

Svaru kausos – kvalitatīvs medijs un zinošs lasītājs

Sabiedrības izglītības un morāles nozīme informatīvās mediju telpas lietošanā

Pratību varam paši sevī attīstīt

Novembrī biedrība *Rīga TechGirls* rīkoja vebināru ciklu *Tava digitālā drošība*. Viena no lekcijām *Kā palīdzam sevi mānīt digitālajā vidē?*, ko vadīja Latvijas Drošāka interneta centra izglītības darba vadītāja Liene Valdmane, bija veltīta tieši medijpratībai. Lektore uzsvēra, ka tā jāmacās visa mūža garumā, ar to ir sistemātiski jāstrādā un jāattīsta. – *Ir nepareizi uzskatīt, ka medijpratību var tā vienkārši iemācīties. Tā balstās uz mūsu līdzšinējām zināšanām, izpratni par to, kas un kā notiek pasaulē. Cilvēks, kurš neko nezina, nevar izanalizēt saņemto informāciju. Jāpaplašina savas zināšanas, un paralēli radīties arī medijpratība*, – skaidroja pasniedzēja.

Sabiedrībā pastāv kritiskā un tai pretējā maģiskā domāšana. Pirmā ir domāšanas veids, kurā neuztveram lietas kā pašsaprotamas, bet apšaubām, analizējam un vērtējam lasīto, dzirdēto, teikto vai rakstāmo. Šādi domājošus cilvēkus ir grūtāk ietekmēt. Savukārt maģiskā domāšana drīzāk ir iztēles un radošuma pasaule, šajā domāšanas veidā darbojas neredzamas enerģijas (piemēram, spoki vai gari), kas ir pretrunā mūsdienu zinātniskajai izpratnei. Par medijpratību un kritisko domāšanu pieejami daudzi materiāli gan vietnē *Drossinternets.lv*, gan *Scepticafe.lv* un citviet.

Un šeit – vairākas vebinārā sniegtās atziņas

L. Valdmane dalījās receptē, kā analizēt mediju saturu, lai neuzķertos viltus ziņojumiem, dezinformācijai, populismam. Proti, jāaudzod sev vairāki jautājumi:

- **Kurš** to teica? Vai avots ir eksperts, autoritāte, zināms cilvēks, paziņa vai kāds cits? Vai viņa teiktajam jāpievērš uzmanība?
- **Ko** teica? Minēja faktus vai arī tikai izskanēja viedoklis? Vai tika izteikti argumenti, vai piemēti visi būtiskie fakti, varbūt kaut kas tiek noklusēts?
- **Kur** teica? Vai izpaustā informācija atklāta publiski vai privāti, vai citiem tika dota iespēja izteikties par to, apspriest?
- **Kad** teica? Vai informācija sacīta pirms, pēc vai kāda pasākuma, notikuma laikā?
- **Kāpēc** teica? Vai vēstītājs skaidroja savu viedokli? Varbūt centās kādu nomelnet vai kādu slavēja?
- **Kā** teica? Kādas emocijas (dusmas, prieks vai vienaldzība) bija vēstītājam, paužot informāciju? Teksts izteikts mutiski vai rakstiski? Vai izmantots daudz svešvārdu?

Kā mūsu smadzenes ļauj noticēt mulķībām?

- Selektīva uztvere. Proti, lielāku uzmanību pievērš ziņām, kas apstiprina tavu viedokli, pārliecību, argumentus, cerības.
- Caurspīdīguma ilūzija – pārvērtējam savas spējas saskatīt citu cilvēku melus.
- Barnuma efekts – vispārīgus un izplūdušus tekstus saistām ar precīzu sevis aprakstu. Pēc līdzīga principa darbojas horoskopu prognozes.
- Pieejamās informācijas kaskāde – ticam idejai, ja to regulāri atkārto.
- Enkura efekts – pirmā, pamanāmākā, uzkrītošākā informācija kļūst par pamatu turpmākajiem secinājumiem.
- Cilvēka iekšējās personīgās emocijas arī ļauj mūs mānīt. Tādēļ ir svarīgi apzināties un kontrolēt mediju vēstījumu radītās emocijas.

Ir svarīgi ar jauniešiem runāt par medijpratību un uzvedību sociālajos tīklos



Reģionālā
laikraksta
*Kurzemes
Vārds*
redaktore
Anda Pūce,
vadot vienu
no meistar-
klasēm
medijpratībā
jauniešiem

Par medijpratību pēdējā laikā dažādu iemeslu dēļ tiek runāts arvien biežāk. Viens gan ir skaidrs – tā jāmacās un sistemātiski jāattīsta visa mūža garumā. Tieši tādēļ ir būtiski par šo tēmu runāt jau skolās. Tam piekrist arī Liepājas SIA *Kurzemes Vārds* redaktore Anda Pūce. Šoruden žurnāliste Liepājas pilsētas un Dienvidkurzemes novada izglītības iestādēs vadīja medijpratības nodarbības vidusskolēniem (10. un/vai 11. kl.). – *Jaunieši ļoti labi pārzina tehnoloģijas, sociālos tīklus un tieši viņi var būt medijpratības sūtņi savās ģimenēs. Piemēram, viņi var sacīt saviem vecākiem, vecvecākiem aizdomāties, vai tā informācija, ko tie vēlas tālāk likt savā ziņā lentē, ar to dalīties, tiešām ir patiesība. Tādēļ ir ļoti svarīgi ar jaunajiem runāt, stāstīt, skaidrot*, – teic A. Pūce.

Izglītības iestādēs valda apjukums

Ideja par meistarklasēm medijpratībā jauniešiem *Kurzemes Vārda* redaktorei radās pēc šī pavasara brauciena uz ASV, ko medijiem finansēja šīs valsts valdība. Viņai sekoja grantu konkurss, kam A. Pūce pieteica savu ideju par šādām nodarbībām jauniešiem. Skolas par šādu iniciatīvu ir ļoti pateicīgas un pedagogi vērtē, ka tas ir vislabāk, ja ar jauniešiem par šo tematu runā tieši mediju nozares pārstāvis.

Žurnāliste šajā projektā novadījusi padzīvē meistarību, kurās secināts, ka ar medijpratību problēmas ir gan skolēniem, gan viņu pedagogiem. Jaunieši slikti orientējas medijos, nezina, kas ir sabiedriskais un kas ir privātais medijs. Tas izriet no tā, ka viņi nepatērē klasiskos medijus – drukāto presi, televīziju, radio. Ar mediju saturu viņi lielākoties sastopas sociālajos tīklos, taču bieži vien nezina, nepievērš uzmanību, neanalizē to, kas ir informācijas vēstītājs, teiksim, vai sižetu veidojusi Latvijas Televīzija vai vietējā televīzija. Viņi pievērš uzmanību tikai saturam, kas uzrunā. Viņi informāciju uztver citādi nekā vidējā vai vecākā paaudze. – *Runāju par vairākumu. Protams, ir arī jaunieši, kuri ir zinošāki, izglītotāki un mērķtiecīgāki, saprot mediju būtību*, – teic sarunbiedre.

Žurnāliste novērojusi, ka izglītības iestādēs par šo apjomīgo tēmu valda apjukums. Nav gan tā, ka pedagogi nezinātu, kas ir medijpratība. Viņiem pašiem bijušas nodarbības, lai varētu zināšanas nodot

audzēkņiem, jo skolu programma paredz atsevišķos mācību priekšmetos par to runāt. Tiesa, tēma ir ļoti plaša un specifiska, bet skolotāji spēj paņemt tikai savam mācību priekšmetam atbilstīgāko (līdz ar to diezgan šauru daļu), mazāk vai nemaz neorientējoties pārējā tēmā. Par medijpratību gan Kultūras ministrija, gan dažādas organizācijas, arī paši mediji sagatavojuši daudz materiālu, ko var izmantot mācību stundās, bet pedagogiem, domājams, bieži vien tam trūkst laika. – *Skolotājiem ir vajadzīgs mediju nozares atbalsts*, – uzsver redaktore.

Pašiem būt satura veidotājiem

Medijpratības nodarbībās A. Pūce skolēniem sniedz ne vien teorētisko bāzi, bet mudina darboties arī praktiski. Proti, jauniešiem jāsaņem mediju saturs sociālajiem tīkliem par kādu aktuālu tēmu. Lielākoties skolēni filmē video. Kad paši kļūst par satura veidotājiem, jaunieši labāk saprot atbildību, saprot, ko nozīmē pārbaudīt faktus, *iet kādrā* un runāt, veidot video koncentrētu, uzrunājošu. – *Tie darbi, ko nodarbību beigās saņem, ir patiešām ļoti interesanti. Jauniešiem ir savs un interesants skatījums uz lietām. Viņi ir radoši, ar humora izjūtu. Potenciāls ir ļoti labs*, – apstiprina *Kurzemes Vārda* redaktore un piebilst, ka minētā projekta klusais mērķis bija ieinteresēt jauniešus par žurnālista profesiju un piesaistīt jaunus cilvēkus nozarei.

Par savu rīcību jāuzņemas atbildība

A. Pūce savās nodarbībās izmanto arī šovasar izveidotajā medijpratības vietnē *Veryverified.eu* apkopotos un publicētos materiālus. Piemēram, video, kas skaidro, kā darbojas sociālie tīkli, to algoritmi. Atsevišķi ar jauniešiem viņa pārrunāja arī to, kas ir interneta troļļi un naida runa. Arī Latvijā bijuši vairāki gadījumi, kad kāda persona interneta komentāros apvainota un par to tapuši iesniegumi policijā.

Nevaram brīvi sacīt, rakstīt par otru visu, kas vien ienāk prātā. Personai ir jāuzņemas atbildība par to, ko tā saka un kā tas izskan. Tas attiecas gan uz komentēšanu, gan dalīšanos ar kādu informāciju vai tās pārpublicēšanu. Cilvēkam jāapzinās savas

tābrīža emocijas, kāpēc viņš uz kaut ko vēlas reaģēt, komentēt. – *Ja kaut ko komentē, aizskarot kādu, tad arī jāuzņemas atbildība par to, ko esi uzrakstījis*, – atgādina A. Pūce.

Nozares pārstāvjiem jādodas pie skolēniem

Arī pašiem medijiem jābūt medijpratīgiem, lai par šo tēmu kompetenti varētu runāt ar sabiedrību. Tieši todien, kad izskanēja viltus ziņa par uzņēmuma *Ite-ra Latvija* vadītāja Jura Savicka došanos mūžībā, Anda vadīja meistarklasi jauniešiem. Viņai bija dzīvs piemērs, cik viegli ir apmaldīties un kļūt par viltus informācijas izplatītāju. – *Arī paši jaunieši atzina, ka viņiem ir gadījies noticēt viltus ziņām, kas gan vairāk saistītas ar viņus interesējošām lietām, hobijiem. Jaunieši ļoti bieži neie dziļinās informācijā – piemēram, kādu video noskatoties, to tālāk neanalizē. Tādēļ ar viņiem sarunājamies par to, kas varētu būt informācijas autors, kāpēc viņš kaut ko tādu izveidojis, kāpēc ko tādu grib citiem paust, kādas emocijas vēlas raisīt un tam līdzīgi*.

Veidojot projektu par jauniešu medijpratību, A. Pūce cerēja iedvesmot līdzīgi rīkoties arī kolēģus citās redakcijās. Žurnāliste pārliecinājusies, ka par dažādām jomām ar skolēniem būtu jāsarunājas tieši šo nozaru pārstāvjiem, speciālistiem. – *Tas turklāt ir ļoti būtiski kompetenču izglītībā, kāda skolās tagad ieviesta. Sabiedrībai jāiet palīgā skolotājiem, tas ir mūsu visu kā sabiedrības uzdevums. Mēs no tā reāli iegūsim*, – uzsver A. Pūce. Jo zinošāks jauniešis par to, kā un kas katrā nozarē notiek, kā tā darbojas, jo mazāk viņu ietekmēs nepatiesa informācija.

– *Šīs tikšanās ar jauniešiem man personīgi kā cilvēkam ir patiešām iedvesmojošas*, – atskatoties uz rudens aktivitātēm, atzīst sarunbiedre. Lai arī tagad projekts noslēdzies, Anda to apņēmusies turpināt kā brīvprātīgo darbu un neatteiks doties uz skolām arī nākamajā gadā.

Liepājas izglītības pārvaldes foto

Zināšanai:

Eiropas Padomes lietotā naida runas definīcija: naida runa ir visi izteiksmes veidi, kas izraisa, veicina, izplata vai attaisno vardarbību, naidu vai diskrimināciju pret personu vai personu grupu, vai noniecina to tādēļ, ka tai ir raksturīga noteikta rase/ādas krāsa, etniskā izcelsme, valoda, reliģiskā pārliecība, vecums, dzimums, seksuālā orientācija, invaliditāte un tamlīdzīgas pazīmes.

Sagatavoja **Līga LIEPIŅA**

Projektu finansē
Mediju atbalsta
fonds no Latvijas
valsts budžeta
līdzekļiem.

MAF
Mediju atbalsta fonds

Par publikācijas saturu atbild projekta
īstenotāja – SIA «Izdevniecība Auseklis».
Projekta Nr. 2022.LV/TMA/28