

# SOCIĀLO MEDIJU FUNKCIJAS UN IETEKME

10.–12. klase

## ► Stundas mērķis

Izprast sociālo mediju atšķirības no citiem medijiem, raksturot tās; prast definēt dažādus sociālo mediju veidus un funkcijas; analizēt ikdienas sociālo mediju patēriņu, tā ietekmi uz savu pasaules izpratni, zināšanām.

## ► Caurviju prasme

Digitālā pratība vai valodas joma vidusskolā *Mediji, valoda un ietekme*.

## ► Jēdzieni, atslēgas vārdi

Sociālie mediji

Sociālo mediju funkcijas un ietekme

## ► Kā pārliecināties, ka nodarbības mērķis ir sasniegts?

Mērķis ir sasniegts, ja nodarbības noslēgumā skolēns var nosaukt vismaz trīs sociālo mediju negatīvos efektus un trīs emocijas, kas viņam individuāli rodas mijiedarbībā ar sociālo mediju vēstījumiem, definēt, kas tieši rada šādas emocijas un kā tās ietekmē kopējo emocionālo stāvokli un uztveri par pasaulē notiekošo.

## ► Resursi

Darba lapa katrai skolēnu grupai.

Dators ar interneta pieslēgumu un projektors (interaktīvā tāfele).

Ilgums: 40 minūtes

## Uzmanības piesaiste, aktivizēšana (5 min.)

Skolotājs uz tāfeles uzraksta skaitļus **8,1 miljards** un **4,95 miljardi**

Jautājums skolēniem – ko apzīmē šie skaitļi? Pareizā atbilde – pasaules iedzīvotāju skaitu un sociālo mediju lietotāju skaitu pasaulē (2023. gada dati). Pirmie sociālie mediji radīti īsi pirms 2000. gada, bet lielākā daļa – no 2000. līdz 2010. gadam (*YouTube, Facebook, LinkedIn, Flickr, Reddit, Twitter* u. c.), to izplatība visā pasaulē ir strauji augusi.

Aktuālā statistika pieejama:

[https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/#key\\_social\\_media\\_statistics\\_section](https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/#key_social_media_statistics_section);

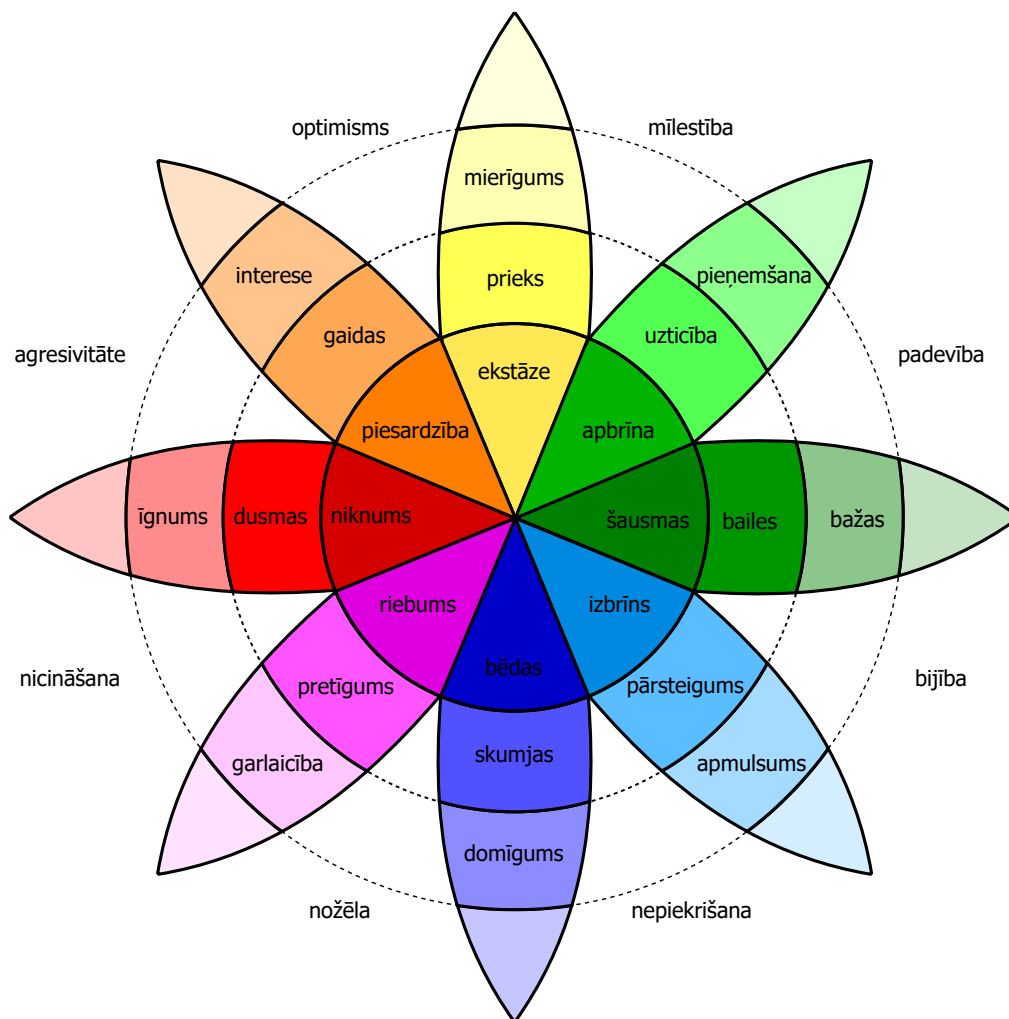
<https://datareportal.com/social-media-users>

## Galvenā daļa (30 min.)

1. Skolēni sadalās grupās. Katra grupa saņem darba lapu un izlasa tekstu. Pēc iepazīšanās ar tekstu skolēni dalās pārdomās: vai piekrist tekstā paustajam viedoklim, kāpēc jā, kāpēc ne; vai mediju vēstījumu radītās emocijas cilvēkam pieaugot mainās, kāpēc; kā tekstā minētās domas par sociālo mediju ietekmi varētu papildināt?

2. Katra grupa veido sociālo mediju picu, kas atspoguļo viņu ikdienas sociālo mediju lietošanas paradumus. Uzdevums tiek veikts šādos posmos:

- grupa izveido sarakstu ar grupas dalībnieku biežāk lietotajiem sociālajiem medijiem (7–10). Katrs dalībnieks min arī laiku diennaktī, cik velta šim medijam;
- viss sociālo mediju lietošanas ilgums diennaktī tiek izteikts ar 100%. Sarakstā esošos sociālos medijus skolēni sadala proporcionāli procentos pēc to lietošanas ilguma;
- katram sociālajam medijam grupas dalībnieki pēc izvēles piešķir kādu no picas sastāvdaļām: mīkla, tomātu mērce, salami, siers, čili, maltā gaļa, sēnes, garšvielas, bekons, šķiņķis, ananasi u. c. Sastāvdaļas apjomu grupas picā nosaka iepriekšējā darba posmā sociālajam medijam piešķirtie procenti;
- katra grupa prezentē savu picu, stāstījumā fokusējoties uz izveidotās picas ietekmi uz tās ēdējiem – emocijām, uzskatiem par pasaulē notiekošo, kā arī iemesliem, kāpēc un kā konkrētais medijs rada šīs emocijas. Lai palīdzētu skolēniem definēt sociālo mediju radītās emocijas, tiek izmantots Emociju aplis (uz ekrāna parādīts):



3. Ja laiks atļauj, katrs skolēns noslēgumā var izveidot savu individuālo sociālo mediju lietošanas picu, izvērtējot, kā tas ietekmē individuālās emocijas, uzskatus.

## Refleksija (5 min.)

Ceļojošais mikrofons (var būt bumba vai jebkurš cits priekšmets), kuru saņemot skolēns kļūst par skolotāja nosauktu ekspertu. Eksperti: valodas eksperts, drošības eksperts, komunikācijas eksperts, psihologs, politiķis, sporta jomas eksperts, vēstures eksperts, mūzikas eksperts, matemātikas eksperts u. c.

Eksperts izsaka rezumējumu, kā klasē prezentētās picas ietekmē jauniešu emocijas, uzskatus konkrētās ekspertīzes jomā.

**Lasiet tekstu! Izvērtējiet informāciju un izveidojiet 60 sekunžu stāstījumu *Sociālie mediji!***

Sociālo mediju pamatā ir trīs elementi: digitāls saturs teksta un audiovizuālā formā; lietotāji, kas saturu rada, izplata un patērē; un programmatūra, kas lietotājiem saturu ļauj publicēt, izplatīt un uz to reaģēt. Sociālajos medijos lietotāji mijiedarbojas uz pašu radīta vai atlasīta satura pamata.

Sociālo mediju jēdziena pamatā ir vārds *sociāls*, ar to apzīmējot šo mediju sniegtās mijiedarbības iespējas. Sociālie mediji no citiem tiešsaistes medijiem atšķiras ar to, ka tajos ir iespējams komunikācijas modelis – tīkls, kurā daudzi lietotāji var sazināties ar daudziem citiem lietotājiem.

Sociālie mediji rada daudz priekšrocību, piemēram, atvieglo saziņu ar ģimenes locekļiem vai draugiem visā pasaulē, taču jāmin arī sociālo mediju radītie negatīvie efekti.

**Kā sociālie tīkli ietekmē jauniešu ikdienu?**

- Mainās uzvedība, dzīvesvērtības, dzīvesveids, intereses, attieksme pret dažādām lietām un jautājumiem.
- Sociālie tīkli bieži ietekmē to, ko jauniešs ģērbis, ēdīs, dzers, pirks, interesēsies, kādu mūziku klausīsies, ko skatīsies, ko lasīs, kā pavadīs brīvo laiku utt.
- Pārāk liela aizraušanās ar sociālajiem tīkliem var radīt atkarību, kas liedz jauniešim ne tikai pildīt ikdienas pienākumus – mācības, nodarbības, pulciņus, mājas darbus u. c., bet arī atņemt laiku miegam.
- Virtuālā vide jauniešim var kļūt svarīgāka par reālo dzīvi un tur notiekošo – ģimene kļūst mazsvarīga, un bērns/jauniešs sāk izvairīties no saskarsmes klātienē, jo ir pieradis visus jautājumus risināt virtuālajā vidē.

**Papildu izziņai:**

Video. *Vienu socmediju, lūdzu! Vai sociālie mediji padara mūs nelaimīgus?*

<https://www.youtube.com/watch?v=b0Zg21wWozQ>

Atmiņas spēle: <https://drossinternets.lv/lv/materials/download/atminas-spele>