



# Saviraiška internete

Pamokos planas ir rekomendacijos 5-8 klasėms



Kritinį mąstymą  
ugdykime kartu!



European **MEDIA AND  
INFORMATION** Fund  
Managed by  
Calouste Gulbenkian Foundation

## Projektas „Medijų raštingumo stiprinimas bendruomenėse: kritinį mąstymą ugdykime kartu!“

*Šio projekto tikslas – stiprinti medijų raštingumą, ypač kritinį mąstymą, suteikiant aktyviems vietos bendruomenių atstovams žinių ir priemonių, kaip to mokyti kitus savo bendruomenės narius.*

*Projekte ypač daug dėmesio bus skiriama mokyklų bibliotekininkams, kurie, organizuodami informacijos bei medijų raštingumo švietimo renginius ir pasiekdami platesnę mokyklos bendruomenę, galės naudotis projekto metu sukurtais ištekliais ir perduoti kritinio mąstymo žinias bei įgūdžius mokytojams, mokiniams ir jų tėvams. Dalyvaujantys projekto veikloje jie ne tik sustiprins savo įgūdžius, bet ir taps stiprių žinių daugybe savo bendruomenėse.*

*Projektą įgyvendina dvi asociacijos iš Lietuvos, dalyvaujančios kuriant žinių visuomenę šalyje: asociacija „Langas į ateitį“ bei asociacija „Viešieji interneto prieigos taškai“.*



*Projekto socialinis partneris - Lietuvos mokyklų bibliotekų darbuotojų asociacija.*



Lietuvos mokyklų bibliotekų  
darbuotojų asociacija  
Association of Lithuanian School Library Staff

*Projektą finansuoja Europos žiniasklaidos ir informacijos fondas (EMIF).*

European | **MEDIA AND  
INFORMATION** | Fund

Managed by  
Calouste Gulbenkian Foundation

*ATSAKOMYBĖS APRIBOJIMAS. Visa atsakomybė už bet kokį Europos žiniasklaidos ir informacijos fondo remiamą turinį tenka autoriui (-iams), ir jis nebūtinai atspindi EMIF ir fondo partnerių, Calouste Gulbenkian fondo ir Europos universitetų instituto poziciją.*

*DISCLAIMER. The sole responsibility for any content supported by the European Media and Information Fund lies with the author(s) and it may not necessarily reflect the positions of the EMIF and the Fund Partners, the Calouste Gulbenkian Foundation and the European University Institute.*

<https://gulbenkian.pt/emifund/disclaimer/>

 CC BY-NC 4.0

© Asociacija „Langas į ateitį“, 2023

## Pamokos tikslas

Ši pamoka turėtų 5-8 klasių mokinius supažindinti su įvairiomis skaitmeninės kūrybos bei saviraiškos internete rūšimis, jų etiniais aspektais, išmokyti kritiškai vertinti nuomonių formuotojų bei tinklaraštininkų skelbiamą informaciją, padėti atpažinti paslėptą reklamą bei bandymus manipuliuoti žmonių nuomone ar daryti poveikį sprendimams.

Šio amžiaus mokiniai yra aktyvūs socialinių tinklų, vaizdo tinklaraščių vartotojai, kasdien susiduria su reklamomis, dažnai ir patys pradeda kurti ir skelbti savo turinį. Todėl pamokoje jau galite pasinaudoti jų patirtimi, prašyti tikroviškų pavyzdžių, paskatinti juos nagrinėti kritiškai, mokyti atrasti paslėptą reklamą ar bandymus manipuliuoti.

Ši pamoka padės mokiniams suprasti skaitmeninės saviraiškos įvairovę ir poveikį kitiems, taip pat skatins kritiškai vertinti internete skelbiamą informaciją. Jie mokysis atpažinti autentišką ir sąžiningą turinį internete, taip pat supras, kaip svarbu būti atsargiems ir kritiškiems informacijos šaltinių atžvilgiu.

Ši pamoka ne tik skatins kritinį mąstymą ir vertinimo gebėjimus, bet ir padės mokiniams suvokti, kad internetas yra ne tik išteklius, bet ir priemonė, turinti gilų poveikį jų gyvenimo būdui. Pamoka siekia formuoti etiškus, atsakingus ir sąmoningus interneto vartotojus, kurie suvokia savo vaidmenį internetinėje erdvėje ir žino, kaip ją paversti saugia, skaidria ir bendruomeniška aplinka.

## Pamokos trukmė

Orientacinė pamokos trukmė – 40 min., tačiau mokytojas gali ją sutrumpinti pasirinkdamas temas ir priemones savo nuožiūra.

## Priemonės

Kompiuteris su projektoriumi ir ekranas arba interaktyvioji lenta, interneto ryšys, lenta arba didelis bloknatas užrašams.

Pamokos skaidrių rinkinys, kuris gali būti mokytojo pritaikomas konkrečiai pamokai: pateiktis, praktinių veiklų klausimai.



– toks ženklas nurodo, kad aiškinant tam tikrą medžiagos temą ar rengiant veiklą (įvadinį pokalbį, viktoriną, užduotį), galima pasinaudoti interaktyviuoju mokymo objektu, kuris gali būti demonstruojamas vietoje skaidrės. Tai pagyvintų pamoką, labiau atkreiptų mokinių dėmesį, tuo pačiu galėtų padėti mokytojui labiau struktūriškai ar grafiškai pateikti reikiamą informaciją. Reikalingus interaktyviuosius mokymo objektus rasite svetainėje ties kiekvienos temos medžiaga.

Prieš pamoką pasitikrinkite, ar klasėje tinkamai veikia internetas, ar mokykla neblokuoja prieigos prie reikalingų pamokai interneto išteklių.

## Šaltiniai

Papildoma medžiaga


- Pamokėlė „Pažinkite interneto grėsmes ir išmokykite vaikus jų išvengti!“ <https://www.epilietis.eu/kursai/vaiku-apsauga-nuo-interneto-gresmiu/>
- Saugesnio interneto pamokų planai <http://pamoka.draugiskasinternetas.lt/category/pamoku-planai/>




- Informacinė medžiaga apie konkrečius socialinius tinklus, žaidimus, interneto grėsmes, vaikų privatumo apsaugą <https://www.epilietis.eu/saugumas-internete/informacine-medziaga/>
- Kaip susitarti su vaikais dėl išmaniųjų įrenginių naudojimo ir sudaryti šeimos sutartį [https://e-etika.lt/wp-content/uploads/2020/04/Seimos\\_susitarimas\\_SEC.pdf](https://e-etika.lt/wp-content/uploads/2020/04/Seimos_susitarimas_SEC.pdf)
- Medijų raštingumo medžiaga mokykloms (anglų k.) – <https://www.commonsense.org/education/articles/news-media-literacy-101> .
- Daug naudingų saugesnio interneto patarimų vaikams, tėvams ir mokytojams [draugiskasinternetas.lt](http://draugiskasinternetas.lt)
- Kaip suprasti medijas //Medijų ir informacijos raštingumas. Atvirasis kursas. <https://atviri.emokymai.vu.lt/course/view.php?id=2>
- Pokalbio „Influenceris“ – ar tikrai svajonių gyvenimo būdas?“ vaizdo įrašas, <https://www.youtube.com/watch?v=rllw0VlVK6k>.
- 12 kritinio mąstymo patarimų. <https://www.prisijungusi.lt/savarankiskas-mokymasis/12-kritinio-masty-mo-patarimu/>

## Pamokos planas

- Įvadas – 5 min.
- Pokalbis – ką mokiniai žino apie turinio kūrėjus ir kaip juos vertina – 10 min.
- Nuomonės formuotojų ir tinklaraštininkų veikla (5 min.)
- Reklama internete (5 min.).
- Kritinio mąstymo pratimai (10 min.).
- Apibendrinimas ir pabaiga (5 min.).

Skaidrės Nr.	Skaidrės turinys ir rekomendacijos
1.	<p>Saviraiška internete. Kūryba, nuomonės ar reklama?</p> <p>Susipažinkite, – prisistatykite, paaiškinkite pamokos tikslą, kas vyks jos metu. Pristatykite pamokos temą ir pabrėžkite skaitmeninės saviraiškos įvairovę internete, ypač nuomonės formuotojų ir tinklaraštininkų veiklą. Paminėkite keletą populiarių nuomonės formuotojų ar tinklaraštininkų.</p>
2.	<p>Pokalbis ir diskusija. Kokius turinio kūrėjus (nuomonių formuotojus, vaizdo tinklaraštininkus, „tiktokerus“ ir pan.) mokiniai žino, kaip supranta ir vertina jų veiklą. (10 min.).</p> <p>Klausimai diskusijai.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kodėl jie kuria internete?</li> <li>• Kodėl jie nori būti matomi?</li> <li>• Kodėl už šią veiklą galima gauti pinigų?</li> <li>• Kas jiems nori mokėti pinigus?</li> <li>• Ką jie turi daryti, kad gautų daugiau pinigų?</li> <li>• Kaip tapti turinio kūrėju?</li> <li>• Kiek patikimas jų turinys?</li> <li>• Kiek svarbus sąžiningumas šioje veikloje?</li> <li>• Kokias taisykles susikurčiau, jei būčiau turinio kūrėjas?</li> </ul> <p>Svarbesnius ir įdomesnius atsakymus pasižymėkite.</p> <div data-bbox="325 1451 437 1550"> </div> <p>(Kaip vertinate interneto turinio kūrėjus?)</p>
3.	<p>Nuomonės formuotojų ir tinklaraštininkų veikla (5 min.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktai apie nuomonės formuotojų ar tinklaraštininkų veiklą. Kas ir kiek juos žiūri, kokios temos ir pan. Panaudokite mokinių atsakymus iš ankstesnio pokalbio.</li> <li>• Jų įtaka ir galios aspektai.</li> <li>• Kaip jų darbai gali turėti įtakos žmonių nuomonei ir sprendimams.</li> </ul> <p>Dar prieš dešimtmetį labai išaugo neformalaus turinio, skelbiamo internete vaidmuo bei jo vartotojų skaičius. Verslas tuo pasinaudojo ir ne tik reklamas perkėlė į socialinius tinklus, bet ir ėmė naudotis interneto turinio autorių paslaugomis, už vienokį ar kitokį atlygį prašydamas savo vartotojams pasiūlyti tam tikras prekes ar paslaugas. Dėsnus atlygis už tokias rekomendacijas leido autoriams iš tokios veiklos pragyventi ir sukūrė naują, nuomonių formuotojų (influencerių) profesiją, kada kiekvienas už tam tikrą kainą gali užsakyti daugiau ar mažiau žymaus tos profesijos atstovo pasisakymą apie jam reikalingus dalykus.</p>

	<p>Įtakingiausi Lietuvos nuomonės formuotojai „Youtube“, „Tiktok“, „Instagram“, „Facebook“ socialiniuose tinkluose surenka po 300-400 tūkst. sekėjų (pavardės ir turinio pavyzdžiai - <a href="https://influenceriureitingas.lt/">https://influenceriureitingas.lt/</a>). Tai didesnis skaičius, nei, pavyzdžiui, daugumos TV laidų žiūrovų auditorija.</p> <p>Nuomonių formuotojai skelbia tokį turinį, koks patinka jų sekėjams, ir tokį, kokį perka užsakovai. Todėl dalis skelbiamo turinio nebūtinai atitinka jų požiūrį, o dalies skelbiamų teiginių teisingumo jie net neturėjo galimybių patikrinti (ypač jei tas turinys susijęs su ilgo poveikio grožio prekėmis, dietomis, papildais, sveikata, technologijomis ir pan.). Kita problema, kad įstatymai nereikalauja pažymėti, kad skelbiamas turinys yra reklama, ją kai kurie nuomonių formuotojai pažymi tik savanoriškai. Todėl labai svarbu kritiškai vertinti nuomonių formuotojų skelbiamą turinį ir mokytis atskirti originalią nuomonę nuo reklamos.</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  <span style="color: #0070C0;">(Nuomonės formuotojų ir tinklaraštininkų veikla)</span> </div>
<p><b>4.</b></p>	<p>Reklama internete (5 min.).</p> <p>Kaip reklama atsiranda mūsų ekranuose.  Kaip valdyti reklamą ir nuo jos apsisaugoti.  Kaip atpažinti paslėptą reklamą.</p> <p>Internetas bene pigiausias reklamos kanalas, pasiekiantis kone visus jo vartotojus. Tik dėl reklamos vartotojai gali nemokamai naudotis daugeliu interneto paslaugų ir socialiniais tinklais, žaisti internetinius žaidimus.</p> <p>E. paštu siuntinėjamą reklamą nesunku sustabdyti, bet nuo reklamos internete sunku apsisaugoti, nes patys paslaugų tiekėjai suinteresuoti ją rodyti. Naršant internete, nuo daugelio reklamų gali apsaugoti pačios naršyklės (įdiegus papildinį „Adblock“ ar kitą panašų), sukurta ir programėlių išmaniesiems įrenginiams, padedančių reklamų išvengti žiūrint vaizdo įrašus ir socialiniuose tinkluose, tačiau tai laikini sprendimai, kuriuos stengiasi įveikti šių paslaugų tiekėjai.</p> <p>Jei reklama teisėta, turėtų būti atsižvelgiama į prisijungusio vartotojo amžių, ir nepilnamečiams reklamos visai neturi būti rodomos. Tačiau praktiškai daugelis vartotojų renkasi naršyti anonimiškai, ar socialiniuose tinkluose nurodo vyresnį amžių, todėl neišvengia ir reklamų.</p> <p>Etiška reklama internete negali būti paslėpta, apgaulinga, neturi skatinti neetiško elgesio, žalingų įpročių, neturi būti skirta vaikams ir pan. Nors įstatymai to dar nereikalauja, tačiau reklama turėtų būti pažymėta. Geriau FB paskyra su atviromis reklamomis, nei paslėpta reklama paskyros įrašuose.</p> <p>Paslėpta reklama dažnai pateikiama kaip nuomonė, įvykio atpasakojimas, apsimestinių „ekspertų“ pasisakymai, kuriuose lyg tarp kitko giriamos tam tikros prekės ar paslaugos.</p> <p>Jei informaciją paskelbė ne šios srities ekspertas, tai gali būti reklama.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ar nurodyta, iš kur gauta informacija?</li> <li>• Kokia šios paskyros, svetainės, tinklaraščio paskirtis? Ar joje yra daugiau informacijos šia tema?</li> <li>• Ar šią informaciją skelbia kiti, žinomi ir patikimi šaltiniai?</li> <li>• Ar yra raginimų ką nors skubiai daryti, – pirkti, platinti informaciją?</li> </ul>

	<p>Vertinant internetinę saviraišką visiškai tinka kritinio mąstymo patarimai (<a href="https://www.prisijungusi.lt/savarankiskas-mokymasis/12-kritinio-mastymo-patarimu/">https://www.prisijungusi.lt/savarankiskas-mokymasis/12-kritinio-mastymo-patarimu/</a>) – vertinant turinio patikimumą verta atsižvelgti į tai, kurios srities specialistas yra autorius, kokia jo patirtis nagrinėjamoje srityje, ką apie tai sako kiti šaltiniai. Svarbu pajusti, ar autorius nenaudoja psichologinio poveikio priemonių (skubinimas, bauginimas, vertybių pakeitimas ir pan.).</p> <p>Atvirą ir pažymėtą reklamą galima valdyti – pavyzdžiui, svetainės paskyroje nustatyti amžiaus apribojimus, taikyti reklamų blokavimo priemones.</p> <p>Nepažymėta ir paslėpta reklama gali būti netinkama jaunesnio amžiaus vartotojams. Paslėptą reklamą belieka išmokti pažinti ir kritiškai vertinti jos turinį, vadovaujantis tais pačiais kritinio mąstymo patarimais.</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  <span>(Atpažink reklamą)</span> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  <span>(Kritinio mąstymo patarimai)</span> </div>
5.	<p>Kritinio mąstymo pratimai (10 min.).</p> <p>Paprašykite mokinių išreikšti savo nuomonę apie populiarių tinklaraštininkų bei nuomonių formuotojų skelbiamo turinio pavyzdžius ir pasiūlyti, kaip būtų galima atpažinti užsakomąjį turinį ar net klaidingą informaciją (prisiminkime kritinio mąstymo patarimus). Mokiniai turėtų išsiaiškinti, ar pavyzdžiuose taikomi kokie nors emociniai manipuliacijos būdai arba paslėptai reklamuojami produktai.</p> <p>Rekomenduojami 5 pavyzdžiai.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produktų reklama</li> <li>2. Paslėpta reklama (tai gali būti ir straipsniai su masinančiomis antraštėmis, ir straipsniai apie tikrus įvykius, kuriuose minimi visai su jais nesusiję prekių ženklai).</li> <li>3. Manipuliavimas (rinkimai?)</li> <li>4. Emocinė kalba (sergantis gyvūnas, alkanas vaikas ...)</li> <li>5. Informacinio karo metodai (bauginimas, vertybių pakeitimas, ...).</li> </ol> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;">  <span>(Kritinio mąstymo pratimai)</span> </div> <p>1-2. Čia pateikiame keletą pavyzdžių iš tariamos ir realios FB paskyrų, kuriuose nesunku pastebėti atvirą ir ne tokią atvirą reklamą. (6-7 skaidrės)</p>



**Ralio čempionas** ✓

1 d. · 🌐

Sveiki, draugai! 🏠💡 Ar jau išbandėte @KIBI firmos kibirą savo namuose? Šis kibiras padės lengvai tvarkytis namuose, suteiks papildomų patogumų ir taupys laiką. ✨👛 Jei ieškote puikaus namų ūkio padėjėjo, KIBI kibiras tikrai vertas dėmesio! 🏠🌟 #KIBI #NamųŪkis #PatogumasNamams

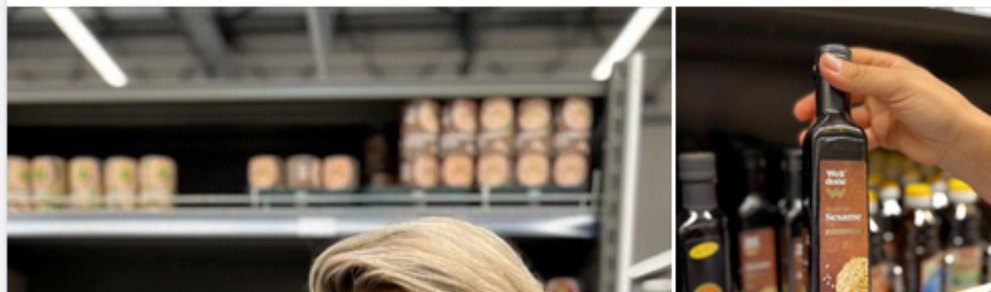


**Beatos Virtuvė**

1 d. · 🌐

Ar jau spėjote pastebėti Maximoje Well done liniją? Aš tai jau ir pastebėjau, ir pamėgau, nes ten yra tokių dalykų, kurių nerasdavau parduotuvėje arba kitur mokėdavau trigubai brangiau, kaip, pavyzdžiui, gyvūnų formos makaroniukai... Tikrai labai plati yra ši linija, tai norit pasidalinsiu savo TOPAIS??? Man tikrai sunku buvo išsirinkti, nes daug dalykų esu pamėgus bet čia prašau – čia mano MĖGSTAMIAUSI:

💙 Well done žalumynų linija tikrai gera ir svarbiausia SALOTOS IR ŠPINAR... Žr. daugiau



Klausimai mokiniams nagrinėjant Socialinių tinklų paskyras bei tinklaraščius. Ar jie atpažįsta, kas yra jų autoriai, kuo jie užsiima ir kokioje srityje turi žinių bei patirties? Kiek įtikinama ir patikima, kuo grindžiama jų pateikiama nuomonė apie aprašomus dalykus? Kodėl ir kokius tikslu autoriai būtent dabar paskelbė šias nuomones? Ar kitos jų skelbiamos nuomonės yra nuoseklios, pagrįstos jų patirtimi?



### 3. Manipuliavimas (rinkimuose ir pan., 8 skaidrė)

Žinutės pavadinimas: "Atskleista kandidato į mokyklos prezidento postą paslaptis!"

Sveiki visi!

Mano draugas, kuris labai artimai pažįsta Marių, vieną iš rinkimuose dalyvaujančių kandidatų, tik ką pasidalino keletu šokiruojančių dalykų apie jį. Ne, ne, tai ne gandai, tik faktai! 😊

Ar žinote, kad jis labai stengėsi mokyklos labui ir sėkmingai įgyvendino kelis puikius pokyčius? Taip pat išgirdome, kad jis yra tikras bendruomenės žmogus ir daug savo laiko skyrė mokyklai. O svarbiausia, jis turi parengęs didelį planą, kuris visus paveiks teigiamai!

Tad, galbūt turėtume rimtai apsvarstyti jį kaip savo būsimą prezidentą? 😊

Pamąstykite apie tai ir pasidalinkite savo mintimis!

Šiame pavyzdyje mokiniai turėtų pastebėti du dalykus – masinančią antraštę ir dėmesį patraukiančias bei įsitikinimus bandančias paveikti manipuliacijas tekste.

- Skelbiama, kad yra svarbi informacija, kurią nežino kiti, taip skatinant žmones ja domėtis.
- Kuriami faktai. Naudojami teigiami dalykai, kurie galėtų būti tikrai teisingi, bet nėra pagrįsti faktinėmis įrodymais.
- Emocinis poveikis. Skatinama entuziastingai galvoti apie kandidatą, sukuriant jį kaip teigiamą figūrą.

Mokiniai galėtų atsakyti į klausimus: ar žinutė pagrįsta faktais, ar ji bando pakeisti mūsų požiūrį ir sprendimus, ar žinutės antraštė nusako jos turinį.

### 4. Emocinė kalba (9 skaidrė)

Žinutė

Sveiki, brangūs draugai!

Prieš kurį laiką aš pasijutau visiškai bejėgis ir praradęs viltį. Tada aš atradau šį ypatingą produktą, kuris pakeitė mano gyvenimą iš šaknų. Tai yra maisto papildas, kuris man suteikė energijos ir stiprumo, kai labiausiai man to reikėjo.

Dar daugiau, šio produkto gamintojas prisideda prie labdaros organizacijų, kurios maitina alkanus vaikus visame pasaulyje. Jie rūpinasi ne tik jumis, bet ir visu pasauliu.

Šiandien aš jaučiuosi puikiai ir turiu daug energijos, ir aš norėčiau pasidalinti šia dovana su jumis. Tai ne tik mano istorija, tai jūsų galimybė tapti geresniais, stipresniais ir geresniais žmonėmis. Ar norėtumėte žinoti daugiau?

Ši žinutė naudoja emocinę kalbą siekdama sukelti stiprią emocinę reakciją pasižadėdama pagerinti jūsų gyvenimą ir padėti nekenčiami bado vaikams. Tai manipuliacijos forma, kurios

	<p>tikslas yra paskatinti jūsų emocinę reakciją ir skatinti jus imtis veiksmų, pavyzdžiui, pirkti arba pasidalyti žinute.</p> <hr/> <p>5. Informacinio karo metodai (bauginimas, vertybių pakeitimas, ...).</p> <p>Anoniminė žinutė: "Klimato katastrofa: Jums nėra kur slėptis!"</p> <p>Žinutė</p> <p>Draugai, ar žinote, kokia siaubinga ateitis mūsų laukia? Klimato katastrofa ne tik ateina – ji jau čia! Mūsų planetą sunaikins klimato kaita.</p> <p>Viskas, ką jūs darote, yra svarbu. Jūsų automobilis, plastikiniai šiukšlių maišai, gyvulininkystė – visa tai yra kaltininkai. Jūs visi esate atsakingi už šią nelaimę!</p> <p>Bet yra būdas išsigelbėti. Pakeiskite savo gyvenimo būdą, pašalinkite visą plastiką, imkitės vegetariškos dietos ir pradėkite gyventi ekologiškai. Tik tada yra vilties, kad galėsime išgelbėti mūsų planetą ir jūsų ateitį!</p> <p>Jūs negalite slėptis nuo klimato katastrofos. Ar pajėgsite jai sutrukdyti?</p> <p>Ši žinutė naudoja bauginimą, kaltinimą ir vertybių manipuliaciją, siekdama priversti žmones priimti tam tikrus sprendimus, pvz., pakeisti gyvenimo būdą ir vertybes. Tai yra vienas iš informacinio karo metodų, kurie siekia įtakoti žmonių nuomonę ir veiksmus per jų jausmus ir baimes.</p> <p>Galite parodyti ir aptarti daugiau pavyzdžių, ypač jei jie susiję su aktualiais pasaulio, miesto, mokyklos įvykiais.</p>
<p><b>11.</b></p>	<p>Pabaigos skaidrė.</p> <p>Pakartokite pamokos svarbiausius punktus ir pabrėžkite, kad garbingas ir atsakingas turinys internete padeda kurti visiems draugišką ir saugų internetą.</p> <p>Pastebėję apgaulingą ir draudžiamą turinį, praneškite švarusinternetas.lt.</p> <p>Apibendrinkite pamokos patirtį.</p>