



# Saviraiška internete

Pamokos planas ir rekomendacijos 9-12 klasėms

## 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. Dalyvaudami projekto veikloje jie ne tik sustiprins savo įgūdžius, bet ir taps stipriu žinių daugikliu 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 9-12 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 kuria ir skelbia 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.)
- Sąžiningas ir etiškas turinys 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 vaidmenį. 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.). 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>• Kodėl vienu „nuomonė“ kainuoja 8000, o kitų „tik“ 1500?</li> <li>• Kiek patikimas jų turinys?</li> <li>• Kiek svarbus autentiškumas ir sąžiningumas šioje veikloje?</li> </ul> <p>Svarbesnius ir įdomesnius atsakymus pasižymėkite.</p> <div data-bbox="325 1417 438 1514"> </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>
<p><b>4.</b></p>	<p>Sąžiningas ir etiškas turinys internete (5 min.).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pateikite etiško turinio socialiniuose tinkluose pavyzdžių (pvz., laikytis taisyklių, neplatinti klaidinančios informacijos, vengti agresijos ir neapykantos skleidimo, pagarbiai elgtis su kitais).</li> <li>• Etiška reklama internete (negali būti paslėpta, apgaulinga, neturi skatinti neetiško elgesio, žalingų įpročių, neturi būti skirta vaikams ir pan.). Nors įstatymai to nereikalauja, tačiau reklama turėtų būti pažymėta.</li> </ul> <p>Geriau FB paskyra su reklamomis, nei paslėpta reklama įrašuose.</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 nėra 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.</p> <p>Paslėptą reklamą belieka išmokti pažinti ir kritiškai vertinti jos turinį, vadovaujantis tais pačiais kritinio mąstymo patarimais.</p> <div style="margin-top: 20px;">  <span style="margin-left: 10px;">(Atpažink reklamą)</span> </div> <div style="margin-top: 20px;">  <span style="margin-left: 10px;">(Kritinio mąstymo patarimai)</span> </div>

## 5. Kritinio mąstymo pratimai (10 min.).

Paprašykite mokinių išreikšti savo nuomonę apie populiarių tinklaraštininkų bei nuomonių formuotojų skelbiamą turinį pavyzdžius ir pasiūlyti, kaip būtų galima atpažinti užsakomąjį turinį ar net klaidingą informaciją (prisiminkime kritinio mąstymo patarimus).

### Variantas A

Mokiniai turėtų išsiaiškinti, ar pavyzdžiuose taikomi kokie nors emociniai manipuliacijos būdai arba paslėptai reklamuojami produktai.

Rekomenduojami 5 pavyzdžiai.

- Produktų reklama
- Manipuliavimas (rinkimai? )
- Paslėpta reklama (tai gali būti ir straipsniai su masinančiomis antraštėmis, ir straipsniai apie tikrus įvykius, kuriuose minimi visai su jais nesusiję prekių ženklai).
- Emocinė kalba (sergantis gyvūnas, alkanas vaikas ...)
- Informacinio karo metodai (bauginimas, vertybių pakeitimas, ...).



(Kritinio mąstymo pratimai)

Čia pateikiame keletą pavyzdžių iš tariamos ir realios FB paskyrų, kuriuose nesunku pastebėti atvirą ir ne tokią atvirą reklamą (6-7 skaidrės). Po to pasiūlykite dar 3 savo pavyzdžius arba pademonstruokite parengtą mokymo objektą.



**Ralis 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





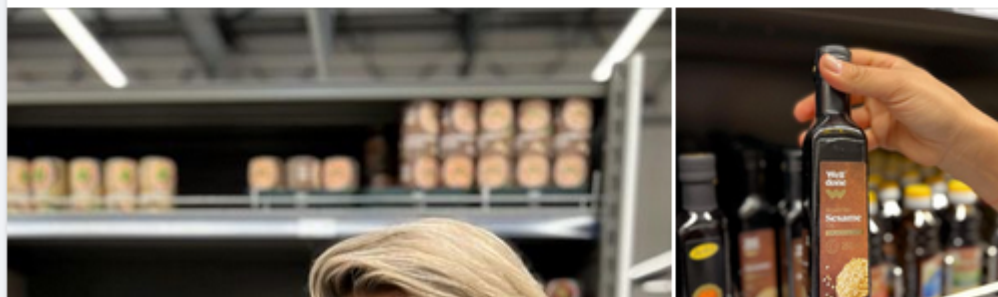
Beatos Virtuvė

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



### Variantas B

Paskutinių klasių mokiniams galima pasiūlyti diskusiją, kurioje jie pasidalytų savo nuomonėmis ir vertinimais apie nuomonių formuotojų veiklą, atsižvelgdami į pamokoje aptartus aspektus. Diskusija pavyks, jei mokiniai aktyviai seka įvairius nuomonių formuotojus, yra pastebėję ne visai tinkamų jų veiklos pavyzdžių.

1. **Nuomonės formuotojų reklamos analizė.** *Užduotis:* mokiniai turi išanalizuoti, kaip nuomonės formuotojų reklamos veikia jų nuomonę ir ar nuomonės formuotojai pateikia tinkamą informaciją apie produktus. Diskusijos metu svarbu aptarti, ar mokiniai laiko, kad nuomonės formuotojai turėtų būti atsakingesni dėl to, ką reklamuoja. Tai ypač susiję su grožio, sveikatos prekėmis.
2. **Nuomonės formuotojų atsakomybė už pasekmes.** *Užduotis:* mokiniai turi paminėti ar sugalvoti atvejų, kai nuomonės formuotojo veikla turėjo neigiamų pasekmių, pvz., neetiškai reklamuojant sveikatingumo produktus ar skatinant nepriimtina elgesį. Jie turi aptarti, kiek atsakomybės turėtų prisiimti nuomonės formuotojai ir ar turėtų būti įvestos taisyklės šioje srityje.
3. **Nuomonės formuotojų tikslumo analizė.** *Užduotis:* Mokiniai turi pateikti atvejų, kai nuomonės formuotojai skelbia informaciją apie aktualius įvykius ar temas. Jie turi išnagrinėti, ar ši informacija yra tiksli, objektyvi ir pagrįsta, ar tai gali būti šališka ir iškreipta nuomonė. Diskusijoje reikia aptarti, kaip tokius atvejus atpažinti ir vertinti.
4. **Diskusija apie slaptą reklamą.** *Užduotis:* Mokiniai turi aptarti atvejus, kai nuomonės formuotojai tariamai dalijasi nuomonėmis ar patirtimi, bet iš tikrųjų tai yra užmaskuota reklama. Jie turi įvertinti, ar tokie veiksmai yra etiški ir kaip juos galima atpažinti. Taip pat svarbu aptarti, ar reikėtų griežtesnių taisyklių šioje srityje.
5. **Nuomonės formuotojų poveikis mokinių elgesiui.** *Užduotis:* mokiniai turėtų aptarti, kaip nuomonės formuotojų veikla gali turėti įtakos mokinių elgesiui, požiūriams ir



	<p>pasirinkimams. Jie turi aptarti, ar tai yra teigiamas ar neigiamas poveikis ir kaip galima ugdyti kritinį mąstymą šioje srityje.</p>
<b>11.</b>	<p>Pabaigos skaidrė. Pakartokite pamokos svarbiausius punktus ir pabrėžkite, kad garbingas ir atsakingas turinys internete padeda kurti visiems draugišką ir saugų internetą. Pastebėję apgaulingą ir draudžiamą turinį, praneškite švarusinternetas.lt.</p> <p>Čia galite parodyti pasirinktą pokalbio „Influenceris“ – ar tikrai svajonių gyvenimo būdas?“ vaizdo įrašo (<a href="https://www.youtube.com/watch?v=rllw0VlVK6k">https://www.youtube.com/watch?v=rllw0VlVK6k</a>) ištrauką, pabrėžiančią pamokos išvadą.</p> <p>Apibendrinkite pamokos patirtį..</p>