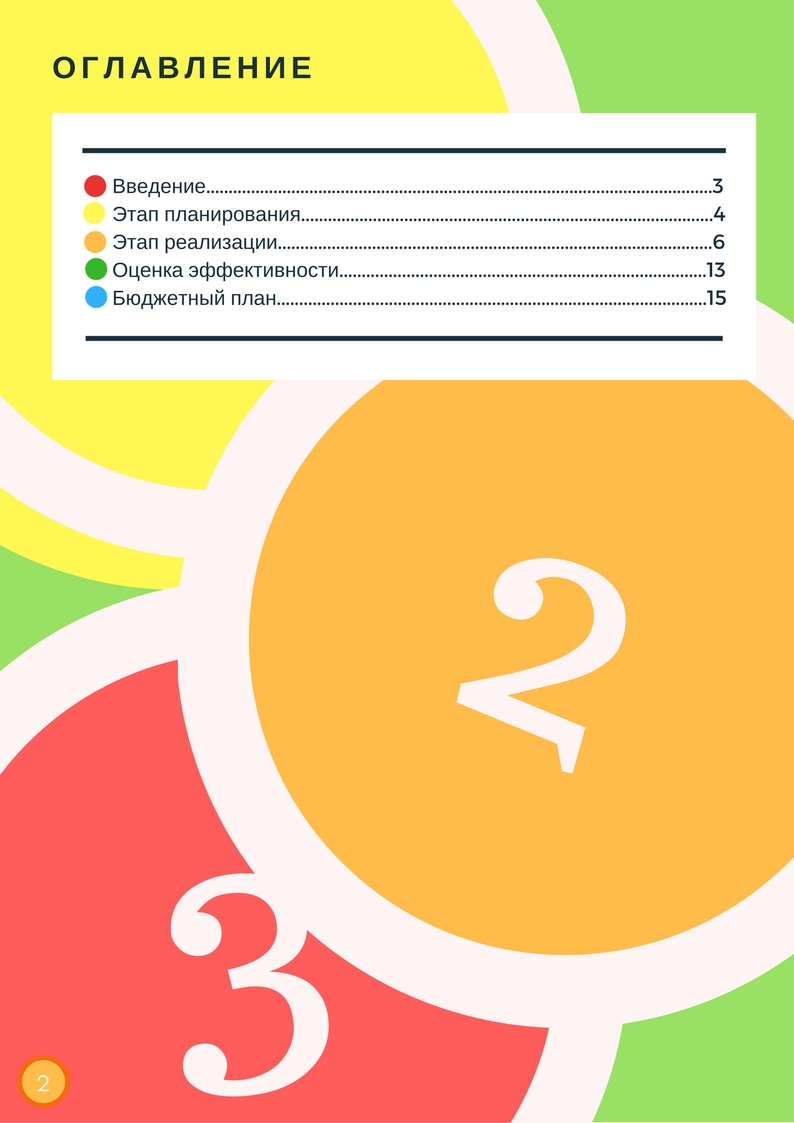
****

****

**Введение**

Примерно 60 лет назад появились первые компьютеры, а в 1990 году появился интернет. Сегодня наша жизнь без социальных сетей, разноплановых браузеров, форумов и сайтов ­­– просто серые будни. Утром мы просыпаемся, потягиваемся … и берем сотовой телефон, чтобы проверить лайки, репосты, новостную ленту и заявки. Но иногда происходят неожиданные неприятности, такие как, например, «Страница заморожена», «Ваше ПО обнаружило серьезную угрозу» или просто на экране вы увидели червя, который по пикселям разъедает ваш компьютер. Такие неприятности связаны с проблемой XXI века – «компьютерного века». Незнание своего ПК, интернет-неграмотность может оказать вам медвежью услугу, если вы вовремя не изучите правила использования вычислительной техники или глобальной сети.

Поэтому в настоящее время существует острая необходимость в повышении интернет-грамотности различных аудиторий. Осознавая данную проблему, мы разработали и реализовали PR-проект, ключевым инструментом которого является игра. Мы полагаем, что такой подход – это верный способ сделать обучение эффективным и запоминающимся.

**Цель** – повысить интернет-грамотность целевой аудитории с помощью образовательной игры.

**Задачи:**

1. Разработать образовательную игру.
2. Провести серию игр на базе факультета журналистики Южно-Уральского государственного университета (НИУ).
3. Оценить эффективность проведенных мероприятий и внести изменения в механику игры.

**Целевая аудитория** – это студенты факультета «Журналистика» Южно-Уральского государственного университета (НИУ).

**География:** Челябинск.

**Этап планирования**

**Идея:** в легкой, игровой форме воздействовать на целевую аудиторию, чтобы поддерживать ее интерес к проблеме и транслируемой информации. Для этого мы предлагаем провести образовательную игру, направленную на повышение интернет-грамотности.

**Стратегия:** мы уверены, что самым эффективным способом воздействия на аудиторию является непосредственная коммуникация с целевой аудиторией, в рамках которой можно получить обратную связь как на вербальном, так и невербальном уровне. Поэтому наш стратегический подход заключается в использовании специального мероприятии – образовательной игры.

**Название:** «Интернет-ходилка».

**Форма:** образовательная игра.

**Этапы подготовки:**

* составление вопросов и заданий для игры;
* выбор дизайна игры;
* составление схемы игры в программе «Photoshop»;
* составление презентации игры в программе «Prezi»;
* распечатка материалов;
* выбор дополнительных инструментов (кубик «кости», стикеры);
* тестирование игры модераторами.

**«Составление вопросов и заданий для игры» –** в этот этап вошли вопросы и задания, которые присутствовали в презентации и на распечатанном поле игры. Вопросы были разделены на четыре группы– это фейковые личности, вирусная реклама, вирусы и черный список. Также в игре были 3 специальных задания:

**«Игра одного актера»** - команде дается задание придумать для капитана эмоцию. А модератор дает ведущему слово: («аська», Одноклассники, Вконтакте, Фейсбук). Капитан должен объяснить слово. А команда – отгадать.

**«Крокодило по соцсети ходило»** - модератор дает капитану команды задуманную им фразу: (Ольга Бузова лайкает Киркорова; Дуров Придумывает «Вконтакте»). Капитан в свою очередь должен без слов показать зашифрованную фразу, а команда – отгадать.

**«Логика здесь!» -** модераторы дают команде зашифрованное в трех картинках слово (вирус, черный список, вирусная реклама, фейковые личности), а команда должна отгадать это слово.

«**Выбор дизайна игры»** - мы решили выбрать легкий салатовый цвет поля, с разноцветной палитрой ходов. Изображения мегафона и других символов массовой коммуникации дополняют идею образовательной игры.



**Рис1**. Игровое поле.

Далее мы разработали игровое поле в программе Photoshop и презентации в «Pezi». И распечатали материалы в копицентре (картинки игрового поля, лайка и дизлайка).

**«Тестирование игры модераторами»** - ведущие тестировали образовательную игру «Интернет-ходилка», отвечали на вопросы, проигрывали задания.

**Ресурсы:** материальные (доступ к интернету); человеческие (модераторы - 2 человека); канцелярские принадлежности (кубик «кости», стикеры, заметки); распечатка материалов – 4 шт..

**Этап реализации**

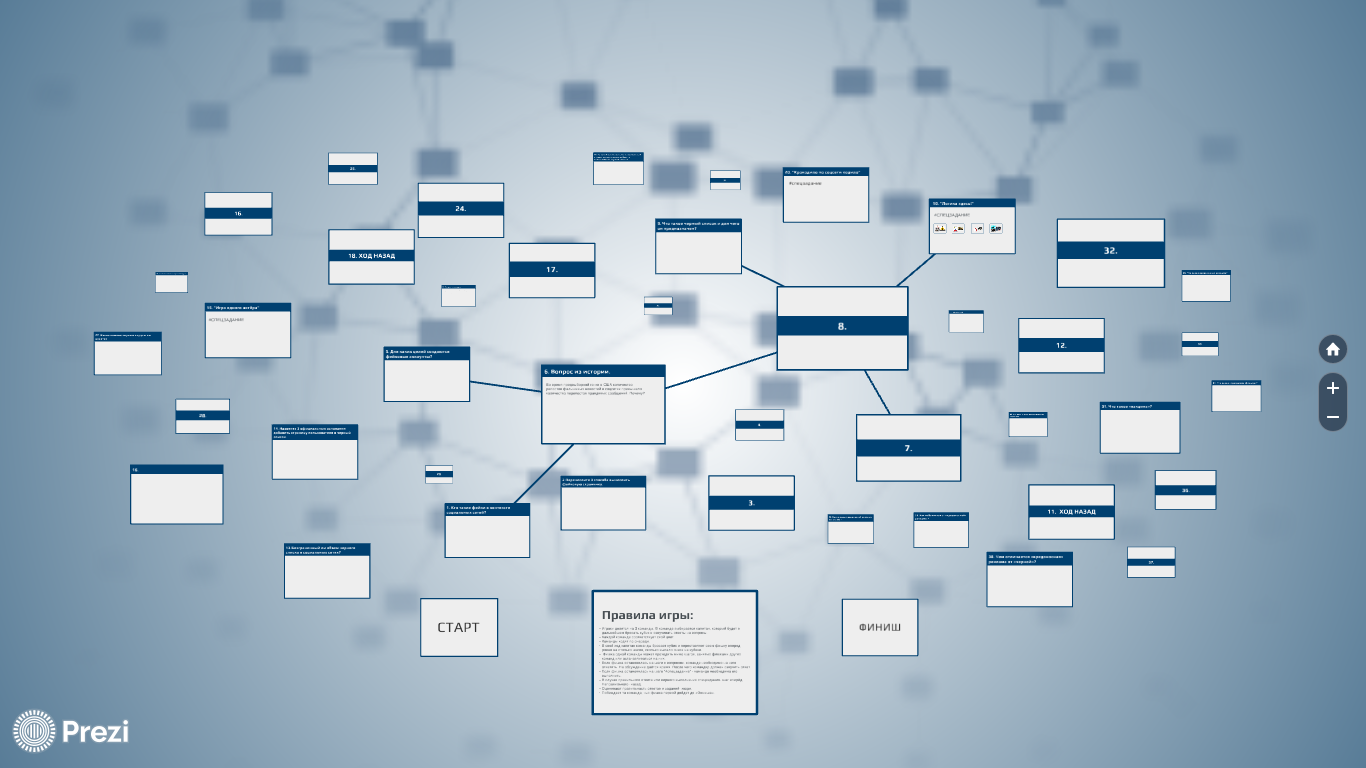
Проект «Интернет-ходилка» был успешно реализован в ноябре 2017 года. Всего за неделю нам удалось удачно провести три игры для 102 студентов факультета «Журналистика» ЮУрГУ.

Первый этап (подготовительный) – подготовка включала в себя изучения темы интернет-безопасности, составления точных и интересных вопросов с учётом широты охвата аудитории и непосредственное креативное оформление игры: игровое поле, презентация с заданиями.

Для того чтобы игра заинтересовала студентов как старших, так и младших курсов, было решено сделать несколько вариантов презентации, которые отличались друг от друга цветовой гаммой и стилистикой.



**Рис2**. Первый вариант презентации.



**Рис3**. Второй вариант презентации.



**Рис4**. Правила игры.

После составления перечня вопросов и ответов был выбран формат игры. Было решено взять формат настольной «игры-ходилки». Для того, чтобы игра была более интересной, помимо сегментов с вопросами были добавлены пустые ходы #СПЕЦЗАДАНИЯ, которые включали в себя подвижные задания: «Логика здесь!», «Игра одного актёра» и «Крокодило по соцсети ходило». Задания являлись аналогами всем известных игр, адаптированных под тематику проекта. Игра продолжалась до тех пор, пока какая-то из команд придёт первой к финишу.

Для оценки правильности ответов, а также креативности подхода к выполнению заданий каждая команда должна была выбрать одного студента в судейскую коллегию.



**Рис5**. Судейская коллегия (студенты из групп СГ-104, 103, 111).

Судьи после каждого ответа или выполненного «спецзадания» ставили команде «лайк» или «дизслайк». В конце игры таким образом выделялась команда-победитель.

Второй этап – проведение образовательной игры для студентов Южно-Уральского государственного университета.

* «Образовательная игра «Интернет- ходилка»:



**Рис6**. Участники игры (группа СГ-404).

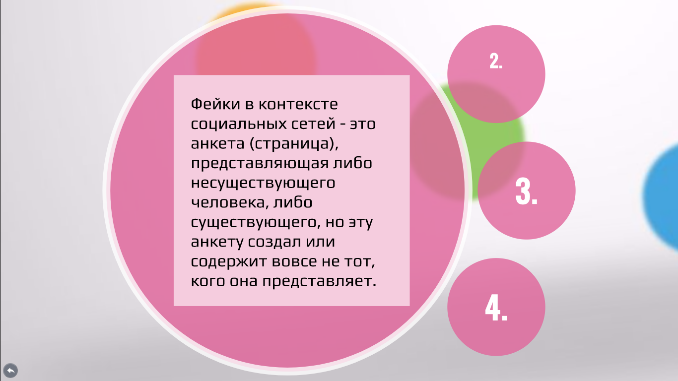
Выбор капитанов команд, а также по одному судье для оценки креативности подхода к творческим заданиям и правильности ответов на вопросы.



**Рис7**. Капитаны команд.

(1 блок)

**Фейки!** Теме «фейков» был посвящён первый блок, который включал 4 вопроса, размещенные с 1 по 6 ход. Если кубик выпадал на какой-то из этих ходов, то командам следовало отвечать на вопросы о фейковых страницах и способах их выявления. Ходы 3 и 4 были пустыми.



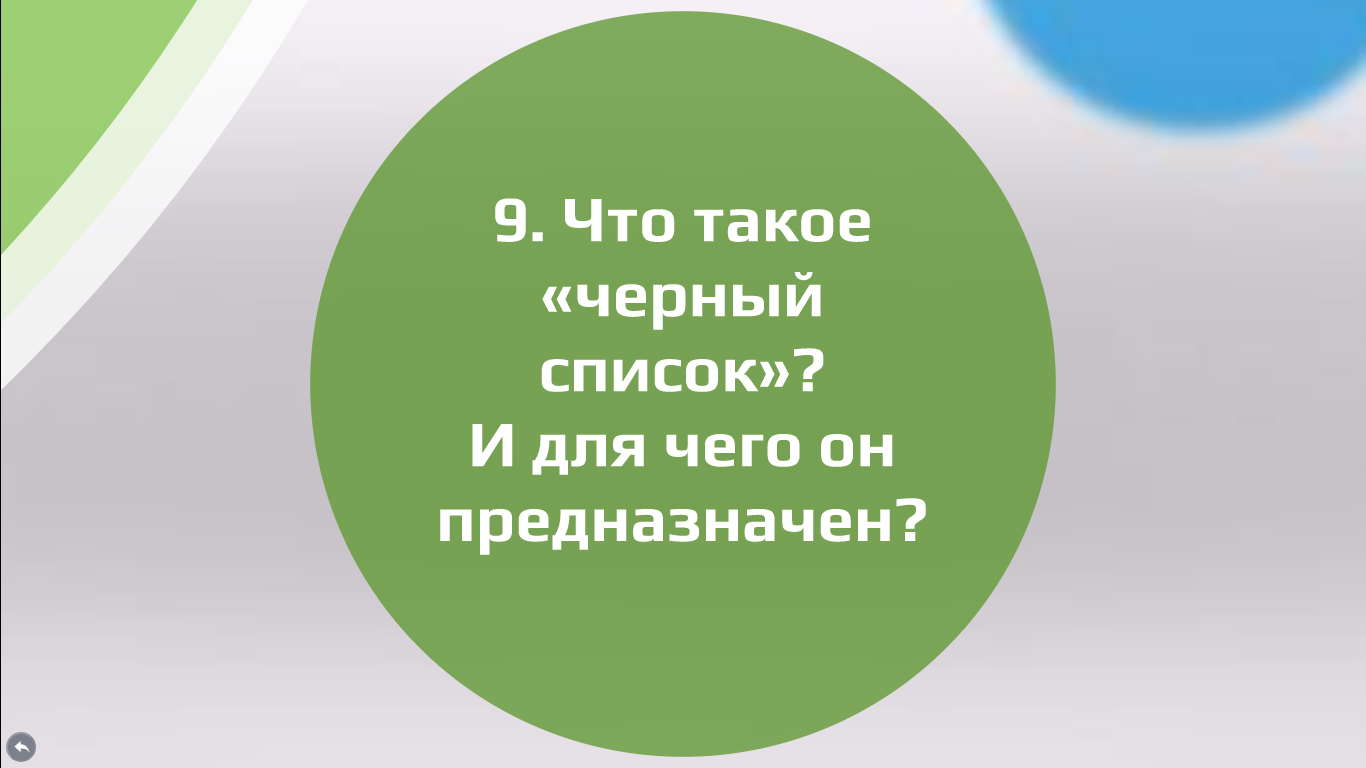
**Рис8, 9**. «Кто такие фейки в контексте социальных сетей?».



**Рис10**. Совещание команды (группа СГ-103).

(2 блок)

**Чёрный список!** Вопросы о чёрном списке с 9 по 23 ход, традиционно, некоторые из полей были пустыми, а на 10, 15 и 20 были расположены «спецзадания».



**Рис11**. «Что такое «черный список»? И для чего он предназначен?». 

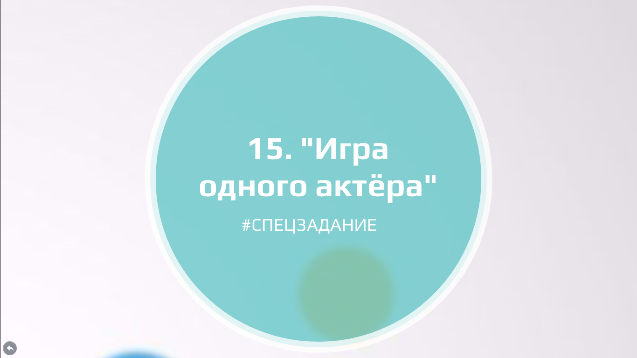
**Рис12**. Ответ капитана команды.

В игре «Логика здесь!» команде, выпавшей этот ход, было необходимо последовательно угадать 2 слова, зашифрованные в 3-х картинках.



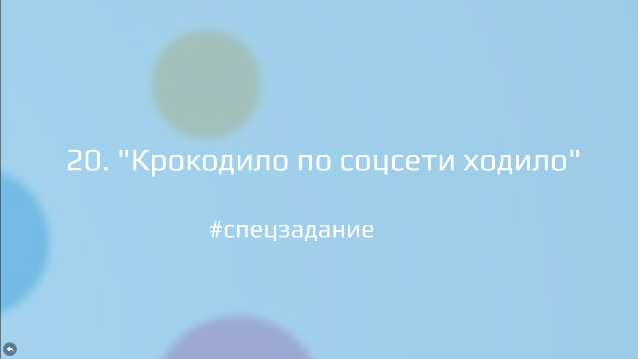
**Рис13**. «Логика здесь!».

В «Игре одного актёра» участники команды, которой выпал этот ход, загадывали эмоцию своему капитану. Капитану требовалось показать, загаданное организаторами слово с заданной эмоцией, чтобы команда поняла, о чём идёт речь.



**Рис14**. «Игра одного актёра».

Последняя игра «Крокодило по соцсети ходило» – аналог всем известной игры «Крокодил». Участнику требовалось показать загаданное организаторами словосочетание так, чтобы его угадал команда.



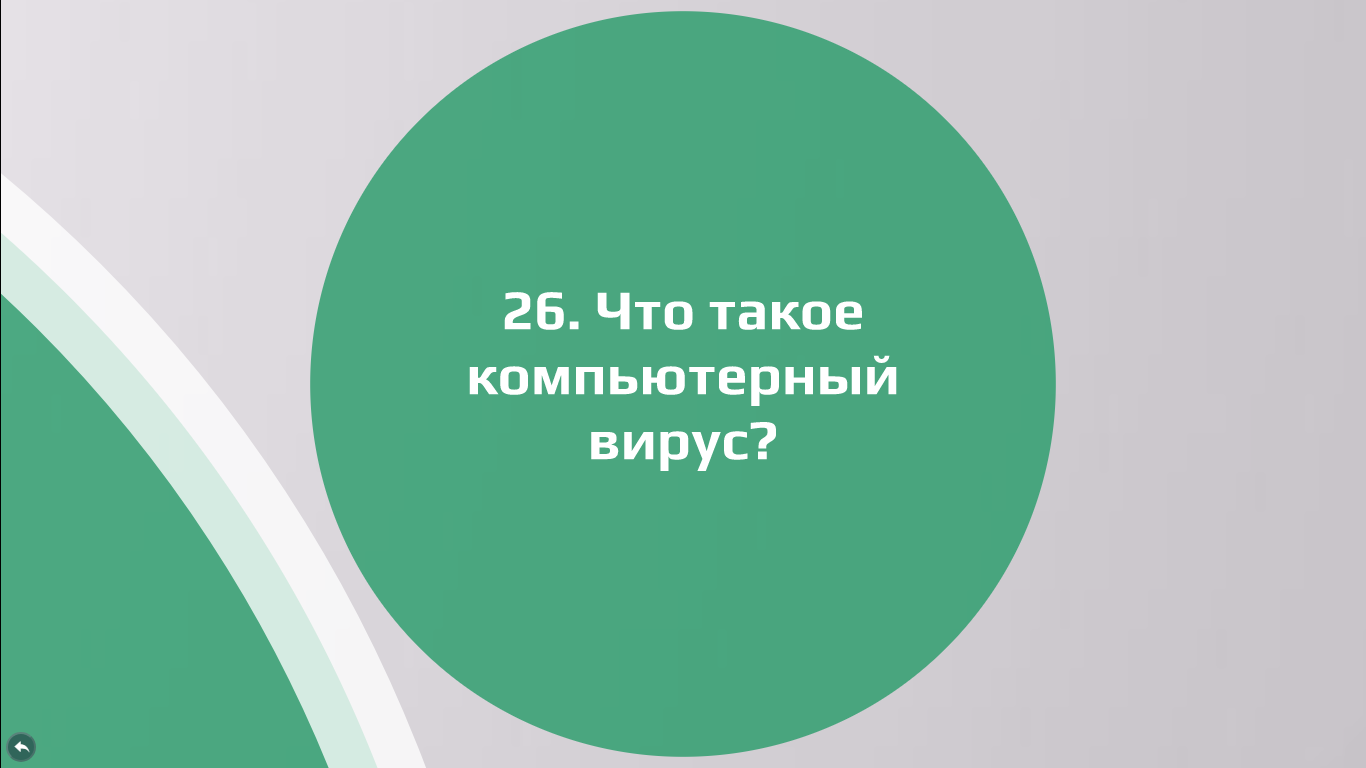
**Рис15**. «Крокодило по соцсети ходило».



**Рис16**. Выполнение творческого задания (группа СГ-104).

(3 блок)

**Вирусы!** С 25 по 34 ход участники отвечали на вопросы, связанные с компьютерными вирусами и путями их устранения.



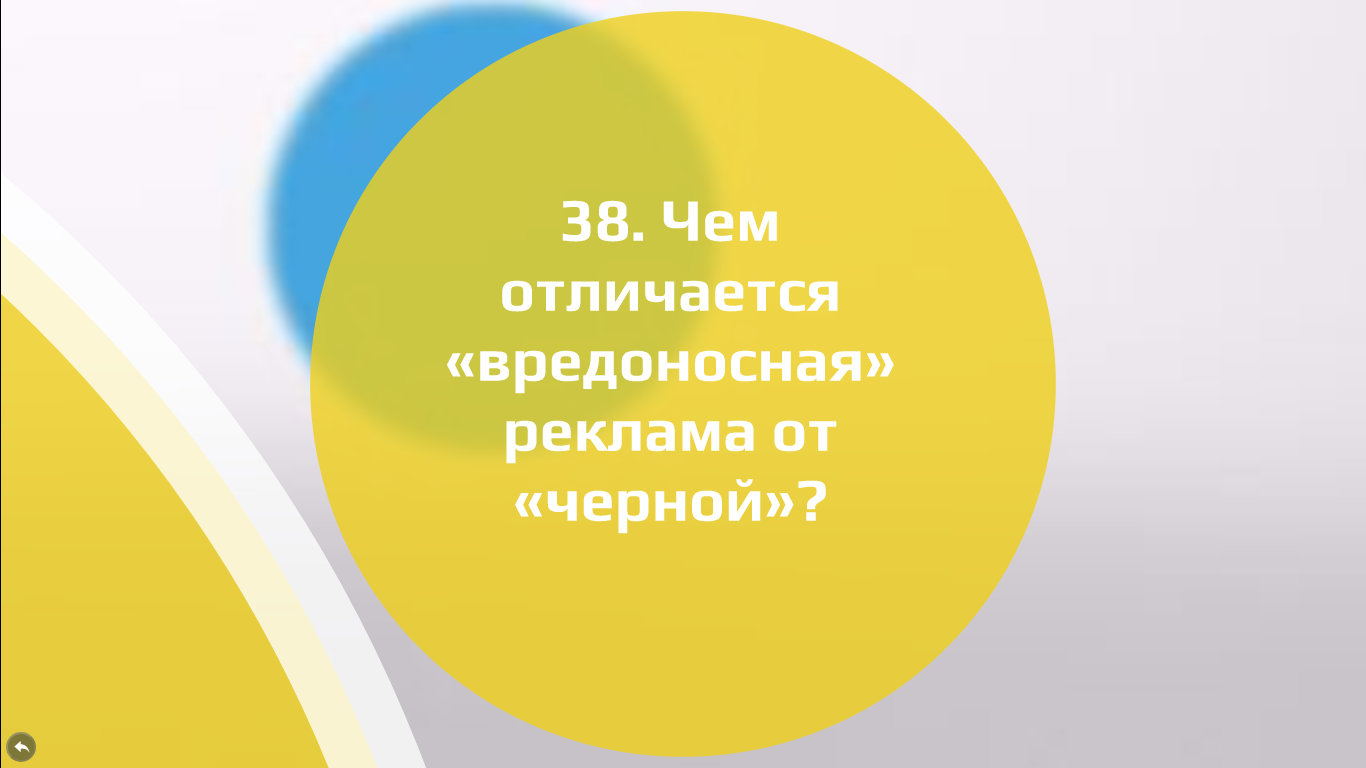
**Рис17**. «Что такое компьютерный вирус?».



**Рис18**. Совещание команды (группа СГ-104).

(4 блок)

**Вредоносная реклама!** Заключительный блок игры был посвящён вредоносной рекламе и способам её выявления.



**Рис19**. «Чем отличается «вредоносная» реклама от «чёрной»?».



**Рис20**. Работа судейской коллегии.



**Рис21**. Участники игры.

Третий этап (заключительный) – получение обратной связи от участников игры. После определения победителей участникам было предложено оценить эффективность проведённой игры.

**Оценка эффективности**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Критерий** | **Результат** |
| 1 | Количество участников образовательной игры «интернет – ходилка» | 102 участника |
| 2 | Количество отзывов об образовательной игре | 70 |
| 3 | Отзывы участников деловой игры | * «Понравилось, что организаторы привлекли наше внимание к очень важной теме – безопасности в интернете». * «Креативный подход и актуальность подаваемой информации на мероприятии». * «Интересная идея, очень красочно оформленная презентация, хорошая работа организаторов. Мало времени для выполнения заданий». |
| 4 | Тональность отзывов участников деловой игры: | * «К плюсам можно отнести: оригинальную форму проведения игры, актуальное направление. А к минусам: мало времени для игры». * «Веселое времяпровождение со своей группой, сплочение, только подвело освещение, экран было плохо видно». * «Минусов нет, а так очень весело, креативно, интересно, хорошая организация, сплочает коллектив, суперинтересная презентация, хорошая задумка, познавательно». |

Участники игры оставляли анонимные отзывы. Это было сделано для того, чтобы студенты были более ответственны и честны с организаторами. Таким образом, реализованный нами проект позволил привлечь внимание целевой аудитории к проблеме интернет-грамотности и безопасности ПО. Оценка отзывов помогла выявить насколько информация оказалась полезной для общественности, а представленная информация была актуальной и эффективной, образовательная игра помогла целевой аудитории узнать правила поведения в глобальной сети.

**Бюджетный план**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Статья расходов** | **Стоимость за ед./руб.** | **Кол./шт.** | **Сумма/руб.** |
| **1** | Доступ к сети интернет (в течение месяца) | 18 | 19 дней | 342 |
| **2** | Заметки для комментариев от участников игры | 1 | 6 шт. | 6 |
| **3** | «Кубик-кости» | 20 | 3 шт. | 60 |
| **4** | Распечатки игрового поля и судейских карточек для деловой игры | 26,3 | 4 листа | 105 |