

# NODARBĪBAS APRAKSTS

## VAI SOCIĀLO MEDIJU LIETOŠANA TIEŠĀM IR PAR BRĪVU?

7.-9. UN 10.-12. KLASEI

Tematu var lakoniski aplūkot 40 min laikā vai kopā ar mājasdarbu un tā prezentāciju izvērst uz divām mācību stundām (atkarībā no tā, ko skolotājs/a izvēlas no piedāvātajiem uzdevumiem).

### STUNDAS MĒRĶIS

Aicināt skolēnus aizdomāties par sociālo mediju lietošanas “zemūdens akmeņiem” – kritiskāk izvērtēt dažādas sociālo mediju sniegtās iespējas un apzināties to komerciālo dabu un potenciālos riskus, tostarp, personas datu nodošanu trešajām pusēm.

### STUNDAS REZULTĀTI

**Zināšanas** par sociālo mediju darbību un veidiem, kā to lietotāji, varbūt pat pašiem to nezinot, “samaksā” par sociālo mediju lietošanu (mikromērķēšana, datu nodošana u.c.).

**Prasmes** atrast un analizēt, kāds ir mūsu kā interneta lietotāju individuālais apraksts, ko ir izveidojusi “Google” platforma un sociālie mediji, lai veiktu pielāgotas mārketinga aktivitātes.

**Kompetence** analizēt digitālā nospieduma internetā sasaisti ar tieši mums mērķētajām mārketinga aktivitātēm un izskaidrot sociālo mediju darbības komerciālo pusi.

### NEPIECIEŠAMS

**Skolotājam/ai:** dators un ekrāns, tāfele, līmlapiņas.

**Skolēniem:** viedtālrunis, dators vai planšetdators (vismaz 1 uz skolēnu pāra).

Rakstāmrīks un papīrs pierakstu veikšanai.

### STUNDAS SATURS

Sastāv no iesildīšanās uzdevuma, teorijas, 3 uzdevumiem un rezumējuma. Viss saturs ir pieejams MS Word prezentācijā “Vai sociālo mediju lietošana tiešām ir par brīvu?”.

### UZDEVUMU APRAKSTS

UZDEVUMA NOSAUKUMS	UZDEVUMS	KOMENTĀRI
Iesildīšanās (5-6 min)	Vai kādā no populārākajiem sociālajiem medijiem ir dalības maksa?	Uzdevumu var veikt, 2. jautājumu īsi apspriežot pa pāriem un pēc tam klasē kopīgi, vai arī - uzzīmēt uz tāfeles skalu ar cipariem no 0 līdz 10. Skolēniem izdala katram pa vienai līmlapiņai, un skolēni

	<p>Saruna pa pāriem – cik lielā mērā no 0 līdz 10 piekriņāt apgalvojumam, ka sociālo mediju lietošana ir par brīvu? Kāpēc šāds vērtējums?</p>	<p>dodas ar tām nobalsot pie tāfeles – pielīmējot līmlapiņu zem attiecīgā cipara, kas saskan ar viņu atbildi uz 2. jautājumu.</p>
<p>Praktiskais uzdevums nr. 1  “Ko internets zina par mums?”  7.-9. un 10.-12. klasei  (5-6 min + apspriešanas ilgums pēc nepieciešamības)</p>	<p>Kā pārbaudīt, kāpēc noteiktu reklāmu rāda «Facebook» un «Instagram»?</p> <p>Saskaņā ar prezentācijā sniegto pamācību skolēni aplūko reklāmas, kas redzamas savos “Facebook” un / vai “Instagram” profilos un noskaidro, kāds ir sociālo mediju pamatojums šīs reklāmas parādīt viņu jaunumu lentē vai starp īsajiem stāstiem (“storijiem”).</p>	<p>Vispirms tiek kopīgi aplūkoti piemēri prezentācijā un izskaidrots, kā uzzināt, kāpēc kāda reklāma tiek piedāvāta “Facebook” un “Instagram” laika joslā. Pēc tam skolēni paši veic izpēti savos sociālo mediju profilos individuāli. Ja kādam klasē nav “Facebook” vai “Instagram” profila, tad var pievienoties kādam klasesbiedram vai klasesbiedrenei uzdevuma izpildei.</p>
<p>Praktiskais uzdevums nr. 2  “Ko internets zina par mums?”  7.-9. un 10.-12. klasei  (5-6 min vai ilgāks, ja pilda prezentācijas slaidos piedāvāto tabulu, + rezultātu apspriedes laiks)</p>	<p>Kādu informāciju par mums ir apkopojusi “Google” platforma?</p> <p>Saskaņā ar prezentācijā sniegto pamācību skolēni aplūko šo “Google” konta sadaļu <a href="https://myadcenter.google.com">https://myadcenter.google.com</a>.</p>	<p>Uzdevuma ilgumu iespējams pielāgot – no īsas “Google” mārketinga aktivitāšu apskates līdz ietilpīgākam uzdevumam, ko var veikt arī kā mājasdarbu, izmantojot prezentācijas slaidos iekļauto tabulu.</p> <p>Var gadīties, ka kādam/ai, aplūkojot šo saiti <a href="https://myadcenter.google.com">https://myadcenter.google.com</a>, neparādās “Google” apkopotā informācija. Iespējams, tāpēc, ka nav sava “Google” profila vai arī darbības “Google Chrome” veiktas, izmantojot “incognito” režīmu. Tas nozīmē, ka dati par aktivitātēm internetā netiek saglabāti ne ierīcē, no kuras piekļūts internetam, ne arī “Google” kontā. Tas arī var būt interesants atklājums / secinājums.</p> <p>Ja uzdevumu veic kā mājasdarbu, ieteicams izmantot formatīvās vērtēšanas principu, sniedzot atgriezenisko saiti par to, ko skolēns prot, kas pagaidām vēl neizdodas un ko darīt turpmāk.</p>

---

Šajā uzdevumā svarīgi: 1) atrast, kur iespējams apskatīt Google apkopoto informāciju par mums reklāmu pielāgošanai; 2) izanalizēt savu iepriekšējo rīcību internetā korelācijā ar “Google” izveidoto mūsu “profilu” un saskatīt cēloņsakarības (piemēram, pie interesēm “Google” ir norādījusi ceļošanu, jo nesen avio sabiedrību mājaslapās skatījos lidojumu cenas un meklēju informāciju par iecerēto galamērķi ar tūrismu saistītos portālos u.tml.).

---

Praktiskais uzdevums nr. 3. – influenceru ierakstu analīze	Izvēlēties kādu influenceri, kurš/a darbojas «Instagram» platformā. Izskatīt 20 pēdējos publicētos ierakstus vai stāstus.	Uzdevuma izpildei var izmantot prezentācijas slaidos iekļauto tabulu. Ņemot vērā, ka šis uzdevums ir nedaudz laikietilpīgāks, šo var veikt kā mājasdarbu.
7.-9. un 10.-12. klasei	1. Cik no tiem ir ieraksti, kuriem ir norādīts «paid partnership» vai «reklāma»?	Ja uzdevumu veic kā mājasdarbu, ieteicams izmantot formatīvās vērtēšanas principu, sniedzot atgriezenisko saiti par to, ko skolēns prot, kas pagaidām vēl neizdodas un ko darīt turpmāk. Šajā uzdevumā būtiska ir prasme atrast, kur jābūt norādēm par to, ka ieraksts ir sponsorēts, kā arī izvērtēt, kuras no influenceru publikācijām ir / nav sponsorēti ieraksti. Ja nepieciešams padziļināti zināšanas vai detalizētāk izskaidrot tematu, var ieteikt noskatīties Patērētāju tiesību aizsardzības centra (PTAC) direktores Baibas Vītoļiņas runu RIGA COMM Influenceru mārketinga konferencē 2022. gada jūnijā. Tajā ir skaidrots, kādas prasības ir jāievēro influcenceriem, lai tie īstenotu godīgu komercpraksi un kāda ir bijusi līdzšinējā PTAC prakse, pārraugot influenceru darbību:
Uzdevuma izpildes laiku var variēt atkarībā no tā, vai rezultāti tiek apspriesti tikai mutiski vai arī rūpīgāk apkopoti, izmantojot prezentācijas slaidos piedāvāto tabulu	2. Cik no šiem 20 ierakstiem influenceris/e aicina iegādāties kādu preci vai pakalpojumu?	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=GLCDY8PM4k8">https://www.youtube.com/watch?v=GLCDY8PM4k8</a> . Sevišķi ieteicams no laika atzīmes 4:00 līdz 11:00.
Rezumējums	Atkārtota atgriešanās pie prezentācijas sākuma jautājuma: cik lielā mērā	Vēlreiz var izkārtot līmlapiņas uz tāfeles uzzīmētā skalā vai arī apspriest vērtējumu pa pāriem. Pēc tam – rezumējums visiem

---

---

(3-4 min +  
apspriešana)

no 0 līdz 10 piekrītat  
apgalvojumam, ka sociālo  
mediju lietošana ir par  
brīvu?

kopā, vai pēc nodarbības viedoklis ir  
mainījies.

Kāpēc šāds vērtējums?

---