнения о ваших мероприятиях:** включите фотографии, видео или отзывы о предыдущих тренингах. Это даст вашим потенциальным участникам представление о том, как будет проходить мероприятие и сформирует их ожидания.
- **Взаимодействие с медиа и сообществом:** свяжитесь с организациями из смежных областей или заключите соглашения о сотрудничестве с учреждениями, работающими в сфере медиаграмотности, для перекрестного продвижения мероприятий.

Youth Media Centre проводит тренинги по медиаграмотности и практические семинары в школах и делится своими наиболее успешными стратегиями по набору и отбору участников:



НАТАЛИЯ СТРОГОТЯНУ
директор программ по,
медиаграмотности,
Youth Media Centre, Молдова

“**Отзывы перед началом тренинга:** разошлите учителям программу тренинга и видеоролик на тему тренинга или отзывы молодых людей, посетивших прошлые мероприятия. Такое продвижение предоставит участникам полную информацию о том, чему они могут научиться на тренинге. В то же время впечатления других молодых людей являются мощным инструментом мотивации участников: “равный – равному” (peer-to-peer) всегда работает!”

Последующая деятельность: работа с одними и теми же школами в течение определенного периода времени и с одними и теми же группами учащихся позволяет нам создать сеть молодых людей, заинтересованных в неформальном образовании. Иногда они становятся тренерами (peer-educator), например, в нашем MediaCamp который с 2020 года мы тоже проводим как онлайн-мероприятие.

Геймификация и обучение на игровой основе (game-based learning)

Тренинги по медиаграмотности включают в себя различные игровые элементы, от энеджерджайзеров, помогающих ввести в тему в игровой форме, до игр-симуляторов, заставляющих участников задуматься над темой, связанной с медиа. В онлайн-обучении элементы геймификации необходимы для того, чтобы обеспечить максимальную вовлеченность участников в процесс и создать незабываемый опыт обучения.

Геймификация — это применение игровых элементов, таких как системы баллов, таблицы лидеров и значки, в учебной деятельности для повышения вовлеченности и мотивации. Например, геймификацию можно внедрить в онлайн-форум для обсуждения курса журналистики с помощью системы бейджей: студенты могут получить бейдж “младший редактор” после 10 сообщений, бейдж “автор” после 20 сообщений, “креативный директор” после 30, “главный редактор” после 40 и т. д.

Обучение на игровой основе предполагает разработку учебных мероприятий таким образом, чтобы игровые характеристики и принципы были присущи самим учебным мероприятиям. Например, в тренинге по медиаграмотности участники могут играть в ролевые игры, представляя себя корреспондентами, которые готовят репортаж. Они должны подготовить короткий фрагмент новостей и могут разыграть его вместе.

Наиболее распространенные элементы, используемые в обучении на игровой основе, включают:

- **Интерактивность** – структура, в которой участники делятся опытом и взаимодействуют друг с другом;
- **Использование мультимедиа** – сочетание текста, изображений, аудио, видео и анимации для передачи информации игрокам;
- **Вовлеченность** – желание продолжать игру;
- **Вызов** – мотивационный триггер, который заостряет внимание и побуждает игрока к участию;
- **Вознаграждение** – возможность получить награду мотивирует людей работать для ее достижения. Награда может быть основана на выполнении ряда действий/заданий;
- **Социальное встраивание** (*social embedding*) – создание чувства принадлежности через общение с другими игроками.

Наши партнеры по проекту успешно используют геймификацию в своей деятельности и делятся несколькими лучшими примерами.

“Інша Освіта” использовала геймификацию в процессе обучения при разработке семинаров для мультипликаторов медиаграмотности. Игровая доска символизирует путь разработки семинара. У каждого игрока есть фишка со своей фотографией. Поля на игровой доске представляют различные этапы семинара (энеджерджайзеры, основная часть, рефлексия и т. д.), а также различные аспекты, такие как подготовка необходимых материалов и практические задания. В процессе обучения участники должны пройти эти этапы, каждый раз переходя на другое поле. Это помогает структурировать процесс обучения, а также делает его увлекательным и интересным. Видео: [youtube.com/watch?v=KD8aE2IAwpg](https://www.youtube.com/watch?v=KD8aE2IAwpg)

Diversitate разработала “*FaMILy Quiz*” – онлайн-квиз, который способствует налаживанию общения на тему медиа между подростками и их родителями в игровой форме. Чтобы представить различные темы в области медиаграмотности, была использована игровая платформа для обучения Kahoot. Каждая семья играет онлайн в режиме реального времени как зарегистрированная команда, которую представляет капитан команды. Команды-семьи вместе отвечают на вопросы ведущего о медиапотреблении, дезинформации и социальных сетях. Самая быстрая команда получает наибольшее количество очков. В последней версии “*FaMILy Quiz*” также появились творческие задания для большей интерактивности, например “придумай самое важное неписаное правило для использования социальных сетей”.

Media Development Foundation (MDF) создала несколько игровых викторин для молодежи. Например, в игре “*Dr. Fake*” игрок должен противостоять Mr. Deepfake, Mr. Troll, Mr. Clone и Mr. Phisher и ответить на их вопросы. У игрока есть четыре жизни, которые он может использовать для выполнения миссии по спасению города медиаграмотности от доктора Фейка. В “*Бабушкином альбоме*” игроку предстоит определить геолокацию каждой фотографии, подмечая детали и узнавая историю места, изображенного на историческом снимке. Больше игр можно найти здесь: millab.ge/en

“ Я считаю, что внедрение элементов геймификации сделает онлайн-тренинг по медиаграмотности эффективным для всех возрастных групп, особенно для подростков и молодых людей.

Геймификация может быть использована даже для небольшой части тренинга. Рейтинги участников (leaderboard) и игровые элементы на время, можно достаточно просто добавить в тренинг, но они в разы повышают мотивацию, а также положительно влияют на групповую динамику.



МАРИАМ ДАНГДЗЕ
исследователь, Media Development
Foundation (MDF), Грузия



Обучение с использованием только мобильных устройств

Синхронное онлайн-обучение проводится не только на платформе Zoom. Прежде всего, если у ваших участников есть только мобильные телефоны или не очень стабильное интернет-соединение, выручить может обучение с использованием “только мобильных устройств”. Даже если вы не сталкиваетесь с подобной ситуацией, мы хотели бы пригласить вас поэкспериментировать с этим форматом и прочувствовать, насколько более комфортным может быть обучение без сидения перед компьютером.

Обучение с использованием только мобильных устройств происходит в мессенджере. Это означает, что тренер отправляет текстовые сообщения, изображения, аудио- или видеоматериалы. Участники тренинга реагируют на них и загружают свои собственные ответы или выполненные задания. Для успешного проведения тренинга с использованием только мобильных устройств следует определить группу участников и установить временные рамки. Тренеру необходимо тщательно подготовиться для того, чтобы иметь под рукой подготовленные задания и оперативно рассылать их участникам. Также, как и в тренингах на платформе Zoom, возникновение продолжительных пауз, может привести к тому, что участники могут переключаться на другие доступные им чаты.

Ниже вы найдете некоторые рекомендации для проведения “мобильного тренинга”:

- Используйте инструмент, который имеет функцию реакции на сообщения, например, такие как, *Signal*, *Telegram* или *Facebook Messenger*. Перед началом работы, согласуйте **общие символы** для основных фраз, таких как “Я согласна/-ен”, “Я готов(а)”, “Нужен перерыв” и т. д.
- Подготовьте **фрагменты текста** для их копирования и вставки и введите их в общий план тренинга. Таким образом, вы сможете поделиться работой с ко-тренером и поддерживать необходимый темп работы. В подобных условиях вовлечение каждого участника может оказаться более сложной задачей, поэтому обязательно **следите за их участием** и чаще проверяйте их присутствие. По этой же причине необходимо работать с небольшим количеством участников.
- Используйте различные методы и медиа для интерактивности. Запускайте **отдельные чаты** для групповой работы или даже групповые звонки.

- Внедряйте также и другие **инструменты для визуализации и совместной работы**, подобно тем, которые вы бы использовали при занятии на платформе Zoom.

- **Включите “мобильный тренинг”** в курс синхронного онлайн-обучения для большей гибкости и разнообразия методов. Ваши участники могут обучаться со своего мобильного устройства в любом месте, где у них есть подключение к интернету.

“ Было очень полезно задействовать молодых людей одновременно в качестве фасилитаторов и участников тренинга по медиаграмотности в WhatsApp, поскольку им удобна эта платформа и темпы обмена информацией. В ходе трехдневного онлайн-тренинга фасилитаторы выбрали свою тему из учебника по медиаграмотности, ознакомились с целями, методами и форматами обучения и совместно создали план тренинга и раздаточные материалы. Во всех тренингах с использованием только мобильных устройств применялись различные методы, такие как разминка, тематические игры, энерджайзеры, теория, обсуждения и групповая/индивидуальная работа, а также рефлексия. *Google Drive* использовался для хранения материалов тренинга, например раздаточных материалов и аудиозаписей для теоретической части, а также примеров или скриншотов для обсуждений.

В отзывах участников (старше 35 лет) указывалось, что темпы работы в WhatsApp были слишком быстрыми. Если участники не успевали ответить вовремя, они путались в сообщениях и потоке информации. Однако большинство участников группы заявили, что они будут использовать приложение WhatsApp для работы с учителями в Намибии. Молодые участники (от 18 до 25 лет) указали, что им очень понравилась групповая работа, и они смогли многому научиться. Также участники очень положительно отзывались о предоставленной возможности общения и обмена мнениями между молодыми людьми из разных частей страны.



ЛИЗЕТТ ФЕРИС
координатор проектов DW Akademie,
Намибия и Южная Африка



Асинхронная работа

Синхронное обучение, когда все участники подключаются к видеоконференции одновременно, достаточно сложно организовать. Все участники должны быть доступны, а многочасовое сидение перед камерой отнимает много энергии. Однако обучение также возможно организовать и в асинхронном режиме, например, с индивидуальными заданиями, которые можно выполнять в более гибкие сроки.

В рамках вашего тренинга вы также можете использовать платформу для дистанционного обучения Moodle и составить список задач, которые необходимо выполнить между синхронными блоками тренинга. Эти задачи не обязательно должны сводиться только к просмотру видеолекций, чтению текстов, выполнению тестов или написанию эссе. Они также могут включать выполнение групповых заданий для создания контента. Участники могут загрузить задания на платформу Moodle и получить обратную связь от других участников тренинга или тренера.

Поддерживать мотивацию молодых людей для продолжения работы над асинхронными заданиями может оказаться непросто. Внесите разнообразие в тренинг, включив ряд игровых элементов, таких как накопление бейджей за достижения (например, на badgecraft.eu). Проводите регулярные разминки для участников или предложите другой способ поддержки, чтобы помочь им выполнять задания. Попросите участников опубликовать некоторые задания на платформе, на которой вы общаетесь для того, чтобы иметь возможность напоминать о необходимости выполнения заданий.

Несколько рекомендаций из нашего опыта:

- Четко объясните, что и когда должно быть сделано. Предложите определенную структуру задания или приведите примеры. Помогите участникам **спланировать свое время** для выполнения заданий.
- Дайте краткий обзор того, что их **ожидает** в начале асинхронного блока тренинга.

– Задания должны включать **цикл эмпирического обучения** (приобретение опыта, обсуждение и осмысление опыта, обобщение опыта и применение выводов на практике). В заданиях могут быть также использованы элементы физической активности, например, обойдите район, в котором вы живете, и подготовьте фоторепортаж.

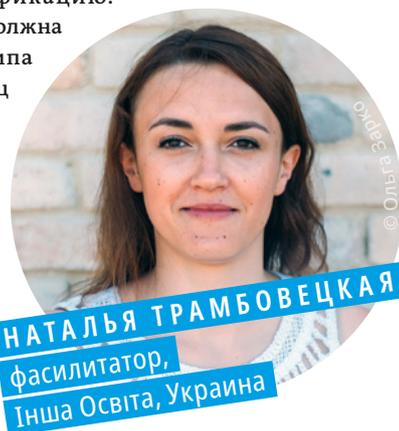
– Разделите асинхронную работу на небольшие блоки, которые подаются в увлекательной **пошаговой** форме.

“ Я думаю, что каждый тренер иногда мечтает: “Я дам участникам много материала для асинхронной работы, чтобы не тратить время на теорию, и во время сессии мы ограничимся только обсуждением”. На самом деле лишь немногие участники ознакомятся со всем объемом заданного материала. И вам все равно придется повторить всю информацию. Есть несколько хороших советов о том, как можно избежать подобных ситуаций: Учитывайте специфику вашей группы. Какова мотивация ваших участников – получить глубокие знания или бегло ознакомиться с новой темой? Участвуют они в долгосрочной программе или посетят всего лишь несколько занятий? А как насчет их дисциплинированности? Есть ли у них другие параллельные задания, такие как экзамены или отчеты? Или, наоборот, в их распоряжении достаточно свободного времени?

Сделайте асинхронные задания интересными и неожиданными, используйте геймификацию.

Асинхронная задача не должна вызывать мысли типа

“Меня ждет много страниц скучного текста.” Это должно быть скорее: “У меня новое задание, ура! Я хочу выполнить его прямо сейчас!”



НАТАЛЬЯ ТРАМБОВЕЦКАЯ
фасилитатор,
Інша Освіта, Україна



это международный центр Deutsche Welle по развитию медиа, журналистского образования, повышения квалификации и передачи знаний. Наши проекты укрепляют право на свободу выражения мнений и доступ к информации. DW Akademie расширяет возможности людей во всем мире принимать независимые решения на основе достоверных фактов и конструктивного диалога.

DW Akademie – стратегический партнер Федерального министерства экономического сотрудничества и развития. Кроме того, DW Akademie реализует проекты при финансовой поддержке министерства иностранных дел ФРГ и Европейского союза в 60 развивающихся странах и странах с переходной экономикой.

f DWAkademie | t @dw_akademie | y DWAkademie
✉ dw.com/newsletter-registration | ➔ dw.com/mediadev

dw-akademie.com

При содействии



Федеральное министерство
экономического сотрудничества
и развития

ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ

ИЗДАТЕЛЬ
Deutsche Welle
53110 Bonn
Germany

**ОТВЕТСТВЕННЫЕ ЗА
ВЫПУСК**
Карстен фон Намен
Ян Люблински

АВТОРЫ
Людмила Корлэтяну
Эвалдас Рупкус

РЕДАКТОР
Олена Пономаренко

ИЗДАНО
Ноябрь 2021
© DW Akademie

“Как провести онлайн-тренинг по медиаграмотности: советы тренерам”
© 2021 Deutsche Welle. Оригинальный текст: Liudmila Corlateanu, Evaldas Rupkus: “MIL training online: tips and tricks” (2021), публикация Deutsche Welle. Переводчик и редактор: Олена Пономаренко.



© ifp

Людмила Корлэтяну
координатор проектов DW Akademie и медиатренер в Республике Молдова. С 2016 года она ведет проекты по внедрению медиаграмотности в учебные программы школ и университетов, а также координирует мероприятия неформального образования.



© Витаутас Вейчелунас

Эвалдас Рупкус
тренер DW Akademie по медиаграмотности и eLearning. Имеет опыт работы в развитии молодежных информационных служб, а также в подготовке специалистов по работе с молодежью и неформальном образовании. Он координирует проекты DW Akademie в странах Балтии и консультирует команды различных стран по вопросам разработки учебных программ по медиаграмотности.