



THE IMPLEMENTATION
OF THE MEDIA
EDUCATION IN SCHOOLS

METODINĖ MEDŽIAGA **MEDIJOS IR VISUOMENĖ**

Projektas:

Media: to Understand and to Create
(The Implementation of the Media Education in Schools)

Medijos: suprasti ir sukurti
(Medijų edukacijos įgyvendinimas mokyklose)

2018-1-LT01-KA201-046996



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



1



VILNIUS GEDIMINAS
TECHNICAL UNIVERSITY
FACULTY OF CREATIVE INDUSTRIES

Gerbiami pedagogai,

Šiandienos mokyklos yra pasiruošusios naujiems iššūkiams. Šie iššūkiai nuolatos kinta, nes mokymo medžiaga tampa neaktuali ir netinkama dabartiniam mokiniams. Todėl mokymo medžiagos atnaujinimas turėtų būti svarbi kiekvienos mokyklos ugdymo programos dalis. Todėl šešios organizacijos – Vilniaus Salomėjos Nėries gimnazija, Elektrotechnika i prometna skola Osijek; 4th Lyceum of Katerini, The Academy of Arts and Culture, Kentro Erevnas Programmatismou Kai Anaptyxis (KEPA) Pierias ir Vilniaus Gedimino technikos universiteto kūrybinių industrijų fakultetas – suvienijo jėgas ir bendradarbiaudami sėkmingai baigė (IMES) projektą „Medijos: suprasti ir kurti (medijų edukacijos integracija mokyklose)“, kuris yra finansuojamas Europos Erasmus+ programos. Mūsų tikslas – medijų raštingumo integracijos prieinamumas platesnei švietimo bendruomenei. Pagrindinis šio projekto tikslas buvo sukurti mokymo programą „Medijos ir visuomenė“ ir metodologinę medžiagą šiai mokymo programai.

Šiuolaikinėse mokyklose medijų raštingumo ugdymas vis dar retas, tačiau jo svarba nenuginčijama. Parengta metodologinė medžiaga „Medijos ir visuomenė“ neabejotinai padės užpildyti esamą trūkumą. Knygą sudaro keturios pagrindinės dalys: „Įvadas į medijas“, „Medijos ir aš“, „Medijos ir bendruomenė“, „Medijos ir valstybė“. Kiekviena dalis yra padalyta į keturias temas, kuriose rasite pamokų planus, veiklas, užduočių lapus, raktinius žodžius, orientacinį užduočių laiką, reikalingas priemones, parengiamąjį darbą, papildomas užduotis ir vertinimo metodus. Kad mokymosi procesas mokyklose būtų sklandesnis ir lengvesnis, knyga suskirstyta į teorines ir praktines dalis. Teorinėje dalyje pagrindinis dėmesys skiriamas mokytojų saviugdai, siekiama supažindinti mokytojus su mokymo temomis. Praktinė metodikos dalis yra skirta tiesioginiam darbui klasėje, kurį sudaro pamokos planas (mokytojo lapas) ir mokinių užduočių lapas. Manome, kad visą veiklą galima lengvai modifikuoti ir perkurti atsižvelgiant į mokinio patirtį, įgūdžius ir skirtingas kultūrines aplinkas.

Tikimės, kad mūsų sukurta metodologinė medžiaga bus lengvai ir kūrybiškai naudojama ugdymo procese, ir suteiks daugiau motyvacijos mokytis ir plėsti medijų raštingumo ugdymą mokyklose.

Su pagarba,

IMES projekto komanda



TURINYS

TEORINĖ DALIS.....	6
I. ĮVADAS Į MEDIJAS	6
ETIKA.....	7
SIMULIACIJA.....	8
PAVOJAI IR NEIGIAMA ĮTAKA.....	9
KOMPOZICIJOS PRINCIPAI	11
II. MEDIJOS IR AŠ.....	15
PRIVATUMAS. ASMENS DUOMENYS	15
NETIKRA TAPATYBĖ	16
KIBERNETINĖS PATYČIOS.....	18
SKAITMENINĖ KŪRYBA	19
III. MEDIJOS IR BENDRUOMENĖ.....	22
MANIPULIACIJA.....	22
STEREOTIPAI	25
REKLAMA	27
VIRTUALI REALYBĖ	29
IV. MEDIJOS IR VALSTYBĖ.....	31
PROPAGANDA.....	31
DEZINFORMACIJA IR NETIKROS NAUJIENOS	33
GLOBALIZACIJA	34
SAUGUMO PROBLEMOS	35
PRAKTINĖ DALIS.....	37
ETIKA	38
SIMULIACIJA.....	48
PAVOJAI IR NEIGIAMA ĮTAKA.....	56
KOMPOZICIJOS PRINCIPAI	64

PRIVATUMAS. ASMENS DUOMENYS	76
NETIKRA TAPATYBĖ	84
KIBERNETINĖS PATYČIOS.....	92
SKAITMENINĖ KŪRYBA.....	100
MANIPULIACIJA.....	108
STEREOTIPAI	118
REKLAMA	128
VIRTUALI REALYBĖ	138
PROPAGANDA.....	146
DEZINFORMACIJA IR NETIKROS NAUJIENOS	158
GLOBALIZACIJA	168
SAUGUMO PROBLEMOS	176
PRIEDAI	186
Priedas 1	187
Priedas 2	188
Priedas 3	189
Priedas 4	191
Priedas 5	193
Priedas 6	198
Priedas 7	199
Priedas 8	200
NAUDOTA LITERATŪRA	203

I. TEORINĖ DALIS

II. ĮVADAS Į MEDIJAS

Terminai *medija* ir *mediumas* yra daugialypiai, vis dažniau figūruojantys visuomenėje ir viešojoje erdvėje visame pasaulyje, ypač šiuolaikiniame amžiuje. Daugelis ekspertų bandė juos įvairiai apibrėžti skirtingose visuomenės veiklos srityse.

Kaip Zrinjka Peruško pažymi, terminas *mediumas* yra kilęs iš lotyniško žodžio *medius* (vidurys, kuris yra tarp), kurio pradinė reikšmė (vienaskaitos forma) yra tarpininkas per kurį komunikuojama. Mediumas gali būti asmuo, tačiau dažniausiai tai yra materialioji, fizinė komunikacijos priemonė, tokia kaip popierius, garso bangos, radijo bangos ar garso laikmena (CD). Esti ir žymus medijų sferoje visuotinai priimtas kanadiečių medijų teoretiko Marshall'o McLuhan'o termino apibrėžimas. Septintajame dešimtmetyje McLuhan'as paskelbė – „Medija yra pranešimas“, kurį vėliau pats reformulavo į „Medija yra masažas“, atsižvelgdamas į tuometinę medijų vystymosi situaciją.

Kadangi medijos ir jos sričių terminija yra ganėtinai plati, šiame darbe bus remiamasi Webster'io žodyno siūlomu apibrėžimu. Šis nurodo į medijas kaip į „bet kokią komunikacijai skirtą priemonę, tarpininką ar įrankį, kuris pasiekia plačiąją visuomenę“, siekiant perduoti tam tikrą informaciją ar pranešimą. Plačioji visuomenė dažniausiai suvokia mediją per *tradicinę mediją* ir/arba *masinę mediją*: laikraščius, radiją ir analoginę televiziją. Anot John B. Thompson'o, masinė medija tarpininkauja masinės komunikacijos procesuose, kuriuose auditorija (gavėjai) fiziškai nedalyvauja. Tai taip pat apima knygas, žurnalus, kiną, garso ir vaizdo laikmenas (vaizdo klipus, CD, DVD) ir kt.

Technologijos vystymosi dėka, pastaraisiais dešimtmečiais buvo užfiksuotas *naujųjų medijų* priemonių atsiradimas ir vystymasis. Nors praktiškai kiekvienos rūšies medija savo sukūrimo pradžioje buvo laikoma naująja medija, minėdami naujas medijas, medijų ekspertai dažniausiai nurodo į mediją paremtą kompiuterinėmis technologijomis. Šia medijų rūšimi komunikuojama ir tiesiogiai kreipiamasi į išsisklaidžiusią medijų auditoriją (nebe į masinę auditoriją) ir pavienius asmenis. Matomas būdingas perėjimas nuo vienos komunikacijos į abipusę. Martin Lister ir jo šalininkai pabrėžia, kad pagrindiniai naujų medijų bruožai yra skaitmeniškumas, interaktyvumas, hipertekstualumas, virtualumas, tinklų kūrimas ir modeliavimas, kurie dažnai taip pat apima konvergenciją ir multimedialumą. Pasak Levo Manovičiaus, naujosios medijos, pirmiausia ir svarbiausia, yra internetas, internetinės svetainės, kompiuterinė multimedija, kompiuteriniai žaidimai, virtualioji realybė ir kitos medijos (CD-ROM, skaitmeninė televizija, filmai, kurie naudojami 3D animaciją, skaitmeninė fotografija, elektroninės knygos ir kt), kurios susiformavo iš tradicinės medijos. Šios rūšies medijos nurodo į kompiuterio medijuojamas gamybos, platinimo ir komunikacijos formas. Šiandien prie naujų medijų priskiriama ir skaitmeninė televizija, socialinių tinklų svetainės ir programėlės

(komunikacijos platformos). Taip pat ir kitos šiuolaikinių medijų rūšys ir platformos, kurias medijų ekspertai jau išskiria kaip specifinę kategoriją, populiariai vadinamą – *naujos naujosios medijos*. Kaip pažymi Nada Zgrabljic Rotar, naujos naujosios medijos atsirado internetinėse platformose ir joms būdinga tai, kad jų vartotojai taip pat atlieka ir turinio kūrėjo funkciją, jie yra turinio „gamintojai“ (vartotojas + gamintojas = *gaminantis vartotojas*).

Trys pagrindinės medijų funkcijos yra informacija, švietimas ir pramogos. Šiuolaikiniame pasaulyje atsiranda naujų, kombinuotų medijų formų, tokių kaip *infopramogos* (informacija + pramogos), *infokomercinė* (informacinė + komercinė) ir kt. Šiame pirmame skyriuje aptariami keli svarbūs dabartiniai su medijomis susiję reiškiniai: etika, simuliacija, pavojai ir neigiamas medijų poveikis (neigiamos pusės) ir įvaizdžio kūrimo principai.

Mag. Kult. Tomislav Levak

ETIKA

Etika – tai „disciplina, tirianti gėrio ir blogio kriterijus, moralinę pareigą bei prievoles“ (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/ethic>). Kitais žodžiais tariant, etika yra moralės sistema, kurios laikosi visuomenė, ir kuri daro įtaką visuomenės narių sprendimams, visuomenės suvokimui apie tai, kas yra gerai, o kas blogai – tiek individualiai, tiek kolektyviai.

Etikos keliami klausimai analizuoja žmogaus teises ir atsakomybę, teisingumo ir neteisybės, gėrio ir blogio reikšmę, šių polių santykį. Žmogaus etikos principai susiformavo iš įvairių religinių, kultūrinių ir filosofinių šaltinių.

Medijų etika apima konkrečius su medijomis susijusius etinius principus, tinkamus jų veikimo, patrauklumo standartus ir pokyčius, kuriems daro įtaką įvairios medijos priemonės – transliuojama žiniasklaida, spauda, socialinės medijos, kinas, teatras, menai ir internetas. Šis laukas apima daug įvairių ir labai prieštaringai vertinamų temų, nuo karo žurnalistikos iki „Benetton“ reklamos kampanijų.

MEDIJŲ ETIKOS SRITYS

Moralinių principų ir vertybių klausimai taikomi:

- masinės medijos elgesiui, vaidmeniui ir turiniui
- žurnalistikos etikai ir standartams,
- marketingo etikai,
- temos tyrimo sričiai.

Kalbant apie (žiniasklaidos) naujienas, apimama:

- nešališkumas,
- objektyvumas,
- balansas/pusiausvyra,
- šališkumas,
- privatumas,
- visuomenės interesas.

Plačiąja prasme tai taip pat apima:

- stereotipų formavimą,
- skonį ir padorumą,
- nepadorumą,
- žodžio laisvę,
- reklamos praktiką (tokią kaip prekių rodymas),
- teisinės problemas (tokios kaip difamacija).

Instituciniu lygmeniu apima:

- diskusijas apie medijų nuosavybę ir kontrolę,
- komercializaciją,
- atskaitomybę,
- medijų santykį su politinėmis sistemomis,
- klausimus kylančius dėl reguliavimo (pvz. cenzūros) ir reguliavimo panaikinimo.

Medijų etika veikia tarp dviejų kraštutinių – tiesos ir apgaulės. Tiesos sakymas laikomas visų medijos formų pirmuoju ir svarbiausiu tikslu, o bet kokia to opozicija yra laikoma apgaule. Tradicija, kurioje medijos tapo „ketvirtąja demokratijos galia“ lėmė visuomenės pasitikėjimą medijomis kaip autoritetingu informacijos šaltiniu.

Svarbūs etikos aspektai ir medijų etika, į kurią reikėtų atkreipti mokinių dėmesį: šmeižtas ir teisinės pasekmės; intelektinės nuosavybės ir autorių teisių samprata, ir jų reglamentuojančių įstatymų svarba; plagiatų samprata ir laukai, kuriuose jis veikia (tekstinė, vaizdinė, garso medžiaga), plagiatų neplatintojams svarba; privatumo samprata ir įstatymai, kurie apibrėžia ir reglamentuoja pažeidėjus.

dr. Kristina Stankevičiūtė

SIMULIACIJA

Simuliacija – tai „problemų ar įvykių rinkinio modelis, kuris gali būti naudojamas kaip modelio sudarymo procesas arba kaip priemonė mokant ką nors padaryti“ (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/simulation>). Tai realaus pasaulio procesų ar sistemų, dirbtinio veiksmo ar rezultato imitacija.

Kontekstų, kurie reikalauja vienos ar kitos formos simuliacijų, yra tikrai daug ir dažniausiai jie yra technologiniai: simuliacijos naudojamos saugos inžinerijoje, testavimuose, mokyme, švietime ir kompiuteriniuose žaidimuose. Dažniausiai simuliacijos naudojamos norint parodyti galimą realių situacijų ir veiksmų poveikį, kaip alternatyvą jau egzistuojantiems. Tais atvejais, kai esamos sistemos neįmanoma įjungti (nes jos dar nėra; ji neprieinama dėl pažeidimų, pavojaus ar kitų priežasčių; ar ji jau buvo sukurta, bet neįjungta) taip pat dažnai yra taikomas simuliacijos metodas.

Simuliacija yra esminis terminas medijų studijose dėl šiuolaikinės medijos ištakų: dauguma medijos formų sukuria „nerealų“, nematerialų tikrovę, kuri yra grindžiama ją kuriančio asmens suvokimu (fotografas yra vaizduojamosios realybės, kurią matome nuotraukoje, kūrėjas; režisierius yra vaizduojamosios realybės, kurią matome žiūrime filme, kūrėjas, ir pan.). Ši tikrovė yra vadinama „hiper-realybe“ ir yra visiškai išgalvota, simuliuojama, nemateriali.

Analizuodamas naująją visuomenę, kurioje medijos tapo neatsiejama kasdienio gyvenimo dalimi, prancūzų filosofas Jean Baudrillard įvedė *simuliakro* konceptą. 1981 metų tekste *Simuliakrai ir simuliacijos* (angl. *Simulacra and Simulations*), Baudrillard'as sukuria savitą medijų efektų ir kultūros teoriją. Terminas *simuliakras* ištakos nukreipia į Platoną, kuris vartojo šį žodį apibūdinti suklastotą kažko kopiją. Baudrillard'as teigia, kad postmoderniojoje kultūroje, kurioje dominuoja televizija, filmai, naujienų medijos ir internetas, tikros ar netikros kopijos idėja yra sunaikinama. Viskas, ką turime dabar, yra tikrovės simuliacija, kuri nėra daugiau ar mažiau „tikra“ nei tikrovė, kurią ji simuliuoja. Baudrillard'as simuliakrais vadina kopijas, kurios niekada neturėjo ar neturėjo ir neturi originalo. Jam simuliakrai yra objekto ar reiškinių būsenos, kuri neatspindi aplinkos, realaus gyvenimo, o pradeda kurti tai, kas iš tikrųjų neegzistuoja.

Vakarų kultūroje, anot Baudrillard'o, televizija, kinas, TV serialai ir kiti „tikrovės žemėlapiai“ yra laikomi tikresni nei pats gyvenimas – tai ir yra simuliakrai arba hiperrealios kopijos, estinės mūsų pačių gyvenimo priešakyje. Televizijos serialų personažai mums tampa geresni draugai už gyvuosius. Mes daug daugiau žinome apie savo mėgstamų TV ar kino herojų gyvenimą, tačiau vis mažiau skiriame dėmesio bendravimui su savo šeima ar artimaisiais. Mes bendraujame elektroniniu paštu ar socialiniais medijų tinklais, todėl mūsų vertybės ir elgesys formuojamos ne šeimoje ar kultūroje, bet žiūrint televiziją ar filmus. Tampame irzlūs ir nervinamės, jei per ilgai esame neprisijungę, „be ryšio“ (angl. *offline*). O nerimas, kylantis būnant „be ryšio“, laikomas vienu iš naujausių neurologinių sutrikimų, kurį šiuo metu tyrinėja mokslininkai. Pasak Baudrillard'o, įžengėme į laikotarpį, kur asmens kuriamas įvaizdis tampa svarbesnis už jį patį, kuris jį kuria, kur atrodymas tampa svarbesnis už patį būvį.

dr. Kristina Stankevičiūtė

PAVOJAI IR NEIGIAMA ĮTAKA

Medijos visada buvo galingos ir ši galia per pastaruosius dešimtmečius išaugo kelis kartus, sparčiai tobulėjant technologijoms ir augant šiuolaikinei interaktyviajai medijai. Daugelis naujausių medijų tyrimų ir analizių rezultatų, pavyzdžiui 2008 metais paskelbtos medijų platformos „Bartleby Research“ išvados patvirtina, kad šiais laikais medijos, ypatingai naujosios ir masinės, daro svarbią įtaką visiems gyvenimo ir visuomenės aspektams. Todėl medijos daro įtaką formuojant žmogaus politines, ekonomines ir socialines vertybes.

Trys pagrindinės medijos funkcijos – informacija, edukacija/švietimas ir pramogos – savaime yra teigiamos, tačiau šiuolaikinėje kasdienybėje šių funkcijų poveikis yra daugialypis ir skirtingas. Viena vertus, yra nemažai teigiamų medijų savybių (efektų), tokių kaip informacijos perdavimas daugybei žmonių per labai trumpą laiką, vaizduotės ir kūrybiškumo stimuliavimas bei pagalba kitiems. Deja, kaip pabrėžia Ciboci, Kanižaj, Labaš ir Osmančević, medijos turi daug neigiamų savybių, turinčių rimtų padarinių visiems piliečiams, ypač vaikams. Išskiriamos kelios pagrindinės neigiamo medijų poveikio grupės, joms priskiriami pavojai ir grėsmės. Pirmoji

grupė yra susijusi su smurtu medijose, kuri taip pat turėtų apimti, pavyzdžiui, elektroninį smurtą. 2017 metais, Kroatijoje, vykdydami projektą „Dalinkis pozityvumu, blokuok negatyvą“ (angl. “Share the Positive, Block the Negative”), „Nova Studio“ paskelbė duomenis, kurie rodo, kad didžiausios grėsmės, ypač vaikams ir jaunimui yra internetinės patyčios (internetinis smurtas dažniausiai vykdomas per socialinius tinklus), viliojimas internetu (vaikų viliojimas siekiant patenkinti seksualines užgaidas), *happy slapping* reiškiny (grupuočių vykdomas fizinis vieno žmogaus užpuolimas, kai viskas yra įrašoma mobiliuoju telefonu ar fotoaparatu, o vėliau paviešinama internete), internetinė atskirtis (dažnas atvejis tarp vaikų yra kitų vaikų pašalinimas iš bendrų grupių arba iš draugų sąrašų) ir pan. Elektroninis smurtas dažnai reiškiamas per įžeidinėjimus, gėdinimą ir kalbas, skatinančias neapykantą, taip pažeidžiant žmogaus orumą. Anot Ciboci, Kanižaj, Labaš ir Osmančević, antroji neigiamų medijų efektų grupė yra susijusi su nerealių grožio standartų vaizdavimu medijose, t.y. grožio vertybių ir idealų primetimu. Trečioji grupė – slapta reklama, o ketvirtoji – nepagrįstų stereotipų ir išankstinių nuostatų prieš tam tikras socialines grupes propagavimas.

Taip pat, kaip pažymi Barbara Kolucki ir Dafna Lemish, didėja susirūpinimas, kad medijos gali užvaldyti jusles, sutrikdyti vaizduotę, sukelti nejautrą kitų skausmui, skatinti destruktivų elgesį, moralinių vertybių nuosmukį, slopinti vietos kultūrą ir skatinti atsitraukimą iš visuomenės. Ypatingomis problemomis tampa vis dažnesni melagingų naujienų (angl. *fake news*) ir dezinformacijos atvejai, taip pat privatumo ir informacijos saugumo internete sutrikdymas. 2018 m., bendrame leidinyje „Vaikai ir Medijos“, Suomijos nacionalinis garso ir vaizdo institutas (KAVI), Žiniasklaidos švietimo ir garso ir vaizdo žiniasklaidos departamentas (MEKU), Kroatijos elektroninės žiniasklaidos agentūra (AEM) ir Kroatijos UNICEF biuras įspėjo, kad interneto svetainės nuolatos renka savo vartotojų informaciją, pavyzdžiui, vartotojų profilius socialiniuose tinkluose. Be to, patys vartotojai atskleidžia ir pateikia daug informacijos, dalyvaudami įvairiuose išbandymuose, varžybose ar apdovanojimų žaidimuose. Ši informacija naudojama gerinant tikslinę reklamą ar vartotojo patirtį, tačiau dažnai pasitaiko įvairių piktnaudžiavimo vartotojų duomenimis atvejų, pavyzdžiui, dažna asmens tapatybės vagystė laikoma specialia sukčiavimo forma. Piktnaudžiavimo rizika padidėja, kai žmonės pateikia savo asmeninius duomenis (vardą ir pavardę, adresą, telefono numerį, banko sąskaitos numerį, slaptažodžius ir kt.) socialiniuose tinkluose ir internetinėse parduotuvėse, arba saugo šią informaciją įvairiose interneto duomenų bazėse. Todėl piliečiams labai svarbu gerai susipažinti su naudojamų svetainių, socialinių tinklų ir ryšių platformų tipais bei jų privatumo nustatymo politika, išmokti atskirti saugius duomenų rinkimo kanalus nuo pavojingų, patikimus šaltinius nuo įtartinių. Labai svarbu išmokti susilaikyti ir apsaugoti savo asmens duomenis, t.y. be svarios priežasties neviešinti savo duomenų internete.

Mag. Kult. Tomislav Levak

KOMPOZICIJOS PRINCIPAI

Pagrindiniai vizualinės kalbos principai taikomi visų tipų vaizdinėse medijose: grafiniame dizaine, fotografijoje, vaizdo įrašų kūrime, tapyboje, piešime.

Keletas pagrindinių sąvokų:

KADRO DYDIS

Kadro dydis nurodo, kaip arti objekto yra kamera. Pagrindiniai kadro dydžiai skirstomi į planus:

Bendras planas (angl. *long shot*). Subjektas yra toli nuo kameros, tačiau įmanoma atskirti vaizduojamus asmenis. Bendras planas naudojamas nurodant scenos aplinką.



Pilnas planas (angl. *full shot*). Subjektas vaizduojamas pilnu ūgiu. Šis planas dažniausiai naudojamas kaip pagrindinis scenos kadras, nurodantis veiksmą.



Vidutinis planas (angl. *mid shot*). Žmonės vaizduojami nuo juosmens į viršų. Vienas iš dažniausiai naudojamų kadro filmuose ir televizijoje.



Stambus planas (angl. *close up*). Iš arti vaizduojamas veikėjo veidas. Dažnai naudojamas filmuojant pokalbius. Stambus kadras naudojamas norint parodyti veikėjo emocijas.



Detalė (angl. *extreme close up*). Dažniausiai vaizduoja akis ir burną.



KADRAVIMO KOMPOZICIJA



Trečdalių taisyklė (angl. *rule of thirds*). Estetiškai malonus būdas komponuoti kadrą. Padalijus kadrą į trečdalius, dėmesio taškai turėtų būti išdėstyti išilgai linijų ar jų susikirtimų.



Žvilgsnio laukas (angl. *look room*). Kai veikėjas žiūri į objektą ar kitą veikėją. Tarp aktoriaus ir kadro krašto turėtų būti likę pakankamai vietos.



Erdvė galvai (angl. *Headroom*). tai tarpas tarp veikėjo galvos ir kadro krašto. Šis paveikslėlis yra tinkamas pavyzdys kaip galima naudoti *headroom*.



Per didelio *headroom* kadravimo kompozicijos pavyzdys.



Per mažo *headroom* kadravimo kompozicijos pavyzdys.



Kadras per petį (angl. over the shoulder shot). Šis kadravimo tipas vaizduoja ir pagrindinį subjektą, ir subjektą, su kuriuo jis bendrauja. Tokia kadravimo kompozicija suteikia vaizdui daugiau gylio.



Dvigubas kadras (angl. two shot). Bet koks kadras, kuriame yra du subjektai/veikėjai vadinamas dvigubu kadru.



Kadruojant pokalbį svarbu įsitikinti, kad veikėjų žvilgsniai būtų nukreipti teisinga kryptimi (180 laipsnių taisyklė).

Vizualinė kalba reiškia, kad vaizdas yra ne tik vizualumas. Vaizdas – tai informacija, o kompozicija – būdas pateikti šią informaciją tam tikra tvarka. Yra kelios pagrindinės taisyklės, kurios naudojamos siekiant atkreipti žiūrovo dėmesį:

- Trečdalių taisyklė
- Pagrindinės linijos
- Balansas
- Proporcija
- Kontrastas
- Tekstūra
- Kryptingumas

Artūras Kavaliauskas

III. MEDIJOS IR AŠ

Marshall McLuhan teigia, kad svarbiausios revoliucijos, pakeitusios visuomenę žmonijos egzistavimo laikotarpiu, yra technologinės, o ne politinės (McLuhan, 1962, 2002). Jis mini Gutenbergo galaktiką, t.y. spausdinimo mašinos ir elektroninių medijų išradimus. Spauda pradėjo „dtribalizacijos“ procesą, individo gimimą. Elektroninės medijos atspindi „naujų(jų) genčių“, arba kitaip vadinamą „retribalizacijos“ erą.

Medijos, kaip žmogaus ekstensija, pratęsia jo egzistenciją ir išplečia komunikacinį spektrą (McLuhan, 1994). Ankstyvosios civilizacijos pradžioje, kai Homo erectus suprato, kad rankomis galima perduoti informaciją, prasidėjo medijų era.. Visais laikais medijos buvo žmonijos dalis, žmonės kuria medijų turinį ir patys yra medijos. Šiandien išmanieji telefonai tapo išplėstine mūsų dalimi. Neaiški tapo ir riba tarp tikrovės ir virtualios realybės. Mes lengvai pereiname iš *offline* būsenos į *online* būseną, ir atvirkščiai. Medijos tapo neatsiejama mūsų dalimi.

Anksčiau žmonės rytą pradėdavo maldomis, o šiandien visi esame įtraukti į tą patį internetą ir naujų medijų visatą. Naujosios medijos (t.y. internetas) atlieka mesijo funkciją. McLuhan'as tai vadina elektronine mistika: prisijungęs prie interneto, individas tampa visumos dalimi (t.y. jis tampa internautu) (McLuhan ir Fiore, 2001).

Mag. Kult. Snjezana Baric-Selmic

PRIVATUMAS. ASMENS DUOMENYS

Išradus pirmuosius kompiuterius, technologijos ėmė sparčiai tobulėti ir kurti bendrąjį visuomenės gyvenimo kokybės augimą. Tai lėmė ir individo elgsenos pokyčius, kurie taip pat turėtų būti apsvaistyti. Atsiranda norminiai bei etiniai klausimai, susiję su naujų technologijų naudojimu. Kiekvieną dieną didėjantis jungiamųjų prietaisų naudojimas visame pasaulyje kelia vis daugiau pavojų ir iššūkių, kurių svarbiausias – teisės į privatumą. Panašios problemos kyla renkant ir saugant duomenis, kurie yra kaupiami naudojant išmaniuosius įrenginius. Operacijas atliekančios įmonės ne visada vadovaujasi skaidrumo politika, o paslaugų teikimo ir naudojimo sąlygos dažnai yra parašytos technine kalba, todėl plačiai visuomenei jas sunku suprasti. Duomenų rinkimo tikslas gali būti nežinomas vartotojams, kurie dažniausiai net negali kontroliuoti kaupiamos informacijos. Dėl šiuolaikinėje visuomenėje kasdien sukuriamų duomenų kiekio, į duomenų kontrolės procesus turi būti žiūrima labai rimtai. Turime nepamiršti, kad mes esame tie „didieji duomenys“ (angl. *Big Data*), todėl ir turime išlikti kritiški. Asmens duomenų valdymas turėtų tapti vienu iš mūsų įpročių, kurių mokytume savo vaikus nuo ankstyvojo amžiaus.

Įmonės naudoja mūsų duomenimis marketingo tikslais, atsižvelgia į mūsų gyvenimo būdą ir poreikius, taip bandydamos parodyti, kad jos žino, kas mums yra geriausia. Būtent todėl diskusijos apie teisę į privatumą yra tiesiogiai susijusios su duomenų naudojimu ir tvarkymu.

Saugus duomenų valdymas ir apsauga yra svarbus ne tik įmonėms, bet ir privatiems asmenims, todėl, kad dažnai asmens duomenimis yra dalijamasi su viena ar kita institucija (mokykla, universitetu, ligonine, darbovieta, banku ir pan.). Išmaniojo įrenginio saugumo pažeidimas sudaro sąlygas ir kitų asmenų duomenų vagystei. Daugybė šaltinių teikia saugaus duomenų valdymo ir apsaugos būdus, keletas kurių bus aptarti vėliau.

dr. Kristina Stankeviciute

NETIKRA TAPATYBĖ

Mąstant tapatybės (bendraja prasme) klausimą, reiktų atsižvelgti į tai, kaip yra suprantama asmeninė tapatybė. Asmens tapatybė svarsto mūsų, kaip žmogiškų būtybių, tapatumą: kas mes esame? Kas aš esu? Postmoderniojoje epochoje asmens tapatybės klausimas yra be galo svarbus. Didžiausias dėmesys yra skiriamas tapatybės laikinumo problemai. Zigmundas Baumanas dabarties laiką vadina takiu, likvidžiu. Jo idėja remiasi pagrindine postmodernistinės filosofijos linija (Lyotard'as, Baudrillard'as ir kt.), teigiančia, kad postmodernioji era yra suskaidyto, sklandaus ir dekonstruoto laiko era. Asmens tapatybė nėra tik fizinių savybių visuma. Asmens tapatybė apima žmogaus kūno savybes – mano kūnas turi tęstinumą laike, bet taip pat turi ir tam tikras psichologines bei sociologines žmogaus savybes – mano atmintis turi tęstinumą.

Kasdieniam gyvenime skaitmeninės komunikacijos priemonės ir technologijos mus taip apsupusios, kad jų nebepastebime. Jos nebesiskiria nuo kitų komunikacijos formų, tokių kaip gyvas bendravimas, tradicinė analoginė medija ir spauda (Cover, 2016). Kartais skaitmeninio ryšio priemonės mus „supa“ dieną ir naktį: nuo stacionaraus iki nešiojamojo kompiuterio, planšetės ar išmaniojo telefono, nuo prijungto „fitneso“ įrenginio arba išmaniojo laikrodžio iki radijo dažnio atpažinimo įrenginio (angl. *RFID*), nuo prie internetinio tinklo prijungto automobilio ar šaldytuvo, iki „Wi-Fi“ prieigos taško biure ir aukštos kokybės internetinių duomenų telefone. Mes esame apsupti, prijungti, visada *online*, ir naudojames šiais prietaisais kasdieniauose pokalbiuose, įsipareigojimuose, rutinos ir asmeniniams poreikiams/tikslams (Cover, 2016). Šiandien skaitmeninis ryšys tapo toks pat įprastas kaip ir televizorius ar karštas vanduo namuose. Ši skaitmeninė technologija daro įtaką mūsų santykiams, abipusiam vertinimui ir savo įvaizdžio formavimui. Pastaraisiais metais labai pasikeitė pati „*online*“ tapatybės idėja. XX amžiaus devintajame ir dešimtajame dešimtmečiuose dar buvo galima atskirti *online* ir *offline* tapatybės būsenas: kiekvieno individo internetinė tapatybė buvo laikoma šiek tiek netikra, virtuali, nereali, o *offline* tapatybė buvo tikra, įkūnyta. Tačiau šiandien asmens tapatybė visada yra *virtuali* (Cover, 2016). Tam tikra prasme mes nuolatos virtualiai steigiamės save, nes net tada, kai nesame šalia skaitmeninio ryšio įrenginio (tai šiais laikais yra itin reta), mes paliekame savo pėdsakus

internete, socialiniuose tinkluose, tinklaraščiuose ir kitose svetainėse, kurios aktyviai prisideda prie mūsų tapatybės formavimo (Cover, 2016). Šia prasme mes visada esame *online*, o mūsų tapatybės „visada yra įjungtos“ (Cover, 2016). Kasdienis buvimas nebėra atribojamas, nutolinamas ar „išjungiamas“ nuo tapatybės kūrimo/vaizdavimo proceso internete.

TAPATYBĖ IR PERFORMATYVUMAS

Tapatybė — tai savęs suvokimas reprezentacijų ir savireprezentacijų kontekstuose. Požiūrių į tapatumą yra daug, todėl jų istorinė raida yra sudėtinga ir, todėl, juos galima suprasti įvairiais būdais. Keliami klausimai yra susiję su praeities ir dabarties kultūrinėmis ir meninėmis išraiškomis: kas aš esu? Kas mes esame? Tapatumas pasirodo kaip identifikacinės kategorijos arba ribos, esančios kalboje, medijose ir kultūroje (Fearon, 1999). Tai gali apimti bendras tapatybės kategorijas, tokias kaip lytis, rasė, etniškumas, klasių skirtis ir seksualinė orientacija, kartu su tautybe, pilietybe, išsilavinimu, socialiniu ir ekonominiu statusu, švietimu ir karjera. Įvairiuose kontekstuose visos šios kategorijos skirtingai kuria asmeninę ir individualią patirtį, kuri suformuoja subjektą, tai, ką vadiname „Aš“ (Fearon, 1999).

Pasak lyčių studijų teoretikės ir filosofės Judith Butler, tapatybė yra „performatyvi“ (Butler, 1988). Mūsų tapatybės yra formuojamos laikantis kultūrinių reikalavimų (Butler, 1988). Mūsų tapatybės priklauso nuo mūsų savęs formavimo internetinėje erdvėje. Pavyzdžių galima rasti daug ir įvairių: asmeninio socialinio tinklo profilio kūrimas ir tobulinimas, tinklaraščio rašymas, kuriame yra analizuojamos įvairios problemos, asmenukų redagavimas ir platinimas, ar net Vikipedijos skaitymas, ir daugelis kitų sąmoningų tapatybės formavimo būdų. Visur esanti skaitmeninė medija ir skaitmeniškumas nebeleidžia mums atskirti, kada esame *online*, o kada *offline būsenoje* (Cover, 2016).

REGINYS

Atsukus kameras į save, pradėjus savarankiškai fotografuotis ir dalintis asmenukėmis internete, pasitvirtino Warhol'o „Penkiolikos minučių šlovės“ pranašystė. Asmenukė nukreipia į savęs apmąstymą apimdama tapatybės sąvoką skaitmeninėje komunikacijoje. Taip sukuriamą prieigą stebėti kaip kinta performatyvus tapatybės steigimo procesas skaitmeniniuose kontekstuose. Knygoje *Kūnai, turintys reikšmę* (angl. *Bodies That Matter*) Butler teigia, kad tapatybės performatyvumas „nėra individualus poelgis, bet visada tam tikros normos ar normų (pa)kartojimas“ (Butler, 1993: 12). „Subjektas pats neišreiškia ar neformuoja vidinės tiesos, bet cituoja, kartoja ir imituoja darnaus elgesio normas ir požiūrį, kurie dirbtiniu būdu formuluoja mintį, kad egzistuoja vidinė esmė“ (Cover, 2016).

Tapatybė visuomet formuojama santykyje su Kitu. Pasak prancūzų sociologo Jean Claude Kaufmann, individas yra sudarytas iš socialinės materijos, kuri yra sudedamoji visuomenės dalis. Tapatybės formavimas yra iššūkis, su kuriuo susiduria šiuolaikinė visuomenė. Šiais laikais vis daugiau kalbama apie identifikaciją, o ne tapatumą.

Identifikacija — tai judėjimas kažko link, niekad nepasiekiant galutinio tikslo. Identifikavimo proceso šerdis yra nesibaigiantis savęs identifikavimo bandymas – „paprastas judėjimas peržengti save!“ (Kaufmann, 2006). Kaufmann'as laiko identifikavimą „pasakojimu apie save, papasakotą sau“ – savitu pasakojimu.

Mag.Kult. Snjezana Baric-Selmic

KIBERNETINĖS PATYČIOS

Remiantis Kembridžo anglų kalbos žodynu, patyčios arba priekabavimas yra žmogaus elgesys, kuris įskaudina ar išgąsdina mažiau galios turintį žmogų. Dažnai asmuo, į kurį yra nukreiptos patyčios, yra priverčiamas daryti tai, ko nenori. (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bullying>). Patyčių terminas apima tiesioginius ar netiesioginius grasinimus, seksualines pastabas, neapykantos kupiną kalbą ar pasirinktos aukos jautrios asmeninės informacijos atskleidimą/viešinimą. Visa tai daroma siekiant pažeminti, įžeisti ar įskaudinti pasirinktą auką, taip sukeliant jai nepilnavertiškumo kompleksą aplinkinių akivaizdoje.

Internetinės patyčios arba internetinis priekabavimas yra toks pat elgesio tipas, tačiau patyčioms yra naudojamos elektroninės (pvz., el. paštas) ar kitos priemonės, tokios kaip socialinių medijų tinklai.

Internetinės patyčios skiriasi nuo tradicinių patyčių keliais požymiais: tapatybės problemomis (elektroninių patyčių aukos ne visada žino savo priekabautojo tapatybę), užpuolimo priežastimis (kodėl priekabautojas pasirinko juos kaip auką) ir turinio prieinamumu (priekabavimo būdai gali būti išplitę ir prieinami ilgą laiką). Visi šie elektroninių patyčių būdai gali sukelti aukai skaudesnes ir didesnes pasekmes nei kad sukeltų tradicinės patyčios.

Skaitmeniniai duomenys (duomenys, prieinami socialinių medijų svetainėse ir kitose platformose) dažnai yra prieinami plačioms auditorijoms, kurios ne visada yra geranoriškos duomenų savininkams. Turinys, kuriuo mes dalijamės internete kiekvieną dieną naudodamiesi įvairiais įrenginiais (išmaniaisiais telefonais, kompiuteriais) arba kitais komunikacijos kanalais (socialinių medijų svetainėmis, internetinių pirkinių puslapiais ir pan.), sukuria mūsų skaitmeninį įrašą (dar vadinamą skaitmeniniu pėdsaku arba reputacija internete, angl. *digital footprint*). Jis yra prieinamas daugeliui institucijų ir jų vartotojams: darbdaviams, sporto klubams, mokykloms, kolegijoms ar internetinių paslaugų pardavėjams (pvz., kelionių agentūroms, bankams ar elektroninėms parduotuvėms). Internetinės patyčios gali paveikti visas tiesiogiai ar netiesiogiai prie patyčių prisidėjusias puses – aukas, priekabautojus, tuos, kurie tik dalinasi įžeidžiančiu pranešimu/įrašu, nieko prie jo neprisidėdami (todėl laiko save nekaltais), ir pranešimo/įrašo sekėjus, stebėtojus.

Elektroninės patyčios kelia didesnę nerimą už tradicinės patyčias dėl kelių priežasčių: patyčios internete vyksta nuolatos (skaitmeniniai įrenginiai sudaro sąlygas bendravimui visą parą, o įžeidžiantys pranešimai gali būti siunčiami ir gaunami nenutrūkstamai), patyčių pėdsakai išlieka (jie sunkiai pašalinami ir, todėl, ilgą laiką gali

veikti aukos asmeninę reputaciją internete), tačiau yra sunkiai susekami (kitaip nei tradicinės patyčios, kurias taip pat ne visada lengva pastebėti, elektroninės patyčios vyksta „privačiai“ skaitmeninio įrenginio ekrane, todėl yra sunkiau pastebimos kitiems).

Internetu yra daugybė svetainių anglų kalba, kurias sukūrė įvairios su patyčiomis kovojančios organizacijos. Šios organizacijos teikia pagalbą nuo internetinių patyčių kenčiantiems ar nukentėjusiems asmenims. Svarbiausius patarimus galite rasti šiose svetainėse: „**Kaip mes galime padėti išvengti elektroninių patyčių?**“, „**Kaip reaguoti į elektronines patyčias?**“, „**Ką galiu padaryti jei matau elektronines patyčias?**“ ir pan.

dr. Kristina Stankeviciute

SKAITMENINĖ KŪRYBA

Žmonės – kūrybingos būtybės. Skaitmeninės technologijos suteikia mums galimybę be papildomų išlaidų kurti tekstus, straipsnius tinklaraščiuose, PDF formato failus, nuotraukas, piešinius, grafikus, infografikus, vaizdo įrašus nešiojamuose elektroniniuose prietaisuose. Kai kurie kūrybiniai darbai, tokie kaip tekstai, grafikai ir muzika, gali būti kuriami nuo pat pradžių kompiuteryje ar mobiliajame telefone. Taip pat, naudojantis mobiliaisiais įrenginiais galima kurti ir redaguoti nuotraukas bei vaizdo įrašus. Internetas mums suteikia galimybę pasidalinti savo skaitmenine kūryba su plačiąja auditorija.



Mums leidžiančios kurti skaitmeninės technologijos tampa vis galingesnės ir prieinamesnės.

Esti internetinės platformos, kurios skatina kūrėjus burtis į bendruomenes (pvz., www.deviantart.com – vaizduojamojo meno kūrėjams, www.gurushots.com – fotografijai, www.soundcloud.com – muzikos kūrėjams), kuriose nariai gali dalintis įžvalgomis ir atsiliepimais apie kitų narių darbą, skatinti vieni kitus kurti ir tobulėti.

Refleksija kūrybinei veiklai ir mokslui yra be galo svarbi, todėl vienas iš šios programos dalies tikslų – skatinti mokinius rašyti, kurti tinklaraščius, kuriuose jie galėtų įamžinti savo kūrybinio darbo proceso eigą. Taip pat savo tinklaraščiuose mokiniai turėtų laikyti asmeninio įkvėpimo pavyzdžius ir sekamų vaizdo įrašų pamokas. Vienos iš patogiausių ir populiariausių tinklaraščių kūrimo svetainių yra www.blogger.com ir www.wordpress.com.

Mūsų siūlomos internetinės svetainės: kūrybinio įkvėpimo ieškojimui www.pinterest.com; mokymui(si) apie bet kokią skaitmeninės kūrybos formą – www.youtube.com. Kiekviena skaitmeninės kūrybos sritis turi savo patarimus ir gudrybes, todėl mokiniai yra skatinami jas pristatyti ir jomis naudotis pasirinktoje srityje.

Šiais laikais, kai skaitmeninė kūryba yra pasiekama visiems, svarbu surasti savo unikalų pasaulio matymo (ar girdėjimo) būdą. Anot Oxfordo žodyno (angl. Oxford Learners Dictionary – www.oxfordlearnersdictionaries.com), vienas iš estetikos apibrėžimų yra toks: tai filosofijos šaka, tirianti grožio principus, ypač mene. Estetinį poveikį žmogui daro tiek jo paties suvokimas apie pasaulį, tiek technologijos, kurios leidžia pamatyti detales. Asmeninis estetiškas pajautimas yra tai, kas išskiria jūsų kūrybą iš visų kitų.

Vizualinėje kūryboje yra nurodomi penki žingsniai, galintys padėti atrasti savitą estetiką. Taip pat šie žingsniai taikomi ir muzikos kūrime.

Visų pirma, turite iš naujo atrasti, kas esate. Žemiau išvardinti klausimai, padėsiantys tai pasiekti:

- Ką jūs mėgstate veikti?
- Kas jums nepatinka?
- Kas jums labiausiai jumyse patinka?
- Kokia būtų jūsų tobula diena?
- Kaip norėtumėte, kad žmonės jaustųsi būdami jūsų kompanijoje?

Parašykite penkis dalykus apie save, kurie jus daro unikalius. Parašykite keletą citatų, kurios jus įkvepia ir (arba) atspindi jūsų asmenybę.

Antras žingsnis – atrasti savo įkvėpimą. Pabandykite prisiminti, kas lėmė jūsų sprendimą pasirinkti skaitmeninės kūrybos sritį. Atraskite žmonių darbus, kurie jums atrodo patrauklūs, gražūs.

Idėjų koliažo/lentos kūrimas (angl. mood board) – efektyvus būdas, padėsiantis jums atrasti savitą estetiką. Kitaip tariant, idėjų lenta yra jums patinkančių vaizdų koliažas. Keli klausimai, kurie padės jums sukurti savo idėjų lentą:

- Koks yra jūsų idealus gyvenimo būdas?
- Kur norėtumėte nukeliauti?
- Kokią veiklą norėtumėte išbandyti?
- Kaip papuoštumėte savo idealius namus?
- Kokie drabužiai ir apranga atspindi jūsų asmenybę?

- Kokios jūsų mėgstamiausios spalvos?

Galite išsirinkti jus įkvėpiančias scenas iš savo mėgstamų filmų, laidų ar serialų; citatas ir meninius paveikslus, kurie jus verčia jaustis taip, kaip jūs norite.

Dabar, kai jūsų pomėgių ir norų vizualizacija baigta, metas atitinkamai ir tvarkingai sudėlioti jūsų pasirinkimus. Pažvelkite į savo idėjų koliažą – galbūt dabar lentoje pamatysite tai, kas jai netinka/nepriklauso. Pabandykite tai pakeisti tai kažkuo kitu.

Paskutinis žingsnis – atradus įkvėpimo šaltinius, metas pradėti dirbti ir siekti asmeninių tikslų. Tegul šis įkvėpimas lydi jus ne tik kūrybinėje veikloje, bet ir kasdieniame gyvenime. Tarp įkvėpimo ir imitacijos-mėgdžiojimo yra plona riba. O geriausias būdas išvengti svetimos kūrybos kopijavimo – atrasti įkvėpimo šaltinių įvairovę ir ją pritaikyti asmeninėje kūryboje.

Artūras Kavaliauskas

IV. MEDIJOS IR BENDRUOMENĖ

Postmodernioji visuomenė yra *Homo videns* – mąstančio žmogaus – laikas (t.y. *Homo vidiot* – žmogus, kuris mato, žiūri, stebi; įvaizdžio žmogus) (Sartori, 1998: 37). Šiandien mūsų aplinka yra vizuali – mes gyvename vaizdinėje ir skaitmeninėje visuomenėje, kultūroje. Anot sociologo Zygmunto Baumano, mes gyvename tokioje visuomenėje. Nieko nėra pastovaus ar tvirto. Mes gyvename amžinoje dabartyje, o nerimas – pagrindinis šios dabarties jausmas (Baumann, 2000). Baumano teigimu, medijos mums asocijuojasi su autonomija ir laisve. Tačiau McLuhanas teigia, kad medija yra pranešimas ir (arba) masažas: postmodernusis žmogus medijose atranda gydomąją funkciją (McLuhan, 2001). Taigi atsižvelgiant į minėtas idėjas galima teigti, kad teksto ir žodinės formuluotės nebeužtenka. Medijos turi tapti paveikslėlių knyga (pasakojimu paveikslėliais).

Tačiau dėl interneto, pasaulinio tinklo ir jo pasiekiamumo/prieinamumo vystymosi, vietinė bendruomenė tapo globalizuota. Komunikacija niekuomet nebuvo tokia lengva ir greitai pasiekama visame pasaulyje. Taigi jūsų bendruomenė yra/ar gali būti *offline* ir *online* būsenose, bet ji taip pat gali būti daugelio globalių bendruomenių, esančių *online* būsenoje/ turinčių *online* statusą, dalimi, net ir pati nebūdama įtraukta fiziškai. Tai tiek nuostabą, tiek siaubą kelianti idėja.

Socialinės medijos gali padėti vietinėms bendruomenėms susijungti su platesniu pasauliu, netgi leisti joms tapti globaliomis. Newton Lee teigimu, „Facebook’as“ gali tapti atskira šalimi ar tauta (Lee, 2013). Virtualioji realybė yra beveik tikrovė, o tai, kas joje nutinka, tampa mūsų gyvenimo dalimi.

Antikos laikais, senovės romėnai valgydavo, gerdavo ir aptardavo svarbius reikalus simpoziumuose. Agoroje ar forume, senovės graikai ir romėnai diskutuodavo svarbiais politiniais ir respublikos klausimais. Tada bendruomenė atlikdavo medijų funkciją, o šiandien medijos yra bendruomenė.

Mag. Kult. Snjezana Baric-Selmic

MANIPULIACIJA

Žodis propaganda pirmą kartą minimas 1622 m., popiežiui Grigaliui XV įkūrus *Congregation de Propaganda Fide* (liet. *Tikėjimo skleidimo kongregacija*), o vėliau, 1627 m., popiežiui Urbanui VIII įsteigus *Propaganda collegium* (liet. *Propagandos kolegija*). Šių institucijų tikslas — skleisti ir stiprinti katalikų tikėjimą pasaulyje. Nuo tada šis žodis ir buvo pradėtas sieti su politinių, religinių, kultūrinių ir kitų ideologinių įsitikinimų platinimu. Lotyniškas žodis *propagatio* reiškia skleidimą, platinimą, plėtimą, o *propagare* – kažko skleidimas kokio nors bendruomenės nario ar atstovo pagalba.

Taigi propagandą galima apibrėžti kaip tam tikrų idėjų, principų ir doktrinų skleidimą. Siekiant turėti kuo daugiau pasekėjų, propaganda gali būti skleidžiama remiantis tiek teisingais, tiek neteisingais argumentais. Tai reiškia, kad propaganda gali būti progresuojanti ir regresuojanti, t.y. pažengusi arba redukcinė.

Anot amerikiečių lingvisto Noamo Čiomskio, Vudrou Vilsono administracija pirmą kartą panaudojo modernią vyriausybinių/valstybinių propagandą. Pirmojo pasaulinio karo viduryje, 1916 m., Vilsonas buvo išrinktas Amerikos prezidentu. Amerikos piliečiai buvo izoliacionistai ir nematė jokios svarios priežasties įsitraukti į Europoje vykstantį karą. „Vilsono administracija buvo įsipareigojusi karui ir turėjo ką nors daryti. Jie įsteigė vyriausybės propagandos departamentą, vadinamą „Creel“ komitetu, kuriam per šešis mėnesius pavyko pacifistinę šalies populiaciją paversti militaristine tauta, kuri buvo pasiruošusi sunaikinti viską, kas vokiška, nuplėšti vokiečiams galūnes, eiti į karą ir išgelbėti pasaulį“ (Chomsky, 1997: 6). „Buvo sulaukta didelio palaikymo iš žiniasklaidos, verslo atstovų, kurie prisidėjo prie propagandos organizavimo ir skleidimo, tai buvo didžiulė sėkmė. Valstybinė propaganda, nuo kurios nėra nukrypstama ir kuri yra palaikoma išsilavinusių visuomenės klasių, gali būti labai sėkminga. Tai buvo pamoka, kurią išmoko Hitleris ir daugelis kitų, ir ši pamoka išliko iki šių dienų“ (Chomsky, 1997: 7).

Jau ne kartą minėta Maršalo McLuhan'o klasika tapusi frazė „Medijos yra pranešimas“, bet „Medijos (taip pat) yra masažas“, sugrąžina mus prie gydomosios medijų funkcijos ir jos įtakos pasauliui. Masinės medijos įtaka – didžiulė, ypač todėl, kad ji pasiekia net ir pasyviausią auditoriją.

Liberaliosios demokratijos teoretikas Valteris Lipmanas teigia, jog visuomenėje egzistuoja dvi žmonių grupės: mažasis elitas ir didžioji likusios populiacijos dalis. Pastaroji Lipmano yra vadinama „pamišusia banda“. „Mes turime apsaugoti save nuo (viską) trypančios ir riaumojančios pamišusios bandos. Demokratijoje vyrauja dvi „funkcijos“: vykdomoji funkcija, kurią atlieka specializuota socialinė klasė, t.y. atsakingi vyrai, kurie mąsto, planuoja ir supranta (visuomenės) bendruosius interesus. Tuomet yra „pamišusi banda“, kuri taip pat turi savo funkciją demokratijoje. Jos funkcija – būti „žiūrovais“, o ne veiksmų dalyviais“ (Lippmann, 1922; Chomsky, 1997).

Noamo Čiomskio 10 populiariausių manipuliacijos strategijų, taikomų medijose

http://theinternationalcoalition.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation_08.html

<https://www.youtube.com/watch?v=gIFjSRCai5s>

1. Dėmesio nukreipimas

Vienas svarbiausių socialinės kontrolės elementų – dėmesio nukreipimo strategija. Tai strategija, kuria naudojasi politinio ir ekonominio elito atstovai, norėdami nukreipti visuomenės dėmesį nuo svarbių

problemų. Ši strategija naudoja išblaškančios „užtvindymo“ (angl. flooding) informacijos, kuri yra daugiau ar mažiau nereikšminga, techniką. Pagrindinė idėja – sudominti gal visuomenę ir nukreipti jos dėmesį į kitus dalykus, kad svarbiausios problemos liktų nepastebėtos. Dėmesio nukreipimo strategija siekia apriboti/suvaržyti visuomenės poreikį domėtis svarbiomis mokslo, ekonomikos, psichologijos, neurologijos ar kibernetikos sričių žiniomis: „Išlaikyti atitrauktą visuomenės dėmesį nuo realių socialinių problemų, sužavint (visuomenę) realios svarbos neturinčiais dalykais. Laikykite visuomenę užimtą, užimtą, užimtą, kad ji neturėtų laiko galvoti, grįžkite į ūkį ir prie kitų gyvūnų“ (Čiomsio citata iš knygos *Tylūs ginklai tyliam karui* (angl. *Silent Weapons for Quiet War*)).

2. Sukurti problemas, tuomet siūlyti jų sprendimus

Šis metodas dar kitaip vadinamas „problema – reakcija – sprendimas“. Sukuriama problema, t.y. atitinkama „situacija“, kuri iššauktų tam tikras visuomenės reakcijas, kad žmonės patys pradėtų norėti reikiamo sprendimo. Pavyzdžiui: medijose padaugėjus pranešimų apie nusikalstamumą ar smurtą mieste, visuomenė pradės jaustis nesaugiai, todėl bus priimti nauji saugumo įstatymai ar apribojanti politika. Arba bus dirbtinai sukuriamas ekonominė krizė, kad blogėjanti viešųjų paslaugų kokybė būtų priimta kaip natūrali krizės pasekmė.

3. Nuoseklumo principas

Ši strategija naudojama siekiant palaipsniui įdiegti nepopuliarius sprendimus. Pavyzdžiui, devintajame ir dešimtajame dešimtmėčiuose buvo įvestos naujos socialinės ir ekonominės sąlygos (neoliberalizmas): privatizavimas, didžiulis nedarbas, darbo užmokestis ir pan. Visi šie pokyčiai būtų sukėlę revoliuciją, jei jie būtų buvę taikyti ne palaipsniui, o iškart.

4. Atidėjimo strategija

Dar vienas būdas įdiegti nepopuliarius sprendimus – pateikti juos visuomenei kaip „skausmingus ir būtinus“. Visuomenė yra linkusi naiviai tikėtis, kad „rytoj viskas bus geriau“ ir aukojimosi būtinybė galbūt bus atšaukta.

5. Bendrauti infantiliai

Dauguma reklamų, skirtų plačiosioms masėms, vartoja infantilią kalbą, argumentus ir ypač intonaciją, lyg žiūrovas būtų mažas vaikas ar protiškai atsilikęs. Kodėl? „Jei kreipiatės į asmenį lyg jam būtų 12 metų ar mažiau, tai dėl tokios įtaigos, yra labiau tikėtina, kad ir jo reakcijos bei atsakymai bus nekritiški, kaip 12 metų ar jaunesnio vaiko.“ (Čiomsio *Tylūs ginklai tyliam karui* (angl. *Silent Weapons for Quiet War*)). KISS metodas „Laikykis paprastumo ir kvailumo, kad visi suprastų“.

6. Daugiau emocijų, mažiau apmąstymų

Emocinio aspekto taikymas manipuliacijoje – tai klasikinis metodas, padedantis blokuoti racionalų mąstymą ir individo suvokimą. Taip pat, emocinio registro taikymas leidžia „atverti pasąmonės duris“ ir taip įdiegti ar įskiepyti idėjas, norus, baimes ar elgesio modelius...

7. Laikyti visuomenę nemokšiška ir neišmanančia

Ši strategija kuria visuomenę, kuri nesuvokia pavergimo, kontrolės technologijų ir metodų. „Žemesniųjų socialinių klasių išsilavinimo kokybė turi būti skurdi ir nevisavertė, kiek tai įmanoma, kad plyšys tarp žemesnių ir aukštesnių socialinių sluoksnių išsilavinimo taptų neįveikiamas žemesnėms klasėms“ (Čiromskis *Tylūs ginklai tyliai karui* (angl. *Silent Weapons for Quiet War*)).

8. Skatinti visuomenę domėtis tuščiais, paviršutiniškais dalykais

Visuomenėje siekiama populiarinti, skleisti idėją, kad bukumas, vulgarumas ir tamsumas yra madingas, priimtinas.

9. Kaltės jausmas

Sukelti žmonėms kaltės jausmą dėl visų asmeninių nesėkmių, savo intelekto, gabumų ir pastangų trūkumo.

10. Žinoti apie žmones daugiau nei jie patys žino apie save

Spartėjanti mokslo pažanga kuria vis didėjantį žinių atotrūkį tarp didžiosios visuomenės dalies ir valdančiojo elito. Tie, kurie „turi išminties“ – valdo pasaulį. Dėl naujausių biologijos, neurobiologijos ir taikomosios psichologijos žinių, „sistema“ geriau supranta žmogų psichologiškai ir fiziškai nei jis pats save. Tai reiškia, kad „sistema“ turi daugiau galimybių kontroliuoti ir valdyti individą, nei jis pats save.

Mag.Kult. Snjezana Baric-Selmic

STEREOTIPAI

Stereotipą galime suprasti kaip „supaprastintą bendros socialinės žmonių grupės ir kultūros apibūdinimą“ arba „kategoriškumu grindžiamą reakciją į žmonių grupes, kurios numanomai ženkliai skiriasi nuo grupės, kuriai yra priklausoma“. Kitaip sakant, stereotipai padeda atskirti „mus“ nuo „jų“, tokiu būdu dalyvaudami tapatybės konstravimo procese.

Šiuolaikiniame individualistinės visuomenės pasaulyje, stereotipų praktika laikoma atgyvena. Giliai įsišaknijusius lyčių stereotipus bandoma sugriauti, pabrėžiant lyčių skirtumų eliminacijos svarbą. Socialiniai stereotipai neišlieka, nes visuomenė nuolat keičiasi. Politinius stereotipus (pavyzdžiui, liberalų ir konservatorių įsitikinimai ar stereotipai apie politiką) panaikina patys politikai (pavyzdžiui, Donaldso Trumpo asmenybė ir jo bendravimo bei išraiškos būdai, tokie kaip Trumpo pranešimai socialinių medijų kanale „Twitter“). Tačiau atrodo, kad nepaisant augančio „pasaulio piliečių“ ir mišrios tautybės žmonių skaičiaus,

kultūriniai stereotipai turi tęstinumą. Panašu, kad kultūriniai stereotipai išliko vienintele vis dar „politiškai korektiška“ stereotipų rūšimi.

Kultūriniame kontekste, stereotipai yra būdas suvokti kitą kultūrą, ją „išmatuoti“ ir palyginti su savo kultūra. Jei „suomiai yra lėtapėdžiai“, o „italai yra karštakošiai“, tai reiškia, kad mes – nei suomiai, nei italai – bet esame kažkur viduryje, lyg tariamai žymime tinkamą normą.

Stereotipų tyrimų pradininkas Valteris Lipmanas teigia, kad stereotipas funkcionuoja kaip savotiškas „pelėsis“, kuris greitai ir lengvai atsinaujina: bandymas viską matyti ne per tipų ir apibendrinimų prizmę, o naujai ir išsamiai, „išsekina“. Taigi stereotipai yra „energiją taupantys įrenginiai“. Tai reiškia, kad stereotipų formavimas kiekvieno individualaus žmogaus atžvilgiu nėra negatyvus, o veikiau padeda mums klasifikuoti žmones, prieš nusprendžiant, ar pradėti su jais draugystę, ar ne.

Socialinių mokslų kontekste, stereotipai dažnai suprantami kaip socialiniai standartai ar kultūriniai modeliai, kurie apibrėžia visuotinai priimtina bendravimą ir elgesį. Vis dėlto, kalbant apie nacionalinius stereotipus, svarbu suvokti vieną dalyką – kitos tautos paprastai laikomos prastesnėmis už savąją tautą. Unikalus tautos būdas remiasi skirtumu tarp „mūsų“ ir „jų“. „Jie“ nurodo ne tik į ypatingus kitos tautos bruožus, bet ir į tam tikrus socialinius bruožus, kurių „mes“ neturime.

Stereotipizavimas paprastai būna tiek vidinis, tiek išorinis. Nors pagrindinė stereotipų apie kitus formavimo priežastis yra poreikis atskirti „mus“ nuo „jų“, tokiu būdu sukuriant aiškius pasaulio suvokimo modelius, vis dėlto stereotipų apie save stiprinimas turėtų būti laikomas tapatybės formavimo įrankiu.

Medijos – svarbiausias ir galingiausias kultūrinių ir kitų stereotipų kūrimo įrankis. Masinės medijos kanalai (naujienų portalai, TV programos, filmai, serialai, radijo laidos, muzikiniai vaizdo įrašai) yra galingi įrankiai/ galingos priemonės, pritraukiančios auditorijas ir formuojančios jų nuomonę bei įsitikinimus. Medijoje yra įvairiai tyrinėjami rasiniai, etniniai, lyčių, seksualumo, kultūriniai, politiniai ir socialiniai standartai, elgesys ir lūkesčiai. Tai gali stipriai paveikti tradicinį visuomenės mąstymą. Pavyzdžiui, skalbimo miltelių „Proctor and Gamble“ reklamoje buvo suabejota tradicinių vyro ir moters vaidmenų pasiskirstymu namų ruošoje Indijoje, kai žmona turi atlikti visus darbus. Istorija papasakota jautriai, žiūrovai yra skatinami permąstyti tradicines šeimos vertybes. Ši reklama gavo daugybę apdovanojimų ir sukėlė diskusiją apie šeimos stereotipus Indijoje. Reklamą galite pamatyti čia: <https://www.youtube.com/watch?v=vwW0X9f0mME>

dr. Kristina Stankeviciute

REKLAMA

Komunikacija yra „Conditio sine qua non“ – būtina sąlyga žmogaus veiksmams ir progresui. Komunikacija naudojama visose žmogaus veiklos ir gyvenimo srityse, ji ypač svarbi ekonomikoje ir versle.

Socialiniai ir ekonominiai santykiai vystėsi kartu su visuomenės, žmonių elgesio būdų ir problemų sprendimo raida. Dėl tam tikrų ekonomikos raidos veiksnių, marketingo metodika tapo svarbiausia ne tik versle, bet ir visose kitose mūsų gyvenimo srityse.

Naujų marketingo komunikacijos priemonių atsiradimą, komunikacijos būdų, formų augimą ir tobulėjimą lemia pagreitėjęs technologijų vystymasis. Integruoto marketingo komunikacijos koncepcija – tai naujų aplinkybių, vartotojų poreikių ir norų pritaikymas prie visų rinkodaros veiklų ir jų naujų aplinkybių, taip pasiekiant geresnių rezultatų.

Marketingo komunikacija, t.y. vartotojų informavimas, prasidėjo taip pat senai kaip ir pati prekyba (komercija). Marketingo komunikacijos plėtra įvyko kartu su prekybos, ekonomikos, technologijų, gamybos procesų ir socialinių ryšių plėtimu.



Per visą marketingo komunikacijos istoriją, reklama buvo pagrindinis bendravimo būdas, kuris plėtėsi dėl masinių medijų (spauda, radijas, televizija).



Kiti marketingo komunikacijos būdai: pardavimų skatinimas, tiesioginė komunikacija, viešieji ryšiai (PR), viešumas ir pan. buvo naudojami retai.

Tuo metu įvykę aplinkos pokyčiai: masinis rinkos susiskaidymas, naujų IRT technologijų sprogdymas, rinkos netikrumas ir pasaulinės rinkos plėtra lėmė marketingo komunikacijos prisitaikymą prie naujų aplinkybių.

Aštunto dešimtmečio pradžioje, pripažindami naujus rinkos pokyčius, marketingo specialistai suprato, kad norint pasiekti geresnį rezultatą, būtina valdyti visą marketingo veiklą. Taigi 1990 metais buvo sukurta nauja rinkodaros valdymo koncepcija – integruota marketingo komunikacija (IMC).



Kaip paskleisti savo idėjas? Autorius — marketingo guru Seth'as Godin'as <https://www.youtube.com/watch?v=xBIVIM435Zg>

Reklama daro įtaką prekės ženklo vertei: prekės ženklo žinomumas, kokybė, asociacijos su prekės ženklu, lojalumas. Visa tai suteikia informaciją vartotojui apie prekės ar paslaugos kokybę. Taip vartotojams yra įteigiama, kad produktas ar paslaugos gali patenkinti jų poreikius ir norus.

„Reklamos funkcija informuoti ir daryti įtaką!“

Lot. „Advertere“ – pakreipti mintį link...

Pirmą kartą reklama minima 1665 metais, vienos rankdarbių parduotuvės iškaboje.

Reklama yra apmokamas, neasmeninis komunikacijos būdas, be greito grįžtamojo ryšio iš visuomenės.



„Pagrindiniai marketingo komunikacijos priemonių tikslai – bendrauti, konkuruoti ir įtikinti“ (Belch & Belch, 2018). Įmonės ar organizacijos turėtų užtikrinti, kad jų perduodama informacija yra aiški, tiksli, teisinga ir naudinga. Skaidrumas marketingo komunikacijoje apima ne tik sąžiningumo klausimą. Tai taip pat teisėtumo klausimas, nes nesąžiningi marketingo pranešimai gali baigtis teisiniais ieškiniais (Belch & Belch, 2018).

Informacinė reklama „orientuota į prekės ženklų, produktų, paslaugų ir idėjų žinių sklaidą. Šis reklamos tipas pateikia informaciją apie naujus produktus ir supažindina tikslinės auditorijos vartotojus su naujos produkcijos įvaizdžiu bei nauda“ (Belch & Belch, 2018).

Įtikinanti reklama „stengiasi paveikti ir įtikinti klientus, kad įmonės teikiamos paslaugos ar tiekiami produktai yra geriausi. Taip yra siekiama pakeisti vartotojo suvokimą ir pagerinti įmonės ar produkto įvaizdį. Šios reklamos tikslas – paveikti vartotojus ir jų sąmonę, kad jie imtųsi veiksmų ir keistų prekės ženklus išbandydami naują produktą, arba išliktų ištikimi dabartiniam prekės ženklui“ (Belch & Belch, 2018).

Priminimo reklama „primena žmonėms apie prekės ar paslaugos poreikį, funkcijas ir privalumus, kurie yra gaunami įsigijus prekę ar paslaugas“ (Belch & Belch, 2018).

Mag.Kult. Snjezana Baric-Selmic

VIRTUALI REALYBĖ

Virtuali realybė – tai „realus trimatis vaizdas ar dirbtinė aplinka, sukuriamą naudojant interaktyviosios aparatinės ir programinės įrangos derinį, kuris pateikiamas vartotojui taip, kad vartotojas įsisavina/įsisavintų šį derinį kaip realią aplinką“ (<https://www.realitytechnologies.com/virtual-reality/>). Tokiu būdu siekiama sukelti visišką „panardinimo“ jausmą – „jutiminė patirtis tampa tokia tikra, kad žmonės pamiršta, jog tai dirbtina, ir pradeda natūraliai sąveikauti su aplinka, kaip tai darytų realiame pasaulyje“ (<https://www.realitytechnologies.com/virtual-reality/>).

Virtualios realybės aplinka – visiškai dirbtinė, tačiau ji gali būti tiek reali, tiek nereali. Tai reiškia, kad aplinkos tikrovės modeliavimas gali atitikti kasdienio gyvenimo aplinką (pvz., automobilio vairavimas, vaikščiojimas gatvėje ar miške), arba gali būti sukuriamas naujas pasaulis, kuriame egzistuoja saviti įstatymai, gamtos reiškiniai ir fiziniai dėsniai – jie skiriasi nuo Žemės planetos laiko tėkmės, gravitacijos ir kitų gyvybės reiškinių (pavyzdžiui, ateivių medžioklė Mėnulio paviršiuje ir pan.).

Pagrindiniai virtualios realybės patirties elementai yra virtualus pasaulis (aplinka), imersija („panardinimas“), jutiminis grįžtamasis ryšis, interaktyvumas.

Aptariant virtualios realybės poveikį, reikėtų atsižvelgti į kelis aspektus. Pirma, virtuali realybė turi fizinį poveikį žmogaus kūnui – pasinėrimas į virtualią realybę gali sukelti kibernetinę ligą (angl. *cybersickness*) arba kinetozę, judėjimo sukeltą pykinimą. Paprastai tai pasireiškia tik pykinimu, kuris atsiranda praleidus tam tikrą laiką virtualioje aplinkoje dėl pasikeitusio fizinės pusiausvyros jausmo. Tarp kitų neigiamų fizinių padarinių minimas ir erdvės sąmoningumo praradimas, galvos svaigimas, dezorientacija, traukuliai ir akių skausmas.

Ne mažiau svarbūs ir psichologiniai bei etiniai klausimai, susiję su virtualia realybe, pavyzdžiui, desensibilizacija ir virtualus nusikalstamumas. Šios abi problemos susijusios su virtualios realybės žaidimais, kuriuose yra aukštas smurto lygis, arba karinės pratybos, kuriose kareiviai dalyvauja modeliuojamose kovose ir žudymo scenarijuose. Desensibilizacija atsiranda tada, kai žmogus nebepakelia tokių ribinio elgesio veiksmų kaip smurtas, ir todėl jis negali parodyti empatijos ar užuojautos. Kartais yra aktyviai ieškoma/siekiama tokio tipo adrenalino ir galios jausmo scenarijų. Šiuo metu dėl virtualaus nusikalstamumo tik spekuliuojama, keliama klausimai: „kas nutinka, jei kas nors įvykdo nusikaltimą virtualioje aplinkoje?“, „ar virtualios realybės dalyvis gali patirti nusikalstamos veiklos padarinius – skausmą, kančią ar kitas emocijas?“. Tačiau panašu, kad rimtesne problema tampa virtualiosios realybės „panardinimo“ lygis, dėl jo atsirandantis stresas ir įtampa, kuriuos patiria virtualiosios realybės vartotojai, t.y. smurtinių kompiuterinių žaidimų žaidėjai.

dr. Kristina Stankevičiūtė

V. MEDIJOS IR VALSTYBĖ

Medijų, ypač visuomenės informavimo priemonių (masinės medijos komunikacija), ryšiai su valstybėmis ir įvairiomis jų institucijomis visuomet buvo sudėtingi.

Kaip teigia Javed Jabbar, „egzistuojantys keliuose lygmenyse, valstybės ir medijų santykiai yra nepaprastai svarbūs abiem“. Valstybė yra monolitinė sąvoka, o kaip žodis – vienaskaitos forma, tačiau valstybė yra neatsiejama nuo medijų. Tris pagrindinius valstybės pamatus – įstatymų leidybą, vykdomosios valdžios ir teismų sistemas – sudaro daugybė segmentų. Skirtingi valstybės komponentai skirtingai sąveikauja su įvairiomis medijų priemonėmis priklausomai nuo konteksto. Dėl šios sąveikos, kuri, pritaikyta praktikoje, gali būti teigiama, neigiama arba neutrali, taip pat dėl medijų daromos įtakos visuomenei, daugelis medijų ekspertų, tarp jų ir Stjepan Malović, laiko medijas svarbiu valstybės segmentu ir įvairiai jas apibrėžia. Dažniausiai medijos vadinamos „ketvirtąja klase“ ir „ketvirtąja valdžia“ (kartu su vykdomąja, įstatymų leidžiamąja ir teismine valdžia, kurios administruoja valstybę) arba „septintąja valdžia“ (terminas atsirado XIX a., kai Europoje buvo šešios supervalstybės). Medijos ir valstybė gali daryti įtaką viena kitai įvairiais būdais. Jas tik iš dalies reglamentuoja teisiniai ir su medijomis susiję dokumentai.

Šiame paskutiniame skyriuje aptariamos sąvokos ir reiškiniai, labiausiai susiję su medijomis ir valstybe: propaganda, dezinformacija ir netikros naujienos (melaginga informacija), globalizacija ir globalinės, nacionalinės saugumo problemos.

Mag. Kult. Tomislav Levak

PROPAGANDA

Propaganda nuolatos naudojama daugelyje visuomenės veiklos sričių, o paties termino apibrėžimų yra be galo daug. Garth S. Jowett ir Victoria O'Donnell pabrėžia, kad propaganda yra sąmoningas, sistemingas bandymas formuoti žmogaus suvokimą, manipuliuoti jo sąmone ir nukreipti jo elgesį propagandisto ketinimų norima linkme tam, kad būtų iššaukta tam tikra reakcija. Medijų ir komunikacijos kontekste, propaganda yra apibrėžiama kaip komunikacijos forma, kuria, pateikiant tik vieną argumento pusę, siekiama paveikti visuomenės požiūrį tam tikros priežasties ar pozicijos atžvilgiu. Šia prasme, propaganda dažnai yra sėkmingas sistemingas metodas, kuriuo naudojantis yra manipuluojama informacija ir daroma įtaka visuomenės požiūriui. Taip pat, propaganda galime vadinti bet kokią žinią ar pranešimą, kuris, apeliuoja į žmogaus jausmus, siekia pakeisti jo požiūrį ir elgesį.

Žodžiai ir pasakymai, kurie dažnai vartojami kaip propagandos sinonimai: melas, tiesos iškraipymas, apgaulė, manipuliacija, proto valdymas, „smegenų plovimas“ ir kt.

Trys pagrindinės propagandos kategorijos: baltoji propaganda – atvira, paprastai priskiriama aiškiam šaltiniui; juodoji propaganda – paslėpta, apgalvota apgaulė, kai tyčia nurodomas klaidingas šaltinis; pilkoji propaganda – kai šaltinis paslėptas ir neidentifikuojamas. Propaganda dažnai yra pasikartojanti, ji skleidžiama įvairiomis medijų priemonėmis, atsižvelgiant į auditorijos nuomonę ir taip siekiant pasirinktų tikslų.

Yra išskiriama daugiau nei šimtas propagandos technikų ir bruožų. Septyni pagrindiniai propagandos skleidimo būdai, kuriuos 1938 metais nustatė „Propagandos analizės institutas“ yra šie: „bandos jausmo“ technika (angl. *bandwagon*), „faktų parinkimas“ (angl. *card stacking*), „blizgantys apibendrinimai“ (angl. *glittery generalities*), „etikečių klijavimas“ (angl. *name calling*), „tautos vardu“ (angl. *plain folks*), „ekspertų rekomendacijos“ (angl. *testimonials*) ir „manipuliavimas asociacijomis“ (angl. *transfer*). „Bandos jausmo“ technika skatina subjektus sekti minia, prisijungti prie kokios nors veiklos, kuria užsiima ir kiti. „Faktų parinkimas“, arba selektyvi faktų atranka, apima tik tam tikrų naudingų faktų naudojimą argumentui įrodyti. „Blizgantys apibendrinimai“ – žodžiai ir frazės, kuriems būdingi įvairūs pagražinimai, bet kurie nėra pagrįsti svariais argumentais. „Etikečių klijavimo“ technikoje prieš oponentą dažniausiai vartojami neigiamą ir įžeidžiančią reikšmę/prasmę turintys žodžiai ir apibūdinimai. Propagandistas, bandydamas įtikinti visuomenę, kad atsižvelgia į eilinio piliečio nuomonę, ir, kad dirba žmonijos/savo tautos gerovės labui, naudojami „Tautos vardu“. „Ekspertų rekomendacijos“ – tai bandymas įtikinti naudojantis tam tikra informacija, pavyzdžiui, pasitelkiant žinomas citatas, garsius žmones, populiarius produktus ir pan., kurie dažnai yra „ištraukiami“ iš konteksto ir klaidingai interpretuojami. „Manipuliavimas asociacijomis“ – tai technika, kurią naudojant vieni faktai nutylimi, o kiti neargumentuotai pakeičiami. Kitos propagandai būdingos technikos: teigimo (angl. *assertion*), „mažesnis iš dviejų blogybių“ (angl. *lesser of two evils*); „nurodymas į priešą“ (angl. *pinpointing the enemy*); stereotipų naudojimas (angl. *stereotyping*) ir kt. Paslėptas prekių rodymas (angl. *product placement*) yra ypatinga propagandos ir reklamos rūšis. Verslo žodyno duomenimis, tai reklamos ir propagandos technika, kurią įmonės naudoja subtiliai ir netradiciškai reklamuodamos savo produktus. Dažniausiai šio tipo reklama yra užslėpta filmuose, televizijoje ar kituose medijų kanaluose. Prekių rodymo technika dažnai naudojama muzikoje, kompiuteriniuose vaizdo žaidimuose, klasikinėse skaitmeninėse laikmenose ir pan.

Propagandinių pranešimų ir tikslų sklaidai naudojamos visos tradicinės ir naujųjų medijų priemonės, bei įvairios viešosios reklamos ir informacijos skleidimo formos: knygos, laikraščiai, žurnalai ir kiti leidiniai, radijas, televizija (analoginė ir skaitmeninė), internetas, karšto oro balionai, reklaminiai plakatai, mobiliosios skelbimų lentos, švieslentės, lauko propaganda (reklama) ir telereklama. Šiais laikais mobilieji telefonai (žinutės, programėlės ir kitos įvairios telefono komunikacijos platformos) ir socialiniai tinklai yra efektyviausi įrankiai ir metodai propagandos sklaidai. Todėl labai svarbu žinoti, kaip atpažinti propagandą. Tarptautinio projekto „Mind Over Media in ES – Analyzing Contemporary Propaganda“ vadovai ir dalyviai teigia, kad propaganda būna įvairių formų, yra naudojama, atrodytų, paprasta metodika, kuri paveikia žmonių sąmonę

– apeliavimas į emocijas; reagavimas į auditorijos poreikius ir vertybes; informacijų ir idėjų supaprastinimas; propagandos priešininkų puolimas.

Mag.Kult. Tomislav Levak

DEZINFORMACIJA IR NETIKROS NAUJIENOS

Trys svarbūs įvykiai politiniame pasaulio žemėlapyje atkreipė visuomenės dėmesį į netikrų naujienų rengimo ir skleidimo/platinimo reiškinį: Rusijos ir Ukrainos konfliktas, besitęsiantis nuo 2014 metų; referendumas dėl Jungtinės Karalystės pasitraukimo iš Europos Sąjungos („Brexit“) 2016-ųjų metų pavasarį, 2016-ųjų metų JAV rudens rinkimų kampanija ir Donaldo Trumpo tapimas JAV prezidentu. Būtent Trumpas plačiojoje visuomenėje išpopuliarino terminą „netikros naujienos“ (angl. *fake news*).

Nuo seno šnekamojoje kalboje buvo kuriama, platinama ir skleidžiama atsitiktinės ar apgalvota, melaginga, nepatikrinta ir netiksli informacija. Pirmas tokios informacijos rašytinis skleidimo pavyzdys siekia XV amžiaus II-ąją pusę, spaudai tapus pagrindine visuomenės informavimo priemone. Kartais tokie įvykiai buvo vadinami gandai. Pradžioje, laikraščių straipsniai, kuriuose buvo pateikiama melaginga, nepatikrinta ar nepagrįsta informacija, buvo žymimi lotyniška santrumpa NT (lotyniškas terminas non testatum) teksto pabaigoje. Vėliau šios rūšies melagingos naujienos buvo vadinamos „žurnalistine antimimi“ (iš vokiško žodžio die Ente, kuris reiškia „antis“), kurios tapo populiariu laikraščių žanru. Dėl medijų, ypač visuomenės informavimo priemonių (tokių kaip radijas, televizija ir naujienų portalai) plėtros, dezinformacija, nepatikrinta ir sensacinga informacija plinta kur kas greičiau ir lengviau. Atsiradus internetui, socialiniams tinklams ir komunikacijos platformoms (socialinėms programėlėms), komunikacija perėjo iš vienkryptės (iš žiniasklaidos į visuomenę) į dvikryptę komunikaciją („viskas visiems“). Taip buvo suteiktas stabilus pagrindas netikrų naujienų produkcijai/kūrimui ir sklaidai. Netikros naujienos tampa rimta socialine problema, nes jos vyrauja beveik visose visuomenės veiklos srityse ir daro didžiulį poveikį sveikatos, politikos ir saugumo institucijoms.

Netikras naujienas galima apibrėžti įvairiais būdais. David Leondhardt ir Stuart A. Thompson pateikia išsamiausią apibrėžimą – netikros naujienos (dar žinomos kaip šlamšto naujienos ar pseudo naujienos) yra „geltonosios“ žurnalistikos ir propagandos rūšis. Ją sudaro apgalvota dezinformacija ar apgaulė, kuri yra skleidžiama tradicinėmis žiniasklaidos priemonėmis (spauda ir transliavimo sistema) arba internetinėmis socialinėmis medijomis. Kaip teigia daugelis medijų ekspertų, terminas „netikros naujienos“ yra netikslus, nes kažkas turi būti tiesa, kad tai būtų naujienos. Kiti pasakymai arba šios frazės sinonimai: dezinformacija, netikra informacija, melaginga informacija, informacijos sutrikimas ir kt. Taip pat yra nemažai naujienų kategorijų, kurios primena netikras naujienas, jų „artimųjų pusbrolių“, kuriuos įvardija Hunt Alcott ir Matthew Gentzkow: netyčinės pranešimo klaidos; gandai, kurie neatitinka konkretaus naujienų straipsnio; sąmokslų teorijos; satyra; melagingi politikų teiginiai; nuo tiesios nukrypusios arba klaidinančios, tačiau ne visiškai melagingos ataskaitos.

Netikrų naujienų skleidimo priežastys gali būti skirtingos, tačiau dažniausiai jos yra materialios (pelnas) arba ideologinės (tam tikrų politinių idėjų sklaida). Keletas išankstinių sąlygų ir priežasčių, skatinančių melagingos informacijos skleidimą: augantis žmonių skaičius, kurie skaito tik skaitmenines naujienas („Reuters“ instituto 2016 metų skaitmeninių žinių ataskaita); stabiliai augantis socialinių tinklų ir komunikacijos platformų vartotojų skaičius („DreamGrow“, 2017); dažnas žmonių polinkis rinktis naujienas ir tiesos/patikimus šaltinius iš internetinių draugų ir kontaktų („Edelman Trust Barometer“, 2017); ir tai, kad, pasak Adomo Kucharskio, gandai ir mintys perduodami socialiniais tinklais. Taip pat svarbu paminėti mažėjantį pasitikėjimą socialinėmis institucijomis ir didėjantį polinkį tikėti sąmokslo teorijomis, kurios sudaro palankias sąlygas netikrų, melagingų naujienų plitimui.

Yra sukurta daugybė netikrų naujienų aptikimo ir atpažinimo būdų. 2017 metais, Tarptautinė bibliotekų asociacijų ir institucijų federacija (IFLA) publikavo dokumentą pavadinimu „How to Spot Fake News“ (liet. „Kaip atpažinti netikras naujienas“), kuriame yra aštuoni patarimai, padėsiantys sėkmingai atpažinti netikras naujienas: apsvastykite šaltinio patikimumą; skaitykite ne tik antraštes; patikrinkite šaltinio autorių; suraskite pirminius ir antrinius šaltinius; patikrinkite datą; „tyrimas, ar tai pokštas?“; patikrinkite savo šališkumą; klauskite ekspertų. Taip pat yra keletas būdų, padedančių kovoti su netikrų naujienų rengimu ir plitimu: modelio atpažinimo algoritmai; konferencijų ir mokslinių tyrimų populiarėjimas; naujų medijų priemonių ir teisinio reguliavimo sistemų kūrimas; didėjantis internetinių svetainių, asmenų, portalų ir organizacijų, kuriose tikrinami faktai, kūrimas; gairių, kaip kovoti su problema, kūrimas – medijų raštingumo lygio kėlimas.

Mag.Kult. Tomislav Levak

GLOBALIZACIJA

Knygos *Tinklinės visuomenės iškilimas, 1996* (angl. *The Rise of Network Society, 1996*) prologe, kuri priklauso knygų trilogijai *Informacijos amžius: ekonomika, visuomenė ir kultūra* (angl. *The Information Age: Economy, Society and Culture*“), ispanų sociologas Manuel'is Castells daro išvadą, kad globaliame turto, galios ir vaizdų pasaulyje yra matoma kolektyvinės ar individualios, primastos ar sukonstruotos tapatybės paieška. Tai tampa pagrindiniu visuomenės tikslo šaltiniu (esme) (Castells, 2010).

Anot Castells: „tapatybė istoriniame amžiuje tapo pagrindiniu, kartais net vieninteliu tikslo šaltiniu, kuris naikina organizacijas, delegitimizuoja institucijas, silpnina socialinius judėjimus“ (Castells, 2010: 353).

Pagrindinė šio proceso priežastis – milžiniškas ir spartėjantis „globalių instrumentinių mainų tinklų“ vystymasis ir plitimas. O tai kelia didžiulę grėsmę bet kokiai nepriklausomybės formai. Šie pasauliniai tinklai pasirinktinai apima asmenis, grupes, regionus ar net valstybes. Mūsų visuomenės struktūra grindžiama

dvipole opozicija tarp „tinklo“ ir „savęs“. Antrojo tūkstantmečio pabaigoje atsirado daug skirtingų visuomenės formų. Buvo apjungta daugybė pagrindinių socialinių, technologinių, ekonominių ir kultūrinių transformacijų ir taip atsirado nauja visuomenės forma – t. y. „tinklinė visuomenė“ (Castells, 2010).

Padidėjus kelionių ir migracijos srautams bei susikūrus naujoms informacinėms technologijoms, išaugo mainų ir kultūrinių sandorių skaičius.. Todėl kiekvienos tautos svarbiausios vertybės nyksta, o nacionalinė tapatybė globalėja. Globalizacija nebūtinai nurodo vieną globaliai suartėjusios ir vieningos vertybių sistemos atsiradimą. Globalizacija priklauso nuo tarptautinių, nacionalinių ir subnacionalinių dalyvių sandorių.

Šie globalūs mainai ir kultūriniai sandoriai skatina ieškoti ir veikti, kelti klausimus, ką vadiname unikaliu, vietiniu, regioniniu ar nacionaliniu identitetu. Konkretūs pavyzdžiai matomi didėjančiame tradicinio teatro, sezoninių festivalių, tautinių drabužių, dainų gimtąja kalba, vietinių amatininkų maisto populiarume. Tačiau esama ir ne tokių gražių pavyzdžių: nacionalizmo iškilimas ir anksčiau minėti etniniai konfliktai, kurie pastaraisiais dešimtmečiais vyrauja didžiojoje Europos dalyje. Mes susiduriame su vadinamuoju globalizacijos-lokalizacijos „šiuolaikinės kultūros paradoksu“ (Ester et al., 2006).

„Globalizacija nebando suplakti pasaulio kultūrų į vieną bendrą katilą, ar „spagetizuoti“ vertybių sistemų (Ester et al., 2006). Veikiausiai bandoma sukurti globalių ir nacionalinių, ar net vietinių kultūrų sambūvį. Taip pat, galima kultūrų sintezė, virsmas į kažką naujo, į tai, kas susideda iš stiprių „kitos“ ir „savos“ kultūros elementų, kurie susilieja tarpusavy, taip panaikindami kultūrinę atskirtį (Ester et al., 2006).

Mag.Kult. Snjezana Baric-Selmic

SAUGUMO PROBLEMAS

Pasak RAND, Amerikos pasaulio politikos ekspertų grupės (angl. *think-tank*) ir pasaulinį saugumą (dar vadinamą tarptautiniu saugumu) apima karinės ir diplomatinės priemonės, kurių šalys ir tarptautinės organizacijos, pavyzdžiui, Jungtinės Tautos, Europos Sąjunga ir NATO, imasi siekdamos užtikrinti abipusį/kolektyvinį saugumą. Šios priemonės apima karinių veiksmų ir diplomatinių susitarimų (tokių kaip sutartys ir konvencijos) klausimus. Kembridžo žodyne globalus saugumas yra apibrėžiamas kaip pasaulio apsauga nuo karo ir kitų grėsmių. Anot Tinmore instituto, pasaulinio saugumo grėsmėms ir pavojams gali būti priskiriamos gamtinės nelaimės ar pagrindinių žaliavų išnykimas; žlugusios ar žlungančios valstybės; pandemijos (kiaulių gripas ir pan.); klimato kaita; masinė gyventojų migracija; pilietiniai neramumai; ir kiti netikėti trikdžiai, keliantys pavojų nacionalinei taikai. Svarbiausios priemonės, užtikrinančios visuotinį saugumą: kariniai veiksmai, diplomatija, politikos kūrimas ir įgyvendinimas, valdymo procesai, technologijos pokyčiai ir plėtra, ir pan.

Tarptautinis ir nacionalinis saugumas yra neatsiejamai susiję. Galima sakyti, kad tarptautinis saugumas yra nacionalinis saugumas arba valstybės saugumas globaliame pasaulyje. Anton Grizold teigimu, nacionalinio saugumo sistemą galima apibrėžti kaip mechanizmų rinkinį, kurio tikslas yra apsaugoti pagrindines socialines vertybes nuo galimų išorinių ar vidinių pavojų, užtikrinti piliečių laisvę ir tarpusavio taiką, bei sudaryti bendras vystymosi ir klestėjimo galimybes visiems bendruomenės nariams. Piliečių saugumas priklauso nuo nacionalinio saugumo sistemos, jos organizuotumo ir efektyvumo. Darko Lacković pabrėžia, kad šiuolaikines valstybinio saugumo sistemas sudaro dvi dalys: saugumo politika, kuria siekiama užtikrinti saugumą ir apsaugoti pagrindines socialines vertybes (įskaitant užsienio, gynybos, ekonominę, socialinę, aplinkos, sveikatos, energetikos, švietimo ir kultūros politikas) ir saugumo sistema, kurios pagrindinis tikslas – užtikrinti saugumą visuomeniniu lygmeniu.

Atsitiktinis ar sąmoningas netinkamas ir (arba) neatsargus įvairių visuomenės informavimo priemonių naudojimas, kuris tiesiogiai ar netiesiogiai susijęs su konkrečios šalies visuotinio ir (arba) nacionalinio saugumo grėsmėmis ir problemomis, arba nepatikrintos, melagingos ar netikslios informacijos skleidimas, gali sukelti pavojų pasauliniam ir (arba) nacionaliniam saugumui. Visi visuomenės sistemos nariai potencialiai gali kelti grėsmę: valdžia, politikai, kariniai vadai, žurnalistai ir kiti. Vienas žinomiausių šiuolaikinių pavyzdžių pasaulyje – medijų (ypač socialinių tinklų) tyčinis naudojimas, siekiant destabilizuoti šalies, šiuo atveju Ukrainos, saugumą, Rusijos ir Ukrainos konflikte, kuris vyksta nuo 2014 metų.

Marijana Musladin įspėja, kad socialinių tinklų naudojimas gali kelti pavojų nacionaliniam saugumui arba padėti pasiekti valstybinio lygmens strateginius interesus, atsižvelgiant į tai, kas, kaip ir koku tikslu jais naudojasi. Grėsmės nacionaliniam saugumui ir neigiamos pasekmės valstybės strateginiams interesams gali kilti dėl skirtingo socialinių tinklų naudojimo, kurie šiuo metu yra pagrindinės informacijos perdavimo ir mainų priemonės internete. Neigiamas poveikis nacionaliniam saugumui gali kilti ir tada, kai valstybiniai ir nevalstybiniai subjektai, turintys prieigą prie neskelbtinos informacijos apie saugumą, pavyzdžiui, diplomatijos atstovai, valstybinio lygio strateginės įmonės, žvalgybos tarnybos ir pan., naudojasi socialinėmis medijomis, ypač socialiniais tinklais. Kylančios grėsmės nacionaliniam saugumui dėl netinkamo socialinių tinklų naudojimo: terorizmas, organizuotas nusikalstamumas, ginkluoti konfliktai, protestai ir revoliucijos, neatsargus valstybės tarnautojų ir darbuotojų naudojimas socialiniais tinklais. Šiuo metu daug problemų kyla dėl nuo 2015-ųjų metų besitęsiančios imigrantų krizės Europoje, dėl išaugusio migracijos skaičiaus iš Afrikos ir Azijos šalių į ES šalis.

Kiekvienos valstybės piliečiai turėtų išmokti atpažinti medijose keliamas grėsmes pasauliniam ir nacionaliniam saugumui. Taip pat žinoti būdus, kaip užtikrinti informacijos patikimumą ir kritiškai įvertinti medijų pranešimus, ypač susijusius su saugumo problemomis.

Mag.Kult. Tomislav Levak

PRAKTINĖ DALIS



SUPRASK MEDIJŲ ETIKĄ

Tikslas

Išmokyti elgtis etiškai naudojant medijas.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Etika, skaitmeninės medijos, socialinės medijos, etiška žurnalistika, medijų teisė, medijų etika

Reikalingos priemonės

Kompiuteris su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, Gmail paskyra, **užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaitykite **Code of Ethics** (anglų k.) [*Priedas 1*]
- Suskirstykite mokinius į grupes po tris
- Peržiūrėkite vaizdo įrašą: <https://www.youtube.com/watch?v=zcNeA4bPLoU> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių surasti po tris **Etikos** ir **Medijos** apibrėžimus trijuose internetiniuose žodynuose. Aptarti.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių pažvelgti į Calvino Kleino reklamą ir savo grupėse aptarti: Ar medijų žinutė yra etiška, ar ne? Kodėl?

Užduotis 3: Paklauskite mokinių:

- *Kuo skiriasi etiškas ir teisinis elgesys?*

Paleiskite vaizdo įrašą: <https://www.youtube.com/watch?v=zcNeA4bPLoU> (anglų k.) ir paprašykite mokinių pasižymėti svarbią informaciją.

Užduotis 4: Paprašykite mokinių įvardinti penkis etikos principus, kurių dažniausiai nesilaikoma medijų žinutėse.

Toliau, paprašykite jų, naudojant frazę „žurnalistikos principai“, surasti bent penkis principus internete.

Užduotis 5: Skirkite užduotį mokiniams - dirbti grupėse, internete surasti straipsnius apie skaitmeninių medijų etiką ir pasižymėti esminius aspektus.

Kiekviena grupė pristato savo surinktą informaciją.

Papildoma užduotis

Kiekviena grupė suranda penkias reklamas (nuotraukas) ir aptaria ar jos yra etiškos, ar ne? Kodėl?

Grįžtamasis ryšys

Paprašyti mokinių, pritaikant esminius žiniasklaidos principus, nufotografuoti reklamą, kuri jų nuomone yra neetiška ir atsiųsti ją mokytojui(ai).

Užduotis 1

Suraskite po tris etikos ir medijos apibrėžimus trijuose skirtinguose internetiniuose žodynuose.

MEDIJOS	ETIKA
1.	1.
2.	2.
3.	3.

Aptarkite ir parašykite kas jūsų nuomone galėtų būti **medijų etika**. Taip pat, ar viskas ką matote ir girdite žiniasklaidoje yra etiška?

Užduotis 2

Pažvelkite į Calvino Kleino reklamą ir savo grupėse aptarkite: Ar medijų žinutė yra etiška, ar ne? Kodėl?



<https://theconversation.com/do-sex-and-violence-actually-sell-45138>

Užduotis 3

Koks skiriasi etiškas ir teisinis elgesys? Aptarkite.

Po vaizdo įrašo peržiūros

Užduotis 4

Įvardinkite penkis etikos principus, kurių dažniausiai nesilaikoma medijų žinutėse. Suraskite bent penkis žurnalistų etikos principus internete, naudodami frazę „**žurnalistikos principai**“.

1.	2.	3.
4.	5.	

Užduotis 5

Dirbdami grupėse, internete suraskite straipsnius apie skaitmeninių medijų etiką ir pasižymėkite esminius aspektus. Pristatykite savo surinktą ir apibendrintą informaciją.

ETIŠKOS ŽURNALISTIKOS PRINCIPAI

Tikslas

Suprasti medijų etikos principus; išvardinti bent dešimt pagrindinių etiškos žurnalistikos taisyklių

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Etika, tiesa, informacija, informacijos kaupimo būdai, patikrinta informacija, turinys

Reikalingos priemonės

Code of Ethics (anglų k.) [*Priedas 1*] kopija kiekvienam mokiniui, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui, kompiuteriai su prieiga prie interneto

Programėlės:

- <https://www.visme.co/>
- <https://www.easel.ly/>
- <http://vizualize.me/>
- <https://piktochart.com/>

Prieš pamoką

- Perskaitykite **Code of Ethics** (anglų k.) [*Priedas 1*]
- Išnagrinėkite informaciją apie infografikus; <https://www.columnfivemedia.com/infographic> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių perskaityti **Code of Ethics** [*Priedas 1*]. Kartu aptarkite keturis etiškos žurnalistikos principus pateiktus [*Priedas 1*]. Keturi principai:

1. Ieškoti tiesos ir ją skelbti (Seek truth and report it)
2. Sumažinti žalą (Minimize harm)
3. Veikti savarankiškai (Act independently)
4. Būti atsakingu ir skaidriu (Be accountable and transparent)

Užduotis 2: Paprašykite mokinių išsirinkti straipsnį iš betkurio naujienų portalo ir atsakyti į klausimą: Ar straipsnyje taikomi/netaikomi keturi etiškos žurnalistikos principai? Kodėl?

Užduotis 3: Paprašykite mokinių sukurti infografiką naudojant vieną iš nemokamų programėlių. Jame turėtų būti bent dešimt pagrindinių etiškos žurnalistikos/ medijų žinutės kūrimo taisyklių. Mokiniai gali naudotis *Code of Ethics* tekstu tam, kad prisimintų pagrindines etiškos žurnalistikos taisykles.

Papildoma užduotis

Mokiniai naudodami balsavimo programėlę (pvz: Answer Garden) išrenka patraukliausią infografiką, kuris bus atspausdintas ir pakabintas klasėje.

Grįžtamasis ryšys

Sukurti infografikai parodys ar mokiniai geba išvardinti bent dešimt pagrindinių etiškos žurnalistikos taisyklių.

Užduotis 1

Perskaitykite *Code of Ethics* ir aptarkite keturis etiškos žurnalistikos principus.

Užduotis 2

Išsirinkite straipsnį iš bet kurio naujienų portalo ir atsakykite į klausimą: Ar straipsnyje taikomi/netaikomi keturi žurnalistikos principai? Kodėl?

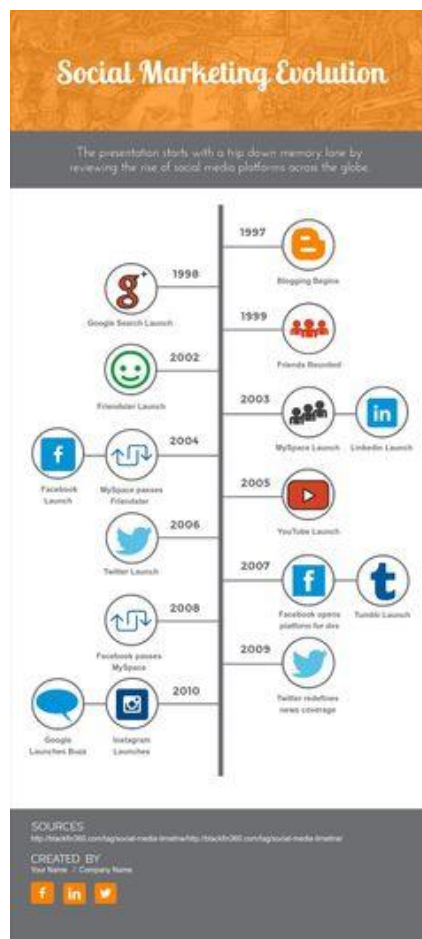
	Antraštė	Kodėl?
Taikomi		
Netaikomi		

Užduotis 3

Pasirinkite vieną iš internetinių programėlių ir sukurkite infografiką, kuriame būtų bent **dešimt** pagrindinių etiškos žurnalistikos/ medijų žinutės kūrimo taisyklių. Galite naudoti *Code of Ethics* tekstą tam, kad prisiminti pagrindines etiškos žurnalistikos taisykles. Programėlės:

- <https://www.visme.co>
- <https://www.easel.ly>
- <http://vizualize.me>
- <https://piktochart.com>
- <http://www.canva.com>

Pavyzdys:



KLAUSIMYNAS APIE ETIKĄ SUDARYMAS

Tikslas

Suprasti etikos, medijų etikos sąvokas bei socialinių pokyčių, susijusių su etika, procesus.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Etika, skaitmeninės medijos, socialinė etika, etiška žurnalistika, medijų etika

Reikalingos priemonės

Užduočių lapo kopija kiekvienam mokiniui, multimedija

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Etika**
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Priminkite mokiniams kas yra etika, medijų etika, etiška žurnalistika ir t.t.

Paprašykite mokinių sukurti klausimyną apskritai apie etiką ir ypač apie medijų etiką (įtraukti klausimus apie amžių, lytį, tautybę ir t.t.). Klausimynas turi būti sutelktas į:

- *Kas jūsų visuomenėje laikoma etiška ir neetiška?*
- *Kaip žmonės supranta medijų etiką?*
- *Ar jie pastebi neetišką žiniasklaidos, viešų ar privačių asmenų elgesį, kokia jų reakcija į tai, ar jie kreipiasi į redaktorių, skundžiasi vyriausybei, ar nieko nedaro? Ir t.t.*

Užduotis 2: Paprašykite mokinių suvaidinti interviu. Jie turi pasirinkti vieną asmenį iš kitos grupės ir, naudodamiesi sukurta anketa, surinkti informaciją, kuri bus naudojama vėliau.

Namų darbų užduotis

Naudodamiesi tuo pačiu klausimynu, kiekviena grupė turės apklausti dar dešimt žmonių ir surinkti informaciją. Svarbu įtraukti įvairaus amžiaus ir išsilavinimo žmones, jei įmanoma, įvairių kultūrų žmones. Jie turės apibendrinti rezultatus, surinktą informaciją vizualiai iliustruoti (diagrama, brėžinys ir kt.) ir pristatyti kitą pamoką.

Grįžtamasis ryšys

Namų darbų aptarimas suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie jų supratimą apie socialinę etiką ir medijų etiką.

Užduotis 1

Sukurkite klausimyną apskritai apie etiką ir ypač apie medijų etiką (įtraukite klausimus apie amžių, lytį, tautybę ir t.t.). Klausimynas turi būti sutelktas į:

- *Kas jūsų visuomenėje laikoma etiška ir neetiška?*
- *Kaip žmonės supranta medijų etiką?*
- *Ar jie pastebi neetišką žiniasklaidos, viešų ar privačių asmenų elgesį, kokia jų reakcija į tai, ar jie kreipiasi į redaktorių, skundžiasi vyriausybei, ar nieko nedaro? Ir t.t.*

Sample Survey**Instructions**

Answer questions as they relate to you. For most answers, check the box(es) most applicable to you or fill in the blanks.

About You**1. Your Age**

(Select only one.)

- ☐ 17 or less
☐ 18-25
☐ 26-35
☐ 36-45
☐ 46-55
☐ 56-65
☐ 66-75
☐ 76 or more

2. Your Gender

(Select only one.)

- ☐ Female
☐ Male
☐ Other

3. Your Role

(Select all that apply.)

- ☐ Clerical
☐ Sales
☐ Design
☐ Marketing
☐ Executive
☐ Other

JŪSŲ KLAUSIMYNAS**Užduotis 2**

Pasirinkite vieną asmenį iš kitos grupės ir, naudodamiesi sukurta anketa, surinkite informaciją, kuri bus naudojama vėliau.

Namų darbų užduotis

Naudojantis tuo pačiu klausimynu, jūsų grupė turės apklausti dar dešimt žmonių ir surinkti informaciją. Svarbu įtraukti įvairaus amžiaus ir išsilavinimo žmones, jei įmanoma, įvairių kultūrų žmones. Jūs turėsite apibendrinti rezultatus, surinktą informaciją vizualiai iliustruoti (diagrama, brėžinys ir kt.) ir pristatyti kitą pamoką.

ETIKOS IR MEDIJŲ ETIKOS PANAŠUMAI IR SKIRTUMAI

Tikslas

Suprasti etiško požiūrio ir normų būtinumą naudojant medijas, kuriant medijas ir platinant medijų turinį.

Trukmė

150 min

Raktiniai žodžiai

Etika, moralė, taisyklės, kurti, turinys, skaitmeninės medijos, socialinės medijos

Reikalingos priemonės

Kompiuteris su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Etika**
- Pažiūrėkite filmą **The Nightcrawler** sukurtą Dan Gilroy, 2014 (117 min.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti kelis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą išgirdus žodžius „etika“ ir „medijų etika“.

Po 2 minučių ant lentos užrašoma mažiausiai 10 žodžių, kaip minčių žemėlapis aplink žodžius „etika“ ir „medijų etika“.

Pateikite išsamesnius „etikos“ ir „medijų etikos“ apibrėžimus. [teorinėje dalyje pateiktos sąvokos]

Užduotis 2: Pažiūrėkite filmą: **The Nightcrawler** sukurtą Dan Gilroy, 2014 (117 min.)

Paprašykite mokinių užrašyti scenas ar aspektus, kuriuos jie laiko neetiškais ir kodėl? Po to viską aptarkite.

Papildoma užduotis

1. Padalinkite klasę į dvi grupes, kuriose kiekviena grupė vaidina tam tikrą vaidmenį. Debatai.

Pirma grupė: Žiniasklaida rodo, ko nori auditorija

Antra grupė: Žiniasklaidos gigantai turėtų būti etiškesni, kai kalbama apie asmeninį gyvenimą ir tragedijas

2. Diskusija klasėje pateiktais klausimais:

- *Norėdami išgyventi, turite dirbti / užsidirbti pinigų. Ką žmogus pasiryžęs padaryti tam, kad išgyventų/užsidirbtų?*
- *Jei „žiniasklaida rodo, ko nori auditorija“, ar tai reiškia, kad auditorijai (t.y. mums visiems) patinka žiūrėti tragedijas, žmonių problemas ir sunkumus, blogus dalykus, o ne gerus?*
- *Ką žmogus pasiryžęs padaryti tam, kad taptų garsiu? Tam, kad uždirbtų daugiau pinigų?*

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite mokinių užrašyti vieną situaciją, su kuria jie susidūrė, kuri būtų laikoma neetiška.

Užduotis 1

Užrašykite kelis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą išgirdus žodžius „etika“ ir „medijų etika“.

Etika	Medijų etika

Užsirašykite sąvokas

ETIKA	MEDIJŲ ETIKA
-------	--------------

Užduotis 2

Pažiūrėkite filmą: ***The Nightcrawler*** sukurtą Dan Gilroy, 2014 (117 min.)



Kai Louisas Bloomas, sukčius, trokštantis darbo, įsitraukia į L. A. nusikalstamos žurnalistikos pasaulį, jis palaipsniui naikina liniją tarp stebėtojo ir dalyvio tam, kad taptų savo istorijos žvaigžde

<https://www.imdb.com/title/tt2872718/>

Užrašykite scenas ar aspektus, kuriuos jūs laikote neetiškais ir kodėl?

KAIP TU BENDRAUJI?

Tikslas

Atpažinti etišką ir neetišką elgesį.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Etika, skaitmeninės medijos, socialinės medijos, etiška žurnalistika, medijų teisė, medijų etika, tarpasmeninė komunikacija

Reikalingos priemonės

Kompiuteris su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3
- Perskaitykite teorinę dalį **Etika**
- Pažiūrėkite vaizdo įrašą: <https://study.com/academy/lesson/unethical-communication-definition-behaviors.html> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paleiskite vaizdo įrašą: <https://study.com/academy/lesson/unethical-communication-definition-behaviors.html> (anglų k.) arba paprašykite mokinių internete surasti atsakymus į klausimus:

- *Kas yra bendravimo etika?*
- *Kas yra etiskas ir neetiškas bendravimas?*
- *Kas yra tarpasmeninė komunikacija?*
- *Kas yra institucinė komunikacija?*

Kiekviena grupė aptaria išvadas tarpusavyje.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių surasti ir pateikti tris paveikslėlius/reklamas ir paaiškinti likusiai klasei, ar jie yra etiški, ar neetiški.

Papildoma užduotis

Aptarkite klausimą:

- Ar laikote save etišku ar neetišku medijų vartotoju?

Grįžtamasis ryšys

Per vieną minutę kiekvienas mokinytis turi užsirašyti neetišką reklamą, kurią jis prisimena.

Atsakykite į keturis pateiktus klausimus.

Kas yra etiškas ir neetiškas bendravimas?

Kas yra tarpasmeninė komunikacija?

Kas yra institucinė komunikacija?

Suraskite ir pateikite tris paveikslėlius/reklamas ir paaiškinkite likusiai klasei, ar jie yra etiški, ar neetiški. Parodykite paveikslėlius/reklamas ir pateikite paaiškinimus.

1 paveikslēlis/reklama	2 paveikslēlis/reklama	3 paveikslēlis/ reklama
☐ etiškas ☐ neetiškas	☐ etiškas ☐ neetiškas	☐ etiškas ☐ neetiškas
Kodēl?	Kodēl?	Kodēl?

SIMULIACIJOS PAGRINDAI

Tikslas

Suprasti simuliacijos sąvoką; įvertinti simuliacijos principo poveikį ir jo rezultatus; suprasti jo taikymo būtinumą ir galimybes.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Imitacija, simuliuojama tikrovė, simuliacijos principai

Reikalingos priemonės

Mobilus telefonas ar kompiuteris su prieiga prie interneto kiekvienam mokiniui, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Simuliacija**
- Paruoškite keletą simuliacijos pavyzdžių, kuriuos mokiniams būtų galima pateikti tuo atveju, jei jie nieko nerastų internete

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių rasti 3 simuliacijos apibrėžimus 3 skirtinguose internetiniuose šaltiniuose ir paaiškinti tą, kurį jie geriausiai supranta savais žodžiais.

Užduotis 2: Aptarkite:

- *Kokia simuliacijos nauda?*
- *Kokios yra simuliuojamos tikrovės savybės?*
- *Kokie simuliacijos pavojai?*

Paprašykite mokinių užsirašyti atsakymus.

Užduotis 3:

Paprašykite mokinių sugalvoti 5 simuliacijos pavyzdžius esančius artimiausioje aplinkoje/ gyvenime.

Paprašykite mokinių paaiškinti, kaip simuliacijos buvimas daro įtaką jų gyvenimui ir pasaulio suvokimui.

Aptarkite klausimą: Ar sutinkate, kad simuliacija tapo nepakeičiamu žmogaus gyvenimo elementu?

Papildoma užduotis

Aptarkite tikrovės sampratą simuliacijos atžvilgiu.

Grįžtamasis ryšys

Pamokos metu mokiniai geba rasti tinkamus simuliacijos pavyzdžius

Užduotis 1

Suraskite 3 simuliacijos apibrėžimus 3 skirtinguose internetiniuose šaltiniuose.

1. _____
2. _____
3. _____

Paaiškinkite tą, kurį supratote geriausiai savais žodžiais.

<i>SIMULIACIJA</i>	_____ _____
---------------------------	----------------

Užduotis 2

Aptarkite:

*Kokia simuliacijos
nauda?*

*Kokie simuliacijos
pavojai?*

*Kokios yra
simuliuojamos tikrovės
savybės?*

Dabar užsirašykite ką aptarėte:

Nauda	Pavojai	Savybės

Užduotis 3

Sugalvokite 5 simuliacijos pavyzdžius esančius artimiausioje aplinkoje/ gyvenime. Paaiškinkite, kaip simuliacijos buvimas daro įtaką jūsų gyvenimui ir pasaulio suvokimui. Aptarkite klausimą: Ar sutinkate, kad simuliacija tapo nepakeičiamu žmogaus gyvenimo elementu?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

SIMULIACIJA – NAUDINGA AR PAVOJINGA?

Tikslas

Suprasti simuliacijos sąvokas ir pagrindinius apibrėžimus; suprasti jos taikymo būtinumą ir galimybes, taip pat pavojus ir grėsmes.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Simuliacija, tikras gyvenimas, simuliacijos sąvokos, nauda, pavojai, grėsmės

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ir kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4 (pirma pamokos pusė – Užduotis 1)
- Padalinkite mokinius į dvi grupes (antra pamokos pusė - Užduotis 2)
- Išsinauginkite Face App mobilią programėlę

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės atsisųsti „Face App“ programėlę į savo išmaniuosius telefonus.

Mokiniai iš arti fotografuoja kito mokinio iš savo grupės veidą, naudoja programėlę norėdami simuliuoti nufotografuoto mokinio vaizdą, pasirenka: vyresnį ar jaunesnį asmenį, priešingos lyties asmenį, kitokią plaukų spalvą ar stilių ir kt. Baigus paprašykite mokinių pasidalinti rezultatais su klase.

Diskutuodami supažindinkite mokinius su simuliacijos sąvokomis ir pagrindiniais apibrėžimais.

Užduotis 2: (Suorganizuokite debatus) Paprašykite dviejų grupių sėdėti priešais vienas kitą ir diskutuoti tema:

„Simuliacija – dažniausiai naudinga ar dažniausiai pavojinga?“. Viena mokinių grupė turėtų teigti, kad simuliacija dažniausiai yra naudinga, o kita grupė teigia, kad simuliacija dažniausiai yra pavojinga. Skirkite kiekvienai grupei tą patį pasiruošimo laiką (ne ilgiau kaip 10 minučių), tada pradėkite diskusiją, kurioje jūs esate moderatorius.

Papildoma užduotis

Palyginkite viską, ką sužinojote apie simuliaciją šios pamokos metu su simuliacija naudojama kompiuteriniuose žaidimuose.

Grįžtamasis ryšys

Sukūrę mokinių veidų simuliaciją, pateikdami rezultatus ir komentuodami bei aptardami juos, taip pat diskusijos apie simuliaciją suteikia mokytojui(ai) galimybę įvertinti, ar ir koku mastu mokiniai išmoko simuliacijos ir virtualios realybės sąvokas ir medžiagą, taip pat naudojimo būdus ir pranašumus bei galimus pavojus ir grėsmes.

Užduotis 1

Atrakinkite savo išmanųjį telefoną ir (jeigu dar neturite mobilios programėlės) atsisiųskite Face App mobilią programėlę. Kiekvienas iš jūsų iš arti nufotografuokite kito mokinio iš savo grupės veidą, naudokite programėlę norėdami simuliuoti nufotografuoto mokinio vaizdą, pasirinkite: vyresnį ar jaunesnį asmenį, priešingos lyties asmenį, kitokią plaukų spalvą ar stilių ir kt. Prisiminkite nekartoti tų pačių pakeitimų ar simuliacijos toje pačioje grupėje. Kai visi jūsų grupės nariai baigs fotografuoti ir kurti simuliacijas, nusiųskite rezultatus į pasirinkto grupės atstovo elektroninį paštą. Pasidalinkite rezultatais su klase.



<https://redesayuda.org/wp-content/uploads/2019/07/faceappfoto.png>

Užduotis 2

Diskutuokite tema: „Simuliacija – dažniausiai naudinga ar dažniausiai pavojinga?“

A. Jūsų grupė teigia, kad simuliacija dažniausiai yra naudingas. Turite 10 minučių, kad surašytumėte svarbiausią informaciją, pavyzdžius ir galimus argumentus, kuriuos naudosite debatuose	B. Jūsų grupė teigia, kad simuliacija dažniausiai yra pavojinga. Turite 10 minučių, kad surašytumėte svarbiausią informaciją, pavyzdžius ir galimus argumentus, kuriuos naudosite debatuose.

VIRTUALI IR PAPILDYTA REALYBĖ

Tikslas

Suprasti skirtumą tarp virtualios realybės ir papildytos realybės.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Simuliacija, atstovavimas, virtuali realybė, papildyta realybė, socialinės medijos

Reikalingos priemonės

Kompiuteris su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

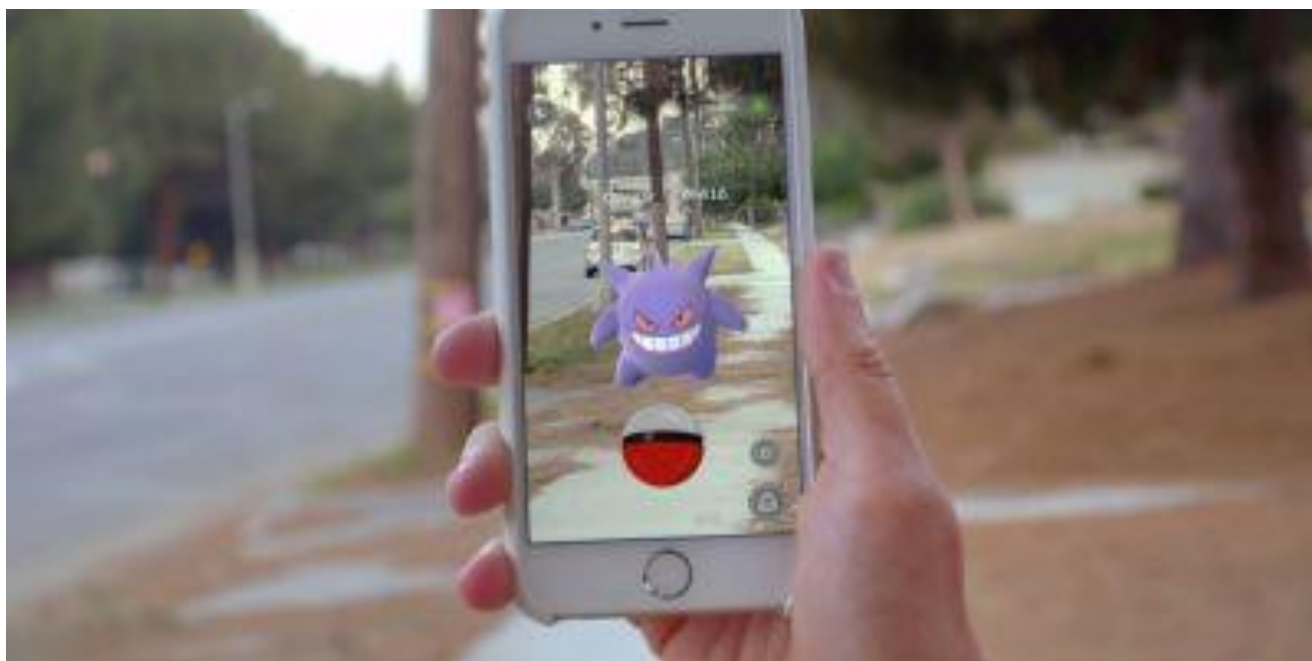
Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po tris
- Perskaitykite teorinę dalį **Simuliacija**

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių prisijungti prie interneto ir surasti informaciją apie virtualią ir papildytą realybę (sąvokos, pagrindinės savybės ir skirtumai)

Užduotis 2: Paprašykite mokinių pažiūrėti vaizdo įrašą apie **Pokemon žaidimą** ir paaiškinti, kuri realybė tai yra ir kodėl? Taip pat, paprašykite surasti dar du virtualios ir papildytos realybės pavyzdžius.



<https://venturebeat.com/wp-content/uploads/2016/07/Gengar-in-Pokemon-GO.jpg?fit=400%2C200&strip=all>

Papildoma užduotis

Mokiniai bando sukurti virtualios ir papildytos realybės išradimus, kurie galėtų išspręsti socialines problemas.

Grįžtamasis ryšys

Pamokos pabaigoje mokiniai pasako virtualios ir papildytos realybės privalumus.

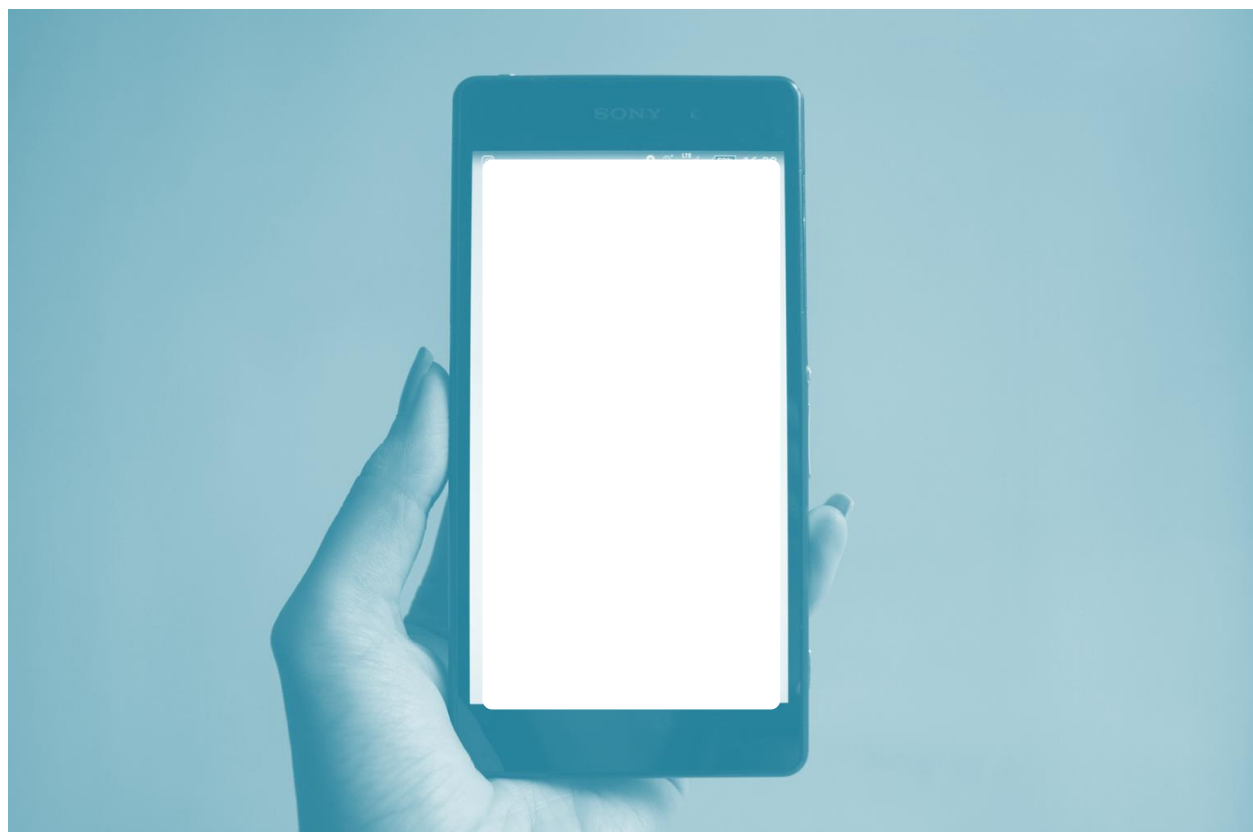
Užduotis 1

Savo grupėse, prisijunkite prie interneto ir suraskite informaciją apie virtualią ir papildytą realybę (sąvokos, pagrindinės savybės ir skirtumai).

	VIRTUALI REALYBĖ	PAPILDYTA REALYBĖ
Sąvoka		
Pagrindinės savybės		
Skirtumai		

Užduotis 2

Pažiūrėkite vaizdo įrašą apie **Pokemon** žaidimą ir paaiškinkite, kuri realybė tai yra ir kodėl?



https://techspective.net/wp-content/uploads/2017/12/pokemon-1581771_1920.jpg

Taip pat, suraskite dar du virtualios ir papildytos realybės pavyzdžius.

	VIRTUALI REALYBĖ	PAPILDYTA REALYBĖ
1		
2		

SIMULIACIJOS TAIKYMAS

Tikslas

Pateikti argumentus už ir prieš simuliacijos taikymą.

Trukmė

20 min

Raktiniai žodžiai

Simuliacija, virtuali realybė, socialinės medijos, informacijos kanalai, kritinis mąstymas

Reikalingos priemonės

Užduočių lapo kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį ***Simuliacija***
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paaiškinkite simuliacijos sąvoką. Paprašykite mokinių parašyti atsakymą į klausimą:

- *Kaip jūs susiduriate su simuliacija naudojant medijas?*

Visi atsakymai skaitomi garsiai ir, remiantis jais (socialinis tinklas, kompiuteriniai žaidimai, televizija ir kt.), suskirstykite mokinius į grupes.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės parašyti 3–5 argumentus už ir prieš simuliacijos taikymą jų nurodytame medijų kanale ir pristatyti savo argumentus klasei.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių dirbti grupėse ir sukurti simuliaciją, kuri, jų manymu, būtų reikalinga šiais laikais, ir paaiškinti kodėl?

Grįžtamasis ryšys

Grupės pristatymo metu mokytojas(a) ir kitos grupės teikia grįžtamąjį ryšį, užduoda klausimus ir įvertina argumentus, supratimą ir glaustumą.

Užduotis 1

Parašykite atsakymą į klausimą: *Kaip jūs susiduriate su simuliacija naudojant medijas?*

Užduotis 2

Parašykite 3–5 argumentus už ir prieš simuliacijos taikymą jūsų medijų kanale ir pristatykite savo argumentus klasei.

	Už	Prieš
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

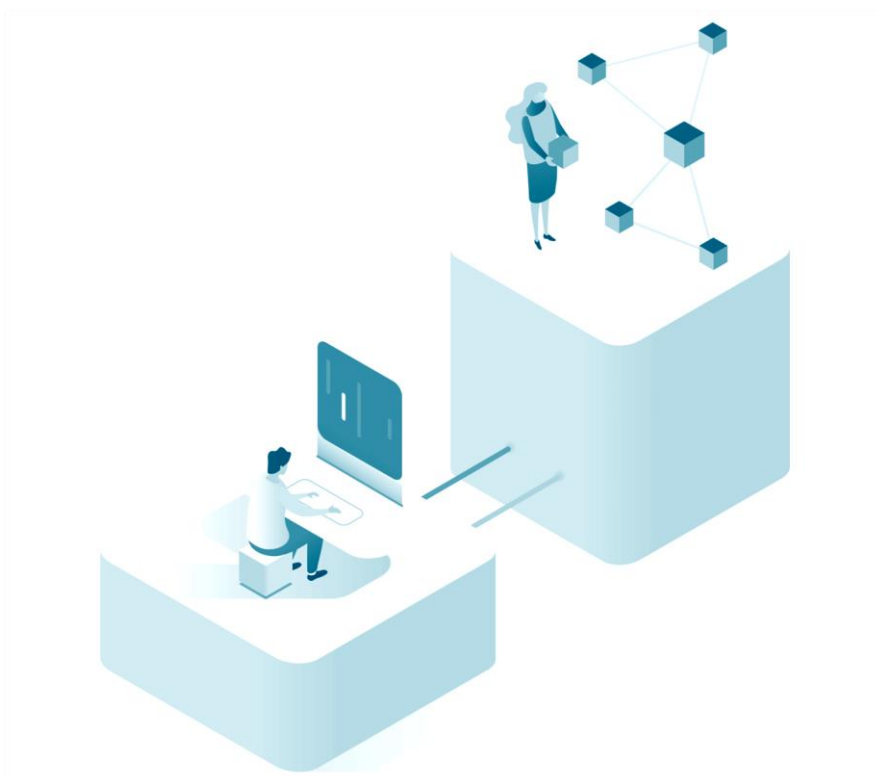


Image: <https://www.vstepsimulation.com/?cn-reloaded=1>

SOCIALINIŲ TINKLŲ PAVOJAI

Tikslas

Suprasti svarbiausias medijų saugos ir saugumo taisykles; sukurti patikimą medijų žinutę, kanalą, šaltinį; modeliuoti prevencinius veiksmus.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Interneto saugumas, informacijos kanalai, medijų žinutė/kanalai/šaltiniai, pavojai, saugumas

Reikalingos priemonės

Užduočių lapo kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4
- Iš **Užduočių lapo** iškirpkite korteles kiekvienai grupei

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių grupėse aptarti klausimus:

- Ar jūs turite paskyrą kokiuose nors socialiniuose tinkluose? Jeigu jūs nesate narys jokio socialinio tinklo, ką manot apie šias svetaines? Ar ketinate prisijungti prie jų? Kodėl taip/Kodėl ne?*
- Kokie privalumai/trūkumai turint paskyrą socialiniuose tinkluose?*
- Ar kada nors esate patyrę nepatogių situacijų, kurios gali kilti socialiniuose tinkluose? Ką būtų galima padaryti norint apsaugoti save ir kaip susitvarkyti su pasekmėmis po to?*

Užduotis 2: Kiekvienai grupei duokite po vieną kortelių rinkinį. Mokiniai padeda užverstas korteles ant stalo, kiekvienas mokinyas paeiliui pasirenka po vieną kortelę, garsiai perskaito situaciją ir grupėje aptaria kiekvieną problemą. Vėliau paprašykite mokinių garsiai išsakyti pasiūlymus.

Papildoma užduotis

Paprašykite kiekvienos grupės sukurti plakatą „*Kaip saugiai naudotis internetu*“

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite kiekvienos grupės pasakyti tris su šia pamoka susijusius žodžius ir apibendrinkite.

Užduotis 1

Grupėse aptarkite klausimus:

1. Ar jūs turite paskyrą kokiuose nors socialiniuose tinkluose? Jeigu jūs nesate narys jokio socialinio tinklo, ką manot apie šias svetaines? Ar ketinate prisijungti prie jų? Kodėl taip/Kodėl ne?

2. Kokie privalumai/trūkumai turint paskyrą socialiniuose tinkluose?

3. Ar kada nors esate patyrę nepatogių situacijų, kurios gali kilti socialiniuose tinkluose? Ką būtų galima padaryti norint apsaugoti save ir kaip susitvarkyti su pasekmėmis po to?

Užduotis 2

Padėkite užverstas korteles ant stalo, paeiliui pasirinkite po vieną kortelę, garsiai perskaitykite situaciją ir grupėje aptarkite kiekvieną problemą. Vėliau garsiai išsakykite pasiūlymus.

„Messenger“ pokalbio metu vienas iš jūsų socialinių tinklų „draugų“ prašo jūsų adreso ir telefono numerio, kad susitiktų su jumis realiaame gyvenime. Ką jūs darote?	Jūsų draugas jums parodo vaizdo įrašą, kuriame tyčiojamasi iš merginos iš jūsų mokyklos. Jis planuoja įkelti vaizdo įrašą į internetą. Ką jūs darote?	Jūsų draugas nuolat jus žymi savo nuotraukose, net jei jūs tam nepritariate. Ką jūs darote?
Jūs ieškote informacijos savo namų darbų užduočiai naudodami neutralius paieškos žodžius, kai sistema įkelia nelegalų turinį iš tų pačių paieškos žodžių. Jūs jaučiate gėdą. Ką jūs darote?	Jūsų pusseserė sukūrė socialinio tinklo profilį, pavadintą „hotgirl“ („karštasis mergina“) su viliojančia profilio nuotrauka. Nepažįstami žmonės dabar siunčia jai erotines žinutes ir atkakliai kviečia susitikti. Ką jūs patarsite jai daryti?	Kai kurie žmonės po viena iš jūsų nuotraukų parašė skaudžių komentarų ir toliau tyčiojasi. Ką jūs darote?
Netyčia pažiūrėjote paieškos istoriją savo sesers kompiuteryje. Jūs įtariate, kad ji pateko į bėdą. Ką jūs darote?	Jūsų klasės draugas iš jūsų profilio nusiuntė gėdingą pranešimą gražiai mokyklos mergaitei/ berniukui. Ką jūs darote?	Jūsų klasės draugas nuolat žaidžia naktimis. Jo tėvai nežino apie tai. Jo pažymiai blogėja. Ką jūs darote?
Gaunate anoniminį grasinantį elektroninį laišką: „Aš tave sumušiu, jei kalbėsi su mano mergina / draugu“. Ką jūs darote?	Norite prisijungti prie naujo nuotraukų bendrinimo socialinio tinklo, tačiau jame prašoma jūsų asmeninės informacijos. Ką jūs darote?	Jūs esate informuotas apie „antrąjį“ profilį socialiniame tinkle. Kai patikrinote, pamatėte, kad jame yra daug įžeidžiančios informacijos mažumų grupėms. Anketą sukūrėte ne jūs. Ką jūs darote?

DRAUGIŠKAS INTERNETAS

Tikslas

Suprasti svarbiausias medijų saugos ir saugumo taisykles.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Saugus internetas, interneto naudojimo taisyklės, draugiškas internetas, interneto saugumas, interneto pavojai

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, išmanieji telefonai, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės surasti dešimt saugaus interneto naudojimo taisyklių trijose skirtingose internetinėse svetainėse, ir užrašyti šias taisykles pateiktoje lentelėje. Mokiniai gali naudoti tokius raktinius žodžius kaip „saugus internetas“, „interneto naudojimo taisyklės“, „draugiškas internetas“ ir pan.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės palyginti parašytas taisykles ir paryškinkite tas, kurios yra vienodos visose trijose svetainėse.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos grupės nufotografuoti tai, kas, jų manymu, atspindi kiekvieną paryškintą taisyklę. Naudojantis šiomis nuotraukomis padaryti koliažą savo išmaniųjų telefonų programėlėse ar kompiuteriuose. Paprašykite kiekvienos grupės parodyti savo sukurtus koliažus apie saugų interneto naudojimą.

Papildoma užduotis

Diskusija:

- Ar saugiai naršote internete? Kokias saugos priemones naudojate?*

Grįžtamasis ryšys

Bus eksponuojama mokinių koliažų paroda.

Užduotis 1

Suraskite dešimt saugaus interneto naudojimo taisyklių trijose skirtingose internetinėse svetainėse, ir užrašykite šias taisykles pateiktoje lentelėje. Galite naudoti tokius raktinius žodžius kaip „saugus internetas“, „interneto naudojimo taisyklės“, „draugiškas internetas“ ir pan.

WWW. GO	WWW. GO	WWW. GO
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.
6.	6.	6.
7.	7.	7.
8.	8.	8.
9.	9.	9.
10.	10.	10.

Užduotis 2

Palyginkite parašytas taisykles ir paryškinkite tas, kurios yra vienodos visose trijose svetainėse.

Užduotis 3

Nufotografuokite tai, kas, jūsų manymu, atspindi kiekvieną paryškintą taisyklę, ir naudokite šias nuotraukas tam, kad padarytumėte koliažą savo išmaniųjų telefonų programėlėse ar kompiuteriuose. Parodykite savo sukurtus koliažus apie saugų interneto naudojimą.



PRIMESTOS VERTYBĖS IR GROŽIO IDEALAI/ŽINIASKLAIDOS STANDARTAI

Tikslas

Sužinoti apie neigiamas žiniasklaidos puses.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Pavojai, grėsmės, neigiama pusė, žiniasklaida, grožio idealai/standartai, primestos vertybės

Reikalingos priemonės

Vienas egzempliorių keturių skirtingų leidimų žurnalų moterims ir vyrams kiekvienai grupei, kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės internete surasti mokslu pagrįstus šaltinius (knygas PDF formatu, mokslinius straipsnius, išskyrus nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius) apie neigiamas žiniasklaidos puses bei jos įtaką. Aptarkite.

Užduotis 2: Išdalinkite kiekvienai mokinių grupei skirtingų leidimų keturis atrinktus moterų ir vyrų gyvenimo būdo ir mados žurnalus – du, turinčius senas tradicijas ir populiarumą visame pasaulyje („Cosmopolitan“ moterims ir „Vyrų sveikata“ vyrams), ir du populiariausius žurnalus jūsų šalyje, vieną - moterims ir dar vieną vyrams. Paprašykite kiekvienos mokinių grupės trumpai apžvelgti žurnalų viršelius ir pagrindines straipsnių temas. Kartu aptarkite, komentuokite ir palyginkite moterų ir vyrų grožio idealų pateikimą.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos mokinių grupės surasti ir užsirašyti psichologines ir fizines ligas bei sveikatos problemas, kurios dažniausiai atsiranda dėl to, kad moterys ir vyrai bando įgyvendinti nustatytus grožio idealus ir vertybes. Paprašykite kiekvienos grupės atstovo trumpai pristatyti ir paaiškinti rastas ligas ir sveikatos problemas.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių surasti paveikslėlius, vaizduojančius idealų/ standartinį moterų ir vyrų grožį skirtingais dešimtmečiais, ir sudarykite grožio standartų raidos laiko skalę.

Grįžtamasis ryšys

Rezultatų ir rastų pavyzdžių pristatymas, komentarai ir diskusija su mokiniais suteikia mokytojui galimybę įvertinti ir siūlyti grįžtamąjį ryšį mokiniams apie tai, ar ir koku mastu jie įsiminė sąvokas ir medžiagą, susijusią su pavojais, grėsmėmis, neigiamomis žiniasklaidos pusėmis ir jų padariniais. Taip pat galimą vertybių ir grožio idealų/ standartų primetimą žiniasklaidoje.

Užduotis 1

Internetė suraskite mokslu pagrįstus šaltinius (knygas PDF formatu, mokslinius straipsnius, išskyrus nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius) apie neigiamas žiniasklaidos puses bei jos įtaką. Aptarkite.

Užduotis 2

Trumpai apžvelkite žurnalų viršelius ir pagrindines straipsnių temas. Aptarkite, komentuo­kite ir palyginkite moterų ir vyrų grožio idealų pateikimą.

Užduotis 3

Suraskite ir užsirašykite psichologines ir fizines ligas bei sveikatos problemas, kurios dažniausiai atsiranda dėl to, kad moterys ir vyrai bando įgyvendinti nustatytus grožio idealus ir vertybes. Išrinkite grupės atstovą, kuris trumpai pristatys ir paaiškins rastos ligas ir sveikatos problemas.

KOMPIUTERINIŲ ŽAIDIMŲ KELIAMAS PAVOJUS

Tikslas

Atpažinti pavojus slypinčius kompiuteriniuose žaidimuose.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Kompiuteriniai žaidimai, pavojai, neigiami aspektai, saugumas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Išsinagrinėkite kompiuterinių žaidimų neigiamus aspektus/ pavojus

Pamokos eiga

Užduotis 1: Diskusija:

- *Ar žaidžiate kompiuterinius žaidimus? Jei taip, Kokius? Kaip dažnai? Jei ne, Kodėl?*
- *Kaip manote, ar jūsų žaidžiami žaidimai yra pavojingi? Jei taip, išvardinkite pavojus.*

Užduotis 2: Paprašykite kiekvieno mokinio pasirinkti vieną kompiuterinį žaidimą ir internete ieškoti straipsnių (ar bet kurio kito informacijos šaltinio), kuriuose aprašomi neigiami to žaidimo aspektai.

Kompiuterinis žaidimas	Antraštė/Pavadinimas	Šaltinis/Nuoroda	Pavojai

Užduotis 3: Paprašykite kiekvieno mokinio pristatyti savo surinktą informaciją likusiai klasei.

Papildoma užduotis

Diskusija:

- *Ar jus nustebino paieškos rezultatai?*
- *Koks buvo labiausiai šokiruojantis jūsų rastos informacijos aspektas?*

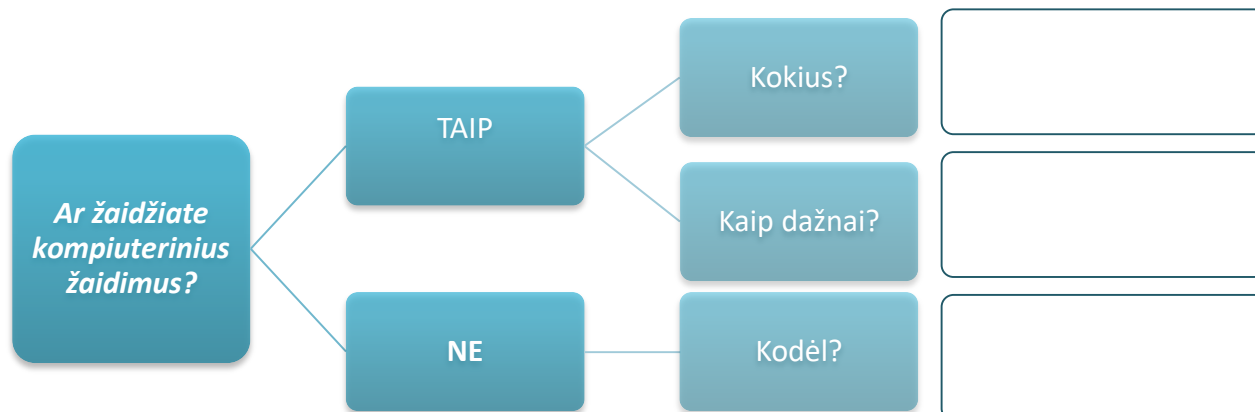
Grįžtamasis ryšys

Pristatymai leidžia mokytojui suprasti, ar mokiniai geba atpažinti kompiuteriniuose žaidimuose paslėptus pavojus.

Užduotis 1

Diskusija:

Ar žaidžiate kompiuterinius žaidimus? Jei taip, Kokius? Kaip dažnai? Jei ne, Kodėl?



Kaip manote, ar jūsų žaidžiami žaidimai yra pavojingi? Jei taip, išvardinkite pavojus.

Užduotis 2

Pasirinkite vieną kompiuterinį žaidimą ir internete ieškokite straipsnių (ar bet kurio kito informacijos šaltinio), kuriuose aprašomi neigiami to žaidimo aspektai.

KOMPIUTERINIS ŽAIDIMAS	ANTRAŠTĖ/ PAVADINIMAS	ŠALTINIS/NUORODA	PAVOJAI

Užduotis 3

Pristatykite savo surinktą informaciją likusiai klasei.

VIZUALINĖS KALBOS PRAKTIKOS PAGRINDAI

Tikslas

Pritaikyti kompozicijos taisykles fotografijoje.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Skaitmeninės medijos, vaizdas, fotografija

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ir kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Kompozicijos pagrindai**
- Kiekvienai grupei paruoškite komiksų paveikslėlius, nuotraukų, spausdintų reklamų ir kt.)
- Suskirstykite mokinius į grupes

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių nubrėžti stačiakampį (siūlomas dydis 16x9) ir padalinti jį į 9 vienodus stačiakampius. Jų gautos linijos nurodo trečdalių taisyklę. Paprašykite jų pažymėti dėmesio taškus.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių nubrėžti stačiakampį (siūlomas dydis 16x9) ir nupiešti vedančias linijas.

Užduotis 3: Paprašykite mokinių nupiešti vaizdą:

1. *Tolimas bendras planas*
2. *Bendras planas*
3. *Pilnas planas*
4. *Vidutinis planas*
5. *Stambus planas*
6. *Detalė*

Užduotis 4: Padalinkite įvairių tipų vaizdinius medijų pavyzdžius (komiksus, nuotraukas, piešinius, reklamą ir kt.) ir paprašykite jų nustatyti, koks planas yra pavaizduotas paveiksle ir kokios kompozicijos taisyklės buvo naudojamos įrėminant šį konkretų vaizdą. Grupės pateikia savo atsakymus.

Papildoma užduotis

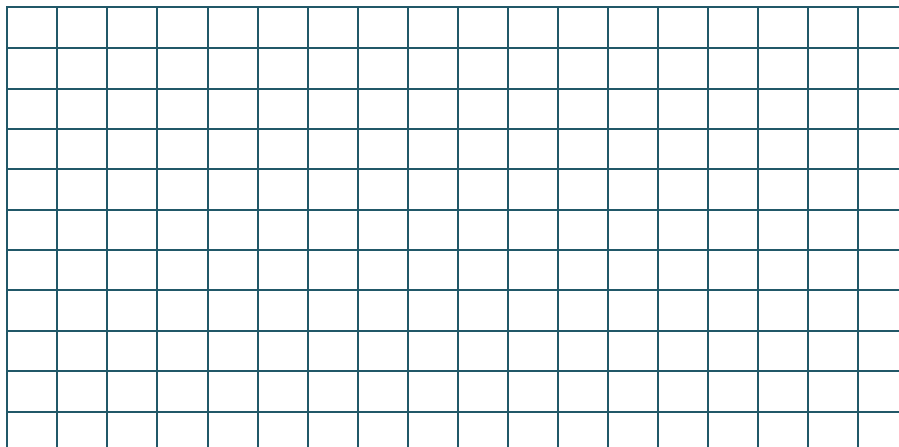
Paprašykite mokinių padaryti keletą nuotraukų, naudojant pamokoje išmokus metodus.

Grįžtamasis ryšys

Komentuokite ir aptarkite mokinių darbus kartu su kitomis grupėmis.

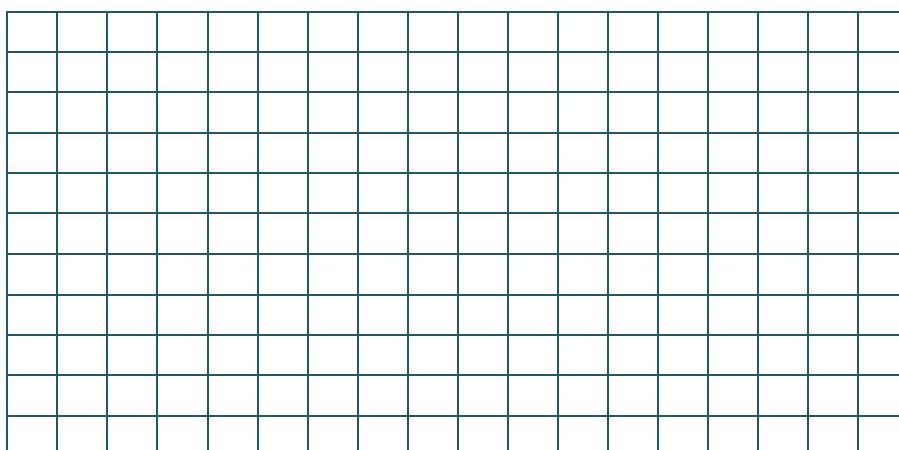
Užduotis 1

Nubrėškite stačiakampį (siūlomas dydis 16x9) ir padalinkite jį į 9 vienodus stačiakampius. Jūsų gautos linijos nurodo trečdalių taisyklę. Pažymėkite dėmesio taškus.



Užduotis 2

Nubrėškite stačiakampį (siūlomas dydis 16x9) ir nupieškite vedančias linijas.



Užduotis 3

Nupieškite vaizdą:

1. Tolimas bendras planas
2. Bendras planas
3. Pilnas planas
4. Vidutinis planas
5. Stambus planas
6. Detalė

1.	2.	3.
4.	5.	6.

Užduotis 4

Grupėse pažiūrėkite į įvairių tipų vaizdinius medijų pavyzdžius (komiksus, nuotraukas, piešinius, reklamą ir kt.) ir nustatykite, koks planas yra pavaizduotas paveiksle ir kokios kompozicijos taisyklės buvo naudojamos įrėminant šį konkretų vaizdą. Pateikite savo atsakymus.

SPEKTAKLIO VISUOMENĖ

Tikslas

Suvokti kompozicijos principus.

Trukmė

135 min

Raktiniai žodžiai

Kompozicijos taisyklės, fotografija, simetrija, trečdalių taisyklė, pagrindinės linijos, rėmelis

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, išmanieji telefonai, multimedija, **Rules of Image Composition** (anglų k.)

[Priedas 2] kopija kiekvienai grupei, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Nuotraukų redagavimo įrankis internete:

- <https://pixlr.com/>
- <https://www.befunky.com>
- <https://www.fotor.com/>

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Kompozicijos principai**
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių peržvelgti **Rules of Image Composition** (anglų k.) [Priedas 2]. Aptarkite visas taisykles ir paprašykite mokinių užsirašyti tas, kurių jie nežino. Paprašykite mokinių pagal šias taisykles padaryti bent 6 nuotraukas išmaniuoju telefonu.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių įsijungti vieną iš nuotraukų redagavimo įrankių www.pixlr.com, www.befunky.com, www.fotor.com. Paprašykite jų redaguoti savo nuotraukas ir užsirašyti visus daromus pakeitimus.

Užduotis 3: Paprašykite mokinių sukurti savo nuotraukų PPT su komentarais apie jų kiekvienai nuotraukai taikytas taisykles ir atliktą redagavimą.

Papildoma užduotis

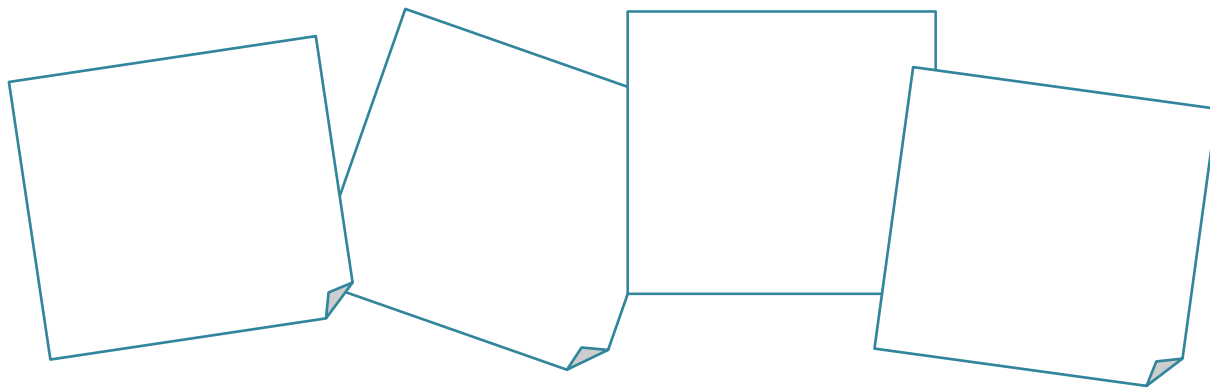
Paprašykite mokinių pasidaryti asmenukę, naudojant vieną iš kompozicijos taisyklių, ir ją redaguoti. Paprašykite jų parodyti ją likusiai klasei.

Grįžtamasis ryšys

Komentarai ir diskusija apie klasės draugų pristatymą.

Užduotis 1

Pažvelkite į *Rules of Image Composition*. Aptarkite visas taisykles ir užsirašykite tas, kurių nežinote.

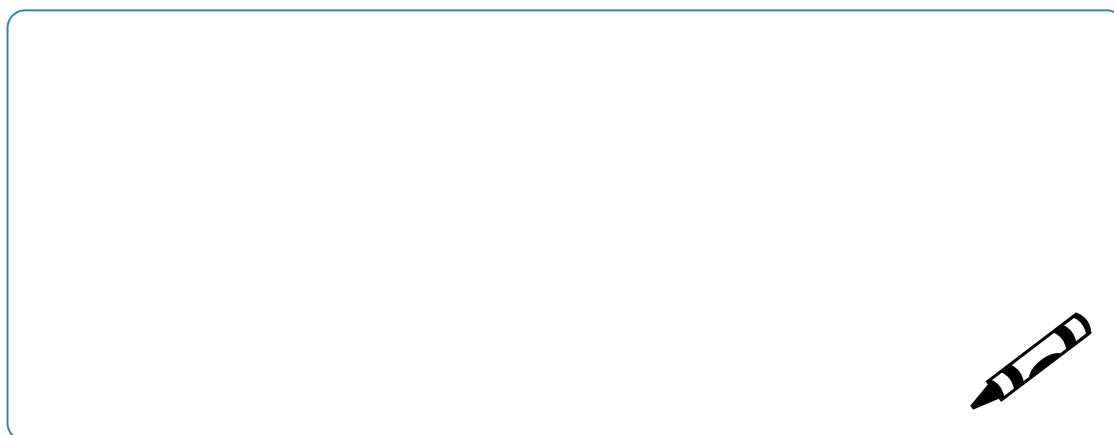


Naudojant šias taisykles padarykite bent 6 nuotraukas savo išmaniuoju telefonu.

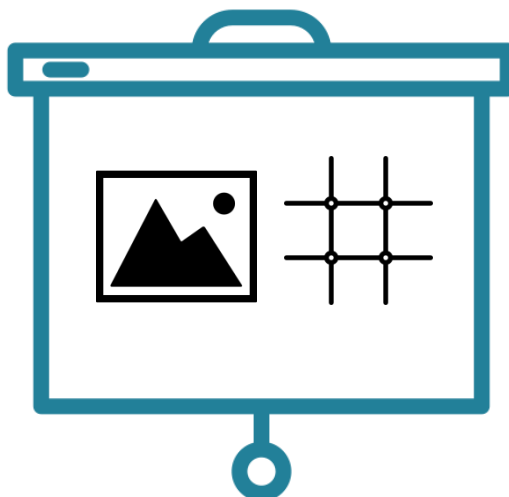
Užduotis 2

Įsijunkite vieną iš nuotraukų redagavimo įrankių www.pixlr.com, www.befunky.com, www.fotor.com.

Redaguokite savo nuotraukas ir užsirašykite visus daromus pakeitimus.

**Užduotis 3**

Sukurkite savo nuotraukų pristatymą (*.PPT) su komentarais apie kiekvienai nuotraukai taikytas taisykles ir atliktą redagavimą.



PASAKOJIMAI/TEMŲ PRISTATYMAI PER VAIZDUS

Tikslas

Suprasti vaizdų, vizualinės kalbos ir vizualinės komunikacijos sąvokas ir apibrėžimus; sukurti aiškią vizualinę žinutę ir papasakoti trumpą istoriją naudojant vaizdus.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Vaizdas, fotografija, kompozicija, vizualinė kalba, vizualinė komunikacija, vizualinė žinutė, pasakojimai

Reikalingos pamokos

Išmanieji telefonai ir kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Rules of Image Composition** (anglų k.) [*Priedas 2*] kopija kiekvienai porai, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai porai

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius poromis

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos poros pasirinkti eilėraščių ar dainą (pageidautina populiarią dainą) ir naudojant skaitmeninių nuotraukų seriją, papasakoti pagrindinę eilėraščio/ dainos mintį. Kiekviena pora turi panaudoti nuo 5 iki 15 nuotraukų, nenaudojant papildomų filtrų tam, kad sukurtų vizualinę žinutę, kuri aiškiai parodytų pasirinktą dainą/ eilėraščių. Kiekviena pora gali laisvai pasirinkti savo eilėraščių/ dainą ir vizualinius motyvus, su sąlyga, kad jie jokių būdu negali būti vulgarūs ar įžeidžiantys.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos poros paruošti kompiuterinę prezentaciją („Power Point“ ar „Prezi“). Kiekviename pristatyme turėtų būti tik vaizdinė medžiaga. Pristatymas turi būti sudarytas tik iš atrinktų nuotraukų, nenaudojant priedamų aprašymų ar rašytinės medžiagos.

Užduotis 3: Pristatymai turėtų būti rengiami kaip viktorina - pristatydami nuotraukas mokiniai turėtų paprašyti kitų atspėti, apie ką yra jų eilėraščių/ daina. Nustatę, kuri daina/ eilėraščių buvo pasirinktas, pakomentuokite pristatymą (pasirinktas nuotraukas ir jų kompoziciją) ir aptarkite su mokiniais, kurios užduotys buvo sėkmingai atliktos.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių surasti 7 atsitiktines nuotraukas internete ir pabandyti pagal jas sukurti eilėraščių/ dainą.

Grįžtamasis ryšys

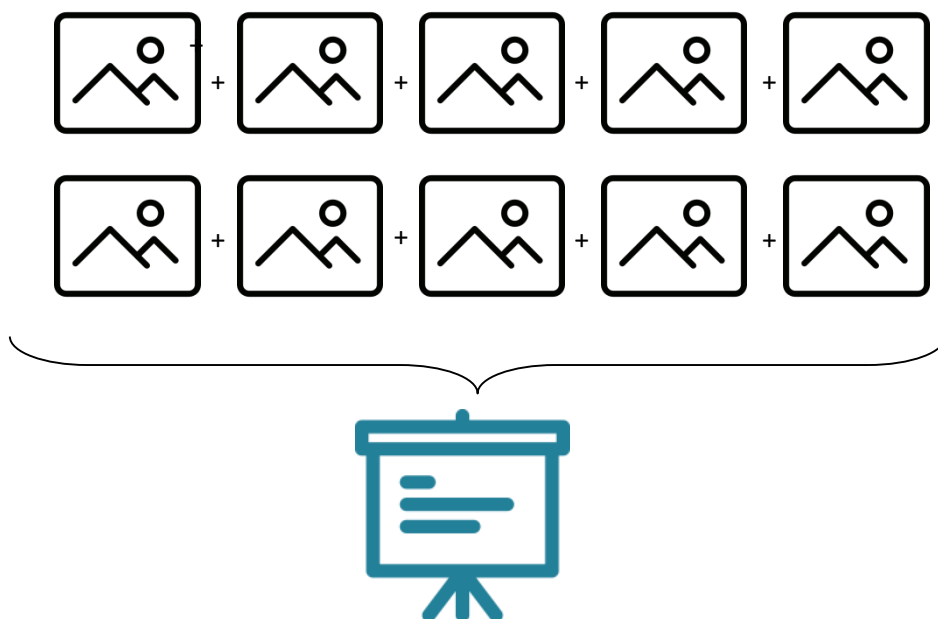
Užduočių, pasirinktų eilėraščių/ dainų ir vaizdinės medžiagos (nuotraukų) pristatymas bei diskusija su mokiniais suteikia mokytojui galimybę įvertinti ir pasiūlyti grįžtamąjį ryšį mokiniams apie jų vaizdų, vaizdinės kalbos sąvokų, vaizdinės komunikacijos supratimą, taip pat tai, ar jie pasirinko tinkamą techniką sukurti aiškią vizualinę žinutę ir išmoko vaizdais papasakoti istoriją.

Užduotis 1

Pasirinkite eilėraštį ar dainą (pageidautina populiarią dainą) ir naudojant skaitmeninių nuotraukų seriją, papasakokite pagrindinę eilėraščio/ dainos mintį. Panaudokite nuo 5 iki 15 nuotraukų, nenaudojant papildomų filtrų tam, kad sukurtumėte vizualinę žinutę, kuri aiškiai parodytų pasirinktą dainą/ eilėraštį. Galite laisvai pasirinkti savo eilėraštį/ dainą ir vizualinius motyvus, su sąlyga, kad jie nebus vulgarūs ar įžeidžiantys.

**Užduotis 2**

Paruoškite kompiuterinę prezentaciją („Power Point“ ar „Prezi“). Kiekviename pristatyme turėtų būti tik vaizdinė medžiaga. Pristatymas turi būti sudarytas tik iš atrinktų nuotraukų, nenaudojant priedamų aprašymų ar rašytinės medžiagos.

**Užduotis 3**

Pristatykite savo istoriją. Paruoškite pristatymus kaip viktoriną, pristatydami nuotraukas paprašykite kitų atspėti, apie ką yra jų eilėraštis/ daina.

FOTOGRAFIJŲ TRIPTIKAS

Tikslas

Suprasti vizualinės kalbos pagrindus; kurti tinkamą įtikinamą žinutę ir įvairių tipų vizualines žinutes (nuotrauką, vaizdo įrašą, piešinį)

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Kompozicija, trečdalių taisyklė, kadravimas, simetrija, akiratis, pasikartojimas, vizualinės medijos

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ir kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, **Rules of Image Composition** (anglų k.) [*Priedas 2*] kopija kiekvienai grupei, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Kompozicijos principai**
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių pažvlegti į *Rules of Image Composition* (anglų k.) [*Priedas 2*]. Aptarkite visas taisykles ir paprašykite mokinių užsirašyti tas, kurių jie nežino.

Užduotis 2: Kartu su mokiniais aptarkite internete sklindančias aktualias temas ir parašykite jas ant lentos. Paprašykite mokinių užsirašyti jas į savo **Užduočių lapą**.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos grupės pasirinkti vieną temą, pagal kurią jie sukurs fotografijų triptiką. Paprašykite jų pasirinkti 3 kompozicijos taisykles. Naudodami kiekvieną taisyklę, mokiniai pasirinkta tema nufotografuos tris nuotraukas kartu. Paprašykite mokinių nupiešti planuojamų fotografuoti nuotraukų eskizą. Atlikę užduotį, mokiniai pristatys savo darbus likusiai klasei.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių sukurti fotografijų triptikų koliažą.

Grįžtamasis ryšys

Mokiniai patys įvertina savo sėkmę ir tai, ką būtų galima patobulinti. Aptarkite kompozicijas, taisyklių naudojimą ir tai, ar tema buvo aiškiai pateikta.

Užduotis 1

Pažvelkite į *Rules of Image Composition* (anglų k.) [Priedas 2]. Aptarkite visas taisykles ir užsirašykite tas, kurių jūs nežinote.

Užduotis 2

Aptarkite internete sklindančias aktualias temas ir užsirašykite jas.

Užduotis 3

Pasirinkite vieną temą, pagal kurią sukursite fotografijų triptiką. Pasirinkite 3 kompozicijos taisykles. Naudodami kiekvieną taisyklę, pasirinkta tema nufotografuokite tris nuotraukas kartu. Atlikę užduotį, pristatykite savo darbus likusiai klasei.

Nupieškite planuojamų fotografuoti nuotraukų eskizą:

1.

2.

3.

NUOTRAUKŲ KOMPOZICIJOS GALERIJA

Tikslas

Suprasti vizualinės kalbos pagrindus; gebėti išreikšti savo idėjas vizualine kalba.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Fotografija, kompozicija, trečdalių taisyklė, proporcijos elementai, pagrindinės linijos, simetrija, raštas

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ir kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, Užduočių lapo kopija kiekvienam mokiniui, **Rules of Image Composition** (anglų k.) [*Priedas 2*] kopija kiekvienam mokiniui, raudonos ir žalios kortelės kiekvienam mokiniui

Nemokų nuotraukų svetainės:

- www.pixabay.com
- www.depositphotos.com
- www.unsplash.com
- www.pexels.com
- www.freeimages.com

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Kompozicijos principai**
- Sukurkite nuotraukų galeriją Google paskyroje, kuria pasidalinsite su mokiniais

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių pažvlegti į **Rules of Image Composition** (anglų k.) [*Priedas 2*]. Aptarkite visas taisykles ir paprašykite mokinių užsirašyti tas, kurių jie nežino. Paprašykite mokinių internete surasti nuotraukas, kuriose naudojama:

- Trečdalių taisyklė
- Proporcijos elementai
- Pagrindinės linijos
- Simetrija
- Raštas

Suteikite mokiniams nuorodą į nuotraukų galeriją Google paskyroje, į kurią mokiniai turės sukelti nuotraukas.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvieno mokinio padaryti 5 nuotraukas, po vieną kiekvienai aukščiau pateiktai taisyklei. Nuotraukos turėtų būti apie aplinką (taršą). Mokiniai rodys savo nuotraukas, o klasės draugai vertins jas naudodami žalią / raudoną kortelę. Žalia - kompozicijos taisyklė buvo naudojama teisingai, raudona - neteisingai naudojama taisyklė.

Papildoma užduotis

Parodykite nuotraukas, kurias mokiniai įkėlė į nuotraukų galeriją Google paskyroje, ir aptarkite su jais, kokia taisyklė buvo taikoma kiekvienai nuotraukai.

Grįžtamasis ryšys

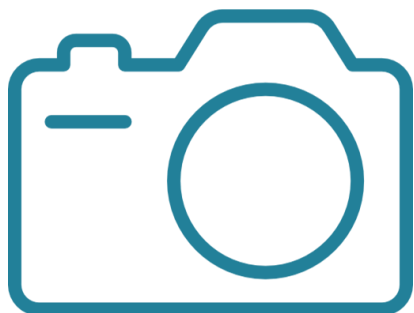
Mokinių atliekamas nuotraukų vertinimas naudojant žalią / raudoną korteles.

Užduotis 1

Pažvelkite į *Rules of Image Composition* (anglų k.)
[Priedas 2]. Aptarkite visas taisykles ir užsirašykite tas,
kurių jie nežino.



Internete suraskite nuotraukas, kuriose naudojama:



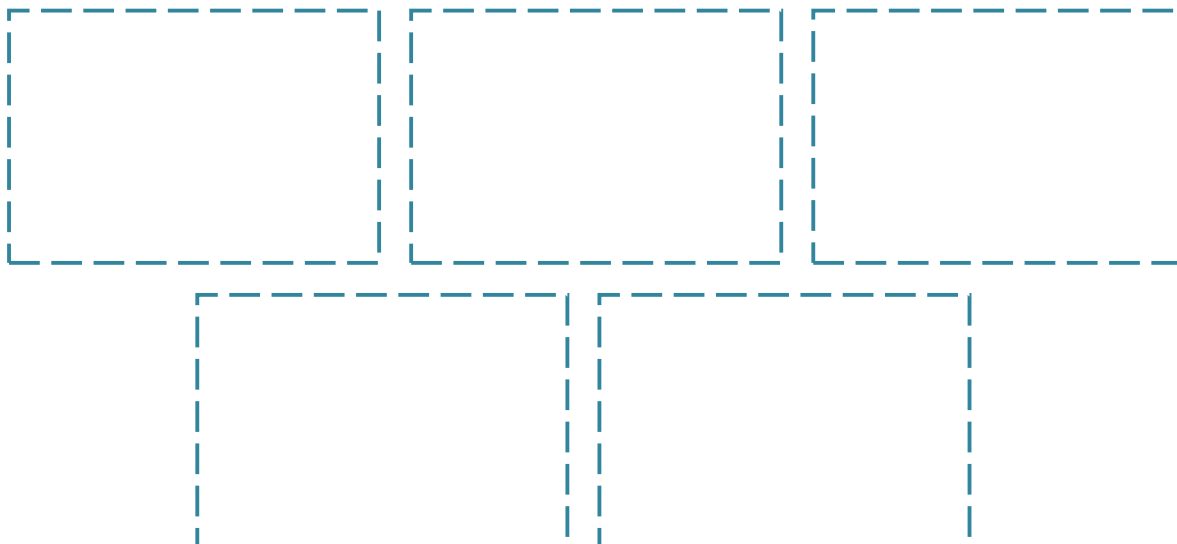
- Trečdalis taisyklė
- Proporcijos elementai
- Pagrindinės linijos
- Simetrija
- Raštas

Naudokite nuotraukų galerijos nuorodą Google paskyroje ir sukelkite savo nuotraukas.

**Užduotis 2**

Padarykite 5 nuotraukas, po vieną kiekvienai aukščiau pateiktai taisyklei. Nuotraukos turėtų būti apie aplinką (taršą). Parodykite nuotraukas likusiai klasei.

Nupieškite planuojamų fotografuoti nuotraukų eskizą:



FOTOGRAFIJOS VIZUALINĖS KALBOS PRAKTIKOS PAGRINDAI

Tikslas

Dirbti su pasirinkta skaitmeninės kūrybos sritimi (fotografija).

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Skaitmeninės medijos, vaizdas, fotografija, kompozicijos taisyklės

Reikalingos priemonės

Skaitmeninės kameros arba išmanieji telefonai, kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Rules of Image Composition** (anglų k.) [*Priedas 2*] kopija kiekvienai grupei, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei.

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Kompozicijos principai**.
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4.

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės padaryti dešimties nuotraukų seriją. Jie turėtų padaryti bent 2 nuotraukas, įgyvendinančias kompozicijos techniką: trečdalių taisyklė, kadravimas (kadras rėmelyje), pagrindinės linijos, vizualiniai raštai, plokštumos, simetrinė kompozicija (pastaba: kiekviena nuotrauka gali turėti keletą taisyklių). Turėtų būti įvairių tipų kadru.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės sukurti prezentaciją, naudojant dešimties nuotraukų seriją ir joms taikomų technikų aprašymą.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių internete surasti nuotraukų, kuriose būtų taikomos skirtingos kompozicijos taisyklės. Pristatykite likusiai klasei.

Grįžtamasis ryšys

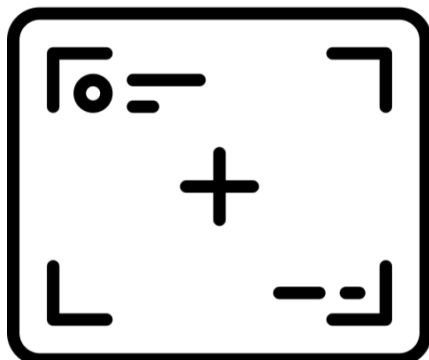
Kiekviena grupė įkelia nuotrauką į „Instagram“ su # (taisyklės pavadinimas) ir #rulesofimagecomposition.

Užduotis 1

Padarykite dešimt nuotraukų.

Bent 2 nuotraukos turėtų įgyvendinti šias kompozicijos technikas:

- Trečdalių taisyklė
- Kadavimas (kadras rėmelyje)
- Pagrindinės linijos
- Vizualiniai raštai
- Plokštumos
- Simetrinė kompozicija



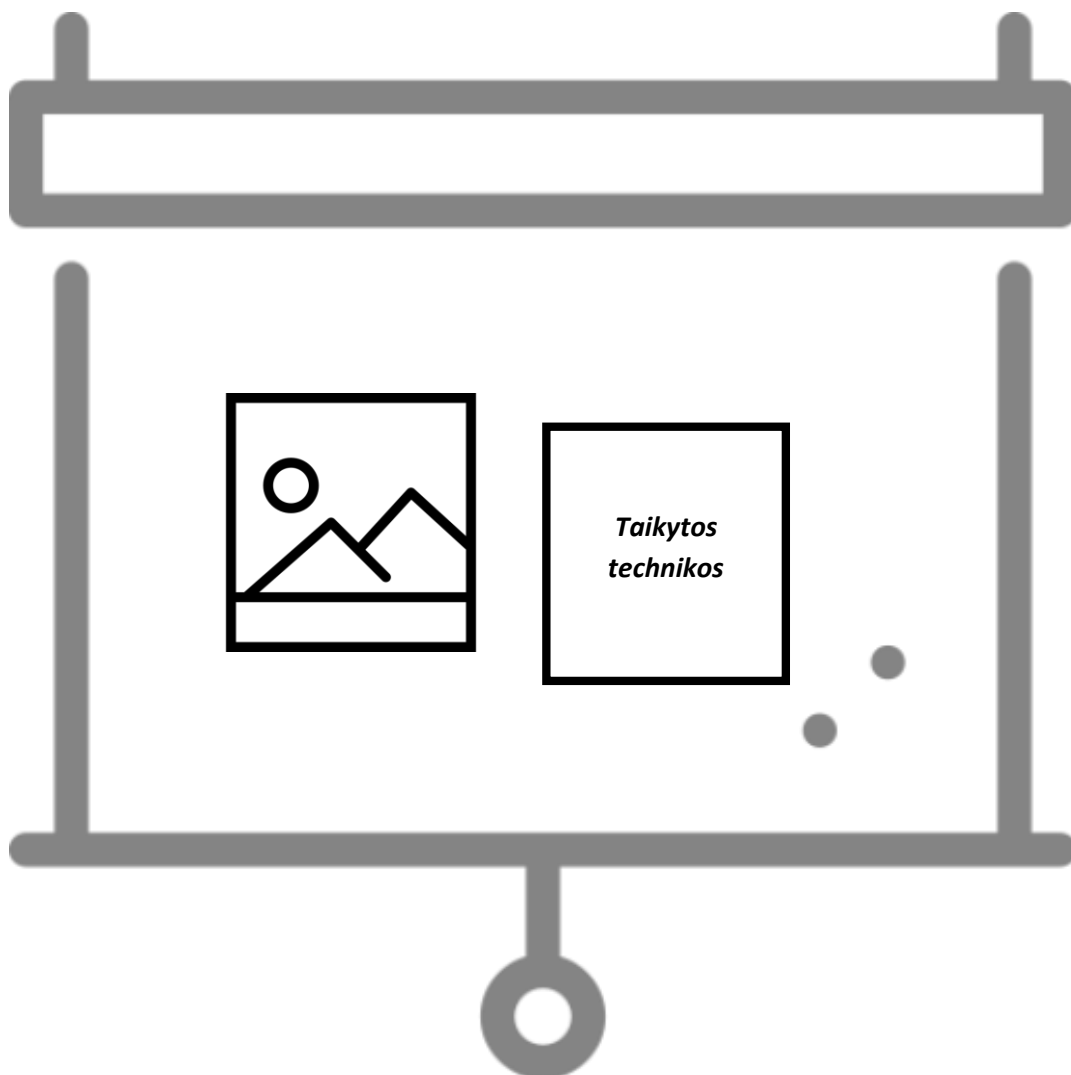
Turėtų būti įvairių tipų kadrai:

- Tolimas bendras planas
- Bendras planas
- Pilnas planas
- Vidutinis planas
- Stambus planas
- Detalė

pastaba: kiekviena nuotrauka gali turėti keletą taisyklių

Užduotis 2

Sukurkite prezentaciją, naudojant dešimties nuotraukų seriją ir joms taikomų technikų aprašymą.



PRARASTŲ DUOMENŲ ATVEJAI

Tikslas

Suprasti svarbiausias su privatumu susijusias sąvokas medijų turinyje; suprasti saugaus asmens duomenų perdavimo principus ir suvokti su tuo susijusius pavojus.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Privatumas, asmens duomenys, saugus asmens duomenų valdymas, medijų turinys, patikimumas

Reikalingos priemonės

Kompiuteris su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Privatumas. Asmens duomenys**
- Paruoškite „asmens duomenys“ ir „privatumas“ apibrėžimus
- Paruoškite kelis pavyzdžius iš asmeninio gyvenimo apie privatumą ir asmens duomenis
- Paruoškite 2-4 pavyzdžius apie prarastus ir svarbius asmens ar įmonės duomenis (pateikite mokiniams, jeigu jie per ilgai užtruktų jų ieškant)
- Suskirstykite mokinius į grupes

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paaiškinkite mokiniams „asmens duomenų“ ir „privatumo“ terminus ir paprašykite jų pateikti asmens duomenų pavyzdžių. Paprašykite mokinių paaiškinti frazę „prarasti asmens duomenys“ ir kokios to pasekmės.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių dirbti grupėse ir aptarti duomenų apsaugos taisykles, kurias jie taiko. Kiekviena grupė surašo 10 taisyklių.

Užduotis 3: Paprašykite grupių surasti 1 svarbių duomenų praradimo (asmens ar įmonės) pavyzdį. Jie turėtų perskaityti keletą straipsnių šia tema, išanalizuoti priežastis, kodėl taip atsitiko, išsiaiškinti, kas kaltas, ir pasiūlyti sprendimus, kaip to išvengti ateityje. Paprašykite jų užsirašyti ir pristatyti.

Užduotis 4: Paprašykite mokinių sudaryti saugių duomenų valdymo veiksmų sąrašą ir sukurti plakatą.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių surasti specialistų rekomendacijas internete ir palyginti rezultatus.

Grįžtamasis ryšys

Mokiniai vertina vienas kito plakatus.

Užduotis 1

Užsirašykite asmens duomenų pavyzdžius. Ar žinote, ką reiškia frazė „prarasti asmens duomenis“? Kokios to pasekmės?

Užduotis 2

Aptarkite duomenų apsaugos taisykles, kurias jūs taikote. Užrašykite dešimt taisyklių, kaip apsaugoti asmens duomenis.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Užduotis 3

Suraskite 1 svarbių duomenų praradimo (asmens ar įmonės) pavyzdį. Perskaitykite keletą straipsnių šia tema, išanalizuokite priežastis, kodėl taip atsitiko, išsiaiškinkite, kas kaltas, ir pasiūlykite sprendimus, kaip to išvengti ateityje. Užsirašykite ir pristatykite.

Užduotis 4

Sudarykite saugių duomenų valdymo veiksmų sąrašą ir sukurti plakatą. Pristatykite.

SUPRASK PRIVATUMO IR ASMENS DUOMENŲ SĄVOKAS

Tikslas

Suprasti privatumo ir asmens duomenų sąvokas medijų kontekste.

Trukmė

145 min

Raktiniai žodžiai

Privatumas, duomenų privatumas, asmens duomenys, medijos, medijų žinutė, duomenų patikimumas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Privatumas. Asmens duomenys**
- Pažiūrėkite filmą **1984** sukurtą Michael Radford, 1985 (113 min)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą išgirdus žodį privatumas (medijų kontekste). Sukurkite minčių žemėlapij, parašydami jų žodžius aplink pagrindinį žodį „*Privatumas*“.

Užduotis 2: Pažiūrėkite filmą **1984** sukurtą Michael Radford, 1985 (113 min) ir paprašykite mokinių pasidalinti savo mintimis.

Užduotis 3: Aptarkite klausimus:

- Ar mes gyvename kontroliuojamame pasaulyje?
- Ar žmonės gali gyventi visiškai laisvoje ir nekontroliuojamoje visuomenėje?
- Ar galime visi būti lygūs?
- Ar šiandienos žiniasklaida manipuliuoja visuomene? Kontroliuoja visuomenę?

Papildoma užduotis

Diskusija:

- Žiniasklaidos galia
- Kaip politika ar suinteresuotos šalys kontroliuoja žiniasklaidą?
- Kas galėtų būti „didysis brolis“ šiandieniniame pasaulyje?

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite mokinių parašyti daugiau žodžių į jau sukurtą minčių žemėlapij aplink pagrindinį žodį „*Privatumas*“.

Užduotis 1

Užrašykite bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą išgirdus žodį **privatumas** (medijų kontekste).

Užduotis 2

Pažiūrėkite filmą **1984** sukurtą Michael Radford, 1985 (113 min) ir pasidalinkite savo mintimis.

<https://www.imdb.com/title/tt0087803/>

Totalitarinėje ateities visuomenėje žmogus, kurio kasdienis darbas yra istorijos perrašymas, bando maištauti įsimylėdamas.



Užduotis 3

Aptarkite klausimus:

Ar mes gyvename kontroliuojamame pasaulyje?

Argumentuokite

Ar žmonės gali gyventi visiškai laisvoje ir nekontroliuojamoje visuomenėje?

Argumentuokite

Ar galime visi būti lygūs?

Argumentuokite

Ar šiandienos žiniasklaida manipuliuoja visuomene? Kontroliuoja visuomenę?

Argumentuokite

PRIVATUMO PAŽEIDIMAI

Tikslas

Suprasti svarbiausias su privatumu susijusias sąvokas medijų kontekste; suprasti saugaus asmens duomenų perdavimo principus ir suvokti kylančius pavojus; palyginti saugius ir nesaugius asmens duomenų tvarkymo būdus.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Privatumas, asmens duomenys, saugumas, žiniasklaidos manipuliavimas, duomenų perdavimas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius poromis
- Išnagrinėkite informaciją iš puslapio: <https://www.priv.gc.ca/en/about-the-opc/what-we-do/awareness-campaigns-and-events/privacy-education-for-kids/fs-fi/day-quotidien/> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Diskusija:

- *Ką jums reiškia privatumas?*
- *Ar tai trokšamas dalykas?*
- *Kaip keičiasi privatumo reikšmė realiaame ir internetiniame pasaulyje?*
- *Kur ir kada jūs turite/neturite privatumo?*
- *Kaip galima pakenkti privatumui?*
- *Kaip daroma įtaką jūsų privatumui, jei kas nors: žino jūsų amžių, telefono numerį, namų adresą, mėgstamą TV laidą, užkandžius, eina per jūsų kambarį, pasiklauso asmeninius pokalbius, skaito elektroninius laiškus/ žinutes, seka jus visą dieną?*

Užduotis 2: Paprašykite mokinių naudoti nuorodą <https://www.priv.gc.ca/en/about-the-opc/what-we-do/awareness-campaigns-and-events/privacy-education-for-kids/fs-fi/day-quotidien/> (anglų k.) ir išnagrinėti pateiktą informaciją, pasižymint privatumo pažeidimus, kurie juos labiausiai jaudintų, ir tuos, kurie jiems netrukdytų.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos poros sukurti vaizdo įrašą tema „Internetinio privatumo apsaugos patarimai“ ir pristatyti jį klasei.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių perskaityti *Social Smarts Graphic Novel* https://www.priv.gc.ca/media/3609/gn_e.pdf (anglų k.) ir aptarkite.

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite kiekvieno mokinio ant popieriaus lapo užrašyti tris svarbiausius patarimus.

Užduotis 1

Diskusija:

- Ką jums reiškia privatumas?
- Ar tai trokšamas dalykas?
- Kaip keičiasi privatumo reikšmė realiame ir internetiniame pasaulyje?
- Kur ir kada jūs turite/neturite privatumo?
- Kaip galima pakenkti privatumui?
- Kaip daroma įtaką jūsų privatumui, jei kas nors: žino jūsų amžių, telefono numerį, namų adresą, mėgstamą TV laidą, užkandžius, eina per jūsų kambarį, pasiklauso asmeninius pokalbius, skaito elektroninius laiškus/ žinutes, seka jus visą dieną?

Užduotis 2

Naudokite nuorodą <https://www.priv.gc.ca/en/about-the-opc/what-we-do/awareness-campaigns-and-events/privacy-education-for-kids/fs-fi/day-quotidien/> (anglų k.) ir išnagrinėkite pateiktą informaciją, pasižymint privatumo pažeidimus, kurie jus labiausiai jaudintų, ir tuos, kurie jums netrukdytų. Padėkite varnelę.

	JAUDINA	NEJAUDINA	Kodėl?
1.	☐	☐	
2.	☐	☐	
3.	☐	☐	
4.	☐	☐	
5.	☐	☐	
6.	☐	☐	
7.	☐	☐	
8.	☐	☐	
9.	☐	☐	
10.	☐	☐	
11.	☐	☐	
12.	☐	☐	
13.	☐	☐	
14.	☐	☐	
15.	☐	☐	
16.	☐	☐	
17.	☐	☐	
18.	☐	☐	
19.	☐	☐	

Užduotis 3

Porose, sukurkite vaizdo įrašą tema „Internetinio privatumo apsaugos patarimai“ ir pristatykite jį klasei.



EUROPOS SĄJUNGOS ASMENS DUOMENŲ APSAUGOS KONCEPCIJA

Tikslas

Suprasti svarbiausias su privatumu susijusias sąvokas medijų kontekste; suprasti saugaus ir patikimo asmens duomenų valdymo būdus.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Privatumas, asmens duomenys, ES, BDAR, reglamentas, duomenų subjektas, teisės

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ar kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienam mokiniui, internetinis žodžių debesies kūrimo įrankiai: <https://www.mentimeter.com>, <https://www.wordclouds.com>, **Užduočių lapo** kopija

kiekvienai grupei, General Data Protection Regulation (GDPR) (anglų k.) [*Priedas 3*] kopija kiekvienai grupei

Duomenų subjekto teisių šaltiniai:

- <https://www.itgovernance.co.uk/blog/what-are-the-data-subject-rights-under-the-gdpr> (anglų k.)
- <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/data-subject-rights-under-gdpr> (anglų k.)
- <https://www.i-scoop.eu/gdpr/data-subject-rights-gdpr/> (anglų k.)

Prieš pamoką

- Perskaitykite EU General Data Protection Regulation (GDPR): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679> (anglų k.)
- Suskirstykite mokinius į grupes po 2-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių grupėse pasidalinti mintimis apie asmens duomenis, ir parašyti asmens duomenų sąvoką.

Užduotis 2: Duokite mokiniams BDAR [*Priedas 3*] ištraukų kopiją. Paprašykite mokinių perskaityti asmens duomenų apibrėžimą BDAR (4 straipsnio 1 dalis) ir sugalvoti kiek įmanoma daugiau asmens duomenų pavyzdžių pagal BDAR apibrėžimą. Ši dalis gali būti atliekama naudojant internetinį įrankį „*Mentimeter*“ arba bet kurį kitą įrankį, kuris sukuria žodžių debesį.

Užduotis 3: Paprašykite mokinių perskaityti BDAR 4 straipsnio 7 ir 8 dalių ištraukas ir surasti esminį skirtumą tarp „duomenų valdytojo“ ir „duomenų tvarkytojo“, užrašyti jį.

Užduotis 4: Pateikite vieną iš nuorodų apie duomenų subjekto teises (**Reikalingos priemonės**) ir paprašykite mokinių perskaityti ir pasirinkti pagal jų nuomone dvi svarbiausias duomenų subjekto teises ir kodėl?

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių surasti internetinį BDAR dokumentą, pasirinkti juridinę įstaigą (pavyzdžiui: Facebook, internetinis žaidimas, mokykla, universitetas, visuomeninė asociacija, vyriausybė įstaiga ir kt.), kuri įdiegė BDAR, ir trumpai aprašyti, kaip jų asmeniniai duomenys yra apsaugoti.

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite mokinių parašyti pamokos santrauką. Skirkite jiems vieną minutę.

Užduotis 1

Grupėse pasidalinkite mintimis apie asmens duomenis, ir parašykite asmens duomenų sąvoką.

ASMENS
DUOMENYS

Užduotis 2

Perskaitykite asmens duomenų apibrėžimą BDAR (4 straipsnio 1 dalis) ir sugalvokite kiek įmanoma daugiau asmens duomenų pavyzdžių pagal BDAR apibrėžimą.



<https://www.smaato.com/wp-content/uploads/2018/02/gdpr-2018-featured-image>

Užduotis 3

Perskaitykite BDAR 4 straipsnio 7 ir 8 dalių ištraukas ir suraskite esminį skirtumą tarp „duomenų valdytojo“ ir „duomenų tvarkytojo“, užrašyti jį.



<https://www.metacompliance.com/media/2125/image1-72x-100.jpg?width=825&height=412>

Užduotis 4

Eikite į mokytojo pateiktą nuorodą, perskaitykite ir pasirinkite pagal savo nuomonę dvi svarbiausias duomenų subjekto teises ir paaiškinkite kodėl jas pasirinkote?

	Duomenų subjekto teisės	Kodėl?
1.		
2.		

AR MANO DRAUGAI YRA APSIMETĖLIAI?

Tikslas

Suprasti asmens tapatybės patikimumo vertinimo principus.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Tapatybė, asmeninė informacija, netikros tapatybės atpažinimas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Išnagrinėkite asmens tapatybės patikimumo vertinimo principus
- Pažiūrėkite vaizdo įrašą: <https://youtu.be/fUFKrUEiGHs> (anglų k.)
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paleiskite vaizdo įrašą: <https://youtu.be/fUFKrUEiGHs> ir paprašykite mokinių užsirašyti svarbią informaciją.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių pasidalinti savo patirtimi netikros tapatybės tema: kaip jiems pavyko nustatyti netikrą tapatybę ir kaip jie elgėsi ją nustatę?

Užduotis 3: Paprašykite mokinių dirbti grupėse ir išvardinti kuo daugiau netikros tapatybės tikrinimo būdų socialiniuose tinkluose.

Užduotis 4: Paprašykite mokinių surasti netikras tapatybes savo socialinio tinklo kontaktų sąrašė. Paprašykite jų pateikti būdus, kurie jiems padėjo atpažinti tuos kontaktus.

Papildoma užduotis

Mokiniai sukuria „Google Forms“ ar „Facebook Messenger“ apklausą tarp savo klasiokų :

- *Koks dažnas yra netikros tapatybės reiškiny?*
- *Kokiam tikslui naudojamos tos tapatybės?*
- *Kokių veiksmų ėmėtės nustatę netikros tapatybės profilį?*

Po apklausos jie turėtų išanalizuoti atsakymus ir pateikti rezultatus.

Grįžtamasis ryšys

Mokinių nustatyti netikrų tapatybių kontaktai ir pateiktų metodų sąrašas parodo jų asmens patikimumo vertinimo principų supratimą.

Užduotis 1

Pažiūrėkite vaizdo įrašą ir pasižymėkite svarbiausią informaciją.

Užduotis 2

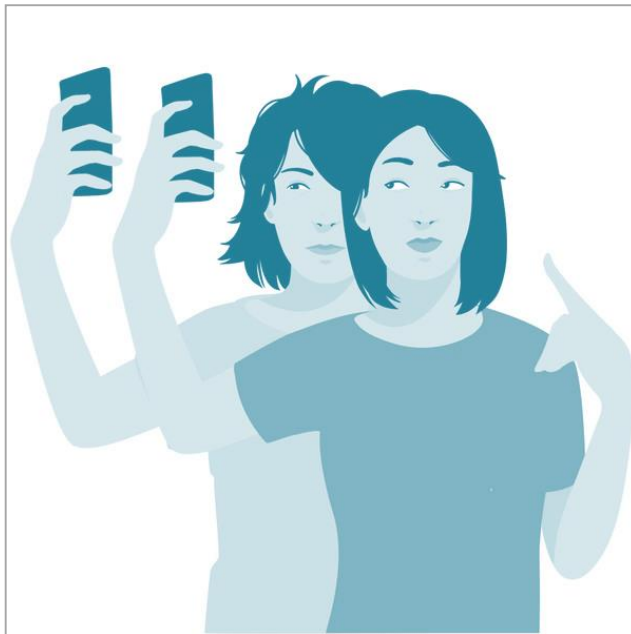
Pasidalinkite savo patirtimi netikros tapatybės tema: *kaip jums pavyko nustatyti netikrą tapatybę ir kaip jūs elgėtės ją nustatę?*

Užduotis 3

Grupėse išvardinkite kuo daugiau netikros tapatybės tikrinimo būdų socialiniuose tinkluose.

Užduotis 4

Suraskite netikras tapatybes savo socialinio tinklo kontaktų sąrašė ir pateikite būdus, kurie jums padėjo atpažinti tuos kontaktus.



<https://static01.nyt.com/images/2015/11/19/fashion/19FINSTAGRAM-articleLarge.jpg?quality=90&auto=webp>

Metodai:

SOCIALINĖS MEDIJOS IR REALYBĖ

Tikslas

Supažindinti mokinius su netikrų tapatybių problema socialinėse medijose; padėti mokiniams internete nustatyti netikras tapatybes.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Netikra tapatybė, socialinės medijos, „catfish“, „sock puppet“, avataras

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3
- Suraskite keletą netikros tapatybės paskyrų *Facebooke*
- Pažiūrėkite vaizdo įrašą: <https://www.youtube.com/watch?v=0EFHbruKEmw> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių dirbti savo grupėse ir aptarti šiuos klausimus:

- *Kas yra netikra tapatybė?*
- *Kodėl žmonės internete susikuria netikras tapatybes?*

Paprašykite mokinių naudojant raktinius žodžius *netikra tapatybė, socialinės medijos, „catfish“, „sock puppet“, „avataras“* surasti atsakymus į pateiktus klausimus.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių pažiūrėti vaizdo įrašą: <https://www.youtube.com/watch?v=0EFHbruKEmw> (anglų k.)

Aptarkite žemiau pateiktus klausimus. Paprašykite mokinių dirbti grupėse ir užsirašyti.

- *Kuo skiriasi tikrojo gyvenimo tapatybė nuo internetinės tapatybės?*
- *Kokias problemas gali sukelti internetinė tapatybė?*

Užduotis 3: Paprašykite mokinių surasti „Facebook“ profilį, kuris, jų manymu, yra netikras, ir pateikti bent tris argumentus, kodėl.

Papildoma užduotis

Mokiniai parengia Power Point prezentaciją su svarbia pamokos informacija.

Grįžtamasis ryšys

Parodykite mokiniams „Facebook“ netikros tapatybės paskyras ir paprašykite pateikti argumentus, kodėl jos yra netikros.

Užduotis 1

Grupėse aptarkite šiuos klausimus:

Kas yra netikra
tapatybė?

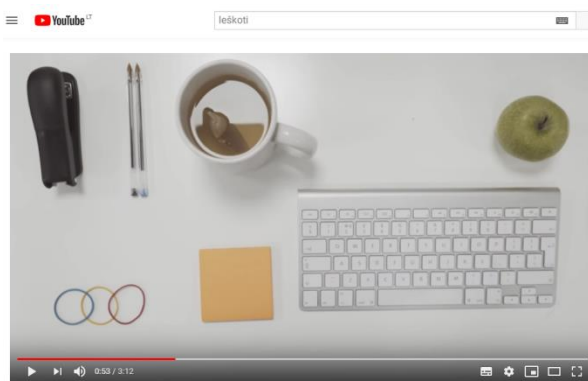
Kodėl žmonės internete
susikuria netikras
tapatybes?

Naudokite raktinius žodžius *netikra tapatybė*, *socialinės medijos*, „catfish“, „sock puppet“, „avataras“ ir suraskite atsakymus į pateiktus klausimus.

Užduotis 2

Pažiūrėkite vaizdo įrašą, aptarkite klausimus ir užsirašykite.

Kuo skiriasi tikrojo
gyvenimo tapatybė
nuo internetinės
tapatybės?



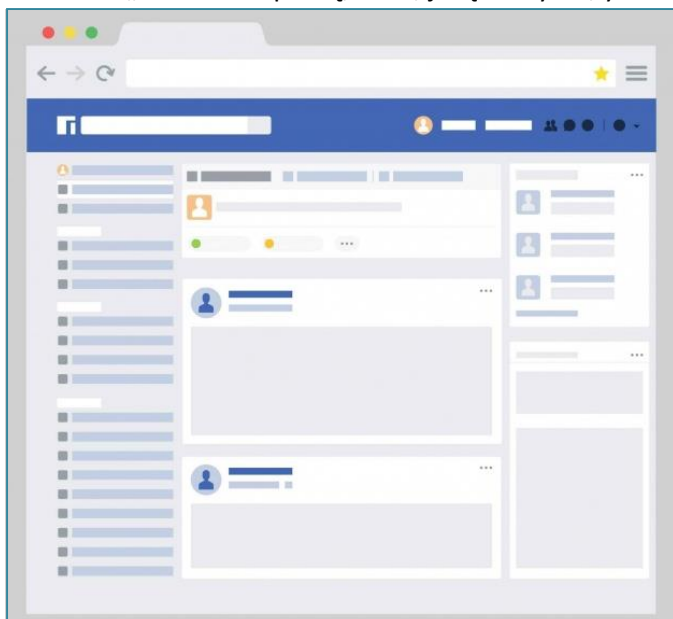
#WokeUpLikeThis #Effortless #Workspace
Are You Living an Insta Lie? Social Media Vs. Reality

<https://www.youtube.com/watch?v=0EFHbruKEmw>

Kokias problemas gali
sukelti internetinė
tapatybė?

Užduotis 3

Suraskite „Facebook“ profilį, kuris, jūsų manymu, yra netikras, ir pateikite bent tris argumentus, kodėl.



1.

2.

3.

NETIKROS TAPATYBĖS NUSTATYMAS

Tikslas

Atpažinti netikrą tapatybę medijų kontekste; suprasti asmens tapatybės patikimumo vertinimo principus; suprasti netikros tapatybės dekonstrukcijos principus; įvertinti teigiamą ir neigiamą netikros tapatybės poveikį medijų kontekste.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Tapatybė, netikra tapatybė, skaitmeninė tapatybė, socialinė etika, asmeninė atsakomybė

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės rasti tris netikros tapatybės pavyzdžius socialinėse medijose.

Paprašykite jų paaiškinti, kaip jie žino, kad šios tapatybės yra netikros, ir paprašykite jų paruošti rekomendacijų sąrašą, kaip atpažinti netikrą tapatybę.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės internete surasti tris situacijas, kai netikra tapatybė gali būti tinkamas ar būtinas sprendimas.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių suvaidinti interviu: vienas yra žurnalistas, kitas - asmuo, sukūręs netikrą tapatybę internete.

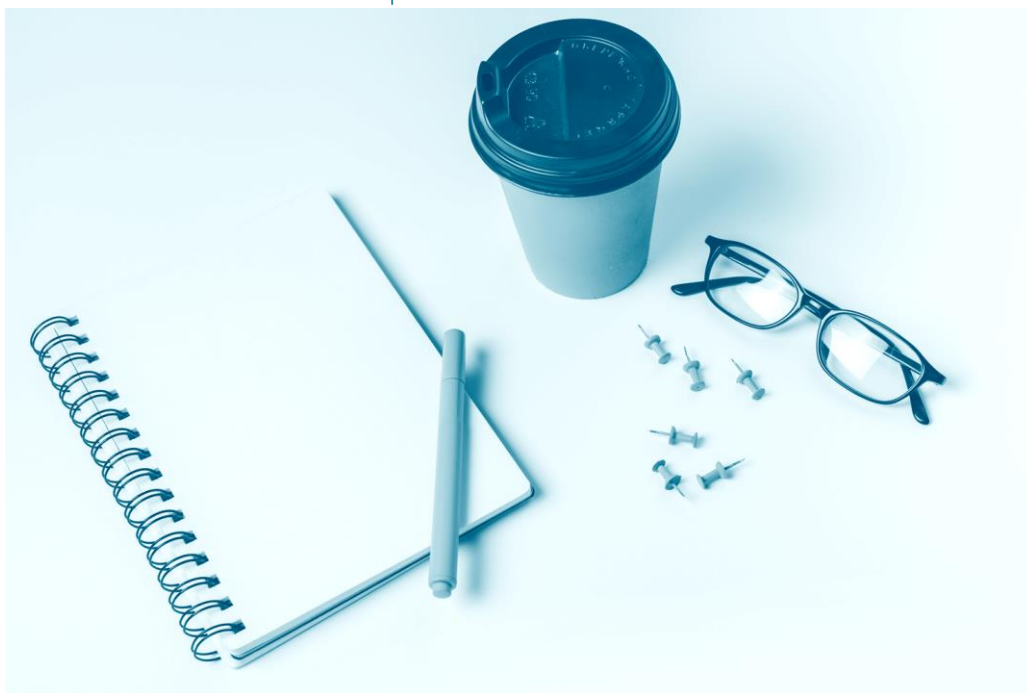
Grįžtamasis ryšys

Diskusija užduočių metu suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie netikros tapatybės supratimą, medijų etiką ir asmeninės atsakomybės problemas.

Užduotis 1

Suraskite tris netikros tapatybės pavyzdžius socialinėse medijose

Kaip jūs žino, kad šios tapatybės yra netikros? Paruoškite rekomendacijų sąrašą, kaip atpažinti netikrą tapatybę.



<https://www.freepik.com/free-photos-vectors/background>

Užduotis 2

Internete suraskite tris situacijas, kai netikra tapatybė gali būti tinkamas ar būtinas sprendimas.

--

NETIKROS TAPATYBĖS SĄVOKA

Tikslas

Atpažinti netikrą tapatybę medijų kontekste; suprasti netikros tapatybės dekonstrukcijos principus; įvertinti teigiamą ir neigiamą netikros tapatybės poveikį medijų kontekste.

Trukmė

135 min

Raktiniai žodžiai

Tapatybė, netikra tapatybė, žiniasklaidos manipuliacija, tapatybės konstravimas

Reikalingos priemonės

Kompiuteris su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei, lipnių lapelių

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4.
- Pažiūrėkite filmą **Searching** sukurtą Aneesh Chaganty, 2018 (102 min.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą išgirdus žodį „Tapatybė“. Sukurkite minčių žemėlapi, parašdami jų žodžius aplink pagrindinį žodį „Tapatybė“.

Užduotis 2: Pažiūrėkite filmą **Searching** sukurtą Aneesh Chaganty, 2018 (102 min.) ir paprašykite mokinių užrašyti vieną mintį, kuri jiems atrodo svarbiausia lipniame lapelyje. Paprašykite mokinių užklijuoti užrašus tinkamiausioje vietoje minčių žemėlapyje.

Papildoma užduotis

Diskusija:

- Ar mes visada žinome už socialinio profilio esantį asmenį?*
- Kiek draugų ir sekėjų socialiniame tinkle jūs tikrai žinote?*
- Ar manote, kad asmuo turėtų atskleisti savo tikrąją tapatybę socialiniuose tinkluose? Kodėl?*

Grįžtamasis ryšys

Mokinių sukurto minčių žemėlapio analizė rodo šios temos supratimą.

Užduotis 1

Užrašykite bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą išgirdus žodį „Tapatybė“.



Užduotis 2

Pažiūrėkite filmą **Searching** sukurtą Aneesh Chaganty, 2018 (102 min.)

<https://www.imdb.com/title/tt7668870/>

Lipniam lapelyje užrašykite vieną mintį, kuri jums atrodo svarbiausia.



Po šešiolikmetės dukters dingimo beviltiškas tėvas įsilaužia į nešiojamąjį kompiuterį ieškoti įkalčių, kaip ją surasti.

BŪK SAUGUS INTERNETE

Tikslas

Atpažinti internetines patyčias; atskirti įvairias elektroninių patyčių formas; reaguoti ir priešintis elektroninėms patyčioms; suprasti kovos su elektroninėmis patyčiomis metodus.

Trukmė

120 min

Raktiniai žodžiai

Kibernetinės patyčios, medijų saugumas, medijų kontekstas, patikimi medijų šaltiniai, pagalbos vaikams linija

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ir kompiuteriai su prieiga prie interneto, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Paruoškite kibernetinių patyčių apibrėžimą, rūšis ir keletą savo šalies/miesto/mokyklos pavyzdžių (jei aktualu)
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių savais žodžiais apibūdinti, kas yra kibernetinės patyčios.

Pateikite apibrėžimą ir elektroninių patyčių rūšis.

Užduotis 2: Diskusija apie asmeninę kibernetinių patyčių patirtį:

- *Ar jie yra susidūrę su kibernetinėmis patyčiomis?*
- *Ar jie žino ką nors kas susidūrė? Ką jie darė?*
- *Ar jie mano, kad patyčios internete yra problema jų mokykloje?*
- *Kaip reikėtų reaguoti į elektronines patyčias? Kaip reikėtų jas neutralizuoti?*
- *Ar jie grindžia savo atsakymus žiniomis, psichologų patarimais, tėvų patarimais, patirtimi ar kitais šaltiniais?*

Užduotis 3: Paprašykite mokinių internete surasti patarimų, kaip kovoti su elektroninėmis

patyčiomis. Jie turėtų užsirašyti ekspertų patarimus į savo sąsiuvinius. Kiekvienas mokinys turėtų sudaryti bent 5–7 žingsnių sąrašą.

Užduotis 4: Grupėse paprašykite mokinių parašyti trumpo vaizdo įrašo prieš elektronines patyčias scenarijų.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių paruošti pagalbos organizacijų sąrašą vaikams, susidūrusiems su elektroninėmis patyčiomis.

Grįžtamasis ryšys

Vertina scenarijus remdamasis trim kriterijais: atpažįsta internetines patyčias, reaguoja į elektronines patyčias, išsprendžia problemą.

Užduotis 1

Kibernetinių patyčių apibrėžimas ir rūšys:



<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSyASiAYnmsh8oedHBqJjJuqLD8E0BPG8eqVjWqcT4-Z9EvN3fZ>

Užduotis 2

Diskusija apie asmeninę kibernetinių patyčių patirtį:

- Ar jūs esate susidūrę su kibernetinėmis patyčiomis?
- Ar jūs pažįstate ką nors kas susidūrė? Kaip buvo elgiama?
- Ar jūs manote, kad patyčios internete yra problema jūsų mokykloje?
- Kaip reikėtų reaguoti į elektronines patyčias? Kaip reikėtų jas neutralizuoti?
- Ar jūs grindžiate savo atsakymus žiniomis, psichologų patarimais, tėvų patarimais, patirtimi ar kitais šaltiniais?

Užduotis 3

Internetu suraskite patarimų, kaip kovoti su elektroninėmis patyčiomis. Sudarykite bent 5–7 žingsnių sąrašą.



https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-mental-health-concept_2730792.htm#page=1&query=psychologist&position=13

Užduotis 4

Grupėse parašykite trumpo vaizdo įrašo prieš elektronines patyčias scenarijų.



KAIP SUSTABDYTI KIBERNETINES PATYČIAS?

Tikslas

Suprasti internetinių patyčių sąvoką; atpažinti jas socialinės medijos aplinkoje; sugebėti užkirsti kelią ar reaguoti į jas.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Patyčios, kibernetinės patyčios, neigiamas poveikis, socialinės medijos, prevencija, atsakas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Kibernetinės patyčios**.
- Suskirstykite mokinius į grupes.

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių išvardinti visus iššūkius ir problemas, su kuriomis šiandien susiduria paaugliai mokyklose. Trumpai aptarkite ir pakomentuokite. Paprašykite mokinių suskirstyti juos/jas pagal žiaurumą/poveikį.

Užduotis 2: Pabrėžkite elektroninių patyčių problemą, atsakydami į klausimus: kas, kur, kaip, ir kodėl? Paprašykite mokinių užsirašyti.

Užduotis 3 (anglų k.): Paprašykite mokinių perskaityti pateiktą tekstą (anglų k.) ir parašyti paryškintus žodžius prie tinkamo apibrėžimo: <https://www.nspcc.org.uk/what-is-child-abuse/types-of-abuse/bullying-and-cyberbullying/>

Apibrėžimai:

- 1) someone who has been harmed, injured, or killed as the result of a crime: *victim*
- 2) to harm someone who is weak or cannot defend themselves: *prey*
- 3) the act of insulting someone by calling them rude names: *name calling*
- 4) better or more important than other people: *superior*
- 5) saying unofficial information that may or may not be true: *spread rumours*
- 6) feeling guilty or embarrassed: *ashamed*

Užduotis 4: Diskusija:

- *Ar buvo/yra dažnos kibernetinės patyčios jūsų mokykloje? Ar žinote kokių nors pavyzdžių?*
- *Kodėl vyksta elektroninės patyčios?*
- *Kokie yra paplitę elektroninių patyčių būdai?*
- *Kas turėtų prisiimti atsakomybę už kovą su elektroninėmis patyčiomis: mokytojai, tėvai, bendraamžiai ir t.t.?*

Užduotis 5: Paprašykite mokinių dirbti grupėse ir sugalvokite kuo daugiau galimų elektroninių patyčių sprendimų, kaip užkirsti joms kelią arba ką daryti joms įvykus. Jie turėtų aptarti, ką skirtingos grupės gali padaryti, kad sustabdytų internetines patyčias ir užpildyti nurodytą lentelę.

Papildoma užduotis

Paleiskite vieną ar kelis vaizdo įrašus su kibernetinių patyčių ir (arba) kovų prieš jas pavyzdžiais:

- „Huawei“ reklama, kurioje atkreipiamas dėmesys į privatumo nepaisymą ir skelbiamas nuotraukos internete be konteksto - <http://bit.ly/CyberbullyingAd> <2 min (anglų k.)
- Kibernetinių patyčių istorija - <https://www.youtube.com/watch?v=GSE6spm-qyI> <9 min (anglų k.)
- Trumpas filmukas apie greitą situacijos blogėjimą ir kokia nepakeliamą socialinių medijų neapykanta gali būti <https://www.youtube.com/watch?v=vJzz2b5Inp0> : <7 min (anglų k.)
- Šis vaizdo įrašas yra rimtas elektroninių patyčių ir jos pasekmių pavyzdys - <https://www.youtube.com/watch?v=vmQ8nM7b6XQ> <5 min (anglų k.)
- Filmukas apie didžiausią elektroninių patyčių poveikį: savižudybę - <https://www.youtube.com/watch?v=JvWrCagU3Ow> <8 min (anglų k.)
- Trumpas filmukas apie tai, kaip sustabdyti elektronines patyčias - <https://www.youtube.com/watch?v=MV5v0m6pEMs> <3 min (anglų k.)

Grįžtamasis ryšys

Rezultatų ir rastų pavyzdžių pristatymas, komentarai ir diskusija su mokiniams suteikia mokytojui galimybę įvertinti ir siūlyti grįžtamąjį ryšį mokiniams apie tai, ar ir koku mastu jie priėmė sąvokas ir prevencijos bei reagavimo strategijas, susijusias su kibernetinių patyčių pavojais.

Užduotis 1

Išvardinkite visus iššūkius ir problemas, su kuriomis šiandien susiduria paaugliai mokyklose. Trumpai aptarkite ir pakomentuokite. Suskirstykite juos/jas pagal žiaurumą/ poveikį.

Užduotis 2

Užsirašykite:

Užduotis 3

Perskaitykite pateiktą tekstą (anglų k.) ir parašykite paryškintus žodžius prie tinkamo apibrėžimo:

<https://www.nspcc.org.uk/what-is-child-abuse/types-of-abuse/bullying-and-cyberbullying/>

Tekstas:

"Bullying is behavior that hurts someone else. It includes **name calling**, hitting, pushing, **spreading rumors** or threatening somebody. It can happen anywhere – at school, at home or online. Cyberbullying is bullying that takes place through electronic technologies such as mobile phones, apps, social network websites or online forums. Cyber bullying is hurtful because it makes **victims** feel hopeless, helpless, powerless, and alone all at the same time. Children and teens who are cyber bullied often feel **ashamed** and guilty too, as they are made to believe that it's their fault they're being bullied (i.e., that they "deserve it" for some reason). There are many reasons why kids and teens become cyber bullies. Usually however, cyber bullies have some sort of insecurity. To protect their egos and feel **superior**, they make others feel bad about themselves. Some cyber bullies see it as a means to gain popularity and others do it to feel powerful or escape their own problems. At times, cyber bullies themselves may be bullying victims so they "**prey**" on other people to feel better about themselves."

Apibrėžimai:

- 1) someone who has been harmed, injured, or killed as the result of a crime: _____
- 2) to harm someone who is weak or cannot defend themselves: _____
- 3) the act of insulting someone by calling them rude names: _____
- 4) better or more important than other people: _____
- 5) saying unofficial information that may or may not be true: _____
- 6) feeling guilty or embarrassed: _____

Užduotis 4

Diskusija:

- Ar buvo/yra dažnos kibernetinės patyčios jūsų mokykloje? Ar žinote kokių nors pavyzdžių?
- Kodėl vyksta elektroninės patyčios?
- Kokie yra paplitę elektroninių patyčių būdai?
- Kas turėtų prisiimti atsakomybę už kovą su elektroninėmis patyčiomis: mokytojai, tėvai, bendraamžiai ir t.t.?

Užduotis 5

Sugalvokite kuo daugiau galimų elektroninių patyčių sprendimų, kaip užkirsti joms kelią arba ką daryti joms įvykus? Aptarkite, ką skirtingos grupės gali padaryti, kad sustabdytų internetines patyčias ir užpildykite nurodytą lentelę.

TĖVAI	MOKYTOJAI	MOKINIAI/BENDRAAMŽIAI
■	■	■

KOVA PRIEŠ KIBERNETINES PATYČIAS

Tikslas

Supažindinti mokinius su elektroninių patyčių problema ir kaip elgtis susidūrus su ja.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Patyčios, kibernetinės patyčios, priežastys, poveikis, sprendimai

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Internetinės programėlės:

- www.renderforest.com
- www.animaker.com

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3.

Pamokos eiga

Užduotis 1: Grupėse paprašykite mokinių aptarti pateiktus klausimus ir pasižymėti:

- *Kas yra kibernetinės patyčios?*
- *Kaip sustabdyti kibernetines patyčias?*

Dabar paprašykite jų naudoti raktinius žodžius „**kibernetinės patyčios**“, „**kibernetinių patyčių prevencija**“ tam, kad surastų atsakymus ir palygintų su savo užrašais.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių naudojantis internetinėmis programėlėmis sukurti animacinį filmuką, kuriame būtų išdėstyti pagrindiniai faktai ir patarimai, kaip kovoti su elektroninėmis patyčiomis. Paprašykite jų pasidalinti jais su klase.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių sukurti plakatą, kuriame būtų reklamuojamas jų animacinis filmas.

Grįžtamasis ryšys

Mokinių komentarai apie savo klasiokų animacinius filmukus.

Užduotis 1

Aptarkite pateiktus klausimus ir pasižymėkite:

*Kas yra kibernetinės
patyčios?*

*Kaip sustabdyti
kibernetines
patyčias?*

Dabar naudokite raktinius žodžius „kibernetinės patyčios“, „kibernetinių patyčių prevencija“, suraskite atsakymus internete ir palyginkite su savo užrašais.

Užduotis 2

Naudojantis internetine programėle sukurkite animacinius filmukus, kuriuose būtų išdėstyti pagrindiniai faktai ir patarimai, kaip kovoti su elektroninėmis patyčiomis. Pasidalinkite jais su klase.



<https://i.vimeocdn.com/video/722320943.webp?mw=1100&mh=619&q=70>

KETURI KAMPAI

Tikslas

Suprasti internetinių patyčių sąvoką ir kaip reaguoti jas.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Patyčios, kibernetinės patyčios, socialinės medijos, prevencija, atsakas

Reikalingos priemonės

Užduočių lapo kopija kiekvienam mokiniui, keturi užrašai ““NIEKO NEDARAU”, “PRANEŠU TĖVAMS/MOKYTOJAMS/POLICIJAI”, “PRANEŠU TINKLALAPIO ADMINISTRATORIUI”, “SPRENDŽIU PROBLEMĄ PATS”

Prieš pamoką

- Keturiuose klasės kampuose pakabinkite užrašus:
 - “NIEKO NEDARAU”
 - “PRANEŠU TĖVAMS/MOKYTOJAMS/POLICIJAI”
 - “PRANEŠU TINKLALAPIO ADMINISTRATORIUI”
 - “SPRENDŽIU PROBLEMĄ PATS”
- Paruoškite kibernetinių patyčių apibrėžimą, rūšis ir keletą savo šalies/miesto/mokyklos pavyzdžių (jei aktualu)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių savais žodžiais apibūdinti, kas yra kibernetinės patyčios.

Pateikite apibrėžimą ir kibernetinių patyčių rūšis.

Užduotis 2: Paaiškinkite mokiniams, kad perskaitysite įvairias situacijas. Išgirdę situaciją, jie turės pasirinkti klasės kampelį, kuris atspindi jų atsakymus. Po kiekvienos situacijos aptarkite jų pasirinkimą.

- Jūsų klasioko nuotrauka buvo paskelbta internete be jo sutikimo. Ką jūs darote?*
- Vaizdo įrašas, kuriame tyčiojamas iš jūsų mokyklos mokinio, buvo įkeltas į „YouTube“. Ką jūs darote?*
- „Facebook“ buvo paskelbta jūsų klasės draugo redaguota nuotrauka. Ką jūs darote?*
- Internetu yra įrašas, kuriame kritikuoja mokinio iš jūsų mokyklos išvaizda. Ką jūs darote?*
- Asmeninė žinutė, išreiškianti jo / jos jausmus kito asmens atžvilgiu, yra paskelbta internete be jo / jos žinios. Ką jūs darote?*
- „Facebook“ yra sukurta netikra jūsų klasės draugo paskyra, iš kurios kažkas siunčia žinutes, kuriose tyčiojamas. Ką jūs darote?*
- Internetu yra įrašas, kuriame kritikuojamas jūsų klasės draugo elgesys pamokų metu. Ką jūs darote?*

Papildoma užduotis

Mokiniai dalijasi savo patirtimi apie elektronines patyčias.

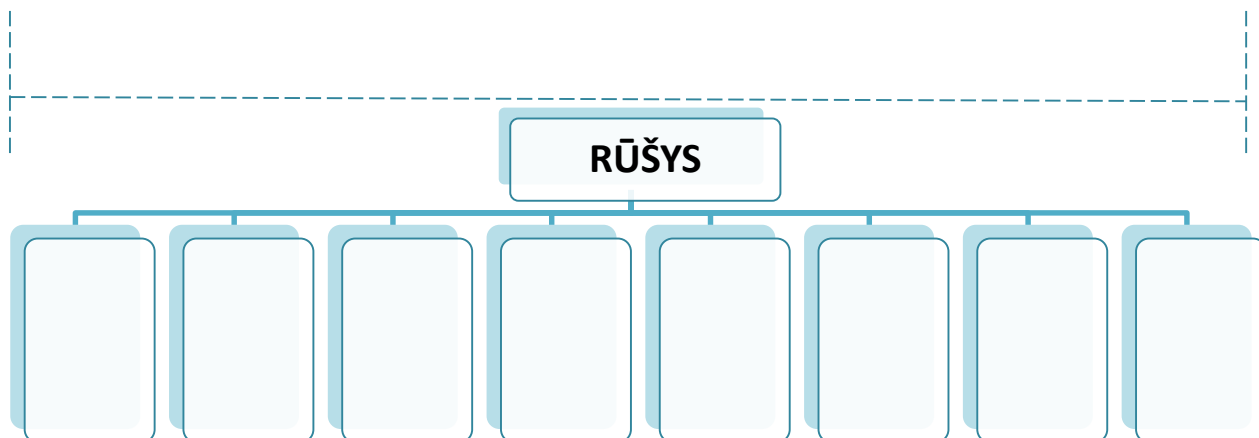
Grįžtamasis ryšys

Stebėdami mokinių pasirinkimus veiklos metu, daro išvadą apie jų problemų sprendimo įgūdžius elektroninių patyčių srityje.

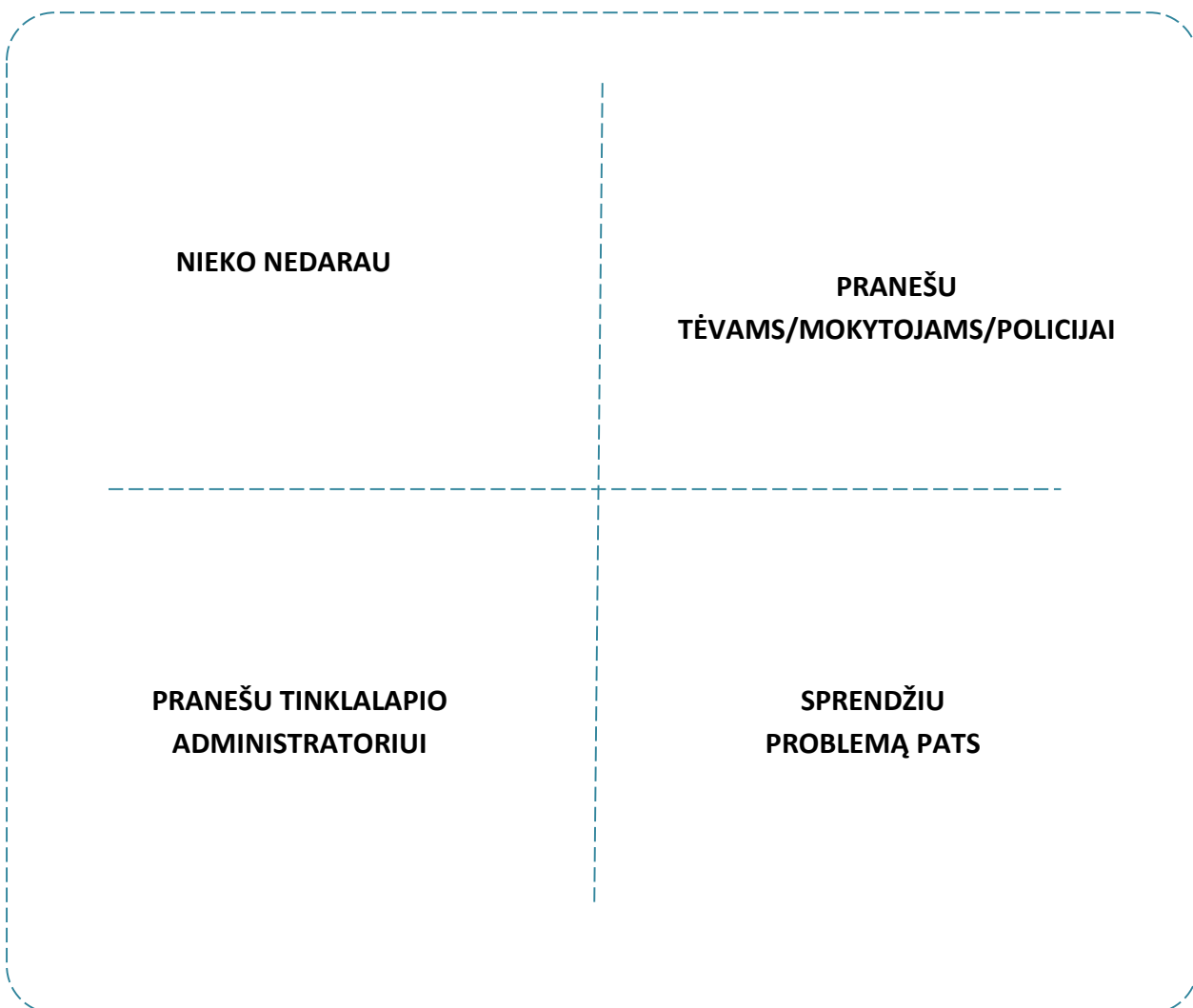
Užduotis 1

Savais žodžiais apibūdinkite, kas yra kibernetinės patyčios.

KIBERNETINĖS PATYČIOS

**Užduotis 2**

Kai mokytoja perskaitys situaciją, jūs turėsite pasirinkti klasės kampelį, kuris atspindi jūsų atsakymą ir atsistoti jame.



JUDANČIŲ VAIZDŲ KŪRYBA

Tikslas

Sužinoti vaizdo įrašų kūrimo pagrindus; gebėti išreikšti savo kūrybiškumą

Trukmė

135 min

Raktiniai žodžiai

Vaizdo įrašas, patarimai, vaizdo kameros tinklėlis, principai, vaizdas, kompozicija, kadras, rėmelis, statinis, kino judesys, montažas, muzika, nufilmuotas vienu kadru

Reikalingos priemonės

Kompiuteris su prieiga prie interneto, multimedija, išmanieji telefonai, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei, montažo programėlės: **VideoPad**, **Video Editor** arba **Shotcut**

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės internete surasti 5–7 patarimus, kaip filmuoti vaizdo įrašus, ir padaryti sąrašą, kad galėtų tuos patarimus naudoti kitose užduotyse.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių nufilmuoti judančius vaizdus mokykloje ar netoli mokyklos. Paprašykite jų nufilmuoti nuo 7 iki 10 kadry. Neturėtų būti vaidybos. Jie turėtų leisti aplinkai „kalbėti“.

Užduotis 3: Paprašykite mokinių naudoti montažo įrankį, pvz.: „VideoPad“, „Video Editor“ ar „Shotcut“, kad galėtų montuoti savo kadrus ir sukurti trumpą judančių vaizdų vaizdo įrašą (apie 5 min).

Priminkite:

- Filme neturėtų būti dialogo, bet mokiniai gali naudoti audio garsus ar subtitrus.
- Filmas turėtų atitikti stiliaus nuoseklumą.
- Jie gali pridėti muziką. Šioje svetainėje jie gali rasti nemokamą muziką: <https://incompetech.com/>

Užduotis 4: Grupės pristato savo filmus klasės draugams

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių sukurti galimą trumpametražio filmo apie keliones scenarijų.

Grįžtamasis ryšys

Mokinių komentarai apie klasės draugų filmus.

Užduotis 1

Internetė suraskite 5–7 patarimus, kaip filmuoti vaizdo įrašus, ir padarykite sąrašą, kad galėtumėte tuos patarimus naudoti kitose užduotyse.



tips of taking video shots

**Užduotis 2**

Nufilmuokite judančius vaizdus mokykloje ar netoli mokyklos. Nufilmuokite nuo 7 iki 10 kadry. Neturėtų būti vaidybos. Leiskite aplinkai „kalbėti“..



<http://www.napavalleytv.org/blog/wp-content/uploads/2017/01/vertical-video-1-1024x576.png>

Užduotis 3

Naudokite montažo įrankį, pvz.: „VideoPad“, „Video Editor“ ar „Shotcut“, kad galėtumėte montuoti savo kadrus ir sukurti trumpą judančių vaizdų vaizdo įrašą (apie 5 min).

Prisiminkite:

- Filme neturėtų būti dialogo, bet galite naudoti audio garsus ar subtitrus.
- Filmas turėtų atitikti stiliaus nuoseklumą.
- Jūs galite pridėti muziką. Šioje svetainėje galite rasti nemokamą muziką:

<https://incompetech.com/>

Užduotis 4

Pristatykite savo filmus klasės draugams.



PANAUDOK SAVO KŪRYBIŠKUMĄ

Tikslas

Dirbti su pasirinktomis skaitmeninės kūrybos sritimis; suprasti įvairias technikas; pažinti savo estetiką ir kūrybiškumą

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Skaitmeninė kūryba, kūrybiškumas, perdirbimas, skaitmeninis menas, medijų kontekstas, reklama

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai arba kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, Užduočių lapo kopija kiekvienai porai

Naudokite vieną iš šių įrankių:

- Plakatas – <http://www.canva.com>; <http://www.piktochart.com>
- Tinklaidė – <http://www.speaker.com>
- Vaizdo įrašas – *Kinemaster, Filmora9 Video Editor* (<https://www.iskysoft.us/filmora-video-editor.html>)

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius poromis

Pamokos eiga

Užduotis 1: Supažindinkite mokinius su medijų žinutės sąvoka, aptarkite skirtingus medijų žinučių pavyzdžius (vaizdo įrašai, plakatai, radijo laidos ir kt.)

Užduotis 2: Paprašykite porų pasirinkti ir sukurti plakatą, tinklaidę ar vaizdo įrašą perdirbimo tema ir parodyti jį klasei.

Kas turi būti?:

- VAIZDO ĮRAŠE – judantys vaizdai, garsai, tekstas
- PLAKATE - nuotraukos, grafinio dizaino elementai, tekstas
- TINKLALAIĐEJE - garsai, muzika, vizualinis dizainas

Papildoma užduotis

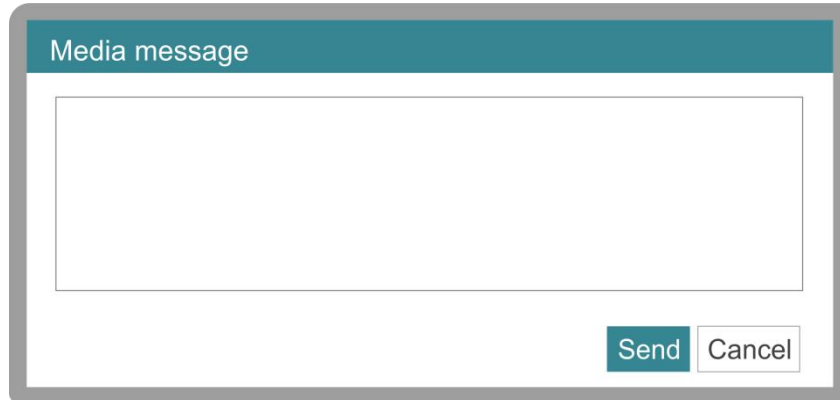
Paprašykite mokinių įkelti savo kūrinius į socialinių tinklų svetaines ir kitą pamoką mokiniai aptars gautas reakcijas.

Grįžtamas ryšys

Pristatymų metu mokiniai teikia grįžtamąjį ryšį, dalijasi patirtimi, lygina, kritikuoja, aptaria ir pateikia argumentus.

Užduotis 1

Užrašykite medijų žinutės sąvoką.

A diagram of a media message box. It has a teal header bar with the text "Media message". Below the header is a large white rectangular area for the message content. At the bottom right of the box are two buttons: "Send" (teal) and "Cancel" (white with a grey border).

Medijų žinutės pavyzdžiai

A large, empty rectangular box with a thin blue border, intended for writing examples of media messages.**Užduotis 2**

Sukurkite plakatą, tinklalaidę ar vaizdo įrašą *Perdirbimo* tema ir parodykite jį klasei.

Kas turi būti?:

- VAIZDO ĮRAŠE – judantys vaizdai, garsai, tekstas
- PLAKATE - nuotraukos, grafinio dizaino elementai, tekstas
- TINKLALAIIDĖJE - garsai, muzika, vizualinis dizainas

Juodraštis

A large, empty rectangular box with a thin blue border, intended for sketching or drawing a storyboard for the video or advertisement.

POMĖGIŲ PRISTATYMAS NAUDOJANT SKAITMENINĘ KŪRYBĄ

Tikslas

Susipažinti su skaitmeninio meno kūrimo įrankiais ir pasirinkti juos projektui; dirbti su pasirinktomis skaitmeninės kūrybos sritimis (piešimas, fotografija, vaizdo įrašo kūrimas, muzikos kūrimas ir kt.).

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Skaitmeninis menas, tradicinis menas, skaitmeninė fotografija, filmas, vaizdo įrašas, piešinys, animacija

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Internetinės programėlės:

- Krita - Nemokamas ir atviras šaltinis
- MyPaint – Nemokamas ir atviras, tik „Mac“
- GIMP – Nemokamas ir atviras
- FireAlpaca & MediBang Paint kuriose yra ir nemokama skaitmeninė tapybos ir mangos kūrimo programinė įranga
- <https://piktochart.com/>; <https://artres.xyz/post/beginners-guide-to-digital-art/>

Prieš pamoką

- Išnagrinėkite šaltinius ir įrankius skaitmeninio meno kūrybai
- Perskaitykite teorinę dalį **Skaitmeninė kūryba**
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4.

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti žodžius, kuriuos jie sieja su skaitmenine kūryba. Aptarkite.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės atidaryti nurodytą nuorodą <https://artres.xyz/post/beginners-guide-to-digital-art/> (anglų k.), išnagrinėti informaciją ir nuspręsti, kokią skaitmeninės kūrybos sritį jie naudos savo projektui.

Tema: “Mūsų pomėgiai” (kiekvieno nario pomėgiai turėtų būti atskleisti projekte)

Užduotis 3: Paprašykite mokinių naudoti pasirinktą įrankį, dirbti kartu ir kurti. Paprašykite jų pasidalinti savo kūriniais su klasės draugais.

Papildoma užduotis

Diskusija apie perėjimą nuo tradicinio prie skaitmeninio meno.

Grįžtamasis ryšys

Mokinių komentarai apie savo klasės draugų darbą.

Užduotis 1

Užrašykite žodžius, kurie jums siejasi su skaitmenine kūryba. Aptarkite.

**Užduotis 2**

Grupėse atidarykite nurodytą nuorodą <https://artres.xyz/post/beginners-guide-to-digital-art/> (anglų k.), išnagrinėkite informaciją ir nuspręskite, kokią skaitmeninės kūrybos sritį jūs naudosite savo projektui.

Tema: "MŪSŲ POMĖGIAI" (kiekvieno nario pomėgiai turėtų būti atskleisti projekte)

Juodraštis

Užduotis 3

Naudokite pasirinktą įrankį, dirbkite kartu ir kurkite. Pasidalinkite savo kūriniais su klasės draugais.

SKAITMENINĖS KŪRYBOS SAŲOKA

Tikslas

Suprasti pagrindinį skirtumą tarp analoginės ir skaitmeninės kūrybos; atpažinti įvairias skaitmenines technikas.

Trukmė

120 min

Raktiniai žodžiai

Skaitmeninė kultūra, analoginis, skaitmeninis, skaitmeninė visuomenė, filmas, fotografija, vaizdo įrašas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, Užduočių lapo kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Skaitmeninė kūryba**
- Pažiūrėkite filmą **Hardcore Henry** sukurtą Ilya Naishuller, 2015 (96min)
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą, kai išgirsta frazę „Skaitmeninė kūryba“. Sukurkite minčių žemėlapi, parašydami jų žodžius aplink pagrindinę frazę „Skaitmeninė kūryba“.

Užduotis 2: Paleiskite filmą **Hardcore Henry** sukurtą Ilya Naishuller, 2015 (96 min) ir paprašykite mokinių pasidalinti mintimis.

Užduotis 3: Aptarkite klausimus:

- *Kokia yra pagrindinė skaitmeninio produkto/ artefakto/ kūrinio savybė?*
- *Kaip galima manipuluoti skaitmeniniais vaizdais?*
- *Ar spausdintos naujienos/ informacija yra aktualesnė/ patikimesnė nei skaitmeninė?*
- *Ar skaitmeninės medijos paverčia virtualią realybę atrodyti tikroviškesnę nei pati realybė?*

Papildoma užduotis

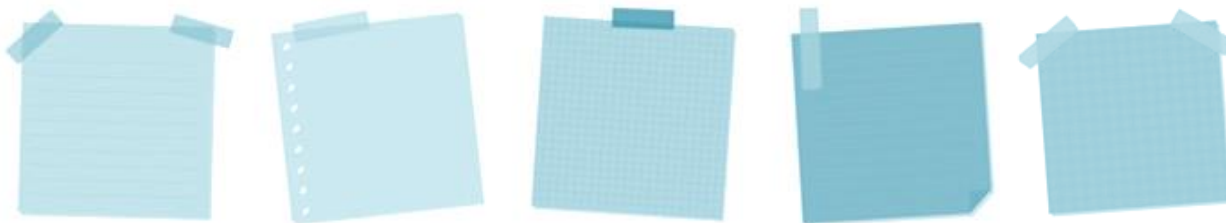
Diskusijos apie pavojus, susijusius su skaitmeniniu manipuliavimu ir kūryba.

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite mokinių pridėti daugiau žodžių prie jau sukurto minčių žemėlapio „Skaitmeninė kūryba“.

Užduotis 1

Užrašykite bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą, kai išgirstate frazę „Skaitmeninė kūryba“.



Užduotis 2

Pažiūrėkite filmą **Hardcore Henry** sukurtą Ilya Naishuller, 2015 (96 min) ir pasidalinkite savo mintimis.

Henris prisikelia iš numirusių, praradęs atmintį, ir jis privalo išgelbėti savo žmoną nuo telekinetinio karo vado, kuris planuoja sukurti



bioinžinierius karius. <https://www.imdb.com/title/tt3072482/>

Užduotis 3

Aptarkite klausimus:

Kokia yra pagrindinė skaitmeninio produkto/ artefakto/ kūrinio savybė?

Kaip galima manipuluoti skaitmeniniais vaizdais?

Ar spausdintos naujienos/ informacija yra aktualesnė/ patikimesnė nei skaitmeninė?

Ar skaitmeninės medijos paverčia virtualią realybę atrodyti tikroviškesnę nei pati realybė?

FRAZĖS IŠIMTOS IŠ KONTEKSTO

Tikslas

Atpažinti žiniasklaidos manipuliaciją, jos padarinius; nustatyti manipuliavimo turinius ir kūrimo metodus (priemonės); kritiškai mąstyti naudojant palyginimo, patvirtinimo ir turinio vertinimo metodus.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Manipuliacija, vaizdo manipuliacija, citata, klaidinga citata, aptikti manipuliacijas, kovoti su manipuliacijomis

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei, nuotraukų kopija [Priedas 4] kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės peržvelgti garsiąsias **citatas** ir paaiškinti jas savais žodžiais.

Užduotis 2: Dabar paprašykite mokinių peržvelgti originalias citatas ir jas paaiškinti, pateikiant pagrindinį skirtumą. Paprašykite mokinių pasidalinti savo idėjomis.

Citata	Originali citata	Autorius
Roma nebuvo pastatyta per dieną.	Roma nebuvo pastatyta per dieną, bet sudegė per vieną.	Viduramžių prancūzų patarlė XVI a
Didūs protai mąsto vienodai.	Didūs protai mąsto vienodai, maži protai retai skiriasi.	Neatrodo, kad turi konkrečią kilmę
Būkite tas pokytis, kurį norite pamatyti pasaulyje.	Žmogui keičiant savo prigimtį, keičiasi ir pasaulio požiūris į jį. Nereikia laukti, kad pamatyti, ką daro kiti.	Mahatma Ghandi
Valdžia paperkama; absoliuti valdžia absoliučiai paperkama.	Valdžia linkusi į paperkamumą; absoliuti valdžia absoliučiai paperkama.	Lord John Dalberg-Acton

Užduotis 3: Kiekvienai grupei išdalinkite nuotrauką **Nr.1** „Siras berniukas miega tarp savo tėvų kapų“ ir paprašykite jų atsakyti į šiuos klausimus:

- Ką jūs matote?*
- Koks berniuko amžius?*
- Kieno kapai tai galėtų būti?*
- Kaip jūs jaučiatės?*
- Prie ko jis miega?*

Tada užrašykite nuotraukos pavadinimą ant lentos ir paprašykite mokinių atsakyti į šiuos klausimus: Kiek metų galėjo būti jo tėvams, kai jie mirė? Kokius darbus jie galėjo turėti? Kur galėjo būti padaryta ši nuotrauka? Kokia yra pagrindinė nuotraukos idėja?

Kiekvienai grupei išdalinkite nuotrauką **Nr.2** (Originali nuotrauka) ir kartu aptarkite, kaip buvo manipuluojama turiniu.

Užduotis 4: Kiekvienai grupei išdalinkite nuotraukas **Nr.3** ir **Nr.4** „Kareiviai su karo belaisviu“ ir paklauskite mokinių, ką vaizduoja kiekviena nuotrauka ir kuri, jų manymu, yra tikra/netikra.

Kiekvienai grupei išdalinkite nuotraukas **Nr.5** (Originali nuotrauka) ir paprašykite jų parašyti bent dvi priežastis, kodėl kas nors norėtų tuo manipuliuoti. Paprašykite mokinių pasidalinti savo idėjomis.

Papildoma užduotis

Paprašykite kiekvieno mokinio patarti, kaip patikrinti, ar gauta informacija buvo kažkoku būdu manipuluota, ir užrašyti patarimą ant lipnaus lapelio bei užklijuoti jį ant lentos.

Grįžtamasis ryšys

Mokiniai gauna grįžtamąjį ryšį apmąstant užduotis su mokytoju.

Užduotis 1

Peržvelkite į garsiąsias citatas ir paaiškinkite jas savais žodžiais.

Citata	Paiškinimas
<i>Roma nebuvo pastatyta per dieną.</i>	
<i>Didūs protai męsto vienodai.</i>	
<i>Būkite tas pokytis, kurį norite pamatyti pasaulyje.</i>	
<i>Valdžia paperkama; absoliuti valdžia absoliučiai paperkama.</i>	

Užduotis 2

Peržvelkite originalias citatas ir jas paaiškinkite, pateikiant pagrindinį skirtumą. Paprašykite mokinių pasidalinti savo idėjomis.

Originali citata	Paiškinimas ir pagrindinis skirtumas
<i>Roma nebuvo pastatyta per dieną, bet sudegė per dieną.</i>	
<i>Didūs protai męsto vienodai, maži protai retai skiriasi.</i>	
<i>Žmogui keičiant savo prigimtį, keičiasi ir pasaulio požiūris į jį. Nereikia laukti, kad pamatyti, ką daro kiti.</i>	
<i>Valdžia linkusi į paperkamumą; absoliuti valdžia absoliučiai paperkama.</i>	

Užduotis 3

Pažiūrėkite į nuotrauką **Nr.1** ir atsakykite į klausimus:

- Ką jūs matote?
- Kaip jūs jaučiatės?
- Koks berniuko amžius?
- Prie ko jis miega?
- Kieno kapai tai galėtų būti?



Parašykite nuotraukos pavadinimą:

Atsakykite į klausimus:

- Kiek metų galėjo būti jo tėvams, kai jie mirė?
- Kokius darbus jie galėjo turėti?
- Kur galėjo būti padaryta ši nuotrauka?
- Kokia yra pagrindinė nuotraukos idėja?

Dabar pažiūrėkite į nuotrauką **Nr.2** ir kartu aptarkite, kaip buvo manipuluojama turiniu.

Užduotis 4

Pažiūrėkite nuotraukas **Nr.3** ir **Nr.4** „Kareiviai su karo belaisviu“ ir pasakykite, ką vaizduoja kiekviena nuotrauka ir kuri, jūsų manymu, yra tikra/netikra.

Dabar pažiūrėkit nuotrauką **Nr.5** ir parašykite bent dvi priežastis, kodėl kas nors norėtų tuo manipuliuoti. Pasidalinkite savo idėjomis.

KRITIŠKAI VERTINTI MEDIJŲ INFORMACIJĄ

Tikslas

Suprasti, kad kritinio mąstymo įgūdžiai yra svarbūs atpažįstant žiniasklaidos manipuliacijas.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Manipuliacija, medių turinys, kritinis vertinimas, medių raštingumas, statistinis raštingumas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 4
- Perskaitykite statistinio raštingumo teoriją: <http://www.statlit.org/pdf/2010Schield-StatLit-Intro4p.pdf> (anglų k.)

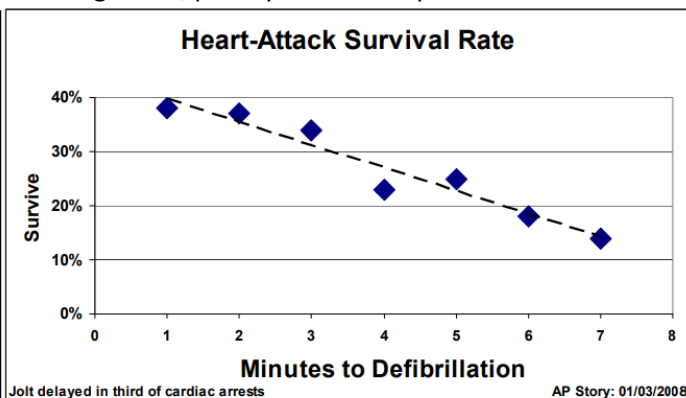
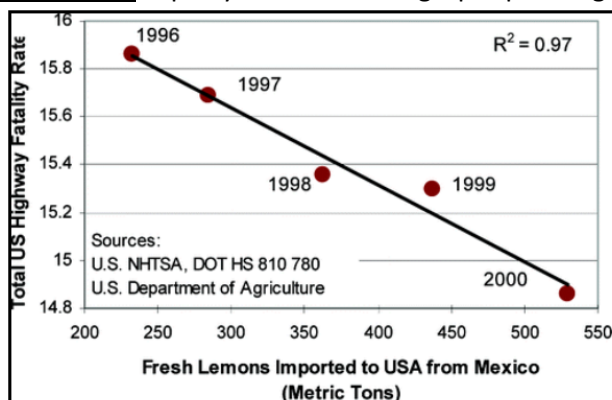
Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės internete surasti informaciją apie statistinį raštingumą: apibrėžimą, įvairias formas ir elementus. Paprašykite jų atidaryti naujienų portalą ir surasti straipsnius, paremtus statistine analize. Aptarkite rezultatus.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės peržvelgti teiginius ir nuspręsti, kurie iš jų galėtų turėti stipresnę statistinę paramą, o kuriuos - sunku įrodyti statistiškai, ir kodėl?

- Bet kokių gėrimų vartojimas didina kasos vėžio riziką.
- Rūkantys vaikai vėliau bręsta.
- Vestuvės daro teigiamą įtaką nuotakai.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos grupės peržvelgti dvi diagramas, padaryti išvadas ir paaiškinti.



<http://www.statlit.org/pdf/2010Schield-StatLit-Intro4p.pdf>

Užduotis 4: Paprašykite kiekvienos grupės perskaityti situaciją, padiskutuoti ir padaryti išvadas.

„Vaistą X, kurį lygino su placebo, gamino ir išbandė „Pharmacia“ gamintojas. Remiantis rezultatais, jie teigia, kad jų vaistai nuo skausmo buvo sėkmingesni nei placebo, ir grupėse nebuvo skirtumų dėl nepageidaujamo šalutinio poveikio atsiradimo, kraujo krešulių atsiradimo. Jie taip pat tvirtina, kad konkurentų „Medica“ vaistas Y padidino kraujo krešulių dažnį dvigubai, palyginti su placebo.“

Dabar paprašykite jų pažvelgti į šiuos skaičius:

„Pharmacia“ ištyrė dvi grupes po 100 tiriamųjų ir kiekvienu atveju pasireiškė du šalutiniai poveikiai. „Medica“ ištyrė dvi grupes po 1000 respondentų ir sako, kad buvo 2 atvejai, turintys šalutinį poveikį tiriamojoje grupėje, ir tik vienas placebo grupėje. “

Kokios gali būti išvados?

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių interneto portaluose ir socialiniuose tinkluose surast daugiau naujienų ir pranešimų spaudai, kurie remiasi statistiniais duomenimis tam, kad juos kritiškai išanalizuotų.

Grįžtamasis ryšys

Diskusija suteikia mokytojui galimybę siūlyti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie jų nuomonę.

Užduotis 1

Internete suraskite informaciją apie statistinį raštingumą: apibrėžimą, įvairias formas ir elementus. Atidarykite naujienų portalą ir suraskite straipsnius, paremtus statistine analize. Aptarkite rezultatus.

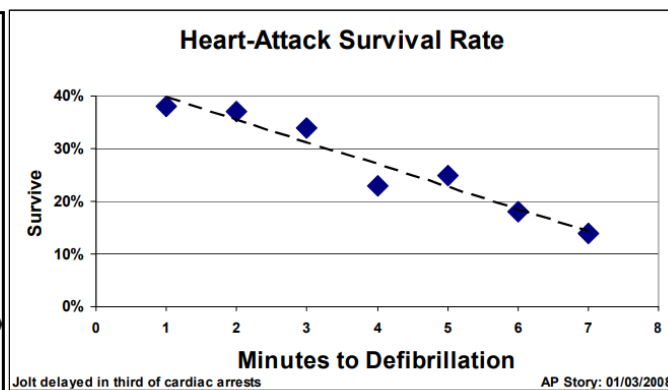
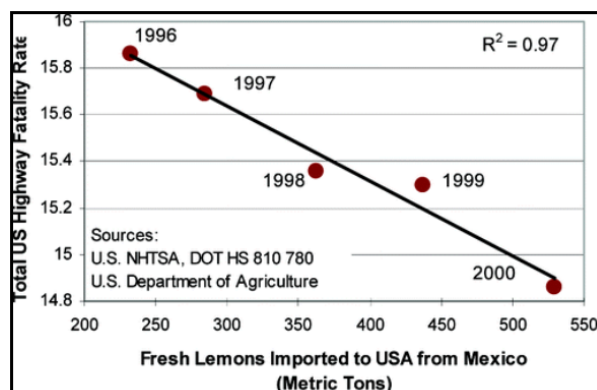
Užduotis 2

Peržvelkite teiginius ir nuspręskite, kurie iš jų galėtų turėti stipresnę statistinę paramą, o kuriuos - sunku įrodyti statistiškai, ir kodėl?

1. Bet kokių gėrimų vartojimas didina kasos vėžio riziką. _____
2. Rūkantys vaikai vėliau bręsta. _____
3. Vestuvės daro teigiamą įtaką nuotakai. _____

Užduotis 3

Grupėse peržvelkite dvi diagramas, padarykite išvadas ir paaiškinkite.



<http://www.statlit.org/pdf/2010Schiold-StatLit-Intro4p.pdf>

Užduotis 4

Perskaitykite situaciją, padiskutuokite ir padarykite išvadas.

„Vaistą X, kurį lygino su placebo, gamino ir išbandė „Pharmacia“ gamintojas. Remiantis rezultatais, jie teigia, kad jų vaistai nuo skausmo buvo sėkmingesni nei placebo, ir grupėse nebuvo skirtumų dėl nepageidaujamo šalutinio poveikio atsiradimo, kraujo krešulių atsiradimo. Jie taip pat tvirtina, kad konkurentų „Medica“ vaistas Y padidino kraujo krešulių dažnį dvigubai, palyginti su placebo.“

Dabar pažvelkite į šiuos skaičius:

„Pharmacia“ ištyrė dvi grupes po 100 tiriamųjų ir kiekvienu atveju pasireiškė du šalutiniai poveikiai. „Medica“ ištyrė dvi grupes po 1000 respondentų ir sako, kad buvo 2 atvejai, turintys šalutinį poveikį tiriamojoje grupėje, ir tik vienas placebo grupėje. “

Kokios gali būti išvados?

RAŠYTINĖ MANIPULIACIJA

Tikslas

Identifikuoti manipuliacijos kontekstą ir jo sudarymo metodus/priemones.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Medijos, manipuliacija, žiniasklaida, socialinės medijos, viešumas

Reikalingos priemonės

Užduočių lapo kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes 3

Pamokos eiga

Užduotis 1: Jūs kartu su mokiniais išsirenkate temą, kuri būtų aktuali tiek mokiniams, tiek mokyklai, tiek bendruomenei, pvz. „Donaldas Trumpas kandiduoja į prezidentus“.

Grupė 1: Paprašykite kiekvieno mokinio parašyti informacinį straipsnį, nuspręsta tema. Straipsnis turi būti bent 300 žodžių, jame turi būti faktai, teigiami ir neigiami temos aspektai, bei žmonių pateikti komentarai (mokiniai patys sukuria komentarus).

Grupė 2: Paprašykite kiekvieno mokinio parašyti teigiamą straipsnį nuspręsta tema. Straipsnis turi būti bent 300 žodžių, tema išdėstyta tik iš teigiamos pusės ir pateikti žmonių komentarai (mokiniai patys sukuria komentarus).

Grupė 3: Paprašykite kiekvieno mokinio parašyti neigiamą straipsnį nuspręsta tema. Straipsnis turi būti bent 300 žodžių, jame turi būti tik neigiami temos aspektai ir pateikti žmonių komentarai (mokiniai patys sukuria komentarus).

Paprašykite kiekvienos grupės pasirinkti tik vieną straipsnį, kurį jie nori pristatyti. Perskaičius tris straipsnius, palyginkite ir aptarkite.

Papildoma užduotis

Diskusija:

- Kokio tipo straipsniai (informaciniai, pozityvūs, negatyvūs) dažniausiai publikuojami laikraščiuose/portaluose?
- Kodėl naujiena yra pateikiama būtent tokiu būdu?

Grįžtamasis ryšys

Mokiniai išreiškia savo supratimą per gebėjimą sukurti straipsnio antraštę, pvz. Šiandien Bobas suprato puikaus straipsnio prasmę; Marija sužinojo apie manipuliaciją per naujienas.

Užduotis 1

Išsirinkite temą, kuri būtų aktuali tiek jums, tiek mokyklai, tiek bendruomenei, pvz. „Donaldas Trumpas kandiduoja į prezidentus“.

TEMA:

Perskaitykite savo grupės užduotį ir parašykite straipsnį:

Grupė 1	Grupė 2	Grupė 3
Parašykite informacinį straipsnį, išsirinkta tema. Straipsnis turi būti bent 300 žodžių, jame turi būti faktai, teigiami ir neigiami temos aspektais bei žmonių pateikti komentarai (komentarų sukurkite patys).	Parašykite teigiamą straipsnį nuspręsta tema. Straipsnis turi būti bent 300 žodžių, jis turi būti parašytas tik iš teigiamos pusės ir pateikti žmonių komentarai (komentarų sukurkite patys).	Parašykite neigiamą straipsnį nuspręsta tema. Straipsnis turi būti bent 300 žodžių, jame turi būti tik neigiami temos aspektai ir pateikti žmonių komentarai (komentarų sukurkite patys).

<https://n4.sdcdn.com/imgs/b//u/Omstationery-Single-Line-A4-Notebook-SD1035867324-2-dc754.jpg>

Dabar pasirinkite tik vieną straipsnį iš savo grupės, kurį norite pristatyti. Perskaičius, palyginkite ir aptarkite, po straipsnį iš kiekvienos grupės.

NUOTRAUKŲ MANIPULIACIJA

Tikslas

Atpažinti žiniasklaidos manipuliacijas, jos padarinius; pateikti argumentus ir diskutuoti žiniasklaidos manipuliacijų temomis; nustatyti manipuliavimo kontekstus ir metodus (priemones); atpažinti/suprasti žiniasklaidos ir jos auditorijos santykį, jų formavimo būdus; kritiškai suvokti žiniasklaidos informaciją.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Manipuliacija, žiniasklaidos manipuliacija, medijų auditorija, kritinis mąstymas, medijų žinutė

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės pasirinkti vieną garsų savo šalies/miesto/Europos asmenį ir ištirti, kaip žiniasklaida nukreipia savo vartotojų nuomonę pateikdama tam tikro asmens nuotrauką (kur jie rodomi kaip pikti, nedori, šlykštūs, nesąžiningi ir pan.). Kiekviena grupė išrenka 5–7 nuotraukas, kad iliustruotų savo argumentus.

Diskusija:

- Ar/Kada tai daroma dėl laikino efekto?*
- Ar/Kada tai padeda sukurti nuolatinį įvaizdį?*
- Kaip išvengti manipuliavimo tokiu būdu?*
- Ar yra būdas sužinoti apie tikrąją garsaus vyro/moters asmenybę?*

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės apibendrinti savo išvadas ir pristatyti klasei svarbiausius dalykus.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių pasirinkti garsų politiką ar kitą garsų asmenį, kuris baigė jų mokyklą ir įvykdyti tą pačią užduotį (**Užduotis 1**).

Grįžtamasis ryšys

Diskusijos suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie žiniasklaidos manipuliacijos suvokimą ir jos socialinį/politinį/kitokį poveikį.

Užduotis 1

Grupėse pasirinkite vieną garsų savo šalies/miesto/Europos asmenį ir ištirkite, kaip žiniasklaida nukreipia savo vartotojų nuomonę pateikdama tam tikro asmens nuotraukas (kur jie rodomi kaip pikti, nedori, šlykštūs, nesąžiningi ir pan.). Išsirinkite 5–7 nuotraukas iliustruoti savo argumentus.

Diskusija:

- *Ar/Kada tai daroma dėl laikino efekto?*



- *Ar/Kada tai padeda sukurti nuolatinį įvaizdį?*



- *Kaip išvengti manipuliavimo tokiu būdu?*



- *Ar yra būdas sužinoti apie tikrąją garsaus vyro/moters asmenybę?*

**Užduotis 2**

Apibendrinkite savo išvadas ir pristatykite klasei svarbiausius dalykus.



MANIPULIACIJOS SĄVOKA

Tikslas

Atpažinti žiniasklaidos manipuliavimą ir jos padarinius; suprasti žiniasklaidos ir jos auditorijos santykį (kaip jos formuoja viena kitą).

Trukmė

135 min

Raktiniai žodžiai

Manipuliacija, žiniasklaidos manipuliacija, auditorija, TV reitingai, reklama

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Manipuliacija**
- Pažiūrėkite filmą **The Truman Show** sukurtą Peter Weir, 1998 (103min)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą, kai jie išgirsta žodį manipuliacija. Sukurkite minčių žemėlapi, parašydami jų žodžius aplink pagrindinį žodį **Manipuliacija**.

Užduotis 2: Pažiūrėkite filmą **The Truman Show** sukurtą Peter Weir, 1998 (103min) ir paprašykite mokinių pasidalinti mintimis.

Užduotis 3: Aptarkite klausimus:

- *Kaip žiniasklaida uždirba pelną?*
- *Kaip žiniasklaida vertina jų reitingus?*
- *Kaip auditorijos formuoja žiniasklaidos turinį?*
- *Kaip žiniasklaida tapo pagrindine mūsų kasdienio gyvenimo dalimi?*
- *Kaip žiniasklaida formuoja mūsų nuomonę?*
- *Kaip žiniasklaida sukuria svarbias problemas ir temas?*

Papildoma užduotis

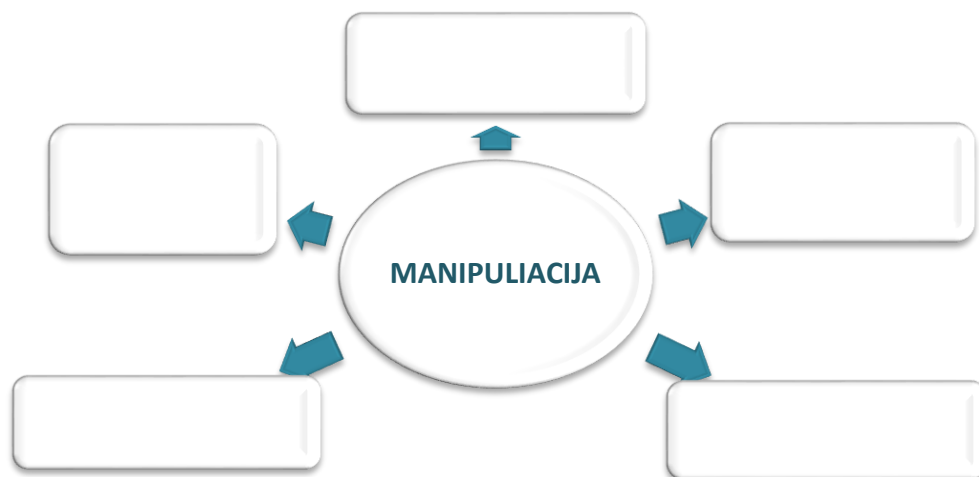
Peržiūrėkite trumpą vaizdo įrašą apie 10 būdų, kaip žiniasklaida kiekvieną dieną manipuliuoja mūsų nuomone ir aptarkite <https://www.youtube.com/watch?v=V8A0Ji5Cl9I&t=71s> (anglų k.)

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite mokinių pridėti daugiau žodžių prie jau sukurto minčių žemėlapio **Manipuliacija**.

Užduotis 1

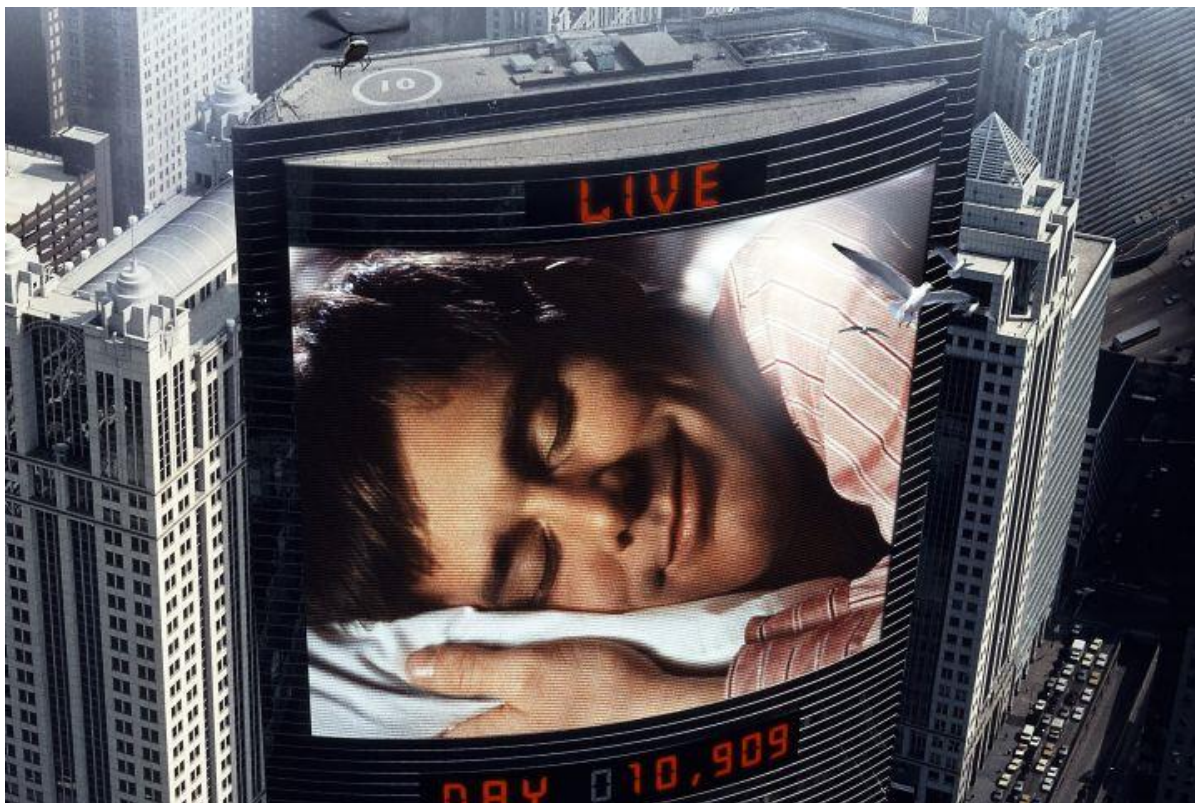
Parašykite bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą, kai jūs išgirstate žodį manipuliacija. Sukurkite minčių žemėlapij, parašydami žodžius aplink pagrindinį žodį **Manipuliacija**.



Užduotis 2

Pažiūrėkite filmą **The Truman Show** sukurtą Peter Weir, 1998 (103min) ir pasidalinkite mintimis.

https://www.imdb.com/title/tt0120382/?ref=mv_sr_1?ref=mv_sr_1



<https://shawetcanada.files.wordpress.com/2018/06/gettyimages181327740.jpg?quality=80&strip=all&w=720&h=480&crop=1>

Draudimo pardavėjas atranda, kad visas jos gyvenimas iš tikrųjų yra realybės televizijos laida.

Užduotis 3

Aptarkite klausimus:

- Kaip žiniasklaida uždirba pelną?
- Kaip žiniasklaida vertina jų reitingus?
- Kaip auditorijos formuoja žiniasklaidos turinį?
- Kaip žiniasklaida tapo pagrindine mūsų kasdienio gyvenimo dalimi?
- Kaip žiniasklaida formuoja mūsų nuomonę?
- Kaip žiniasklaida sukuria svarbias problemas ir temas?

NACIONALINIAI/KULTŪRINIAI STEREOTIPAI ŽINIASKLAIDOJE

Tikslas

Suprasti stereotipo sąvoką; atpažinti medijose esančius stereotipus ir jų įtaką individualiam savęs suvokimui.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Stereotipai, medijos, kultūriniai stereotipai, lyčių stereotipai

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai porai

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į poras
- Pažiūrėkite vaizdo įrašus:
 - <https://www.youtube.com/watch?v=SxqwXNfYmOQ> (anglų k.)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=K0bl6YHhsvM> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos poros internete surasti žodžio *Stereotipas* apibrėžimą ir užrašyti jį. Taip pat surasti teigiamus ir neigiamus stereotipų susidarymo aspektus.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių pateikti nacionalinių/kultūrinių stereotipų pavyzdžių. Paleiskite vaizdo įrašą <https://www.youtube.com/watch?v=SxqwXNfYmOQ> (anglų k.); <https://www.youtube.com/watch?v=K0bl6YHhsvM> (anglų k.) ir paprašykite jų įvardinti parodytus stereotipus.

Užduotis 3: Paprašykite mokinių užrašyti savo kultūros/tautybės stereotipus. Aptarkite galimas tokių stereotipų atsiradimo priežastis.

Užduotis 4: Paprašykite mokinių atskirti stereotipus, kuriuos sukuria užsieniečiai, ir stereotipus, kuriuos sukuria jų pačių tauta. Aptarkite, kokį poveikį šie stereotipai sukelia - ar jie priverčia žmones jaustis išdidžiais, kaltais, sarkastiškais, nepilnaverčiais, pranašesniais ir pan.?

Užduotis 5: Paprašykite mokinių įvardinti kelis stereotipus apie savo kaimynines šalis. Kuo remiasi šie stereotipai? Iš kur jie kilo? Ar jie teisingi?

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių rasti 10 pavyzdžių vietinėje/nacionalinėje žiniasklaidoje, stiprinančių etninius/rasinius/lyties/kultūrinius stereotipus (pagalvokite apie įvairias žiniasklaidos formas: televizijos laidas, filmus, muzikinius vaizdo įrašus, socialines medijas, reklamą), suskirstyti juos pagal tipą (etninę, rasinę ir kt.), paaiškinkite jų kilmę (kurią sukūrė užsieniečiai arba jų tauta), įvardinti stereotipų poveikį auditorijai ir pristatyti rezultatus klasei.

Grįžtamasis ryšys

Veiklos aptarimas suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie jų stereotipų supratimą.

Užduotis 1

Dirbdami poromis internete suraskite žodžio *Stereotipas* apibrėžimą ir užrašykite jį. Taip pat suraskite teigiamus ir neigiamus stereotipų susidarymo aspektus.

Stereotipai -

Teigiamas aspektas:

Neigiamas aspektas:

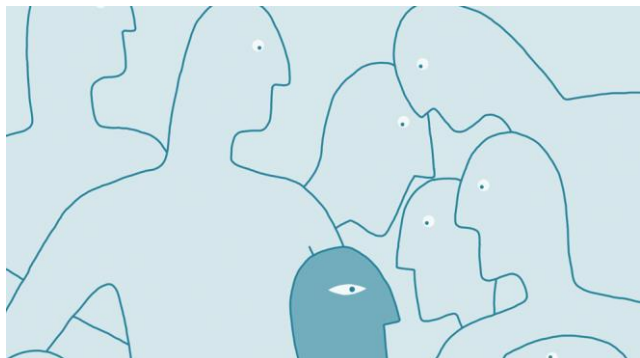
Užduotis 2

Pateikite nacionalinių/kultūrinių stereotipų pavyzdžių.

Peržiūrėkite vaizdo įrašus ir įvardinkite rodomus stereotipus.

Užduotis 3

Užrašykite savo kultūros/tautybės stereotipus. Aptarkite galimas tokių stereotipų atsiradimo priežastis.



<https://www.commisceo-global.com/blog/stereotypes-bias-in-cultural-competence-training>

Užduotis 4

Atskirkite stereotipus, kuriuos sukuria užsieniečiai, ir stereotipus, kuriuos sukuria jūsų pačių tauta.

Aptarkite, kokį poveikį šie stereotipai sukelia - ar jie priverčia žmones jaustis išdidžiais, kaltais, sarkastiškais, nepilnaverčiais, pranašesniais ir pan.?

Užsieniečiai

Patys

Užduotis 5

Įvardinkite kelis stereotipus apie savo kaimynines šalis. Kuo remiasi šie stereotipai? Iš kur jie kilo? Ar jie teisingi?

STEREOTIPAI REKLAMOSE

Tikslas

Supažindinti mokinius su stereotipais ir gebėti jiems priešintis

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Stereotipai, lyčių stereotipai, rasiniai stereotipai, laužyti stereotipus, priežastys

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4
- Pažiūrėkite vaizdo įrašus:
 - <https://abcnews.go.com/GMA/video/controversial-ad-campaign-asks-beach-body-ready-30671258> (anglų k.)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=kwJN7K2XjJE> (anglu k.)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=MdFRWf-CNC8> (anglų k.)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=3fZBHwu7KNs> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti, ką jie žino apie stereotipus.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių pažiūrėti vaizdo įrašus ir atsakyti į klausimus:

- *Kodėl reklamos nuolat naudoja lyčių stereotipus?*

<https://abcnews.go.com/GMA/video/controversial-ad-campaign-asks-beach-body-ready-30671258>

- *Ar lyčių stereotipai žiniasklaidoje daro įtaką vaikams?*

<https://www.youtube.com/watch?v=kwJN7K2XjJE>

- *Kokį stereotipą apie juodaodžius įamžina prieštarai vertinama „Pepsi“ reklama?*

<https://www.youtube.com/watch?v=MdFRWf-CNC8>

- *Ar visos reklamos remiasi stereotipais?*

<https://www.youtube.com/watch?v=3fZBHwu7KNs>

Papildoma užduotis (anglų k.)

Paprašykite mokinių atlikti testą Implicit Association Test (IAT) <https://implicit.harvard.edu/implicit/index.jsp>, Tai yra priemonė nustatyti, kaip greitai žmonės sieja teigiamus ir neigiamus bruožus su juodais ir baltais veidais.

Grįžtamasis ryšys

Diskusija suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie stereotipus.

Užduotis 1

Dirbdami grupėje užrašykite, ką jūs žinote apie stereotipus.

Užduotis 2

Pažiūrėkite vaizdo įrašus ir atsakykite į klausimus:

1. Vaizdo įrašas: <https://abcnews.go.com/GMA/video/controversial-ad-campaign-asks-beach-body-ready-30671258>



Kodėl reklamos nuolat naudoja lyčių stereotipus?

2. Vaizdo įrašas: <https://www.youtube.com/watch?v=I>



Ar lyčių stereotipai žiniasklaidoje daro įtaką vaikams?

3. Vaizdo įrašas: <https://www.youtube.com/watch?v=MdFRWf-CNC8>



Kokį stereotipą apie juodaodžius įamžina prieštarai vertinama „Pepsi“ reklama?

4. Vaizdo įrašas: <https://www.youtube.com/watch?v=3fZBHwu7KNs>



Ar visos reklamos remiasi stereotipais?

LYČIŲ STEREOTIPAI

Tikslas

Atpažinti stereotipų koncepciją medijų kontekste.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Stereotipai, medijų kontekstas, medijų auditorija, kritinis vertinimas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4.

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės iš žiniasklaidos pasirinkti vieną pop kultūros ar sporto

dievaitį/dievaite, apibūdinti jų išvaizdą, elgesį ir darbą ir pateikti rezultatus. Aptarkite ir padarykite išvadą apie skirtingą požiūrį ir mąstymą tarp berniukų ir mergaičių klasėje.

Užduotis 2: Paleiskite Dove reklamą <https://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U> (anglų k.) ir paklauskite mokinių ar dievaičiai taip atrodo kasdieniniame gyvenime.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos grupės atlikti pateiktas užduotis:

- Užsirašyti visus moteriškus ir vyriškus filmų/literatūros veikėjus, kurie buvo sėkmingi, drąsūs, narsūs ir gelbėdavo kitus. Palyginti rezultatus ir padaryti išvadą.
- Ar dažnai veikėjai, tiek vyrai, tiek moterys, yra apkūnūs? Užrašyti keletą iš jų. Ką jie daro? Ar jie turi daug draugų? Ar jiems sekasi??
- Ar dažnai personažai, tiek vyrai, tiek moterys, yra afroamerikiečiai ar azijiečiai? Ką jie daro? Ar jie turi daug draugų? Ar jiems sekasi?

Užduotis 4: Paprašykite mokinių apibrėžti stereotipą, remiantis aukščiau pateiktų atsakymų išvadomis, ir pristatyti.

Papildoma užduotis

Diskusija:

- Kaip išspręsti stereotipų problemą?*
- Ką galite padaryti, kad sustabdytumėte tokį mąstymą?*

Grįžtamasis ryšys

Diskusijų metu mokytojas įvertina mokinių gebėjimą atpažinti stereotipus.

Užduotis 1

Iš žiniasklaidos pasirinkite vieną pop kultūros ar sporto dievaitį/dievaitę, apibūdinkite jų išvaizdą, elgesį ir darbą ir pateikite rezultatus.

♂	♀

Aptarkite ir padarykite savo išvadą apie skirtingą požiūrį ir mąstymą tarp berniukų ir mergaičių klasėje?

Užduotis 2

Pažiūrėkite Dove reklamą ir grupėse aptarkite ar dievaičiai taip atrodo kasdieniniame gyvenime.



Užduotis 3

Atlikite pateiktas užduotis:

1. Užsirašykite visus moteriškus ir vyriškus filmų/literatūros veikėjus, kurie buvo sėkmingi, drąsūs, narsūs ir gelbėdavo kitus. Palyginkite rezultatus ir padarykite išvadą.

2. Ar dažnai veikėjai, tiek vyrai, tiek moterys, yra apkūnūs? Užrašykite keletą iš jų. Ką jie daro? Ar jie turi daug draugų? Ar jiems sekasi?

3. Ar dažnai personažai, tiek vyrai, tiek moterys, yra afroamerikiečiai ar azijiečiai? Ką jie daro? Ar jie turi daug draugų? Ar jiems sekasi?

Užduotis 4

Apibrėžkite stereotipo sąvoką, remiantis aukščiau pateiktų atsakymų išvadomis, ir pristatykite.

KAIP TRAKTUOJAMOS ĮVAIRIOS GRUPĖS?

Tikslas

Geriau suprasti stereotipų veikimą visuomenėje.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Stereotipai, medijų kontekstas, medijų auditorija, kritinis vertinimas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, lenta, popierius, rašikliai, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4
- Paruoškite trumpą paskaitą, kuri primintų mokiniams apie stereotipo apibrėžimą

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės ištirti ir užrašyti kuo daugiau faktų, nuomonių ir įvairių perspektyvų, per kurias žiūrima į tam tikrą grupę. Paprašykite jų pasirinkti vieną atstovą, kuris pateiktų rezultatus.

GRUPĖ	Stereotipai	Išankstinis nusistatymas	Stereotipas kilo	Grupės komentarai
Negalia				
Profesija				
Etninė grupė				
Religinė grupė				
Valstybė				

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės aptarti neigiamas stereotipų pasekmes ir pasiūlyti būdus, kaip jų išvengti.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių dirbti poromis (vyrų/moterys) ir užrašyti savo nuomonę apie berniukų ir mergaičių stereotipus, tada palyginti.

Palyginkite rezultatus	Moteryų nuomonė	Vyrų nuomonė
Panašios nuomonės		
Skirtingos nuomonės		

Grįžtamasis ryšys

Remiantis diskusijomis, mokytojas gali išsiaiškinti, ar mokiniai suprato, kaip veikia stereotipai/stereotipinis mąstymas visuomenėje.

Užduotis 1

Grupėse ištikrinkite ir užrašykite kuo daugiau faktų, nuomonių ir įvairių perspektyvų, per kurias žiūrima į tam tikrą grupę. Pasirinkite vieną atstovą, kuris pateiktų rezultatus.

GRUPĖ	Stereotipai	Išankstinis nusistatymas	Stereotipas kilo	Grupės komentarai
Negalia				
Profesija				
Etninė grupė				
Religinė grupė				
Valstybė				

Užduotis 2

Aptarkite neigiamas stereotipų pasekmes ir pasiūlykite būdus, kaip jų išvengti.

NEIGIAMOS STEREOTIPŲ PASEKMĖS

PASIŪLYKITE BŪDUS, KAIP JŲ IŠVENGTI

STEREOTIPO SĄVOKA

Tikslas

Suprasti stereotipų (kultūrinių, socialinių ir politinių) sampratą; atpažinti įvairias įvaizdžio kūrimo sąvokas; suprasti stereotipo konstrukciją.

Trukmė

120 min

Raktiniai žodžiai

Stereotipai, reprezentacijos, simuliacija

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį ***Stereotipai***
- Pažiūrėkite filmą ***Wag the Dog*** sukurtą Barry Levinson, 1997 (97min)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą, kai jie išgirsta žodį **Stereotipai**. Sukurkite minčių žemėlapij, parašydami jų žodžius aplink pagrindinį žodį **Stereotipai**.

Užduotis 2: Paleiskite filmą ***Wag the Dog*** sukurtą Barry Levinson, 1997 (97 min) ir paprašykite mokinių pasidalinti mintimis.

Užduotis 3: Aptarkite klausimus:

- *Kaip medijos gali kurti įvaizdį ar tikrovės konstruktą?*
- *Kodėl žiniasklaidoje taip dažnai naudojami stereotipai?*

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių surasti bent du dažniausiai pasitaikančius stereotipus, su kuriais jie susiduria kiekvieną dieną.

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite mokinių pridėti daugiau žodžių į jau sukurtą **stereotipų** minčių žemėlapij.

Užduotis 1

Užrašykite bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą, kai išgirstate žodį **Stereotipai**.

STEREOTIPAI

Užduotis 2

Pažiūrėkite filmą **Wag the dog** sukurtą Barry Levinson, 1997 (97min) ir pasidalinkite mintimis.

DUSTIN HOFFMAN ROBERT DE NIRO
WAG A BARRY LEVINSON FILM **THE DOG**



Netrukus prieš rinkimus gydytojas ir Holivudo prodiuseris sujungia pastangas, kad sukeltų karą tam, kad galėtų nusišluoti prezidento sekso skandalą. (<https://www.imdb.com/title/tt0120885/>)

Užduotis 3

Aptarkite klausimus:

- Kaip medijos gali kurti įvaizdį ar tikrovės konstrukciją?
- Kodėl žiniasklaidoje taip dažnai naudojami stereotipai?

GERA IR BLOGA REKLAMA

Tikslas

Atpažinti įvairius reklamos kūrimo būdus.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Reklama, rizika, auditorija, klientas, vartotojas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suraskite keletą naujausių/geriausių reklamų (pvz. 10 geriausių „Kanų liūtai“ festivalio reklamų)
- Raskite kelias nepavykusias reklamos kampanijas
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Parodykite mokiniams trumpas geriausias reklamas iš Kanų liūtų festivalio ir paprašykite jų pareikšti savo nuomonę. Dabar paprašykite grupių internete surasti tris reklamas, kurios pelnė keletą apdovanojimų, ir aptarti, kodėl tos reklamos yra puikios, ir parašyti 5 geros reklamos bruožus.



Užduotis 2: Parodykite mokiniams kelis nesėkmingų reklaminių kampanijų pavyzdžius ir paprašykite jų pareikšti savo nuomonę. Paprašykite grupių surasti straipsnius apie blogas reklamos kampanijas ir 3 prieštaringas ar blogas reklamas. Pasižymėti.

Paprašykite mokinių pristatyti surinktą informaciją savo klasės draugams.

Papildoma užduotis

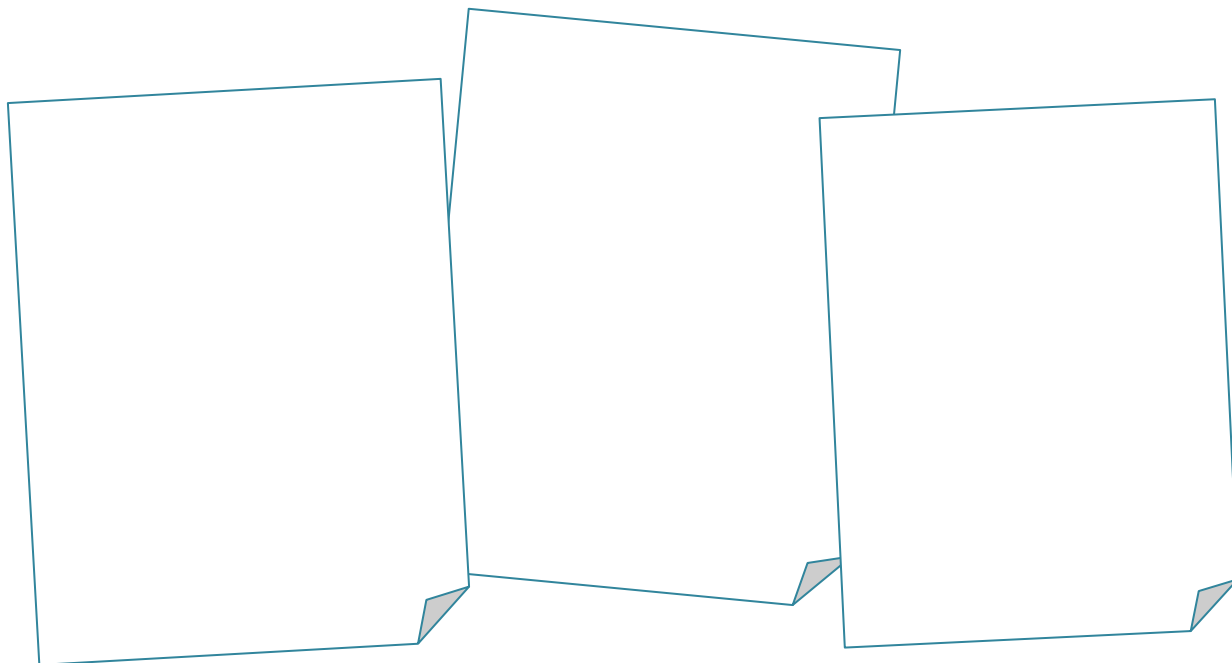
Paprašykite mokinių parašyti vienos „Coca-Cola“ reklamos apžvalgą.

Grįžtamasis ryšys

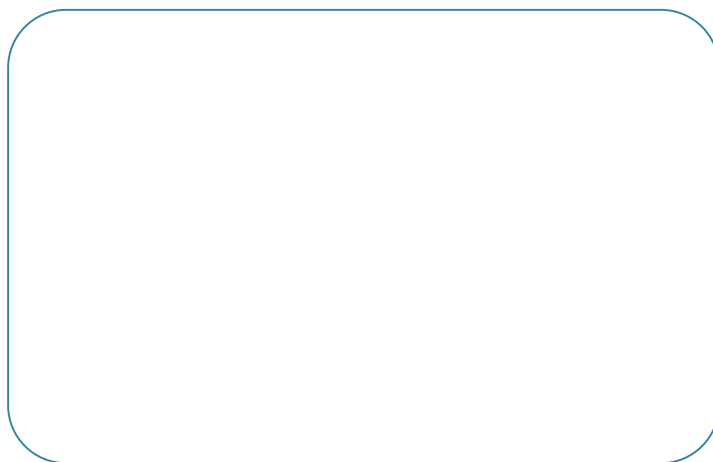
Mokinių komentarai apie pristatymus.

Užduotis 1

Pažiūrėkite trypas geriausias reklamas iš Kanų liūtų festivalio ir pareikškite savo nuomonę. Dirbdami grupėse internete suraskite tris reklamas, kurios pelnė keletą apdovanojimų, ir aptarkite, kodėl tos reklamos yra puikios. Parašykite 5 geros reklamos bruožus.

**Užduotis 2**

Pažiūrėkite kelis nesėkmingų reklaminių kampanijų pavyzdžius ir aptarkite nesėkmių priežastis. Suraskite straipsnių apie blogas reklamos kampanijas ir 3 prieštaringas ar blogas reklamas. Pasižymėkite.



Pristatykite surinktą informaciją savo klasės draugams.

REKLAMOS MENAS

Tikslas

Supažindinti mokinius su įvairiais reklamos kūrimo metodais ir technikomis.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Metodai, technikos, reklama, geriausios reklamos, sėkmingos reklamos

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3.
- Perskaitykite informaciją:
 - <https://bizfluent.com/info-7736409-10-kinds-advertising.html> (anglų k.)
 - <https://www.managementstudyguide.com/advertising-techniques.htm> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių grupėse aptarti šiuos klausimus ir užsirašyti:

- *Kas yra reklama?*
- *Kokius metodus ir technikas naudoja reklamos kūrėjai?*

Dabar paprašykite jų apsilankyti šiose svetainėse ir patikrinti, ar jų užrašai atitinka šiose svetainėse pateiktą informaciją:

- <https://bizfluent.com/info-7736409-10-kinds-advertising.html> (anglų k.)
- <https://www.managementstudyguide.com/advertising-techniques.htm> (anglų k.)

Užduotis 2: Paprašykite mokinių internete surasti 3 sėkmingų reklamų pavyzdžius, atsakyti į šiuos klausimus ir pateikti tas reklamas savo klasės draugams.

- *Kodėl šios reklamos sėkmingos?*
- *Kokios technikos buvo naudojamos?*

Papildoma užduotis

Paprašykite grupių pagalvoti apie galimą mūsų šalies reklamavimo būdą.

Grįžtamasis ryšys

Mokiniai komentuoja savo klasės draugų pristatymus.

Užduotis 1

Grupėse aptarkite šiuos klausimus ir užsirašykite:

Kas yra reklama?



Kokius metodus ir technikas naudoja reklamos kūrėjai?

Dabar apsilankykite šiose svetainėse ir patikrinkite, ar jūsų užrašai atitinka šiose svetainėse pateiktą informaciją.

- <https://bizfluent.com/info-7736409-10-kinds-advertising.html> (anglų k.)
- <https://www.managementstudyguide.com/advertising-techniques.htm> (anglų k.)

Užduotis 2

Internete suraskite 3 sėkmingų reklamų pavyzdžius, atsakykite į šiuos klausimus ir pateikite tas reklamas savo klasės draugams.

- *Kodėl šios reklamos sėkmingos?*
- *Kokios technikos buvo naudojamos?*

MOKYKLŲ RINKODARA

Tikslas

Atpažinti įvairius reklamos kūrimo būdus; palyginti ir įvertinti rinkodaros komunikacijos kokybę ir propagandą; mokėti kurti paprastų reklaminių žinučių pavyzdžius.

Trukmė

120 min

Raktiniai žodžiai

Reklama, rinkodaros komunikacija, komercinė propaganda, reklaminė žinutė, reklamos būdai

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ar kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Paruoškite keletą universiteto, kolegijos ar panašios institucijos kokybiškos rinkodaros pavyzdžių
- Suskirstyti mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės surašyti geriausias ir blogiausias mūsų mokyklos savybes, jas aptarti ir nuspręsti, kokias patrauklias savybes reikėtų reklamuoti būsimiems mokiniams.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės sukurti mūsų mokyklos socialinių medijų reklamą, kuri būtų patraukli būsimiems mokiniams. Leiskite jiems patiems pasirinkti savo reklamos idėją. Paprašykite jų nuspręsti dėl idėjos vaizdavimo, reklamos dizaino ir naudoti juodraščius (tai gali būti brėžiniai, nuotraukos, rašyti pranešimai, koliažai ir kt.).

Užduotis 3: Visos grupės turėtų pateikti savo rezultatus, suteikdamos pakankamai laiko visoms idėjoms paaiškinti. Kiekviena reklama turėtų būti išsamiai aptariama, kad suprastumėte, kodėl ji gera ar nepakankamai gera. Peržiūrėkite visas klasės reklamas ir nuspręskite, kurią pasirinkti tolesniam tobulinimui.

Papildoma užduotis

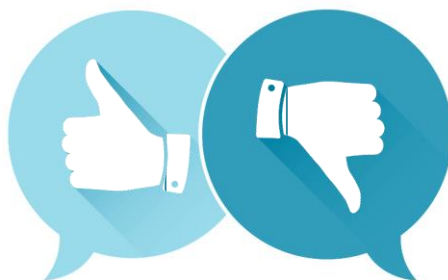
Grupės bando rasti būdą, kaip toliau tobulinti reklamą, ją baigti ir patalpinti mokyklos socialinių medijų svetainėje.

Grįžtamasis ryšys

Veiklos aptarimas suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie jų supratimą apie kokybišką rinkodaros komunikaciją ir kokybišką reklamą.

Užduotis 1

Surašykite geriausias ir blogiausias mūsų mokyklos savybes, jas aptarkite ir nuspręskite, kokias patrauklias savybes reikėtų reklamuoti būsimiems mokiniams.



<https://i1.wp.com/www.newwaysministry.org/wp-content/uploads/2017/12/Best-and-Worst.png?fit=1000%2C556&ssl=1>

Užduotis 2

Sukurkite mūsų mokyklos socialinių medijų reklamą, kuri būtų patraukli būsimiems mokiniams. Pasirinkite savo reklamos idėją. Nuspręskite dėl idėjos vaizdavimo, reklamos dizaino ir naudokite juodraščius (tai gali būti brėžiniai, nuotraukos, rašyti pranešimai, koliažai ir kt.).

Juodraštis

Užduotis 3

Jūs pateiksite savo rezultatus, aptarsite ir pakomentuosite kitus pristatymus ir kartu su mokytoju nuspręsite, kurią reklamą pasirinkti tolesnei plėtrai.

VIZUALINĖ REKLAMOS ŽINUTĖ

Tikslas

Gebėti sudaryti paprastus reklaminių žinučių pavyzdžius.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Rinkodaros komunikacija, propaganda, reklama, žinutės

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

- Grafika - <https://www.befunky.com>; <https://vectr.com/>
- Animacinis filmas - <https://www.animaker.com>; <http://www.renderforest.com>
- Memas - <https://imgflip.com>; <https://memeful.com/generator>

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Reklama** ir **Propaganda**
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių parašyti visas jiems žinomas reklamų rūšis, ir papasakoti likusiai klasei.

Užduotis 2: Grupėse paprašykite mokinių sukurti pasirinktą vizualinę reklamos žinutę (grafiką, memą ar animacinį filmuką), kuris reklamuoja jų mokyklą. Mokiniai gali pasirinkti bet kurią nemokamą internetinę programėlę žinutei sukurti. Vėliau reklama pasidalinama su klasės draugais.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos grupės suprojektuoti produktą, kuriame pristatomas jų regionas ar šalis. Tai gali būti maisto produktas, pramoninis produktas, juosta, turistų lankoma vieta, sporto komanda ir pan. Pasirinktam produktui komanda turėtų sugalvoti vizualinio atspindžio žinutę ir pateikti ją kitoms grupėms.

Papildoma užduotis

Mokiniai sukuria pasirinktą vizualinę reklamos žinutę (grafinį, memą ar animacinį filmuką), kuris reklamuoja jų veiklą po pamokų.

Grįžtamasis ryšys

Peržiūrėję mokinių vizualines reklamos žinutes, padarykite išvadą, ar mokiniai gali kurti paprastas reklamos žinutes.

Užduotis 1

Parašykite visas jums žinomas reklamų rūšis ir papasakokite likusiai klasei.

Užduotis 2

Grupėse sukurkite pasirinktą vizualinę reklamos žinutę (grafiką, memą ar animacinį filmuką), kuris reklamuotų mūsų mokyklą. Pasirinkite bet kurią nemokamą internetinę programėlę žinutei sukurti. Pasidalinkite reklama su savo klasės draugais.

Užduotis 3

Suprojektuokite produktą, kuriame pristatomas jūsų regionas ar šalis. Tai gali būti maisto produktas, pramoninis produktas, juosta, turistų lankoma vieta, sporto komanda ir pan. Pasirinktam produktui jūsų komanda turėtų sugalvoti vizualinio atspindžio žinutę ir pateikti ją kitoms grupėms.

REKLAMOS SĄVOKA

Tikslas

Suprasti reklamos (medijų produkcijos finansavimo) sąvoką; atpažinti įvairias reklamos (propagandos) sąvokas; kritiškai įvertinti reklamos ir (arba) propagandos turinį.

Trukmė

150 min

Raktiniai žodžiai

Reklama, propaganda, medijų finansavimas, medijų produkcija

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Reklama**
- Pažiūrėkite filmą **Network** sukurtą Sidney Lumet, 1976 (121min)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą, kai jie išgirsta žodį **Reklama**. Sukurkite minčių žemėlapi, parašydami jų žodžius aplink pagrindinį žodį „**Reklama**“.

Užduotis 2: Paleiskite filmą **Network** sukurtą Sidney Lumet, 1976 (121 min) ir paprašykite mokinių pasidalinti mintimis.

Užduotis 3: Paprašykite mokinių aptarti klausimus:

- *Kaip finansuojama medijų produkcija?*
- *Kodėl medijų reitingai yra svarbūs?*
- *Kas yra žiniasklaidos savininkai, kas reklamos kūrėjai?*
- *Kodėl auditorija yra svarbu?*

Papildoma užduotis

Mokiniai turėtų pabandyti surasti keletą reklamų, kuriose atpažįsta propagandos metodus.

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite mokinių pridėti daugiau žodžių prie jau sukurto minčių žemėlapio „**Reklama**“.

Užduotis 1

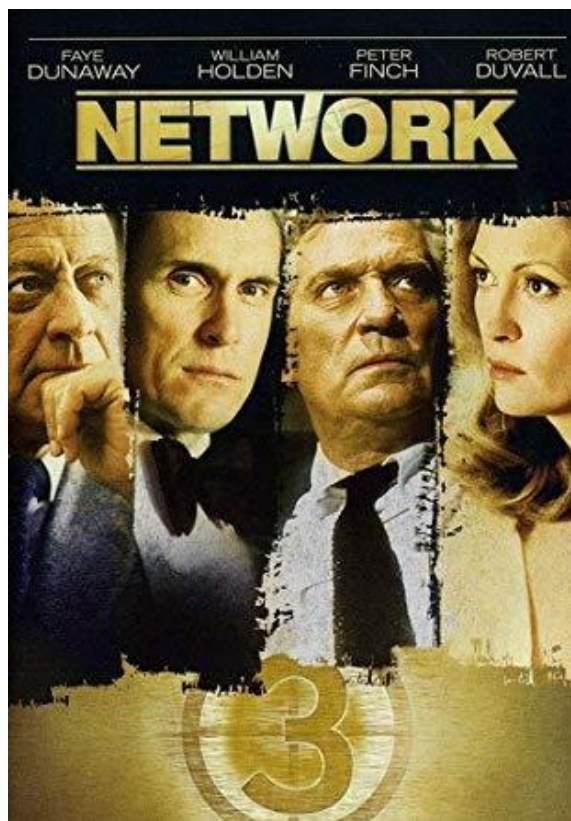
Užrašykite bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą, kai jūs išgirstate žodį *Reklama*.

Užduotis 2

Pažiūrėkite filmą **Network** sukurtą Sidney Lumet, 1976 (121 min) ir pasidalinkite mintimis.

<https://www.imdb.com/title/tt0074958/>

Televizijos tinklas savo naudai ciniškai naudojami išprotėjusiu buvusiu naujienų pranešėju klidesiais ir pareiškimais apie žiniasklaidą.

**Užduotis 3**

Aptarkite klausimus:

Kaip finansuojama medijų produkcija?

Kodėl medijų reitingai yra svarbūs?

Kas yra žiniasklaidos savininkai, kas reklamos kūrėjai?

Kodėl auditorija yra svarbu?

AR VIRTUALI REALYBĖ DARO MUS EMPATIŠKESNIAIS TIKRAME GYVENIME?

Tikslas

Suprasti virtualios realybės sąvoką, virtualios realybės technologijas ir jų panaudojimą, politikos pokyčius, susijusius su virtualios realybės technologijomis, galimą virtualios realybės poveikį keičiant žmogaus elgesį.

Trukmė

120 min

Raktiniai žodžiai

Virtuali realybė, technologijos, psichologija, empatija, socialinė sąveika

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į 5 grupes
- Perskaitykite galimus šaltinius (anglų k.):
 - <https://www.ijser.org/researchpaper/Brief-Introduction-of-Virtual-Reality-its-Challenges.pdf> (Sharmistha Mandal: Brief Introduction of Virtual Reality & its Challenges, International Journal of Scientific & Engineering Research, Volume 4, Issue 4, April 2013)
 - Moses Okechukwu Onyesolu and Felista Udoka Eze: Understanding Virtual Reality Technology: Advances and Applications, In book: Advances in Computer Science and Engineering, March 2011
 - <https://vhil.stanford.edu/mm/2013/rosenberg-plos-virtual-superheroes.pdf> (Rosenberg, R. S., Baughman, S. L. & Bailenson, J. N.: Virtual Superheroes: Using Superpowers in Virtual Reality to Encourage Prosocial Behavior, January 2013)
 - <https://www.mercatus.org/publications/permissionless-innovation-virtual-reality-VR> (Adam Thierer: Public Policy for Virtual and Augmented Reality, Technology and Innovation, September 2017)
 - https://www.researchgate.net/publication/238555198_The_Potential_Societal_Impact_of_Virtual_Reality (Mark E. Koltko-Rivera: The Potential Societal Impact of Virtual Reality, January 2005)
 - <http://jarrodknibbe.com/files/DreamIsCollapsing.pdf> (Jarrod Knibbe, Jonas Schjerlund, Mathias Petræus, Kasper Hornbæk: The Dream is Collapsing: The Experience of Exiting VR, 2018)
 - <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/02/virtual-reality-wont-make-you-more-empathetic/515511/> (Forbes: The Hype Around Virtual Reality Is Fading, March 2017)
 - <http://bostonreview.net/forum/paul-bloom-against-empathy> (Paul Bloom: Against Empathy)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Pavadinkite kiekvieną grupę nuo 1 iki 5 ir paprašykite jų pažvelgti į savo grupės užduotį ir ją atlikti.

Grupė 1: Trumpas įvadas į virtualią realybę

Grupė 2: Trumpa apžvalga apie virtualios realybės įtaką žmogaus elgesiui

Grupė 3: Trumpa apžvalga apie politikos pokyčius įsivyraviant naujoms technologijoms, pvz. virtualiai realybei

Grupė 4: Galimas virtualios realybės poveikis keičiant žmogaus elgesį, darant įtaką žmogaus psichikai ir didinant empatiją

Grupė 5: Ar galimas virtualios realybės poveikis keičiant žmogaus elgesį yra perdėtas?

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės pasidalinti savo pristatymais.

Papildoma užduotis

Paleiskite trumpą vaizdo klipą apie virtualią realybę ir empatiją bei aptarkite.

- <https://www.youtube.com/watch?v=GFQWQ55-ydJA&feature=youtu.be> (Above the Noise: Can Virtual Reality Make You a Better Person?) (anglų k.):

Pagrindiniai klausimai:

- Ar virtuali patirtis leidžia mums suprasti ir pasidalinti žmogaus jausmais? Kodėl ar kodėl ne?*
- Ar žinote pavyzdį (tyrimą), kaip virtuali realybė naudojama terapijai? Kokie buvo rezultatai?*
- Ar kada nors jautėte kam nors empatiją dėl virtualios patirties? Pasidalinkite savo istorija.*
- Jei galėtumėte ką nors įtraukti į savo pasaulį naudodami virtualią realybę kokią istoriją papasakotumėte? Ką norėtumėte, kad vartotojas patirtų?*

Grįžtamasis ryšys

Pristatymai, rasti pavyzdžiai ir diskusija su mokiniais suteikia mokytojui galimybę įvertinti ir teikti jiems grįžtamąjį ryšį apie tai, ar jie priėmė ir suprato virtualiosios realybės sąvokas, virtualios realybės technologijas ir jų panaudojimą, politikos pokyčius, susijusius su virtualios realybės technologijomis, galimą virtualios realybės poveikį keičiant žmogaus elgesį.

Activity 1

Pažvelkite į savo grupės užduotį ir ją atlikite:

**Grupė 1: Trumpas įvadas į virtualią realybę**

Naudodamiesi mokslu pagrįstais šaltiniais (knygos PDF formatu ir moksliniais straipsniais, išskyrus viešosios nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius), kuriuos galima rasti internete, paruoškite 10 min pristatymą apie virtualią realybę, apie virtualios realybės technologijos plėtrą ir jos paplitusius panaudojimo būdus. Galimi šaltiniai:

- <https://www.ijser.org/researchpaper/Brief-Introduction-of-Virtual-Reality-its-Challenges.pdf> (Sharmistha Mandal: Brief Introduction of Virtual Reality & its Challenges, International Journal of Scientific & Engineering Research, Volume 4, Issue 4, April 2013)
- Moses Okechukwu Onyesolu and Felista Udoka Eze: Understanding Virtual Reality Technology: Advances and Applications, In book: *Advances in Computer Science and Engineering*, March 2011

**Grupė 2: Trumpa apžvalga apie virtualios realybės įtaką žmogaus elgesiui**

Naudodamiesi mokslu pagrįstais šaltiniais (knygos PDF formatu ir moksliniais straipsniais, išskyrus viešosios nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius), kuriuos galima rasti internete, paruoškite 10 min pristatymą apie virtualią realybę, apie virtualios realybės pranašumus ir trūkumus bei galimą poveikį žmonių elgesiui (ypač elgesio pokyčiams). Galimi šaltiniai:

- <https://vhil.stanford.edu/mm/2013/rosenberg-plos-virtual-superheroes.pdf> (Rosenberg, R. S., Baughman, S. L. & Bailenson, J. N.: *Virtual Superheroes: Using Superpowers in Virtual Reality to Encourage Prosocial Behavior*, January 2013)

**Grupė 3: Trumpa apžvalga apie politikos pokyčius įsivyrėjant naujom technologijom, pvz. virtualiai realybei**

Naudodamiesi mokslu pagrįstais šaltiniais (knygos PDF formatu ir moksliniais straipsniais, išskyrus viešosios nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius), kuriuos galima rasti internete, paruoškite 10 min pristatymą apie virtualią realybę, apie galimą visuomenės reakciją į virtualią realybę ir panašias technologijas, ypač apie viešosios politikos pokyčius. Galimi šaltiniai:

- <https://www.mercatus.org/publications/permissionless-innovation-virtual-reality-VR> (Adam Thierer: *Public Policy for Virtual and Augmented Reality, Technology and Innovation*, September 2017)

**Grupė 4: Galimas virtualios realybės poveikis keičiant žmogaus elgesį, darant įtaką žmogaus psichikai ir didinant empatiją**

Naudodamiesi mokslu pagrįstais šaltiniais (knygos PDF formatu ir moksliniais straipsniais, išskyrus viešosios nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius), kuriuos galima rasti internete, paruoškite 10 min pristatymą apie virtualią realybę, apie virtualios realybės ir panašių technologijų galimybes paveikti žmogaus elgesį, psichiką ir didinti empatiškas visuomenės reakcijas. Galimi šaltiniai:

- https://www.researchgate.net/publication/238555198_The_Potential_Societal_Impact_of_Virtual_Reality (Mark E. Koltko-Rivera: *The Potential Societal Impact of Virtual Reality*, January 2005)

**Grupė 5: Ar galimas virtualios realybės poveikis keičiant žmogaus elgesį yra perdėtas?**

Naudodamiesi mokslu pagrįstais šaltiniais (knygos PDF formatu ir moksliniais straipsniais, išskyrus viešosios nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius), kuriuos galima rasti internete, paruoškite 10 min pristatymą apie virtualią realybę, apie tai, ar virtualios realybės ir panašių technologijų potencialas paveikti žmonių elgesį buvo perdėtas ar per daug optimistiškas. Galimi šaltiniai:

- <http://jarrodknibbe.com/files/DreamsCollapsing.pdf> (Jarrod Knibbe, Jonas Schjerlund, Mathias Petræus, Kasper Hornbæk: *The Dream is Collapsing: The Experience of Exiting VR*, 2018)
- <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/02/virtual-reality-wont-make-you-more-empathetic/515511/> (Forbes: *The Hype Around Virtual Reality Is Fading*, March 2017)
- <http://bostonreview.net/forum/paul-bloom-against-empathy> (Paul Bloom: *Against Empathy*) a short film about the selected example), and a brief description and explanation of the examples.

**Užduotis 2**

Pasidalinkite savo pristatymais.

PAPRASTAS VIRTUALIOS REALYBĖS PAVYZDYS/MODELIS

Tikslas

Parengti paprastą virtualios realybės modelį.

Trukmė

90 minutes

Raktiniai žodžiai

Virtuali realybė, manipuliacija, medijų kontekstas, reklama, propaganda

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei, GeoGebra 3D [Link to GeoGebra Augmented Reality app from App Store](#) ar panašią internetinę papildytos realybės programėlę

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 4
- Pažiūrėkite du vaizdo įrašus apie papildytą realybę:
 - <https://youtu.be/UyoOp4Lwi98>
 - https://youtu.be/Cwb9Uf_RVM0

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės surasti vieną virtualios realybės pavyzdį internete – naudojamą švietimui, reklamai, propagandai ir pan.

Užduotis 2: Diskusija:

- *Ar galime manipuluoti naudojant virtualią realybę ir kaip?*
- *Kokiuose dalykuose galime naudoti virtualią realybę? Ar galite rasti keletą pavyzdžių?*

Užduotis 3: Paleiskite vaizdo įrašą <https://youtu.be/UyoOp4Lwi98> (anglų k.);

aptarkite ir paprašykite kiekvienos grupės, naudojantis instrukcijomis, sukurti paprastą papildytos realybės pavyzdį:

1) Atidarykite **GeoGebra Augmented Reality** programėlę

2) Paspauskite MENU. Pasirinkite "**Two Functions**".

3) Ištrinkite pirmąją lygtį (jei pateikta). Norėdami gauti mėlyną (viršutinę) lygtį, įveskite

$z = \sqrt{9 - x^2 - y^2}$ (pusė sferos). Norėdami gauti apatinę lygtį, įveskite $z = -\sqrt{9 - x^2 - y^2}$ (pusė sferos)

4) Paimkite kamuolį (rutulį) ir parodykite, koks puikus tokios sferos modelis

Papildoma užduotis

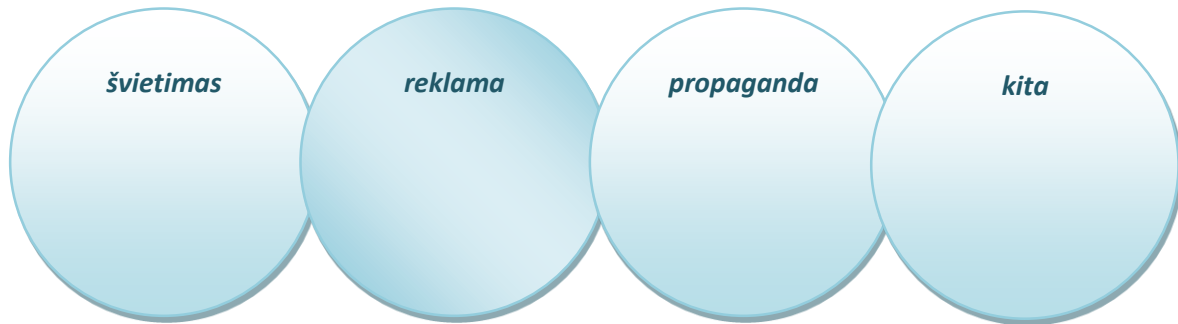
Paleiskite vaizdo įrašą: https://youtu.be/Cwb9Uf_RVM0 (anglų k.) ir paprašykite mokinių surasti objektą klasėje ir sudaryti 3D modelį.

Grįžtamasis ryšys

Paprasti papildytos realybės pavyzdžiai rodo mokinių gebėjimus.

Užduotis 1

Suraskite vieną virtualios realybės pavyzdį internete- naudojamą švietimui, reklamai, propagandai ir pan.

**Užduotis 2**

Diskusija:

- Ar galime manipuluoti naudojant virtualią realybę ir kaip?
- Kokiuose dalykuose galime naudoti virtualią realybę? Ar galite rasti keletą pavyzdžių?

Užduotis 3

Pažiūrėkite vaizdo įrašą, aptarkite ir naudodamiesi instrukcijomis sukurkite paprastą papildytos realybės pavyzdį:

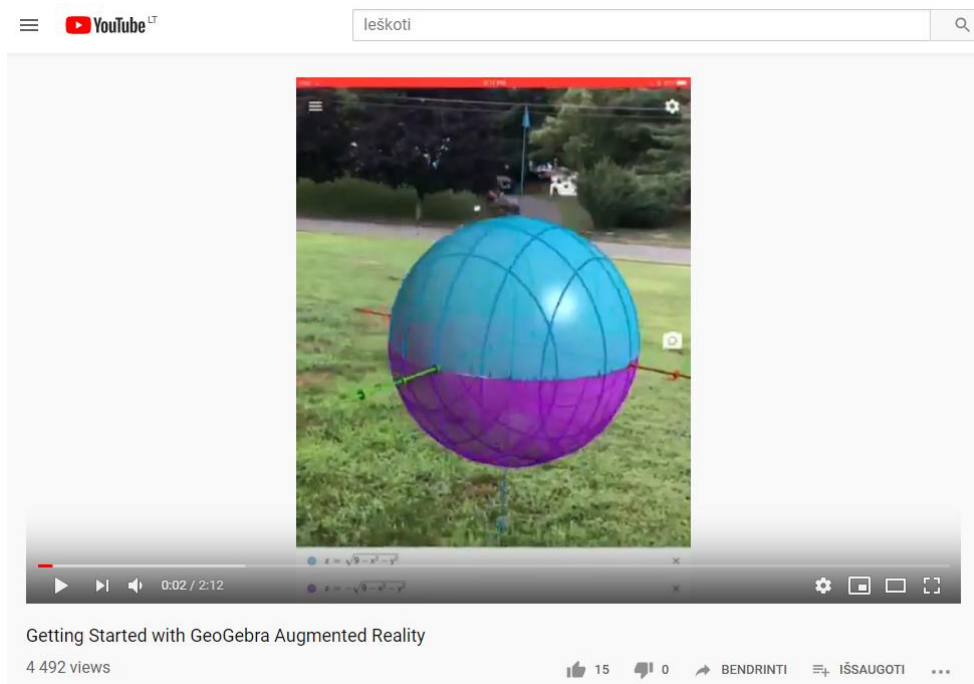
1) Atidarykite **GeoGebra Augmented Reality** programėlę



2) Paspauskite MENU. Pasirinkite "**Two Functions**".

3) Ištrinkite pirmąją lygtį (jei pateikta). Norėdami gauti mėlyną (viršutinę) lygtį, įveskite $z = \sqrt{9 - x^2 - y^2}$ (puse sferos). Norėdami gauti apatinę lygtį, įveskite $z = -\sqrt{9 - x^2 - y^2}$ (puse sferos)

4) Paimkite kamuolį (rutulį) ir parodykite, koks puikus tokios sferos modelis



MES GYVENAME VIRTUALIAME PASAULYJE

Tikslas

Sužinoti virtualios ir papildytos realybės sąvokas ir jų galimą panaudojimą.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Virtuali realybė, papildyta realybė, naudojimo būdai, programos

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3
- Pažiūrėkite vaizdo įrašą <https://www.youtube.com/watch?v=Ep1F1J6-OSw> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Diskusija:

- *Kas yra virtuali realybė?*
- *Kodėl buvo sukurta virtuali realybė?*
- *Kaip kuriama virtuali realybė?*
- *Kuo skiriasi virtuali ir papildyta realybės?*

Paprašykite kiekvienos grupės naudoti raktinius žodžius **virtuali realybė**, **papildyta realybė** ir rasti atsakymus į aukščiau pateiktus klausimus. Paprašykite jų užsirašyti ir pristatyti klasei.

Užduotis 2: Paklauskite:

- *Kokie yra virtualios realybės panaudojimo ar galimo panaudojimo būdai?*

Paleiskite vaizdo įrašą <https://www.youtube.com/watch?v=Ep1F1J6-OSw> (anglų k.) ir paprašykite jų užsirašyti.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos grupės surasti realių virtualios realybės panaudojimo pavyzdžių ir pasidalinti.

Papildoma užduotis

Paprašykite kiekvienos grupės naudoti internetinį įrankį, kad sukurtų Avatara, kuriame pateikiami pagrindiniai pamokos aspektai. Galima naudoti <https://www.voki.com/>

Grįžtamasis ryšys

Virtualiosios realybės naudojimo pavyzdžiai aiškiai parodo mokinių supratimą.

Užduotis 1

Diskusija:

Kas yra
virtuali
realybė?

Kodėl buvo
sukurta virtuali
realybė?

Kaip kuriama
virtuali
realybė?

Kuo skiriasi virtuali ir
papildyta realybės?

Naudodami raktinius žodžius **virtuali realybė**, **papildyta realybė** ir raskite atsakymus į aukščiau pateiktus klausimus. užsirašykite ir pristatykite klasei.



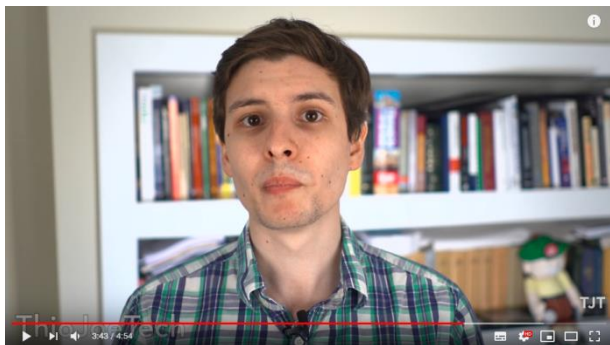
virtual reality, augmented reality

**Užduotis 2**

Aptarkite:

- Kokie yra virtualios realybės panaudojimo ar galimo panaudojimo būdai?

Pažiūrėkite vaizdo įrašą <https://www.youtube.com/watch?v=Ep1F1J6-OSw> ir užsirašykite.

**Užduotis 3**

Suraskite realių virtualios realybės panaudojimo pavyzdžių ir pasidalinkite.

Realūs pavyzdžiai

SVETIMAS KŪNAS

Tikslas

Suprasti virtualios realybės kūrimo principus; suprasti jos poveikį.

Trukmė

135 min

Raktiniai žodžiai

Virtuali realybė, medijų patikimumas, realybės konstravimas, virtualios realybės kūrimas, kritinis mąstymas

Reikalingos priemonės

Kompiuteris su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Pažiūrėkite filmą **Surrogates** sukurtą Jonathan Mostow, 2009 (104min)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paleiskite filmą **Surrogates** sukurtą Jonathan Mostow 2009 (104min) ir po peržiūros paprašykite pasidalinti mintimis.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių parašyti straipsnį apie tai, kaip filme buvo pristatyta/naudojama virtualioji realybė.

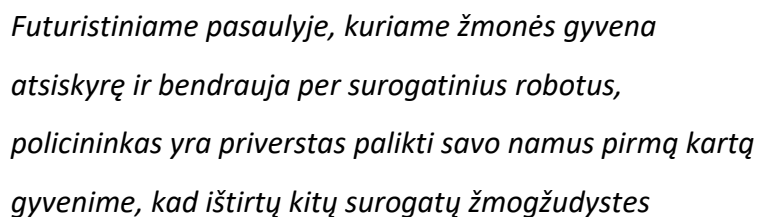
Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių įvardinti kitus filmus, kuriuose naudojama virtuali realybė.

Grįžtamasis ryšys

Diskusija apie filmą suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie jų virtualios realybės supratimą.

https://www.imdb.com/title/tt0986263/?ref=nr_sr_1?ref=nr_sr_1



Parašykite straipsnį: **“Kaip filme pateikiama/naudojama virtualioji realybė?”**

***Kaip filme pateikiama/naudojama
virtuali realybė?***

[illegible]

SUPRASTI PROPAGANDOS SĄVOKĄ

Tikslas

Suprasti propagandos sąvoką.

Trukmė

90 minutes

Raktiniai žodžiai

Etika, tiesa, propaganda, melagingos naujienos, dezinformacija, patikimumas, netikros naujienos, tikrinimas, kritika, globalizacija, kritinis mąstymas, globalizuota žiniasklaida, medijų žinutė, globalioji tapatybė, pilietinė visuomenė, medijų raštingumas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, Užduočių lapo kopija kiekvienai grupei, „Microsoft Office“ internetinė programa „Sway“

Prieš pamoką

- Išnagrinėkite „Microsoft Office“ internetinę programą „Sway“
- Perskaitykite teorinę dalį **Propaganda**
- Paruoškite tikslus propagandos pavyzdžius iš spausdintos ar elektroninės medijos
- Suskirstykite mokinius į grupes po 4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Supažindinkite su propagandos tema žiniasklaidoje naudodami tikslus spausdintos ar elektroninės medijos pavyzdžius. Paprašykite kiekvienos grupės pasirinkti propagandos temą (iš skirtingos istorinės eros ar neseno pavyzdžio iš skirtingo pasaulio krašto) ir sukurti pristatymą.

Sąlygos:

- Kiekviena grupė turės dirbti su „Microsoft Office“ internetine programa „Sway“; Jie taip pat turi atsižvelgti į laiko apribojimą pristatymo metu (vaizdo įrašai turi būti trumpi ir glausti).
- Kiekvienoje komandoje bus komandos vadovas, asmuo, atsakingas už tekstą, asmuo, atsakingas už nuotrauką ir vaizdo įrašą, ir asmuo, atsakingas už „Sway“ dizainą.
- Komandos vadovas pristatys projektą per 5 minutes ir paaiškins kiekvieno komandos nario indėlį.
- Už tekstą atsakingas asmuo pateiks tekstą - visi komandos nariai jį skaitys, komentuos, siūlys pakeitimus, taisys rašybos klaidas ir pan.
- Asmuo, atsakingas už nuotrauką ir vaizdo įrašą, pateiks šią medžiagą, gerbdamas autorių teises - visi komandos nariai juos pažiūrės, komentuos, siūlys kitus šaltinius ir pan.
- Už dizainą atsakingas asmuo derins tekstą su nuotraukomis ir vaizdo įrašais bei pridės dizainą - visi komandos nariai jį pažiūrės ir komentuos, siūlys pakeitimus ir pan.
- Kiekvienas komandos vadovas pristato projektą (5 min. vienai komandai). Visa klasė aptaria ir komentuoja savo darbą.

Papildoma užduotis

Iš kiekvieno pristatymo mokiniai parašo vieną dalyką, kurį prisimena.

Grįžtamasis ryšys

Mokytojas gali padaryti išvadą, ar mokiniai supranta propagandos sąvoką iš „Sway“ komandų pristatymų.

Užduotis 1

Pasirinkite propagandos temą (iš skirtingos istorinės eros ar neseno pavyzdžio iš skirtingo pasaulio krašto) ir sukurkite pristatymą.

TEMA**Sąlygos:**

Dirbkite su „Microsoft Office“ internetine programa „Sway“; Atsižvelkite į laiko apribojimą pristatymo metu (vaizdo įrašai turi būti trumpi ir glausti).

Jūsų grupė turi būti sudaryta iš: komandos vadovo, asmens, atsakingo už tekstą, asmens, atsakingo už nuotrauką ir vaizdo įrašą, ir asmens, atsakingo už „Sway“ dizainą.

- Komandos vadovas pristatys projektą per 5 minutes ir paaiškins kiekvieno komandos nario indėlį.
- Už tekstą atsakingas asmuo pateiks tekstą - visi komandos nariai jį skaitys, komentuos, siūlys pakeitimus, taisys rašybos klaidas ir pan.
- Asmuo, atsakingas už nuotrauką ir vaizdo įrašą, pateiks šią medžiagą, gerbdamas autorių teises - visi komandos nariai juos pažiūrės, komentuos, siūlys kitus šaltinius ir pan.
- Už dizainą atsakingas asmuo derins tekstą su nuotraukomis ir vaizdo įrašais bei pridės dizainą - visi komandos nariai jį pažiūrės ir komentuos, siūlys pakeitimus ir pan.

KOMANDOS NARIAI

PROPAGANDOS TECHNIKOS

Tikslas

Atpažinti propagandos technikas, būdus, kaip juos atpažinti praktikoje, ir būdus, kuriais naudojamosi bandant manipuliuoti medijų auditorija.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Propaganda, propagandos technikos, įtikinėjimas, smegenų plovimas, manipuliacija, proto valdymas, prekių sudėliojimas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4
- Perskaitykite teorinę dalį **Propaganda**

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paaiškinkite pagrindines su propaganda susijusias sąvokas, pabrėždami septynias pagrindines propagandos technikas. Tai darykite praktiškai, parodykite mokiniams šiuos trumpus vaizdo įrašus ir paprašykite jų pateikti pavyzdį iš savo kasdienio gyvenimo.

- „bandos jausmo“ technika (angl. Bandwagon technique)

https://www.youtube.com/watch?v=IWCzaVDJNqQ&index=4&list=PLjvhL4rFjBUM58tFdtwF1NX6-SNNy_Vix

https://www.youtube.com/watch?v=dBbrpemT7k8&index=2&list=PLjvhL4rFjBUM58tFdtwF1NX6-SNNy_Vix

- „Faktų parinkimo“ technika (angl. Card Stacking technique)

<https://www.youtube.com/watch?v=cyffzHmQHHo>

- „Blizgantys apibendrinimai“ technika (angl. Glittering Generalities technique)

https://www.youtube.com/watch?v=Ky7ic1Ro9yw&index=2&list=PL-knUwOJPRT6kBKsxX_1mCElLcimbiaAR

- „Etikečių klijavimo“ technika (angl. Name Calling technique)

<https://www.youtube.com/watch?v=r-wWatmQUKq>

<https://www.youtube.com/watch?v=aLLknUGFv6c>

- „Tautos vardu“ technika (angl. Plain Folks technique)

<https://www.youtube.com/watch?v=19r4I70fZRU>

- „Ekspertų rekomendacijos“ technika (angl. Testimonials technique)

https://www.youtube.com/watch?v=W7jkyqJ_QNo

- „Manipuliavimas asociacijomis“ technika (angl. Transfer technique)

<https://www.youtube.com/watch?v=k4KwZ91AcNY>

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės surasti keturis iš aukščiau pateiktų technikų pavyzdžius. Kiekviena grupė turėtų surasti du pavyzdžius žiniasklaidoje (tekstuose/naujienų straipsniuose/analizėse/ reportažuose naujienų portaluose, televizijoje ar vaizdo klipuose - arba, pavyzdžiui, žiniasklaidoje ar politinėse kampanijose) ir pavyzdžius reklamoje (pavyzdžiui, produkto reklama). Kiekvieną iš šių keturių pavyzdžių mokiniai turėtų pateikti kartu su vaizdiniu komponentu - per nuotrauką (pavyzdžiui, iš interneto portalo) arba vaizdo ar trumpo filmo nuoroda. Kiekviena grupė turėtų trumpai pristatyti kitiems mokiniams tai, ką rado, paaiškinti, kodėl jie pasirinko konkrečius pavyzdžius, ir paaiškinti, kokie propagandos būdai (ir (arba) jų deriniai) buvo naudojami.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių sukurti tekstinį pranešimą naudojant vieną iš propagandos technikų.

Grįžtamasis ryšys

Surinktų propagandos technikų pavyzdžių pristatymas ir diskusija su mokiniais suteikia mokytojui galimybę pateikti grįžtamąjį ryšį apie tai, ar ir kiek jie priėmė su propaganda susijusias idėjas ir medžiagą bei pagrindinius jos panaudojimo būdus.

Užduotis 1

Pažiūrėkite septynis vaizdo įrašus apie pagrindines propagandos technikas ir pateikite vieną pavyzdį iš savo kasdieninio gyvenimo.

Bandos jausmo (Bandwagon) technika	
Faktų parinkimo (Card Stacking) technika	
Blizgantys apibendrinimai (Glittering Generalities) technika	
Etikečių klijavimo (Name Calling) technika	
Tautos vardu (Plain Folks) technika	
Ekspertų rekomendacijos (Testimonials) technika	
Manipuliavimas asociacijomis (Transfer) technika	

Užduotis 2

Raskite keturių pasirinktų technikų pavyzdžius iš aukščiau pateiktų. Žiniasklaidoje turite rasti du pavyzdžius (tekstuose/naujienų straipsniuose/analizėse/pranešimuose apie naujienų portalus, televizijos ar vaizdo klipus - arba, pavyzdžiui, žiniasklaidoje ar politinėse kampanijose) ir du pavyzdžius reklamoje (pavyzdžiui, produktų reklamą). Prie kiekvieno iš šių keturių pavyzdžių pridėkite vaizdinį komponentą - naudodami nuotrauką (pavyzdžiui, iš interneto portalo) arba vaizdo ar trumpo filmo nuorodą. Pristatykite klasės draugams. Informacija, kuri turėtų būti jūsų pristatyme: ką radote? kodėl pasirinkote šiuos pavyzdžius ir kokia propagandos technika (ir (arba) jų deriniai) buvo naudojami?

Juodraštis

KONFERENCIJA APIE PROPOGANDĄ ŠIUOLAIKINĖSE MEDIJOSE

Tikslas

Suprasti propagandos sąvoką; atpažinti propagandos technikas ir metodus žiniasklaidoje; suprasti propagandos konstravimo principus ir priežastis; suvokti propagandos padarinius ir žinoti propagandos kontekstus bei tai, kaip patikrinti jos patikimumą.

Trukmė

120 min

Raktiniai žodžiai

Propaganda, propagandos rūšys, propagandos technikos, propagandos padariniai, propagandos kontekstai

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto; multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai porai

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius poromis

Pamokos eiga

Užduotis 1: Pateikite kiekvienai porai konferencijos temą ir paprašykite jos internete ir kituose šaltiniuose surasti medžiagą, atitinkančią jų temą. Jie turi apie 40 minučių aptarti ir prisistatyti.

Galimos konferencijų temos:

- | |
|--|
| • PROPAGANDOS SĄVOKA IR APIBRĖŽIMAS |
| • PROPAGANDOS ISTORIJA |
| • PROPAGANDA EUROPOJE II PASAULINIO KARO METU |
| • PROPAGANDA XX A ŽINIASKLAIDOJE |
| • PROPAGANDOS RŪŠYS |
| • INFORMACINIS KARAS |
| • ŠIUOLAIKINĖS PROPAGANDOS CHARAKTERISTIKA |
| • PASIPRIEŠINIMAS PROPAGANDAI |
| • PROPAGANDA IR SOCIALINĖS MEDIJOS |
| • AR YRA TEIGIAMA PROPAGANDOS PUSĖ? |

Užduotis 2: Mokiniai pristato savo temas. Po kiekvieno pristatymo klasė turėtų išskirti pagrindinę mintį (tik vieną). Jie taip pat turėtų trumpai aptarti pranešėjų pristatymą - kas buvo gerai ir ką reikia patobulinti.

Papildoma užduotis

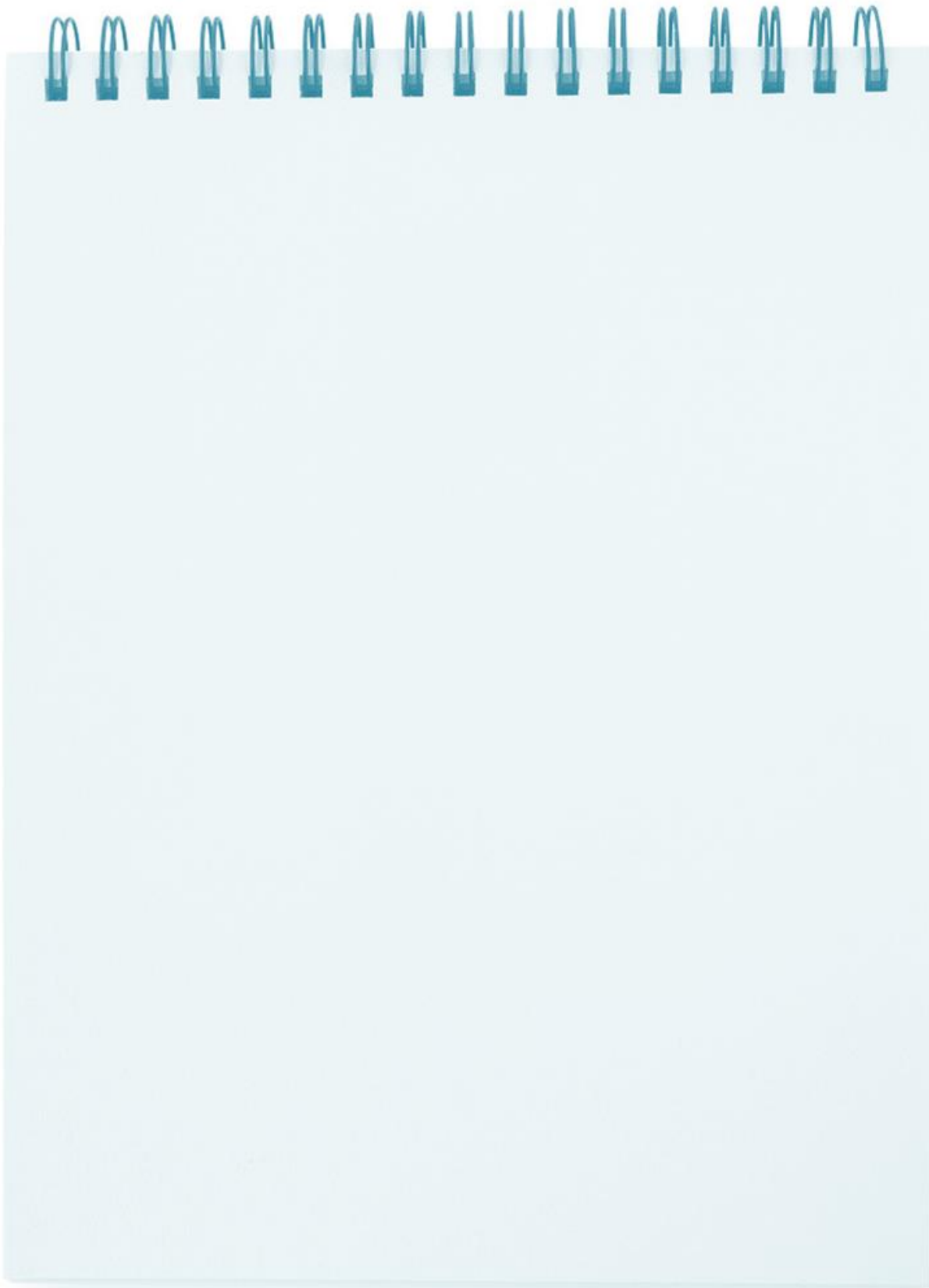
Mokiniai sudaro pagrindinių idėjų, kurias išgirdo konferencijos metu, sąrašą.

Grįžtamasis ryšys

Mokinių pranešimų aptarimas suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie jų supratimą apie propagandą ir žiniasklaidos vaidmenį procese.

Užduotis 1

Mokytojas jums pateiks propagandos temą. Internetė ir kituose šaltiniuose raskite medžiagą, atitinkančią jūsų temą. Jūs turite apie 40 minučių aptarti ir pristatyti savo temą.

**Užduotis 2**

Pristatykite savo temas. Po kiekvieno pristatymo klasėje aptarkite pagrindinę mintį (tik vieną). Taip pat trumpai aptarkite pranešėjų pristatymą - kas buvo gerai ir ką reikia patobulinti.

PROPAGANDA - PLAKATAS

Tikslas

Suprasti pagrindinius propagandos bruožus plakatuose.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Propaganda, plakatas, naujienos, medijos, socialinės medijos, propagandos rūšys, istorija, II pasaulinis karas, komunizmas, nacizmas

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ir kompiuteriai su prieiga prie interneto, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei, lipnūs lapeliai (raudonai, žali, geltoni), plakatų kopija [*Priedas 5*] kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės peržvelgti plakatus, ieškoti internete, aptarti ir atsakyti į šiuos klausimus:

- Kokias savybes turi plakatai?*
- Kokios spalvos dominuoja plakatuose?*
- Kokio istorinio įvykio metu buvo sukurti šie plakatai? Kokios istorinės asmenybės vaizduojamos?*
- Kokie buvo šių plakatų tikslai?*

Paprašykite mokinių pasidalinti rezultatais su klasės draugais.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių sukurti plakatą, remiantis propagandos savybėmis.

Grįžtamasis ryšys

Išdalinkite mokiniams lipnius lapelius ir paprašykite jų parašyti plakatuose esančius propagandos bruožus.

Ant žalio lapelio – jei mokinys žino daugiau nei 3

Ant geltono lapelio – jei mokinys žino mažiau nei 3

Ant raudono lapelio – jei mokinys nieko nežino

Priklijuokite lapelius prie lentos

Užduotis 1

Peržvelkite plakatus, ieškokite internete, aptarkite ir atsakykite į šiuos klausimus:

<i>Kokias savybes turi plakatai?</i>	<i>Kokios spalvos dominuoja plakatuose?</i>
<i>Kokio istorinio įvykio metu buvo sukurti šie plakatai? Kokios istorinės asmenybės vaizduojamos?</i>	<i>Kokie buvo šių plakatų tikslai?</i>

Pasidalinkite rezultatais su klasės draugais.

PROPAGANDA – QR KODAI

Tikslas

Suprasti propagandos sąvoką.

Trukmė

60 min

Raktiniai rodžiai

Propaganda, sąvoka, medijos, socialinės medijos

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai su prieiga prie interneto, QR nuskaitymo programėlė, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei, balti popieriaus lapai kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Išnagrinėkite paruoštus QR kodus
- Suskirstykite mokinius į grupes

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių įdiegti QR kodo programą į savo išmaniuosius telefonus, nuskaityti kiekvieną kodą ir surinkti svarbiausią informaciją apie „Propaganda“, bei pasidalinti informacija su klasės draugais.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės ant balto popieriaus lapo sudaryti minčių žemėlapi aplink žodį „Propaganda“ ir parodyti jį klasei.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių sukurti infografiką apie propagandą, jos rūšis ir 2–4 pavyzdžius kiekvienam tipui.

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite kiekvienos grupės per pamoką paruošti trumpą savo darbo santrauką.

Užduotis 1

Įdiekite QR kodo programą į savo išmaniuosius telefonus, nuskaitykite kiekvieną kodą ir surinkite svarbiausią informaciją apie „*Propaganda*“. Pasidalinkite informacija su klasės draugais.

QR kodas:

**Užduotis 2**

Grupėse ant balto popieriaus lapo sudarykite minčių žemėlapij aplink žodį „*Propaganda*“ ir parodykite jį klasei.

PROPAGANDOS PAGRINDAI

Tikslas

Supažindinti mokinius su įvairiomis propagandos technikomis naudojamomis žiniasklaidoje.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Propaganda, technikos, metodai, medijos, socialinės medijos, Facebook, Google, dirbtinis intelektas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3
- Pažiūrėkite vaizdo įrašą: <https://www.youtube.com/watch?v=NlxEy6Dzkoc> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių internete surasti žodžio propaganda apibrėžimą ir užrašyti jį savo užduočių lape.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių internete surasti dažniausiai pasitaikančių propagandos technikų ir metodų naudojamų žiniasklaidoje ir pateikti tris kiekvienos rastos technikos/metodo pavyzdžius. Pasidalinti su likusia klase.

Užduotis 3: Paprašykite mokinių pažiūrėti Charlie Chaplin baigiamąją kalbą iš Didžiojo diktatoriaus. Charlie Chaplin - Didysis diktatorius (baigiamoji kalba) <https://www.youtube.com/watch?v=NlxEy6Dzkoc> (anglų k.) ir atsakyti į klausimą, ar skaitmeninės technologijos ir dirbtinis intelektas yra visiškas blogis.

Papildoma užduotis

Mokiniai parengia Power Point pristatymą.

Grįžtamasis ryšys

Mokinių pateikti pavyzdžiai leis mokytojui suprasti, ar jie supranta propagandos technikas.

Užduotis 1

Internete suraskite žodžio propaganda apibrėžimą ir užrašykite jį.

Propaganda

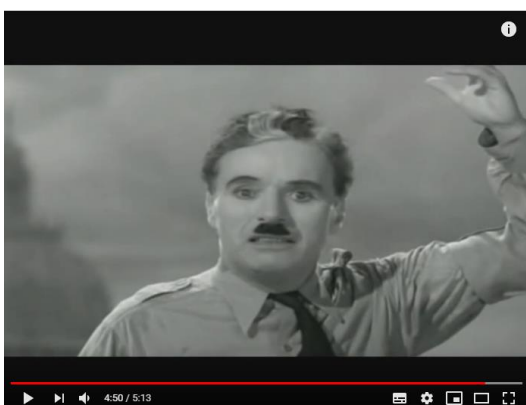
Užduotis 2

Internete suraskite dažniausiai pasitaikančių propagandos technikų ir metodų naudojamų žiniasklaidoje ir pateikite tris kiekvienos rastos technikos/metodo pavyzdžius. Pasidalinkite su likusia klase.

Technikos/metodai	Pavyzdžiai

Užduotis 3

Pažiūrėkite Charlie Chaplin baigiamąją kalbą iš *Didžiojo diktatoriaus* ir atsakykite į klausimą, ar skaitmeninės technologijos ir dirbtinis intelektas yra visiškas blogis.



6 KRITINIAI KLAUSIMAI

Tikslas

Kritiškai vertinti žinias ir žiniasklaidą, jos kontekstą ir patikimumą (šaltinio, informacijos reputacija, istorinius/politinius kontekstus ir kt.).

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Tiesa, melagingos naujienos, dezinformacija, patikimumas, netikros naujienos, patikrinimas, kritika, kritinis mąstymas, medijų raštingumas, 6 kritiniai klausimai

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Dezinformacija ir netikros naujienos**
- Perskaitykite *6 Critical Questions* (anglų k.) [*Priedas 6*]
- Paruoškite temų korteles [pamokos metu, Užduotis 2]
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių peržvelgti 6 kritinius klausimus, aptarti ir prireikus užrašyti.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės pasirinkti atstovą, kuris ištraukia temą iš skrybėlės:

Temos:



KANAPIŲ ALIEJUS GYDO VĖŽĮ

TUNGUSKOS METEORITAS

VAKCINACIJA SUKELIA AUTIZMĄ

AR SUPERMAISTAS YRA SUPER VAISTAS, AR TAI TIESIOG NAUJA MADA?

RAUDONO VYNO TAURĖ PAKEIČIA VALANDĄ SPORTO

AR VAIKAMS BRĖSTANT YRA BŪTINAS MĖSOS VARTOJIMAS?

KOMPIUTERINIAI ŽAIDIMAI SUKELIA PRIKLAUSOMYBĘ

BERMUDŲ TRIKAMPIO PASLAPTIS

AR KOMPIUTERINIAI ŽAIDIMAI SKATINA HYPERAKTYVUMĄ?

Paprašykite kiekvienos komandos ieškoti informacijos šiomis temomis ir užpildyti lentelę. Kiekviena komanda pristato savo patirtį, ieškodama patikimos informacijos.

Papildoma užduotis

Mokiniai žaidžia netikrų naujienų žaidimą <https://getbadnews.com/#intro> (anglų k.)

Grįžtamasis ryšys

Mokinių patirties ieškant patikimos informacijos aptarimas, suteikia mokytojui galimybę įvertinti, ar mokiniai kritiškai vertino žinias ir žiniasklaidą.

Užduotis 1

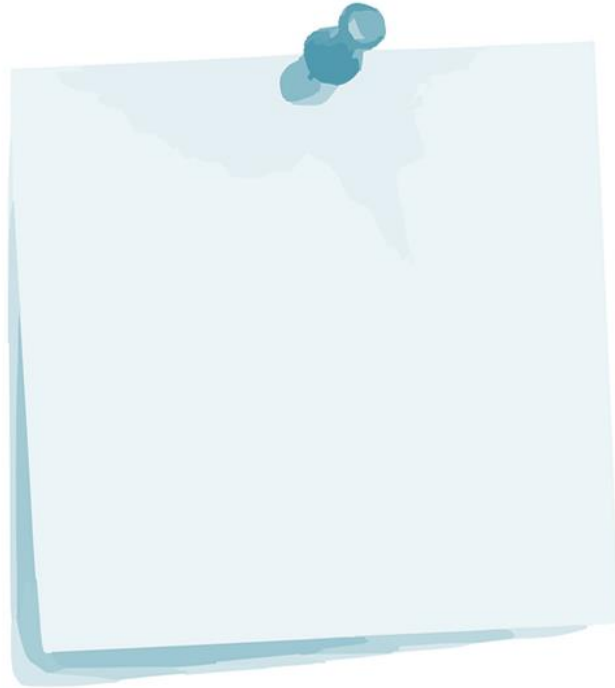
Pažiūrėkite į infografiką *6 Critical Questions*, aptarkite ir prireikus užsirašykite.

<https://criticalthinkingasylum.files.wordpress.com/2009/06/6questionsbw.jpg>

6 critical questions
things to think about when someone has something to say

who	Who said it? Someone you know? Someone famous? Someone in authority? Should it matter who said it?
what	What did they say? Did they give facts or opinions? Did they give all the facts? Did they leave something out?
where	Where did they say it? Was it in public or in private? Did other people have a chance to talk about the other side?
when	When did they say it? Before, after, or during an important event?
why	Why did they say it? Did they explain their opinions? Were they trying to make someone look good or bad?
how	How did they say it? Were they happy, sad, angry, or didn't care? Did they write it or speak it? Could you understand it?

Copyright © 2009  critical thinking asylum



Užduotis 2

Pasirinkite atstovą, kuris ištrauks temą iš skrybėlės. Suraskite informaciją ištraukta tema ir užpildykite lentelę. Pristatykite savo patirtį, ieškodami patikimos informacijos.

Patikima	Nepatikima

1. Paaiškinkite, kodėl šaltinį įvertinote kaip nepatikimą.

2. Ar buvo patikimesnių šaltinių ir priešingai?

NUSTATYTI DEZINFORMACIJĄ IR NETIKRAS NAUJIENAS BEI JŲ „ARTIMUS GIMINAIČIUS“

Tikslas

Supažindinti su netikrų naujienų ir jų „artimųjų giminaičių“ kūrimo ir sklaidos apibrėžimais, sąvokomis ir būdais; atpažinti dezinformaciją ir netikras naujienas; sužinoti apie jų kūrybos ir sklaidos pavojus.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Dezinformacija, netikros naujienos, melaginga informacija, kūryba, sklaida, socialiniai tinklai, internetiniai puslapiai, interneto portalai

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai porai

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į poras
- Perskaitykite rekomenduojamus šaltinius:
 - Hunt Allcott; Matthew Gentzkow: “Social Media and Fake News in the 2016 Election” (Journal of Economic Perspectives, Vol 31., No. 2, Spring 2017, pp. 211-236): <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211> (anglų k.)
 - Kai Shu; Amy Sliva; Suhang Wang; Jilian Tang; Huan Liu: „Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective“ (September 2017): <https://arxiv.org/abs/1708.01967> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos poros, naudoti mokslo pagrįstus šaltinius (knygos PDF formatu ir moksliniais straipsniais, išskyrus viešosios nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius), kuriuos galima rasti internete, surasti ir trumpai išsiaiškinti pagrindinius dezinformacijos ir melagingų naujienų bei jų „artimų giminaičių“ apibrėžimus ir sąvokas, taip pat paplitusius jų kūrybos ir sklaidos būdus, ypač socialiniuose tinkluose ir interneto portaluose bei svetainėse. (galite pasiūlyti pateiktas nuorodas)

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos poros rasti netikrų naujienų ar „artimų giminaičių“ pavyzdžių (netyčinių pranešimų klaidų, gandų, kurie nėra kilę iš tam tikro naujienų straipsnio; sąmokslų teorijų; satyrų; melagingų politikų teiginių; pranešimų, kurie yra klaidinantys, bet ne visiškai klaidingi). Jie turi rasti iš viso bent keturis pavyzdžius/atvejus, tačiau kiekvienas pavyzdys turi atitikti vieną iš septynių skirtingų kategorijų (klasikinės netikros naujienos ir 6 „artimų giminaičių“). Pasirinktus pavyzdžius reikia rasti bent dviejose skirtingose vadinamosiose visuomenės informavimo priemonėse (laikraščiuose, radijuje, televizijoje, interneto portaluose, socialiniuose tinkluose ir kt.). Pažymint, kad bent vienas pasirinktas naujienų straipsnis turėtų būti iš politikos ar sveikatos srities, nes buvo nustatyta, kad melagingų naujienų padariniai šiose srityse greičiausiai turės didžiausią poveikį.

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos poros paruošti viešą kompiuterinį pristatymą („Power Point“ ar „Prezi“). Kiekviename pristatyme turėtų būti vaizdinė kiekvieno iš (bent) keturių pavyzdžių medžiaga (pvz., nuotraukos iš laikraščių ar interneto portalų arba vaizdo nuoroda arba trumpas filmas apie pasirinktą pavyzdį), ir trumpas pavyzdžių aprašymas ir paaiškinimas.

Papildoma užduotis

Suraskite ir įrodykite bent vieną faktinę melagingą naujieną/informaciją pagal siaurą netikrų naujienų apibrėžimą, kuris ją apibūdina kaip „sąmoningai suprojektuotą ir patalpintą bei patikrinamai netikslią informaciją, naudojamą įvairiais tikslais, dažniausiai propagandos ar manipuliacijos tikslais“

Grįžtamasis ryšys

Pristatymai, rasti pavyzdžiai ir diskusija su mokiniais suteikia mokytojui galimybę įvertinti ir siūlyti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie tai, ar jie priėmė ir suprato sąvokas ir reiškinius, susijusius su dezinformacijos ir melagingų naujienų bei „artimų giminaičių“ rengimu ir skleidimu.

Užduotis 1

Naudodami mokslo pagrįstus šaltinius (knygos PDF formatu ir moksliniais straipsniais, išskyrus viešosios nuomonės žurnalistikos straipsnius ar laikraščių straipsnius), kuriuos galite rasti internete, suraskite ir trumpai išsiaiškinkite pagrindinius dezinformacijos ir melagingų naujienų bei jų „artimų giminaičių“ apibrėžimus ir sąvokas, taip pat paplitusius jų kūrybos ir sklaidos būdus, ypač socialiniuose tinkluose ir interneto portaluose bei svetainėse. Pasižymėkite.

Rekomenduojami šaltiniai:

- Hunt Allcott; Matthew Gentzkow: “Social Media and Fake News in the 2016 Election” (*Journal of Economic Perspectives*, Vol 31., No. 2, Spring 2017, pp. 211-236): <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211> (anglų k.)
- Kai Shu; Amy Sliva; Suhang Wang; Jilian Tang; Huan Liu: „Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective” (September 2017): <https://arxiv.org/abs/1708.01967> (anglų k.)

Užduotis 2

Raskite netikrų naujienų ar „artimų giminaičių“ pavyzdžių (netyčinių pranešimų klaidų, gandų, kurie nėra kilę iš tam tikro naujienų straipsnio; sąmokslų teorijų; satyrų; melagingų politikų teiginių; pranešimų, kurie yra klaidinantys, bet ne visiškai klaidingi). Suraskite iš viso bent keturis pavyzdžius/atvejus, tačiau kiekvienas pavyzdys turi atitikti vieną iš septynių skirtingų kategorijų (klasikinės netikros naujienos ir 6 „artimų giminaičių“). Pasirinktus pavyzdžius reikia rasti bent dviejose skirtingose vadinamosiose visuomenės informavimo priemonėse (laikraščiuose, radijuje, televizijoje, interneto portaluose, socialiniuose tinkluose ir kt.). Bent vienas pasirinktas naujienų straipsnis turėtų būti iš politikos ar sveikatos srities, nes buvo nustatyta, kad melagingų naujienų padariniai šiose srityse greičiausiai turės didžiausią poveikį. Pasižymėkite.

Užduotis 3

Paruoškite viešą kompiuterinį pristatymą („Power Point“ ar „Prezi“). Kiekviename pristatyme turėtų būti vaizdinė kiekvieno iš (bent) keturių pavyzdžių medžiaga (pvz., nuotraukos iš laikraščių ar interneto portalų arba vaizdo nuoroda arba trumpas filmas apie pasirinktą pavyzdį), ir trumpas pavyzdžių aprašymas ir paaiškinimas.

PATIKIMUMO ĮVERTINIMAS

Tikslas

Kritiškai vertinti žinias ir žiniasklaidą, jos kontekstą ir patikimumą (šaltinio, informacijos reputacija, istorinį/politinį kontekstą ir kt.)

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Netikros naujienos, dezinformacija, patikimumas, CRAAP testas, skaitmeninis raštingumas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, CRAAP testo [*Priedas 7*] kopija kiekvienai grupei, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3
- Išnagrinėkite CRAAP testą [*Priedas 7*]

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paklauskite mokinių:

- *Kodėl daugumai mokinių sunku atskirti tikras ir netikras naujienas?*

Užduotis 2: Pristatykite CRAAP testą ir paprašykite mokinių internete rasti straipsnį ir dirbant grupėse įvertinti jį naudojant CRAAP testą.

Vėliau mokiniai pateikia atsakymus.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių sukurti patikimą straipsnį, naudojant pamokos metu įgytas žinias.

Grįžtamasis ryšys

Mokinių komentarai apie savo klasės draugų įvertinimus.

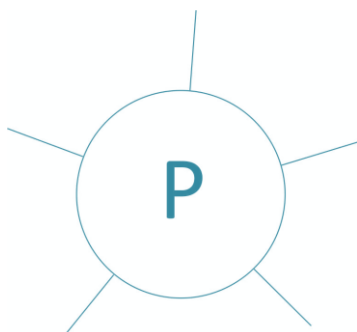
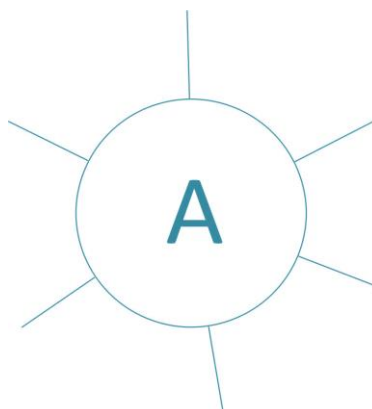
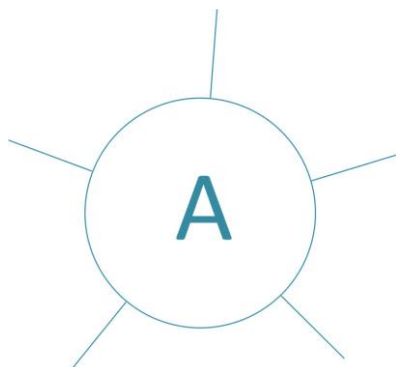
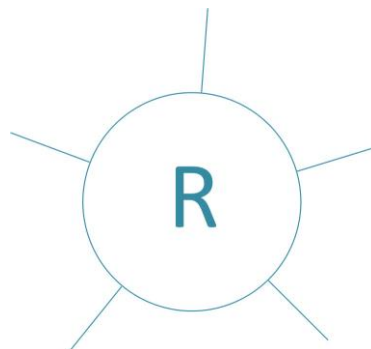
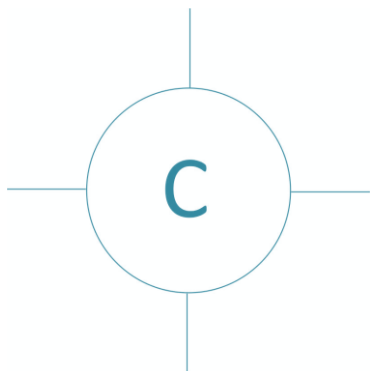
Užduotis 1

Atsakykite:

- Kodėl daugumai mokinių sunku atskirti tikras ir netikras naujienas?

Užduotis 2

Internetė raskite straipsnį ir dirbant grupėse įvertinkite jį naudojant CRAAP testą. Atsakymus parašykite žemiau.



NETIKRŲ NAUJIENŲ SĄVOKA

Tikslas

Suprasti netikrų naujienų sąvoką ir „kaimynines“ sąvokas (melagingos naujienos, melas, satyra, kt.).

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Propaganda, netikros naujienos, naujienos, medijos, socialinės medijos, propagandos rūšys, žiniasklaida, medijų raštingumas

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ir kompiuteriai su prieiga prie interneto, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes
- Pažiūrėkite vaizdo įrašus (anglų k.):
 - How Real Is Fake News? | Sharyl Attkisson | TEDxUniversityofNevada:
https://www.youtube.com/watch?v=UQcClzjz9_s
 - 'Fake News' explained: How disinformation spreads:
<https://www.youtube.com/watch?v=8fQdzVbQlaU>
 - What is Fake News?:
<https://www.youtube.com/watch?v=FOZ0irgLwxU>
 - Spreading fake news - How to fool the media | Peter Onneken | TEDxTUBerlin:
<https://www.youtube.com/watch?v=CjKsNfwa4fk>
 - Truth or Fake 2019: Four tips for detecting fake news online:
<https://www.youtube.com/watch?v=EJDFeXomVvq>

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės peržvelgti klausimus, padiskutuoti ir užsirašyti:

- *Kaip sužinoti naujausias naujienas? Išvardinkite šaltinius*
- *Ką žinote apie netikras naujienas? Kodėl žmonės susirūpinę dėl melagingų naujienų?*
- *Ar prieš pasidalindami su savo draugais patikrinkite naujienų, vaizdo įrašų ir pan. patikimumą? Kodėl taip/kodėl ne?*
- *Ar žinote, kaip patikrinti naujienų patikimumą? Pateikite pavyzdžių*

Užduotis 2: Paleiskite vaizdo įrašus ir paprašykite mokinių atsakyti į klausimus:

- *Kas yra netikros naujienos?*
- *Kaip atpažinti netikras naujienas?*
- *Kodėl svarbu žinoti, kaip atpažinti netikras naujienas?*

Paprašykite kiekvienos grupės pristatyti surinktą informaciją.

Papildoma užduotis

Viktorina. Netikros naujienos (anglų k.)

- <https://www.channelone.com/feature/quiz-can-you-spot-the-fake-news-story/>
- <https://www.bbc.com/news/magazine-38005844>
- https://akron.qualtrics.com/jfe/form/SV_2bhqlwpegOtj5yZ

Grįžtamasis ryšys

Grupės pristatymai leis mokytojui suprasti, ar mokiniai geba atpažinti netikras naujienas.

Užduotis 1

Grupėse peržvelkite klausimus, padiskutuokite ir užsirašykite:

1. Kaip sužinoti naujausias naujienas? Išvardinkite šaltinius

2. Ką žinote apie netikras naujienas? Kodėl žmonės susirūpinę dėl melagingų naujienų?

3. Ar prieš pasidalindami su savo draugais patikriname naujienų, vaizdo įrašų ir pan. patikimumą?
Kodėl taip/kodėl ne?

4. Ar žinote, kaip patikrinti naujienų patikimumą? Pateikite pavyzdžių

Užduotis 2

Pažiūrėkite vaizdo įrašus ir atsakykite į klausimus:

1. Kas yra netikros naujienos?

2. Kaip atpažinti netikras naujienas?

3. Kodėl svarbu žinoti, kaip atpažinti netikras naujienas?

Pristatykite surinktą informaciją.

AR STRAIPSNIS MELAGINGAS?

Tikslas

Suprasti netikrų naujienų sąvoką ir „kaimynines“ sąvokas (melagingos naujienos, melas, satyra ir kt.); kritiškai vertinti naujienas ir žiniasklaidą, jos kontekstą ir patikimumą (šaltinio, informacijos reputacija, istorinį/politinį kontekstas ir kt.).

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Dezinformacija, netikros naujienos, melagingos naujienos, satyra, žiniasklaidos šaltinio reputacija, patikrinta/nepatikrinta informacija

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių internete surasti patarimų, kaip patikrinti straipsnio patikimumą.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių dirbti grupėse ir surasti 5 skirtingus netikrų naujienų pavyzdžius nacionalinėje spaudoje (internetu ar laikraščiuose) ir pateikti argumentus, kodėl jie yra netikri. Paprašykite mokinių pristatyti savo darbus klasės draugams.

Papildoma užduotis

Kiekviena grupė sukuria savo netikrą pranešimą, kuris yra patikimas ir atrodo tikras.

Grįžtamasis ryšys

Užduočių aptarimas suteikia mokytojui galimybę teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie jų supratimą apie dezinformaciją, netikras naujienas ir jų poveikį visuomenei.

Užduotis 1

Internete suraskite patarimų, kaip patikrinti straipsnio patikimumą.



<https://oldpathsjournal.com/wp-content/uploads/2017/11/Credibility.jpg>

Užduotis 2

Dirbkite grupėse ir suraskite 5 skirtingus netikrų naujienų pavyzdžius nacionalinėje spaudoje (internete ar laikraščiuose) ir pateikite argumentus, kodėl jie yra netikri. Pristatykite savo darbus klasės draugams.



TARPTAUTINĖS ĮMONĖS

Tikslas

Suprasti globalizacijos sampratą ir jos santykį su žiniasklaida; palyginti įvairius socialinius, kultūrinius, politinius reiškinius, argumentuoti ir kritiškai mąstyti; analizuoti globalizuotas medijų žinutes, nustatyti ir įvertinti jų poveikį.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Globalizacija, kritinis mąstymas, globalizuota medijų žinutė, medijų žinutės konstravimas, pasaulinė ekonomika

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto kiekvienai grupei, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaityti teorinę dalį **Globalizacija**
- Paruoškite globalių temų sąrašą pristatytų vietinėje žiniasklaidoje
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Grupėse paprašykite mokinių internete jų šalyje veikiančias tarptautines įmones ir sudaryti sąrašą. Paprašykite kiekvienos grupės pasirinkti vieną įmonę ir sužinoti:

- *Kiek žmonių ten dirba?*
- *Koks jų indėlis į šalies BVP (bendrąjį vidaus produktą)?*
- *Kokia yra bendra piliečių nuomonė apie įmonę (ieškoti žiniasklaidos straipsnių)?*

Kiekviena grupė parengia pasirinktos įmonės pristatymą ir pristato jį klasei.

Užduotis 2: Pateikite kiekvienai grupei globalią temą, kuri buvo pristatyta vietos žiniasklaidoje, ir paprašykite jų rasti žiniasklaidoje pateiktą informaciją: kokia informacija pateikiama? Kokia nuomonė pateikiama? Ar tai yra vietiniai pavyzdžiai ir šaltiniai, ar perkelti (išversti) tiesiogiai iš užsienio spaudos? Grupės savo darbą pristato klasei.

Papildoma užduotis

Naudodami internetinę programėlę, mokiniai sukuria savo pasirinktos įmonės plakatus, kuriuose pateikia pagrindinę informaciją.

Grįžtamasis ryšys

Komentariai apie mokinių pristatymus ir diskusijas.

Užduotis 1

Grupėse internete suraskite jūsų šalyje veikiančias kelias tarptautines įmones ir sudarykite sąrašą.

Pasirinkite vieną įmonę ir sužinokite:



- *Kiek žmonių ten dirba?*
- *Koks jų indėlis į šalies BVP (bendrąjį vidaus produktą)?*
- *Kokia yra bendra piliečių nuomonė apie įmonę (ieškokite žiniasklaidos straipsnių)?*

Užduotis 2

Atsižvelgiant į jums pateiktą temą, raskite vietos žiniasklaidoje pateiktą informaciją:

Tema:

Kokia informacija pateikiama?

Kokia nuomonė pateikiama?

Ar tai yra vietiniai pavyzdžiai ir šaltiniai, ar perkelti (išversti) tiesiogiai iš užsienio spaudos?

Pristatykite klasei.

ŽINIASKLAIDOS ĮTAKA GLOBALIZACIJAI

Tikslas

Žinoti globalizacijos sampratą, jos pranašumus ir trūkumus bei ryšį su žiniasklaida.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Globalizacija, medijos, privalumai, trūkumai, padariniai

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4
- Pažiūrėkite vaizdo įrašus:
 - <https://www.youtube.com/watch?v=ZNejKHKsbl0> (anglų k.)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=JJ0nFD19eT8> (anglų k.)
 - <https://www.youtube.com/watch?v=UO4r1KEDl1Q> (anglų k.)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Grupėse paprašykite mokinių rasti tris žodžio **globalizacija** apibrėžimus trijuose internetiniuose žodynuose, aptarti juos ir padaryti savo išvadą, kas yra globalizacija. Aptarti klasėje.

Užduotis 2: Paleiskite vaizdo įrašus ir paprašykite mokinių grupėse užrašyti globalizacijos pranašumus ir trūkumus. Aptarkite.

- <https://www.youtube.com/watch?v=ZNejKHKsbl0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=JJ0nFD19eT8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=UO4r1KEDl1Q>

Užduotis 3: Paleiskite TED vaizdo įrašą ir aptarkite, kokią įtaką globalizacijai daro žiniasklaida

<https://www.youtube.com/watch?v=qHBoxRdd08o> (anglų k.)

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių naudoti šią nuorodą: <https://coggle.it/> ar bet kurią kita internetinę priemonę, skirtą sukurti minčių žemėlapij, kuriame būtų aprašyti globalizacijos pranašumai ir trūkumai.

Grįžtamasis ryšys

Diskusijos suteikia galimybę sužinoti, ar mokiniai suprato šią temą.

Užduotis 1

Raskite tris žodžio **globalizacija** apibrėžimus trijuose internetiniuose žodynuose.

globalization

noun [U] • (UK USUALLY **globalisation**) UK  /ˌɡləʊ.bəl.aɪˈzeɪ.ʃən/ US  /ˌɡloʊ.bəl.əˈzeɪ.ʃən/



Aptarkite juos ir padarykite savo išvadą, kas yra globalizacija. Pristatykite klasei.

Užduotis 2

Pažiūrėkite vaizdo įrašus ir užsirašykite:

- *Kokie yra globalizacijos pranašumai ir trūkumai? Aptarkite.*

PRANAŠUMAI	TRŪKUMAI

Užduotis 3

Pažiūrėkite TED vaizdo įrašą ir aptarkite, kokią įtaką globalizacijai daro žiniasklaida. Užsirašykite. Pristatykite išvadas klasei.

GERIAU ŽINOTI VISKĄ

Tikslas

Pripažinti teigiamus ir neigiamus globalizacijos aspektus žiniasklaidoje.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Globalizacija, kritinis mąstymas, globalizuota žiniasklaida, medijų žinutė, socialiniai tinklai

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Globalizacija**
- Pažiūrėkite vaizdo įrašą: <https://www.youtube.com/watch?v=2C9tKfl8t0Y>
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite kiekvienos grupės perskaityti Kenichi Ohmae citatą (anglų k.) ir aptarti jos prasmę bei išsakyti savo nuomonę.

Užduotis 2: Paleiskite vaizdo įrašą: <https://www.youtube.com/watch?v=2C9tKfl8t0Y>

Paklauskite mokinių, ką jie mano apie teiginį: „**Žinoti yra gerai, bet žinoti viską yra geriau**“

- *Kokie yra socialinio tinklo naudojimo privalumai ir trūkumai?*

Užduotis 3: Paprašykite kiekvienos grupės užrašyti 5 teigiamus ir 5 neigiamus globalizacijos aspektus žiniasklaidoje.

Papildoma užduotis

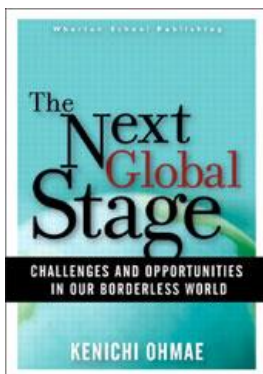
Paprašykite mokinių parašyti esė tema: **Kaip globalizacija daro įtaką mano gyvenimui.**

Grįžtamasis ryšys

Klausydamasis grupių atsakymų, mokytojas gali daryti išvadą, ar mokiniai atpažįsta gerąją ir blogąją globalizacijos pusę žiniasklaidoje.

Užduotis 1

Perskaitykite Kenichi Ohmae citatą (anglų k.) ir atsakykite į klausimus.



“In a world of near instant communications, the nation state is irrelevant. One of the outward symbols of its existence is the national border, staffed by uniformed officials checking papers and manning barricades. But what use are such border controls in the world of the Internet, for example?”

Kenichi Ohmae, author and business strategist, in the Globalist 2005.

Ką norėjo pasakyti Ohmae? Ar jūs su juo sutinkate?

Užduotis 2

Pažiūrėkite filmuką **The Circle**, aptarkite ir atsakykite į klausimus:

- Ką jūs manote apie teiginį:

„Žinoti yra gerai, bet žinoti viską yra geriau“

- Kokie yra socialinio tinklo naudojimo privalumai ir trūkumai?

Užduotis 3

Užrašykite 5 teigiamus ir 5 neigiamus globalizacijos aspektus žiniasklaidoje.

TEIGIAMAI ASPEKTAI	NEIGIAMAI ASPEKTAI

GLOBALIZACIJOS SĄVOKA

Tikslas

Suprasti globalizacijos sąvoką (ir jos santykį su žiniasklaida); įvertinti globalinį verslą ir medijų žinutes bei išanalizuoti jų poveikį.

Trukmė

120 min

Raktiniai žodžiai

Globalizacija, medijų žinutė, globalus verslas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Perskaitykite teorinę dalį **Globalizacija**
- Pažiūrėkite filmą **The True Cost** sukurtą Andrew Morgan, 2015 (92 min)

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių užrašyti bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą išgirdus žodį globalizaciją. Sukurkite minčių žemėlapij, kuriame surašykite jų žodžius apie pagrindinį žodį „**Globalizacija**“.

Užduotis 2: Paleiskite filmą **The True Cost** sukurtą Andrew Morgan, 2015 (92 min) ir paprašykite mokinių pasidalinti mintimis.

Užduotis 3: Aptarkite klausimus:

- *Kaip globalizacija padeda ekonomikai? Kieno ekonomikai?*
- *Kaip globalizacija naikina ekonomiką? Kieno ekonomiką?*
- *Kaip žiniasklaida gali palaikyti globalias tarptautines kompanijas ir jų verslą? Kodėl?*
- *Kaip pasaulinio lygio įmonės gali naudoti žiniasklaidą tam, kad manipuluotų žmonėmis?*

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių atpažinti gerus ir blogus dalykus, kuriuos sukūrė ar sukėlė globalizacija jų bendruomenėje.

Grįžtamasis ryšys

Paprašykite mokinių parašyti daugiau žodžių į jau sukurtą globalizacijos minčių žemėlapij.

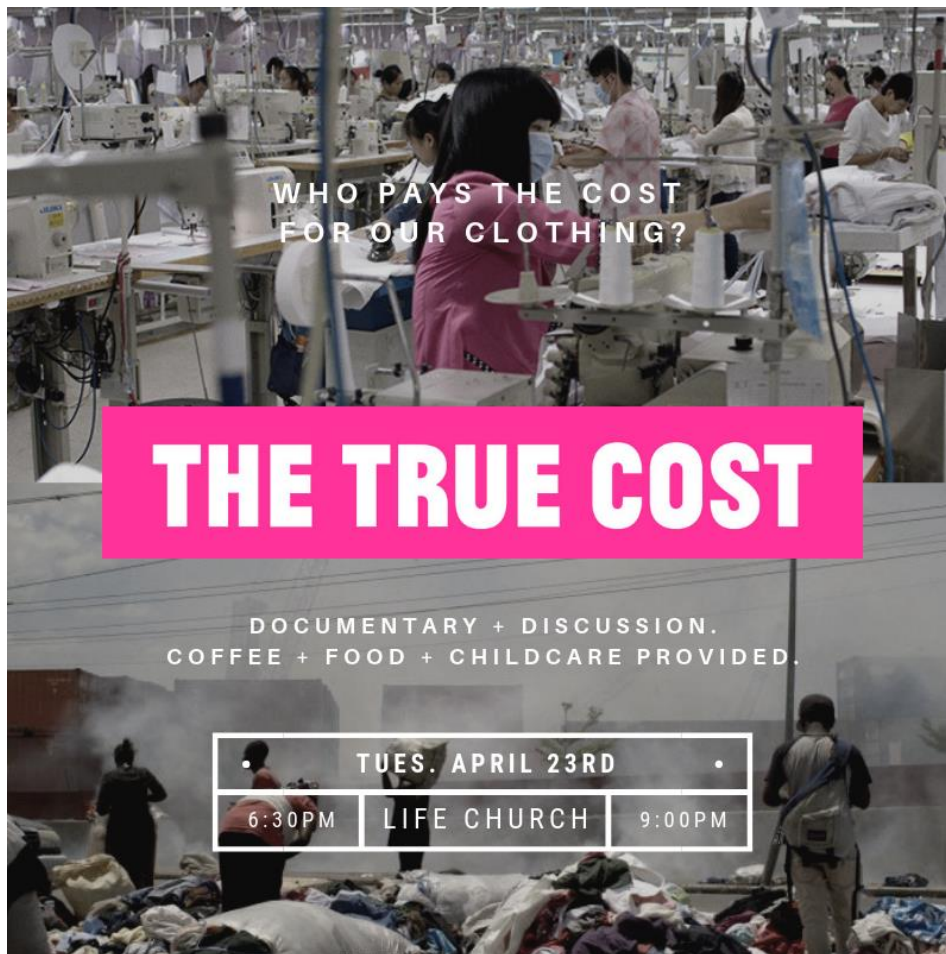
Užduotis 1

Užrašykite bent penkis žodžius, kurie pirmiausia ateina į galvą išgirdus žodį globalizaciją.

Užduotis 2

Pažiūrėkite filmą **The True Cost** sukurtą Andrew Morgan (2015) ir pasidalinkite savo mintimis.

<https://www.imdb.com/title/tt3162938/>



„Tikroji mados kaina“ yra dokumentinis filmas, tiriantis mados poveikį žmonėms ir planetai.

Užduotis 3

Aptarkite klausimus:

- Kaip globalizacija padeda ekonomikai? Kieno ekonomikai?
- Kaip globalizacija naikina ekonomiką? Kieno ekonomiką?
- Kaip žiniasklaida gali palaikyti globalias tarptautines kompanijas ir jų verslą? Kodėl?
- Kaip pasaulinio lygio įmonės gali naudoti žiniasklaidą tam, kad manipuluotų žmonėmis?

TAIKINYS - NATO

Tikslas

Suprasti žiniasklaidos keliamus pavojus nacionaliniam saugumui ir informacijos patikimumo saugumo klausimais tikrinimo principus.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Netikros naujienos, NATO, kenkti pasitikėjimui, kova su netikromis naujienomis, pasekmės

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei, antraščių [*Priedas 8*] kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4.
- Perskaitykite antraštes [*Priedas 8*]

Pamokos eiga

Užduotis 1: Pateikite kiekvienai grupei straipsnių antraštes [*Priedas 8*] ir paprašykite jų išsiaiškinti, ar antraštės yra tikros ar netikros, ir kodėl?

Užduotis 2: Paaiškinkite, kad visos nurodytos antraštės iš tikrųjų buvo netikros. Paprašykite mokinių išsiaiškinti, koks yra ryšys tarp visų nurodytų antraščių ir iš kokių šalių ar organizacijų jos galėjo kilti.

Užduotis 3: Paprašykite mokinių dirbti grupėse ir sugalvoti bent 3 priežastis, kodėl NATO buvo taikinyš šiose antraštėse ir kokios galėjo būti galimos pasekmės. Paprašykite pasidalinti idėjomis.

Pavyzdys: Tokių antraščių tikslas yra pakenkti piliečių pasitikėjimui NATO ir dėl to priešintis NATO. Kiti gali pasinaudoti tuo nepasitikėjimu.

Užduotis 4: Paprašykite mokinių pateikti bent 2–3 pasiūlymus, kaip kovoti su tokiomis antraštėmis. Pasidalinti idėjomis ir jas aptarti.

Diskusija:

- *Kokius dar galimus taikinius priešiškos šalys ar organizacijos gali turėti jūsų šalyje?*
- *Kodėl svarbu kovoti su netikromis naujienomis, nukreiptomis prieš jūsų šalies institucijas, ES ir NATO?*

Papildoma užduotis

Suskirstykite mokinius į tris grupes ir paprašykite jų išsiaiškinti, kaip konkretus subjektas (jūsų šalis, Europos Sąjunga, NATO) kovoja su melagingomis naujienomis.

Grįžtamasis ryšys

Mokiniams pateikiamas grįžtamasis ryšys apie jų darbo rezultatus.

Užduotis 1

Perskaitykite straipsnių antraštes ir išsiaiškinkite, ar antraštės yra tikros ar netikros, ir kodėl.

	Tikros ar netikros	Kodėl?
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Užduotis 2

Išsiaiškinkite, koks yra ryšys tarp visų nurodytų antraščių ir iš kokių šalių ar organizacijų jos galėjo kilti.

Dirbdami grupėse sugalvokite bent 3 priežastis, kodėl NATO buvo taikinyš šiose antraštėse ir kokios galėjo būti galimos pasekmės. Pasidalinkite idėjomis.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Užduotis 4

Pateikite bent 2–3 pasiūlymus, kaip kovoti su tokiais antraštėmis. Dalinkitės idėjomis ir jas aptarkite.

1. _____
2. _____
3. _____

Diskusija:

- Kokius dar galimus taikinius priešiškos šalys ar organizacijos gali turėti jūsų šalyje?
- Kodėl svarbu kovoti su netikromis naujienomis, nukreiptomis prieš jūsų šalies institucijas, ES ir NATO?

KAIMYNINIŲ ŠALIŲ GRĖSMĖ

Tikslas

Suprasti žiniasklaidos keliamus pavojus nacionaliniam saugumui ir informacijos patikimumo saugumo klausimais tikrinimo principus; suprasti nacionalinio saugumo problemų sprendimo būdus žiniasklaidoje; kritiškai įvertinti medijų žinutes.

Trukmė

60 min

Raktiniai žodžiai

Nacionalinis saugumas, visuotinis saugumas, informacijos patikimumas, saugumo problemos, kritinis mąstymas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei, internetinė programėlė plakatų kūrimui: www.canva.com, www.piktochart.com, www.fotor.com

Prieš pamoką

- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Grupėse paprašykite mokinių sudaryti šalių, kurių politika ir veiksmai gali kelti pavojų jų pačių šaliai, sąrašą, nurodant skirtingus kanalus, kuriuos tos šalys naudoja, ir rasti žiniasklaidoje įrodymų (straipsnių, žinučių), kurie patvirtina jų nuomonę apie šias šalis.

Užduotis 2: Paprašykite kiekvienos grupės pasirinkti vieną šalį ir sukurti plakatą, kuriame pateikiamos grėsmės ir netinkami šios šalies elgesio pavyzdžiai.

Papildoma užduotis

Diskusija:

- Ar mes keliame grėsmę kitoms šalims? Kodėl taip/ kodėl ne?*

Grįžtamasis ryšys

Mokinių sukurtų plakatų paroda.

Užduotis 1

Grupėse sudarykite šalių, kurių politika ir veiksmai gali kelti pavojų jūsų pačių šaliai, sąrašą, nurodant skirtingus kanalus, kuriuos tos šalys naudoja. Raskite žiniasklaidoje įrodymų (straipsnių, žinučių), kurie patvirtina jūsų nuomonę apie šias šalis.

Užduotis 2

Grupėse pasirinkite vieną šalį ir sukurkite plakatą, kuriame pateikiamos grėsmės ir netinkami šios šalies elgesio pavyzdžiai. Galite naudoti vieną iš šių internetinių programėlių: www.canva.com, www.piktochart.com, www.fotor.com



PASAULINĖS/ NACIONALINĖS SAUGUMO PROBLEMOS – EDWARDAS SNOWDENAS

Tikslas

Pasitelkiant pavyzdžius supažindinti su visuotinio ir nacionalinio saugumo sąvokomis, pagrindiniais bruožais, ir dažniausiai pasitaikančiais saugumo pavojais žiniasklaidoje.

Trukmė

90 min

Raktiniai žodžiai

Visuotinis saugumas, nacionalinis saugumas, saugumo problemos, pavojai, grėsmės, žiniasklaida, Edwardas Snowdenas

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Perskaitykite apie Edwardą Snowdeną (anglų k.): <https://www.biography.com/activist/edward-snowden>
- Peržiūrėkite dokumentinį filmą (anglų k.) **Edward Snowden – Terminal F** <https://www.youtube.com/watch?v=Nd6qN167wKo&t=40s>.

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių perskaityti apie Edwardą Snowdeną naudojant nuorodą (anglų k.) <https://www.biography.com/activist/edward-snowden> ir užsirašyti svarbią informaciją. Galima informacijos ieškoti ir lietuvių kalba.

Užduotis 2: Parodykite mokiniams dokumentinį filmą (anglų k.) **"Edward Snowden – Terminal F"** (58min) <https://www.youtube.com/watch?v=Nd6qN167wKo&t=40s>. Paprašykite mokinių užsirašyti svarbią informaciją.

Užduotis 3: Aptariant surinktą informaciją, paprašykite mokinių padaryti išvadą apie visuotinio ir nacionalinio saugumo problemas ir kaip išvengti saugumo pažeidimų.

Papildoma užduotis

Paprašykite mokinių užrašyti 10 faktų, kuriuos jie sužinojo apie Edwardą Snowdeną ir saugumo problemas.

Grįžtamasis ryšys

Komentariai ir diskusijos su mokiniais bei atsakymai į mokinių klausimus suteikia mokytojui galimybę įvertinti ir teikti mokiniams grįžtamąjį ryšį apie tai, ar ir koku mastu jie priėmė koncepcijas ir medžiagą, susijusią su visuotiniu ir nacionaliniu saugumu, bei galimus jų naudojimo pavojus žiniasklaidoje.

Užduotis 1

Naudojant nuorodą <https://www.biography.com/activist/edward-snowden> perskaitykite apie Edwardą Snowdeną ir užsirašykite svarbią informaciją.



https://pbs.twimg.com/profile_images/648888480974508032/66_cUYfj_400x400.jpg

Užduotis 2

Pažiūrėkite dokumentinį filmą "Edward Snowden – Terminal F" (58min)

<https://www.youtube.com/watch?v=Nd6qN167wKo&t=40s>. Užsirašykite svarbią informaciją.

Užduotis 3

Aptariant surinktą informaciją, padarykite išvadą apie visuotinio ir nacionalinio saugumo problemas ir kaip išvengti saugumo pažeidimų.

NACIONALINIS IR VISUOTINIS SAUGUMAS

Tikslas

Palyginti nacionalinio ir visuotinio saugumo sąvokas.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Globalizacija, kritinis mąstymas, nacionalinis saugumas, visuotinis saugumas, žmonių teisės

Reikalingos priemonės

Išmanieji telefonai ar kompiuteriai su prieiga prie interneto, **Užduočių lapo** kopija kiekvienam mokiniui

Prieš pamoką

- Suraskite visuotinio saugumo problemų pavyzdžių

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių pažiūrėti į „**Saugumo**“ sąvoką pagal Samuel Makinda ir internete surasti „**Nacionalinio saugumo**“ ir „**Visuotinio saugumo**“ sąvokas.

Užduotis 2: Paprašykite mokinių pažiūrėti į dvi nuotraukas ir atsakyti į klausimus:

Nuotrauka 1 (Berlyno siena) - Ar žinote, kurį istorinį įvykį jis vaizduoja? Ką vaizduoja ši siena? Kodėl žmonės ją griauja? Kokia tai saugumo problema?

Nuotrauka 2 (cunamio, kuris 2004 m. užklupo Indijos pakrantes, žemėlapis) – Kokias išvadas galite padaryti iš žemiau pateikto žemėlapis? Kokia tai saugumo problema?

Užduotis 3: Paprašykite mokinių perskaityti Roberto Bensho citatą (anglų k.) apie visuotinio saugumo problemas skaitmeniniame amžiuje ir užrašyti keletą idėjų, kaip jas išspręsti. Aptarkite idėjas klasėje.

Papildoma užduotis

Mokiniai ieško kitų nacionalinio ar visuotinio saugumo problemų pavyzdžių.

Grįžtamasis ryšys

Analizuojant mokinių pavyzdžius, mokytojas gali teikti grįžtamąjį ryšį apie saugumo problemų supratimą.

Užduotis 1

Pažiūrėkite į „Saugumo“ sąvoką pagal Samuel Makinda ir internete suraskite „Nacionalinio saugumo“ ir „Visuotinio saugumo“ sąvokas.

SAUGUMAS	„Visuomenės normų, taisyklių, institucijų ir vertybių išsaugojimas“ Samuel Makinda
NACIONALINIS SAUGUMAS	
VISUOTINIS SAUGUMAS	

Užduotis 2

Pažiūrėkite į dvi nuotraukas ir atsakykite į klausimus.

Ar žinote, kurį istorinį įvykį jis vaizduoja?

Ką vaizduoja ši siena?

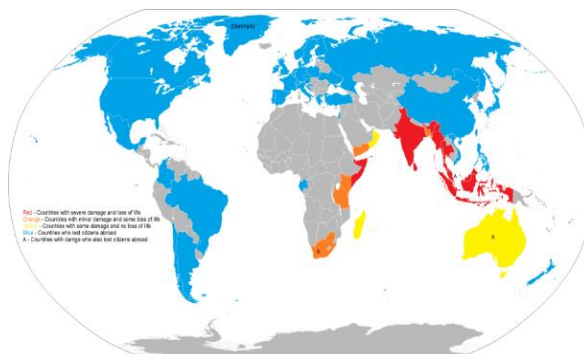
Kodėl žmonės ją griauja?

Kokia tai saugumo problema?



Kokias išvadas galite padaryti iš žemiau pateikto žemėlapių?

Kokia tai saugumo problema?



Užduotis 3

Perskaitykite Roberto Bensho citatą (anglų k.) apie visuotinio saugumo problemas skaitmeniniame amžiuje ir užrašykite keletą idėjų, kaip jas išspręsti. Aptarkite idėjas klasėje.

“Naturally, there’s so much more to global security than weather and trade. The digital age has brought about a new era of cybercrime capable of causing damage on a massive scale. Developing countries scrambling to create their own spot in the chain of command pose widespread risks, as does the existence of weapons of mass destruction. Now more than ever, it is crucial that we understand that our national security directly coincides with global security. We cannot hope to separate them once and for all in a world where connectivity is king.”

Robert Bensch

KRITINIO VERTINIMO KRITERIJAI (5K) (5C'S OF CRITICAL CONSUMING)

Tikslas

Gebėti kritiškai vertinti medijų žinutes.

Trukmė

45 min

Raktiniai žodžiai

Medijų raštingumas, formuojant auditorijas, medijos ir visuomenė, manipuliacija, dezinformacija, kritinio vertinimo 5K (5C's of critical consuming)

Reikalingos priemonės

Kompiuteriai su prieiga prie interneto, multimedija, **Užduočių lapo** kopija kiekvienai grupei

Prieš pamoką

- Pažiūrėkite vaizdo įrašą apie kritinio vertinimo 5K (5C's of critical consuming) (anglų k.):
<http://www.spencerauthor.com/fake-news-is-a-real-problem-heres-how-students-can-solve-it/>
- Suskirstykite mokinius į grupes po 3-4

Pamokos eiga

Užduotis 1: Paprašykite mokinių pažiūrėti vaizdo įrašą (anglų k.): <http://www.spencerauthor.com/fake-news-is-a-real-problem-heres-how-students-can-solve-it/> arba naudoti raktinius žodžius: **5C's of critical consuming** ir atsakyti į klausimą:

- Kas yra kritinio vertinimo 5K kriterijai (5C's of critical consuming)?*

Užduotis 2: Paprašykite mokinių surasti dvi medijų žinutes internete ir pritaikyti kritinio vertinimo 5K kriterijus (5C's of critical consuming), kad įvertinti jų patikimumą. Paprašykite jų dirbti savo grupėse ir pranešti klasei.

Papildoma užduotis

Suraskite netikrų naujienų straipsnį ir paprašykite mokinių jį įvertinti naudojant kritinio vertinimo 5K kriterijus (5 C's of critical consuming).

Grįžtamasis ryšys

Klasės draugų įvertinimų komentarai.

Užduotis 1

Atsakykite į klausimą:

- Kas yra kritinio vertinimo 5K kriterijai (5 C's of critical consuming)?

C: _____

C: _____

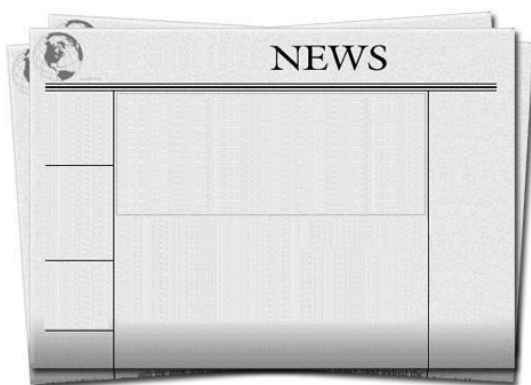
C: _____

C: _____

C: _____

Užduotis 2

Suraskite dvi medijų žinutes internete ir pritaikykite kritinio vertinimo 5K kriterijus (5C's of critical consuming), kad įvertinti jų patikimumą. Dirbkite savo grupėse ir praneškite klasei.



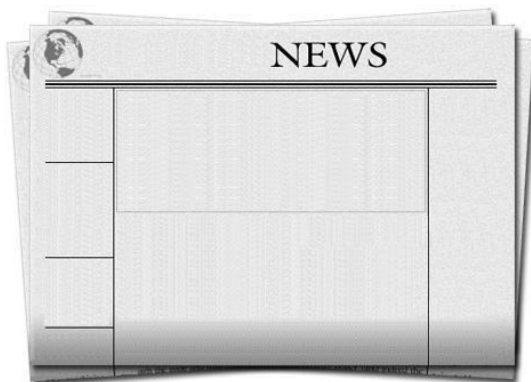
¹C ☐ _____

²C ☐ _____

³C ☐ _____

⁴C ☐ _____

⁵C ☐ _____



¹C ☐ _____

²C ☐ _____

³C ☐ _____

⁴C ☐ _____

⁵C ☐ _____

PRIEDAI



Society of Professional Journalists

CODE of ETHICS

PREAMBLE

Members of the Society of Professional Journalists believe that public enlightenment is the forerunner of justice and the foundation of democracy. Ethical journalism strives to ensure the free exchange of information that is accurate, fair and thorough. An ethical journalist acts with integrity. The Society declares these four principles as the foundation of ethical journalism and encourages their use in its practice by all people in all media.

SEEK TRUTH AND REPORT IT

Ethical journalism should be accurate and fair. Journalists should be honest and courageous in gathering, reporting and interpreting information.

Journalists should:

- u Take responsibility for the accuracy of their work. Verify information before releasing it. Use original sources whenever possible.
- u Remember that neither speed nor format excuses inaccuracy.
- u Provide context. Take special care not to misrepresent or oversimplify in promoting, previewing or summarizing a story.
- u Gather, update and correct information throughout the life of a news story.
- u Be cautious when making promises, but keep the promises they make.
- u Identify sources clearly. The public is entitled to as much information as possible to judge the reliability and motivations of sources.
- u Consider sources' motives before promising anonymity. Reserve anonymity for sources who may face danger, retribution or other harm, and have information that cannot be obtained elsewhere. Explain why anonymity was granted.
- u Diligently seek subjects of news coverage to allow them to respond to criticism or allegations of wrongdoing.
- u Avoid undercover or other surreptitious methods of gathering information unless traditional, open methods will not yield information vital to the public.
- u Be vigilant and courageous about holding those with power accountable. Give voice to the voiceless.
- u Support the open and civil exchange of views, even views they find repugnant
- u Recognize a special obligation to serve as watchdogs over public affairs and government. Seek to ensure that the public's business is conducted in the open, and that public records are open to all.
- u Provide access to source material when it is relevant and appropriate.
- u Boldly tell the story of the diversity and magnitude of the human experience. Seek sources whose voices we seldom hear.
- u Avoid stereotyping. Journalists should examine the ways their values and experiences may shape their reporting.
- u Label advocacy and commentary.
- u Never deliberately distort facts or context, including visual information. Clearly label illustrations and re-enactments.
- u Never plagiarize. Always attribute.

MINIMIZE HARM

Ethical journalism treats sources, subjects, colleagues and members of the public as human beings deserving of respect.

Journalists should:

- u Balance the public's need for information against potential harm or discomfort. Pursuit of the news is not a license for arrogance or undue intrusiveness.

- u Show compassion for those who may be affected by news coverage. Use heightened sensitivity when dealing with juveniles, victims of sex crimes, and sources or subjects who are inexperienced or unable to give consent. Consider cultural differences in approach and treatment.
- u Recognize that legal access to information differs from an ethical justification to publish or broadcast.
- u Realize that private people have a greater right to control information about themselves than public figures and others who seek power, influence or attention. Weigh the consequences of publishing or broadcasting personal information.
- u Avoid pandering to lurid curiosity, even if others do.
- u Balance a suspect's right to a fair trial with the public's right to know. Consider the implications of identifying criminal suspects before they face legal charges.
- u Consider the long-term implications of the extended reach and permanence of publication. Provide updated and more complete information as appropriate.

ACT INDEPENDENTLY

The highest and primary obligation of ethical journalism is to serve the public.

Journalists should:

- u Avoid conflicts of interest, real or perceived. Disclose unavoidable conflict
- u Refuse gifts, favors, fees, free travel and special treatment, and avoid political and other outside activities that may compromise integrity or impartiality, or may damage credibility.
- u Be wary of sources offering information for favors or money; do not pay for access to news. Identify content provided by outside sources, whether paid or not.
- u Deny favored treatment to advertisers, donors or any other special interests, and resist internal and external pressure to influence coverage
- u Distinguish news from advertising and shun hybrids that blur the lines between the two. Prominently label sponsored content.

BE ACCOUNTABLE AND TRANSPARENT

Ethical journalism means taking responsibility for one's work and explaining one's decisions to the public.

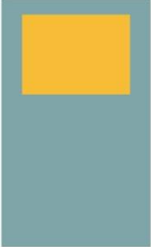
Journalists should:

- u Explain ethical choices and processes to audiences. Encourage a civil dialogue with the public about journalistic practices, coverage and news content.
- u Respond quickly to questions about accuracy, clarity and fairness.
- u Acknowledge mistakes and correct them promptly and prominently. Explain corrections and clarifications carefully and clearly.
- u Expose unethical conduct in journalism, including within their organizations.
- u Abide by the same high standards they expect of others.

The SPJ Code of Ethics is a statement of abiding principles supported by additional explanations and position papers (at spj.org) that address changing journalistic practices. It is not a set of rules, rather a guide that encourages all who engage in journalism to take responsibility for the information they provide, regardless of medium. The code should be read as a whole; individual principles should not be taken out of context. It is not, nor can it be under the First Amendment, legally enforceable.

<https://www.spj.org/pdf/spj-code-of-ethics.pdf>

RULES OF IMAGES COMPOSITION

	Rule of Thirds Position subject on the crosshairs		Framing Frame subject with surrounding objects - buildings, people, trees		Depth (layers) Position subject in front of and behind objects to create 3D depth
	Repetition Look for repeating objects - pile of fruit, row of poles etc		Leading Lines Road, rails, lines of lampposts, buildings etc leading to subject		Viewpoint Photograph from different angles - get low, get high
	Negative Space Leave space for subject to move into		Colour Use complimentary or opposing colours in background		Fill the Frame Get in close and fill the frame with your subject
	Balancing Elements Balance background interest with foreground subject		Differential Focus Subject in sharp focus to guide the eye		Left to Right Rule Moving subjects should go from left of frame to right of frame
	Symmetry Half of the image is a mirror of the other half		Patterns Look for naturally occurring & constructed patterns		Rule of Odds Look for odd numbered design elements - 3 arches, 5 windows etc
	Simplicity Cut out distractions - get close, blur background, darken background		Rule of Space Leave space around your subject		Triangles & Diagonals Look for diagonals in a scene, create triangles

<https://thelenslounge.com/diagonal-lines-in-photography-composition/>

Excerpt of EU General Data Protection Regulation (GDPR)

Article 4

Definitions

For the purposes of this Regulation:

(1) *'personal data' means any information relating to an identified or identifiable natural person ('data subject'); an identifiable natural person is one who can be identified, directly or indirectly, in particular by reference to an identifier such as a name, an identification number, location data, an online identifier or to one or more factors specific to the physical, physiological, genetic, mental, economic, cultural or social identity of that natural person;*

(2) *'processing' means any operation or set of operations which is performed on personal data or on sets of personal data, whether or not by automated means, such as collection, recording, organisation, structuring, storage, adaptation or alteration, retrieval, consultation, use, disclosure by transmission, dissemination or otherwise making available, alignment or combination, restriction, erasure or destruction;*

(4)

'profiling' means any form of automated processing of personal data consisting of the use of personal data to evaluate certain personal aspects relating to a natural person, in particular to analyse or predict aspects concerning that natural person's performance at work, economic situation, health, personal preferences, interests, reliability, behaviour, location or movements;

(3)

'restriction of processing' means the marking of stored personal data with the aim of limiting their processing in the future;

(5)

'pseudonymisation' means the processing of personal data in such a manner that the personal data can no longer be attributed to a specific data subject without the use of additional information, provided that such additional information is kept separately and is subject to technical and organisational measures to ensure that the personal data are not attributed to an identified or identifiable natural person;

(7)

'controller' means the natural or legal person, public authority, agency or other body which, alone or jointly with others, determines the purposes and means of the processing of personal data; where the purposes and means of such processing are determined by Union or Member State law, the controller or the specific criteria for its nomination may be provided for by Union or Member State law;

(6)

‘filing system’ means any structured set of personal data which are accessible according to specific criteria, whether centralised, decentralised or dispersed on a functional or geographical basis;

(9)

‘recipient’ means a natural or legal person, public authority, agency or another body, to which the personal data are disclosed, whether a third party or not. However, public authorities which may receive personal data in the framework of a particular inquiry in accordance with Union or Member State law shall not be regarded as recipients; the processing of those data by those public authorities shall be in compliance with the applicable data protection rules according to the purposes of the processing;

(8)

‘processor’ means a natural or legal person, public authority, agency or other body which processes personal data on behalf of the controller;

Nr. 1



Nr. 2

„Siras berniukas miega tarp savo tėvų kapų”



Nuotrauka Abdul Aziz al Otaibi

<https://haralddoornbos.wordpress.com/2014/01/17/saudi-photographer-telle-me-this-is-not-syria-its-not-a-grave-and-the-boys-parents-are-not-dead/>

Dvi nuotraukos „Kareiviai su karo belaisviu” (manipuluota)

Nr. 3



Nr. 4



Nuotrauka The Advertiser library, kovo 24, 2003



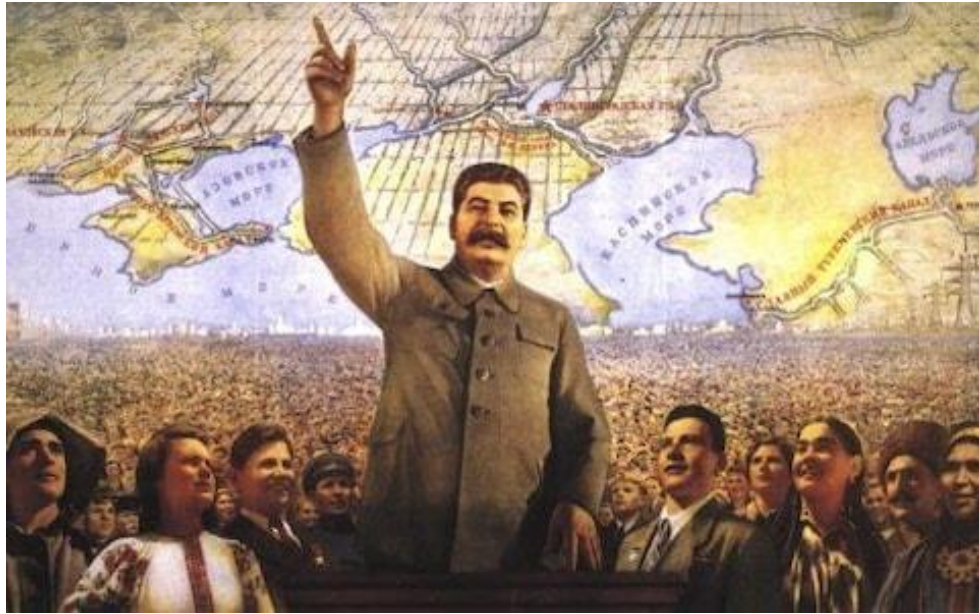
Originali nuotrauka „Kareiviai su karo belaisviu”

No. 5



Nuotrauka The Advertiser library, kovo 24, 2003

Soldiers giving water/aiming to fire: <https://toinformistoinfluence.com/2012/06/15/images-a-matter-of-perspective/>



https://www.telegraph.co.uk/content/dam/books/2018/11/30/TELEMMGLPICT000181920303_trans_NvBQzQNjv4BqbjdBiOB44zQ9NrECUZ506-aWTDI_PExe6a9gN5KToRo.jpeg?imwidth=450



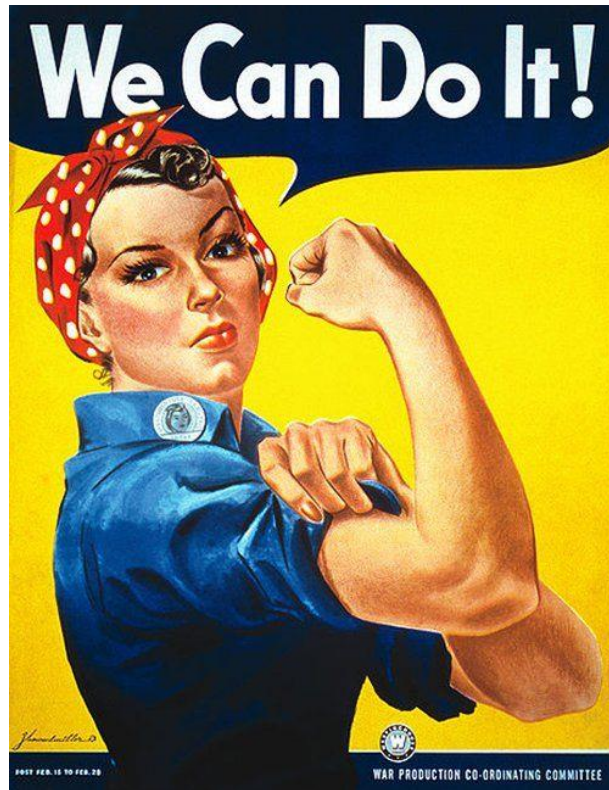
https://www.pictorem.com/collection/900_United%20Nations%20Fight%20for%20freedom%20vintage%20poster.jpg



<https://www.canva.com/learn/wp-content/uploads/2015/10/01-tb-800x0.jpg>



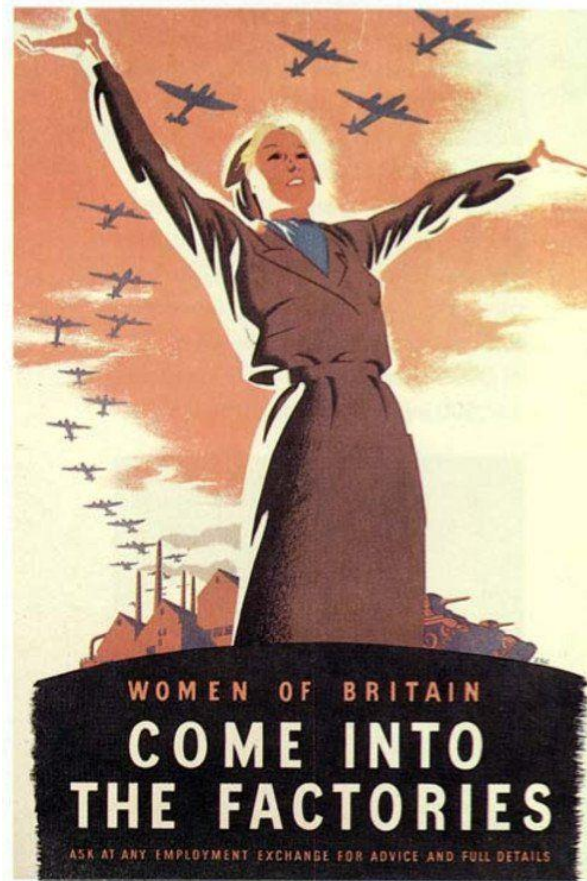
<https://render.fineartamerica.com/images/rendered/medium/print/images-medium-5/2-benito-mussolini-italian-dictator-mary-evans-picture-library.jpg>



<https://www.canva.com/learn/wp-content/uploads/2015/10/04-tb-800x0.jpg>



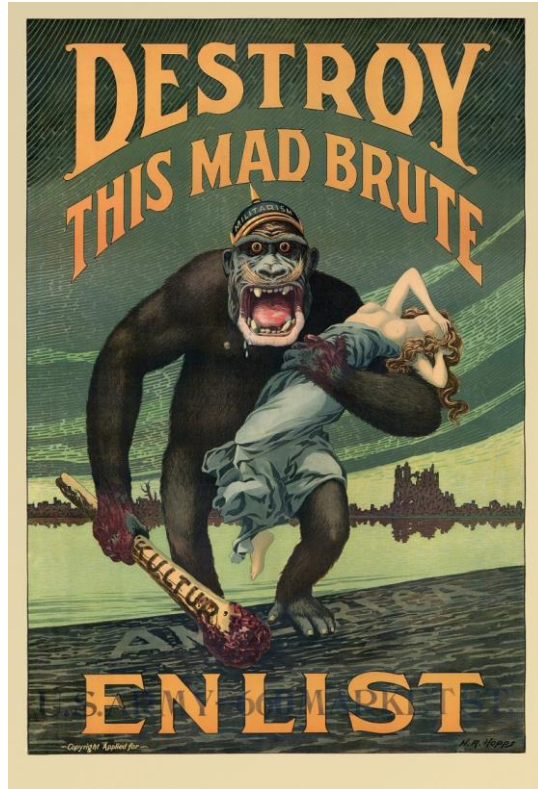
<https://www.canva.com/learn/wp-content/uploads/2015/10/19-tb-800x0.jpg>



<https://www.canva.com/learn/wp-content/uploads/2015/10/24-tb-800x0.jpg>



<https://www.canva.com/learn/wp-content/uploads/2015/10/39-tb-800x0.jpg>



https://static.greatbigcanvas.com/images/singlecanvas_thick_none/stocktrek-images/destroy-this-mad-brute-propaganda-poster,2459444.jpg?max=1000



<https://i.pinimg.com/236x/c8/17/d6/c817d6823079ba37c4c9782dcc77a8ee--nazi-propaganda-movie-posters.jpg>

6 critical questions

**things to think about
when someone has
something to say**

who

Who said it?

Someone you know? Someone famous?
Someone in authority?
Should it matter who said it?

what

What did they say?

Did they give facts or opinions?
Did they give all the facts?
Did they leave something out?

where

Where did they say it?

Was it in public or in private?
Did other people have a chance to
talk about the other side?

when

When did they say it?

Before, after, or during an
important event?

why

Why did they say it?

Did they explain their opinions?
Were they trying to make someone
look good or bad?

how

How did they say it?

Were they happy, sad, angry, or didn't
care? Did they write it or speak it?
Could you understand it?

Copyright © 2009



critical thinking asylum

<https://www.educatorstechnology.com/2014/10/interesting-critical-thinking-posters.html?crlt.pid=camp.QIqjAnVR32II>

Evaluating Information – Applying the CRAAP Test

Meriam Library  California State University, Chico

When you search for information, you're going to find lots of it . . . but is it good information? You will have to determine that for yourself, and the CRAAP Test can help. The CRAAP Test is a list of questions to help you evaluate the information you find. Different criteria will be more or less important depending on your situation or need.

Key: ■ indicates criteria is for Web

Evaluation Criteria

Currency: *The timeliness of the information.*

- When was the information published or posted?
- Has the information been revised or updated?
- Does your topic require current information, or will older sources work as well?
- Are the links functional?

Relevance: *The importance of the information for your needs.*

- Does the information relate to your topic or answer your question?
- Who is the intended audience?
- Is the information at an appropriate level (i.e. not too elementary or advanced for your needs)?
- Have you looked at a variety of sources before determining this is one you will use?
- Would you be comfortable citing this source in your research paper?

Authority: *The source of the information.*

- Who is the author/publisher/source/sponsor?
- What are the author's credentials or organizational affiliations?
- Is the author qualified to write on the topic?
- Is there contact information, such as a publisher or email address?
- Does the URL reveal anything about the author or source?
examples: .com .edu .gov .org .net

Accuracy: *The reliability, truthfulness and correctness of the content.*

- Where does the information come from?
- Is the information supported by evidence?
- Has the information been reviewed or refereed?
- Can you verify any of the information in another source or from personal knowledge?
- Does the language or tone seem unbiased and free of emotion?
- Are there spelling, grammar or typographical errors?

Purpose: *The reason the information exists.*

- What is the purpose of the information? Is it to inform, teach, sell, entertain or persuade?
- Do the authors/sponsors make their intentions or purpose clear?
- Is the information fact, opinion or propaganda?
- Does the point of view appear objective and impartial?
- Are there political, ideological, cultural, religious, institutional or personal biases?

Antraštė Nr. 1

(Vertimas) Pasiklausymo įrašai atskleidžia, kad Turkija palaiko teroristų patekimą į Siriją

THE INVESTIGATIVE JOURNAL

TRUTH IN JOURNALISM

HOME · INVESTIGATIONS · TIJ TV · CONFIDENTIAL LEAKS · PRESS RELEASES · WHO WE ARE



Antraštė Nr. 2

(Vertimas) NATO Europoje jaučiasi gana jaukiai po Amerikos saugumo sparnu



Antraštė Nr. 3

(Vertimas) JAV vėl siunčia 3 600 tankų į Rusiją - vykdoma masinė NATO dislokacija

US sends 3,600 tanks against Russia - Massive NATO deployment underway



Wednesday, January 4, 2017 - 16:43

The NATO war preparation against Russia, '[Operation Atlantic Resolve](#)', is in full swing. 2,000 US tanks will be sent in coming days from Germany to Eastern Europe, and 1,600 US tanks is deployed to storage facilities in the Netherlands. At the same time, NATO countries are sending thousands of soldiers in to Russian borders.

According to US Army Europe, 4,000 troops and 2,000 tanks will arrive in three US transport ships to Germany next weekend. From Bremerhaven, US troops and huge amount of military material, will

be transported to Poland and other countries in Central and Eastern Europe.

Antraštė Nr.4

DELFI Žinios > Dienos naujienos > Kriminalai ir nelaimės

Lietuvoje NATO pratybose „Saber Strike 2018“ žuvo vaikas (703)

www.DELFI.lt
2018 m. birželio 7 d. 15:03



Alytaus apskrities policijos atstovė Eglė Kačinskienė DELFI sakė, kad JAV kariuomenės šarvuotis „Stryker“ partrenkė dviračiu važiuosį vaiką, kuris išvažiavo ant kelio draudžiamoje vietoje.



Antraštė Nr.5

(Vertimas) Vašingtonas, atsakingas už Malaizijos oro transporto priemonės avariją virš Ukrainos:
Dr. Roberts



Washington responsible for crash of Malaysian airliner over Ukraine: Dr. Roberts

[Home](#) / [US](#) / [Interviews](#)

Sat Aug 1, 2015 09:17PM

NAUDOTA LITERATŪRA

1. A Cross-National and Intergenerational Perspective, Leiden, the Netherlands, Brill
2. Allcott, Hunt; Gentzkow, Matthew (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): pp. 211-236. Available at:
<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf> (3 July 2019)
3. Barnard, M., (2002). Oglašavanje i reklama: retorički imperativ, u: *Vizualna kultura, prir. C. Jenks*, Zagreb, Jesenski & Turk/HSD
4. Bartleby Research (2008). *Power of Media in Modern World Essay Examples*. Available at <https://www.bartleby.com/essay/Power-of-Media-in-Modern-World-PK3QDWZTJ> (9 July 2019)
5. Bauman, Z., (2000). *Liquid Modernity*, Cambridge UK, the Polity Press
6. Bauman, Z., (2003). Utopia with no Topos, in *Sage Journals, History of the Human Sciences*, 16 (1): 11-25
7. Belch, G.E., Belch, M.A., (2018). *Advertising and Promotion*, 11th Edition, NY, McGraw-Hill
8. Berger, A.A. (2018). *Cultural Perspectives on Millennials*, Palgrave Macmillan
9. Berger, P. L. and Luckmann. T., (1966). *The Social Construction of Reality*. New York: Doubleday.
10. Bloom, W., (1990). *Personal Identity, National Identity, and International Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
11. Bolter, J.D., Grusin, R. (2000). *Remediation – Understanding New Media*, the MIT Press
12. Business Dictionary (2018). *Product Placement*. Available at:
<http://www.businessdictionary.com/definition/product-placement.html> (28 June 2019)
13. Butler, J., (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory, in *Theatre Journal*, 40 (4): 519-531
14. Butler, J., (1990). *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*, NY, Routledge
15. Butler, J., (1993). *Bodies that Matter*, NY, Routledge
16. Cambridge Dictionary (2018). *Global Security*. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/global-security> (18 June 2019)
17. Castells, M. (2004). *The Network Society – a Cross-Cultural Perspective*, Cheltenham, UK, Edward Elgar
18. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*, Malden (USA), Oxford (UK), Wiley – Blackwell Publishers
19. Chin, E. (2016). *Migration, Media and Global-Local Spaces*, UK, Palgrave Macmillan
20. Chomsky, N. (1997). *Media Control – the spectacular achievements of propaganda*. NY, A Seven Stories Press First Edition, in association with Open Media
21. Chomsky, Noam (2003). *Mediji, propaganda i sistem [Media, Propaganda and System]*. Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima

22. Ciboci, Lana; Kanižaj, Igor; Labaš, Danijel; Osmančević, Leali (2018). *Obitelj i izazovi novih medija* (treće dopunjeno izdanje). [Family and New Media Challenges] (3rd amended edition). Zagreb: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu. Available at: <http://www.djecamedija.org/wp-content/uploads/2018/04/prirucnik-obicelj-i-izazovi165x240mm-v3-web.pdf> (22 June 2019)
23. Couldry, N. (2012). *Media, Society, World – Social Theory and Digital Media Practice*, Cambridge UK, Polity Press
24. Cover, Rob. (2016). *Digital Identities. Creating and Communicating the Online Self*. London, UK, Academic Print of Elseviere
25. *Cyberbullies and the Online Disinhibition Effect Comments. Mom It Forward*, Inc, 4 Oct. 2012.
26. Danesi, M. (2009). *Dictionary of Media and Communications*, NY, M.E.Sharpe
27. Drewniany, B.L., and Jewler A.J., (2008). *Creative Strategy in Advertising*, 9th Edition, Boston, USA, Thomson Wadsworth
28. Drushel, B.E., German, K. (2011). *The Ethics of Emerging Media – Information, Social Norms and New Media Technology*, NY, The Continuum International Publishing Group
29. Dulčić, Dunja (2014). Masovni mediji i postmoderno društvo [Mass Media and Postmodern Society]. *Media, culture and public relations*. 5 (1): pp. 87-97
30. *Edelman Trust Barometer* (2017). Available at: <https://www.edelman.com/trust-barometer> (3 July 2019)
31. Erikson, E. H., (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York: Norton
32. Ester, P., Braun, M, and Mohler, P., (2006). *Globalization, Value Change, and Generations*
33. Ester, P., Mohler, P., and Vinken, H., (2006). *Values and the Social Sciences: A Global World of Global Values?*, in: *Globalization, Value Change, and Generations A Cross-National and Intergenerational Perspective*, Leiden, the Netherlands, Brill, p:3-31
34. Fearon, J., (1999). *What is identity?*, Standford, Stanford University
35. Fennis, B. M. & Stroebe, W. (2010). *The Psychology of Advertising*, Psychology Press
36. Gleason, P., (1983). *Identifying Identity: A Semantic History*. in *Journal of American History* 6: 910–931
37. Grizold, Anton (1998). *International Security and Ethnic Conflicts. Politička misao*. Vol. 35 (No. 4): pp. 21-35. Available at: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=51223 (20 June 2019)
38. Hall, S., (1989). *Ethnicity: Identity and Difference*. in *Radical America* 23: 9–20
39. Hepp, A., Krotz, F. (2014). *Mediatized World – Culture and Society in a Media Age*, UK; Palgrave macmillan
40. Himna, K.E., Tavani, H.T. (2008). *Handbook of Information and Computer Ethics*, New Jersey, USA, Wiley
41. Hjarvard, S. (2013). *The MEdiatization of Culture and Society*, Ny, Routledge
42. IFLA – International Federation of Library Associations and Institutions (2017). *How to Spot Fake News*. Available at: <https://www.ifla.org/publications/node/11174> (4 July 2019)
43. Inglis, F., (1997). *Teorija medija*, Zagreb, AGM

44. *Institute for Propaganda Analysis* (1938). Available at: <http://archives.nypl.org/mss/1513> (20 June 2019)
45. James, C. (2014). *Disconnected – Youth, New Media and Ethics Gap*, MIT Press
46. James, C. et al. (2009). *Young People, Ethics, and the New Digital Media: A Synthesis from the GoodPlay Project*, Cambridge, The MIT Press
47. Jenkins, R., (1996). *Social Identity*. London: Routledge
48. Jowett, Garth S.; O' Donnell, Victoria (2006). *Propaganda and Persuasion* (4th Edition). Thousand Oaks, CA: SAGE Publishing
49. Jurčić, Daniela (2017). Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj [Theoretical Postulates on Media - Definitions, Functions and Influence].
50. Kallas, Priit (2017). Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps (July 2017). *DreamGrow*. Available at: <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> (15 July 2019)
51. Katnić-Bakaršić, M., (1999). Lingvistička stilistika. Rss.archives.ceu.hu/archive Budapest
52. Kaufmann, J.-C., (2006). *Iznalaženje sebe. Jedna teorija identiteta*, Antibarbarus, Zagreb
53. *KAVI National Audiovisual Institute Finland* (2019). Available at: <https://kavi.fi/en> (5 July 2019)
54. Kesić, T., (2003). *Integrirana marketinška komunikacija*, Zagreb, Opinio
55. Koltay, T. (2011). The Media and the Literacies: media literacy, information literacy and digital literacy, *in Media, Culture and Society*, 33 (2), p: 211-221
56. Kolucki, Barbara; Lemish, Dafna (2017). *Pozitivni i negativni utjecaji medija [Positive and Negative Media Influences]*, 24 April 2017. Available at: <https://www.medijskapismenost.hr/pozitivni-i-negativni-utjecaji-medija/> (18 June 2019)
57. Kotler Ph., (1994). *Upravljanje marketingom*, Zagreb, Informator
58. Kovačević, Barbara (2018). Novinska patka, žuta štampa i sedma sila [Canard, Yellow Journalism and Seventh Force]. *Hrvatski jezik*, 5 (1): pp. 22-25. Available at: <https://hrcak.srce.hr/199500> (9 July 2019)
59. Kucharski, Adam (2016). Post-truth: Study epidemiology of fake news. *Nature*, 540 (7634): 525. Available at: https://www.researchgate.net/publication/312287394_Post-truth_Study_epidemiology_of_fake_news (6 July 2019)
60. Lacković, Darko (2000). Poteškoće u definiranju pojma nacionalne sigurnosti [Difficulties Defining the Concept of National Security]. *Polemos*. Vol. III (No. 6): pp. 197-206. Available at: <https://hrcak.srce.hr/202698> (21 June 2019)
61. Lasswell, Harold D. (1927). The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review*. Vol. 21 (No. 3): pp. 627-631. Available at: https://www.jstor.org/stable/1945515?seq=1#page_scan_tab_contents (28 June 2019)
62. Lee, N., (2013). *Facebook Nation. Total Information Awareness*, NY, London, Springer
63. Leonhardt, David; Thompson, Stuart A. (2017). Trump's Lies. *New York Times*, 23 June 2017. Available at: <https://www.nytimes.com/interactive/2017/06/23/opinion/trumps->

[lies.html?mtrref=www.google.com&gwh=34813BC1EABE6EED97C38886215B2C3F&gwt=pay&assetType=REGIWALL](https://www.google.com/gwt=pay&assetType=REGIWALL) (8 July 2019)

64. Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*, NY, Harcourt, Brace and Company
65. Martinez, E.C., Mendez, M.R. (2012) *Identity and Simulacrum: Thank you Mario, but your identity is in another castle*, www.arsgames.net/category/pedagogia; <https://euridicecaban.es.tl/Identity-and-Simulacrum.htm>
66. McLuhan, M. and Fiore, Q., (2001). *The Medium is the Massage*, Ginko Press
67. McLuhan, M., (1962 1st Edition) (2002). *The Gutenberg Galaxy*, Toronto, University of Toronto
68. McLuhan, M., (1994). *Understanding Media: the Extensions of Man*, MA, the MIT Press
69. McLuhan, M., (2008). *Razumijevanje medija*, Zagreb, Golden marketing-Tehnička knjiga
70. Media Education Lab (2015). *Mind Over Media in EU – Analyzing Contemporary Propaganda* (platform and project). Available at: <https://propaganda.mediaeducationlab.com/learn> (26 June 2019)
71. Meler, M., (1999). *Marketing*, Osijek, Ekonomski fakultet Osijek
72. Meler, Marcel (2005): *Osnove marketinga [The Basics of Marketing]*. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku
73. *Mostariensia*. Vol. 21 (No. 1): pp. 127-136. Available at: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=280344 (2 July 2019)
74. Musladin, Marijana (2012). *Utjecaj društvenih mreža na nacionalnu sigurnost [Influence of Social Media on National Security]*. *MediAnali*. Vol. 6 (No. 11): pp. 67-85. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/109160> (24 June 2019)
75. Mutanen, A. (2010). *Questions of Identity*. In *SYNTHESIS PHILOSOPHICA* 52 (2/2011), p: 255–266
76. New Rochelle, 2004. P: 321-26
77. Newman, Nic et al. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2016*. Reuters Institute for the study of journalism, University of Oxford. Available at: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2016> (4 July 2019)
78. Ogilvy, D. (2012). *Confessions of an Advertising Man*, Southbank Publishing
79. Palfrey, J., Gasser, U. (2008). *Born Digital – Understanding the first generation of digital natives*, NY, Basic Books
80. Presbrey, F. (2009). *The history and development of advertising*. Doubleday, Doran, Incorporated
81. RAND (Research and Development) Corporation (2018). *Global Security*. Available at: <https://www.rand.org/topics/global-security.html> (19 June 2019)
82. Rosengren, K. E. (1994). *Media Effects and Beyond – Culture, socialization and lifestyles*, London, Routledge
83. Sartori, G., (1998). *Homo videns: La Sociedad teledirigada*, Madrid, Santillana, S.A., Taurus

84. Scott, W.D. (2006). *The Psychology of Advertising: A Simple Exposition of the Principles of Psychology in Their Relation to Successful Advertising*, Kessinger Publishing.
85. Spinello, R.A., Tavani, H.T. (2004). *Readings in Cyber Ethics*. Jones and Bartlett Publishers; 2nd edition
86. Suler, John. (2004). The Online Disinhibition Effect, *in CyberPsychology and Behavior*. Vol. 7. NY:
87. Taylor, Philip M. (2003). *Munitions of the Mind* (Third Edition). Manchester and New York: Manchester University Press. Available at: <https://cryptome.org/2013/01/aaron-swartz/MindMunitions.pdf> (26 June 2019)
88. TinMore Institute (2017). *Global Security Problems*. Available at: <http://www.tinmore.com/security-def.php> (22 June 2019)
89. Valdivia, A.N. (2003). *A Companion to Media Studies*, Malden, USA, Blackwell Publishing
90. Wardle, Claire; Derakhshan, Hossein (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report, September 2017.
91. Warner, Russ. (2012) Anti-Bullying: Cyberbullies and the “Online Disinhibition Effect”. *in AntiBullying*
92. Wheeler, T. (2002). *PHOTOTRUTH OR PHOTOFICTION? Ethics and Media Imagery in the Digital Age*, London, LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES PUBLISHERS

Online resources:

93. <https://www.ccsd.ngo/10-strategies-of-manipulation/>
94. http://theinternationalcoalition.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation_08.html
95. http://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/intro_1.shtml
96. <https://en.wikipedia.org/wiki/Simulation>
97. <http://publish.uwo.ca/~dmann/baudrillard1.htm>
98. <https://www.infoworld.com/article/3235385/is-your-data-safe-and-secure.html>
99. <https://digitalguardian.com/blog/101-data-protection-tips-how-keep-your-passwords-financial-personal-information-safe>
100. https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/internet-telecoms/data-protection-online-privacy/index_en.htm
101. <https://oneworldidentity.com/research/personal-data-management-fundamentals/>
102. <https://usa.kaspersky.com/resource-center/preemptive-safety/top-10-internet-safety-rules-and-what-not-to-do-online>
103. <https://www.theguardian.com/technology/2013/sep/16/10-ways-keep-personal-data-safe>
104. <https://en.wikipedia.org/wiki/Cyberbullying>
105. <https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/what-is-it/index.html>
106. <https://kidshelpline.com.au/teens/issues/cyberbullying>

107. <https://www.pacerteensagainstbullying.org/advocacy-for-others/cyber-bullying/>
108. <https://www.avast.com/c-cyberbullying>
109. <https://www.wabisabilearning.com/blog/5-powerful-cyberbullying-videos-discussing-kids>
110. <https://www.theguardian.com/society/cyberbullying>
111. <https://www.theguardian.com/us-news/2018/aug/21/trump-melania-bullying-twitter-trolling-targets-since-speech>
112. <https://www.wired.com/2013/07/mapping-stereotypes/>
113. https://www.boredpanda.com/mapping-stereotypes/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic
114. <https://globuzzer.mn.co/posts/stereotypes-about-finland-and-finns-true-of-false>
115. <https://www.straitstimes.com/singapore/whats-so-funny-about-racial-stereotypes>
116. <https://www.youtube.com/watch?v=SxqwXNfYmOQ>
117. <https://www.youtube.com/watch?v=K0bl6YHhsvM>
118. https://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_reality
119. <https://www.marxentlabs.com/what-is-virtual-reality/>
120. <https://www.realitytechnologies.com/virtual-reality/>
121. <https://medium.com/predict/how-will-virtual-reality-impact-humanity-e7e018180670>
122. <https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/how-does-it-affect-us.html>
123. <https://www.finextra.com/blogposting/14870/the-impact-of-virtual-reality-technology-on-human-lives>
124. <https://www.themuse.com/advice/4-ways-vr-will-impact-the-future-of-tech-careers>
125. <http://resourcemagonline.com/2018/03/the-negative-side-effects-of-virtual-reality/87052/>
126. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/ethic>
127. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/simulation>
128. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bullying>
129. <https://www.realitytechnologies.com/virtual-reality/>