

# Medijpratība

## eMedia



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

eMedia (MEdijpratība un Digitālā pilsonība ikvienam)  
ir Erasmus+ projekts (2018-1-FRO1-KA201-048117)



## Dalībnieki:

Martina AGNOLETTI  
Arci

Daniele BIANCHINI  
Arci

Linda DANIELA  
University of Latvia

Santa DREIMANE  
University of Latvia

Aurélie GAUDIN  
Ligue de l'enseignement

Pia GROENEWOLT  
ALL DIGITAL

Shandra LOURIDO  
SOS Racismo Arrazakeria

Loira MANZANI  
SOS Racismo Arrazakeria

Emanuele MICHELI  
Scuola di Robotica

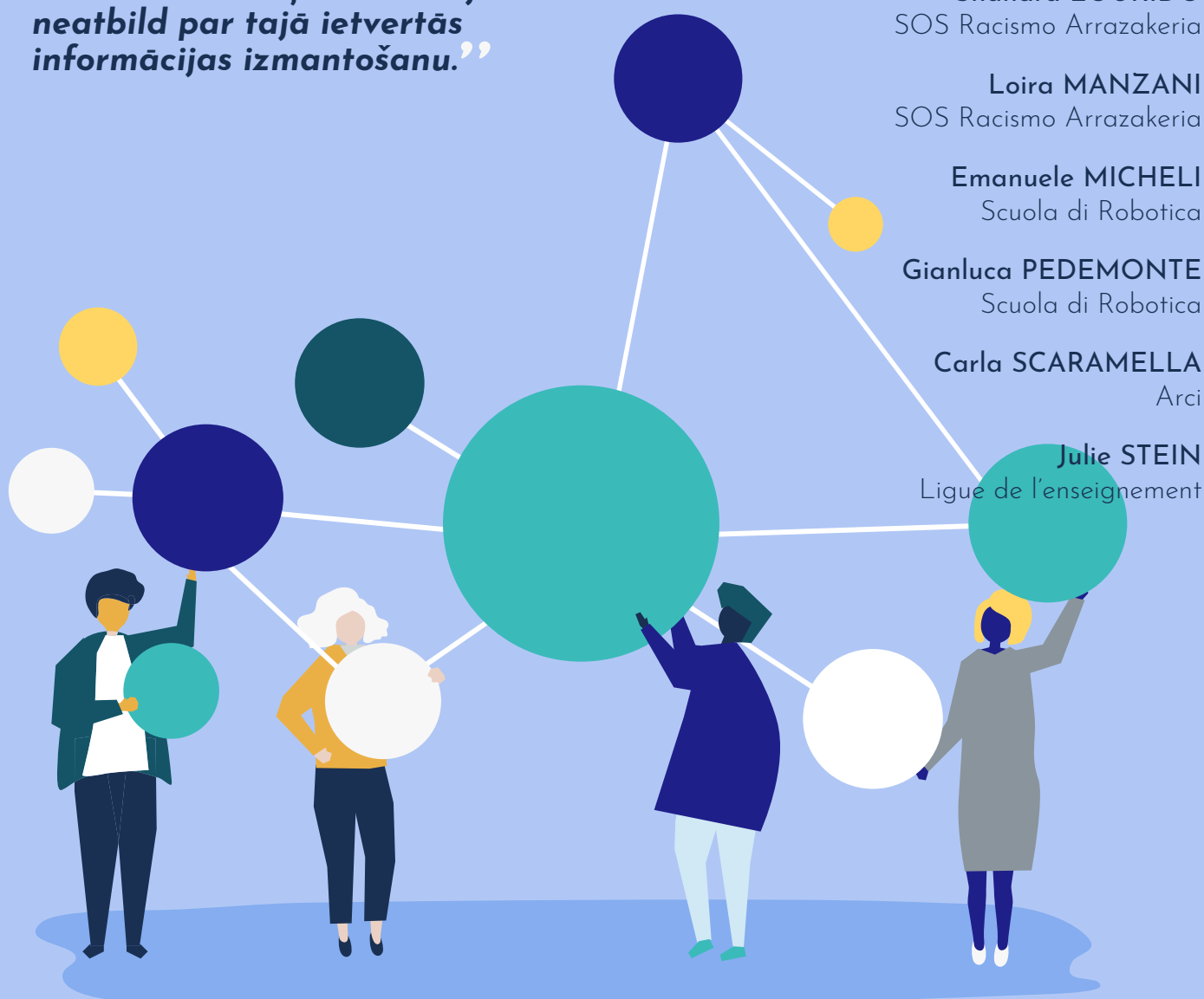
Gianluca PEDEMONTE  
Scuola di Robotica

Carla SCARAMELLA  
Arci

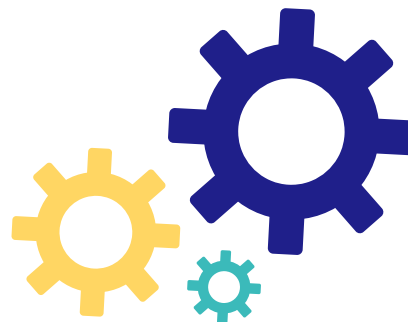
Julie STEIN  
Ligue de l'enseignement

“

**Eiropas Komisijas atbalsts šīs publikācijas producēšanai nenozīmē, ka tā ir apstiprinājusi tās saturu, kas atspoguļo vienīgi autoru uzskatus, un Komisija neatbild par tajā ietvertās informācijas izmantošanu.”**



# SATURS



<b>IEVADS</b>	<b>4</b>
<b>MEDIJU IETEKME UZ JAUNATNES ATTĪSTĪBU</b>	<b>5</b>
Mediju ietekme uz jaunatni: personas kognitīva, psiholoģiska un morāla attīstība	5
Kritiskā domāšana	7
<b>MEDIJPRATĪBA</b>	<b>12</b>
Kas tā ir?	12
Viltus ziņas, konspirācijas teorijas un pēcpatiesības laikmets	14
Jauno tehnoloģiju loma realitātes sagrozīšanā	16
Faktu pārbaude	18
Kritisks skats uz plašsaziņas līdzekļiem	19
<b>TIESISKAIS REGULĒJUMS</b>	<b>20</b>
Licences un plašsaziņas līdzekļu īpašumtiesības	20
<b>MEJIDU PRAKTISKIE PIEMĒRI MEDIJPRATĪBA KLASĒ</b>	<b>22</b>
1. aktivitāte • Kritiskā lasīšana	24
2. aktivitāte • Hronoloģiskās kartes medijiem	25
3. aktivitāte • Ejam aptaujāt!	26
4. aktivitāte • Informācijas profilētāja spēle	28
5. aktivitāte • Sazvērestību spēle	29
6. aktivitāte • Attēli sociālajos tīklos	31
7. aktivitāte • Reklāmas	32
8. aktivitāte • Prese	33
9. aktivitāte • Dziesmas teksts vai videoklips	34
10. aktivitāte • Graizīšanas darbnīca	35
<b>DAŽI EIROPAS LABĀS PRAKSES PIEMĒRI</b>	<b>36</b>
<b>SECINĀJUMI</b>	<b>39</b>
Atsauces	40

# IEVADS

Sākot ar 21. gadsimtu, aizvien pieaugošais informācijas apjoms un informācijas kanāli ir mainījuši to, kā cilvēki sazinās. Savstarpējai saziņai cilvēki aizvien vairāk izmanto tehnoloģijas. Mūsdienās sociālie mediji ir viena no jauniešu iecienītākajām straumēm, un arī pieaugušo, lai dalītos ar informāciju, sazinātos, iepazītos, izklaidētu sevi un pavadītu savu brīvo laiku. Internets un sociālie mediji ir jaunā publiskā telpa.

Arī ziņu mediju organizācijas ir strauji attīstījušās un tagad cenšas atrast jaunus izplatīšanas un biznesa modeļus, derīgus digitālo mediju vidēm un praksēm (Notley, Dezuanni, 2019). Digitālo mediju vides nodrošina galveno avotu trafikam uz lielāko ziņu mediju organizāciju tiešsaistes tīmekļa vietnēm. Līdz ar to viņi saņem ievērojamu daļu no ienākumiem no reklāmām, ko ziņu mediju organizācijas reiz bija saņēmušas (Notley, Dezuanni, 2019). Tas rezultējas ļoti konkurējošā mediju sektorā un daudzi mediji, sagatavojot ziņu saturu, ņem vērā peļņu, dažreiz aizmirstot par mediju ētiku. Pat ja mediju integritāte un uzticamība pēdējos gados ir kļuvusi par globālu prioritāti, par galveno problēmu tagad tiek uzskatītas tiešsaistes viltus ziņas (Watkins, al., 2017). Digitālā ēra un sociālie mediji ir padarījuši ziņu satura pārbaudi un uzticamību daudz sarežģītāku (Notley, Dezuanni, 2019). Līdz ar to izglītības loma ir ļoti svarīga, jo tā var palīdzēt cilvēkiem atšķirt uzticamas ziņas no viltus ziņām.

Jaunieši ir vieglāk ietekmējami ar interneta starpniecību, jo tā vide netiek kontrolēta un netiek filtrēts neatbilstīgs saturs. Eiropā vidēji bērni nedrīkst tikt atstāti vieni līdz desmit gadu vecumam. Ņemot vērā interneta un sociālo mediju funkciju, vecākiem nevajadzētu bērnu atstāt bez uzraudzības arī internetā. Šis viss vada vispasaules sociālās debates par digitālo medijpratības izglītības nepieciešamību gan skolās, gan mājās.

Jēdziens "pratība" tika radīts 19. gadsimtā, lai raksturotu vispārējo un vajadzīgo prasmju esamību tolaik, tādu kā rakstītprasme un aritmētika (Pereira, Moura, 2019). Bet digitālā ēra un internets pieprasa jaunu veida prasmi, kur cilvēkiem vajag apzināties, kā viņi izmanto tehnoloģijas, internetu, un arī sociālos medijus. Svarīga šīs "jaunās prasmes" komponente ir tiešsaistes mediji, kas bērniem ir lieliski jāpārzina, un jāspēj atšķirt faktu no fikcijas.

Projekta **"eMediji: medijpratība un digitālā pilsonība ikvienam"** mērķis ir veicināt izglītību ikvienam, izstrādājot ar digitālām prasmēm saistītas izglītojošas vadlīnijas, ko veido trīs rokasgrāmatas. Šīs rokasgrāmatas ir atbalsta materiāls jaunam un inovatīvam veidam, kā skolā mācīt dažādus priekšmetus. Rokasgrāmatas attiecas uz trīs digitālās kompetences aspektiem:

- 1) Izglītojošā robotika:** lai attīstītu skaitļošanas domāšanu ar praktiskām aktivitātēm.
- 2) Medijpratība:** lai saprastu tiešsaistes mediju varu un riskus.
- 3) Tiešsaistes izpausmes:** lai veicinātu gudrāku sociālo mediju, blogu, tīmekļa radio un tīmekļa TV lietošanu.

Šī rokasgrāmata ir adresēta skolotājiem, kas ir ieinteresēti savu medijpratības prasmju attīstīšanā un šo prasmju nodošanā skolēniem, lai paaugstinātu viņu kritisko domāšanu, uzlabotu viņu izpratni par viltus ziņām, un arī lai klasē sniegtu viņiem praktiskus piemērus par medijpratību.

# MEDIJU IETEKME UZ JAUNATNES ATTĪSTĪBU

## Mediju ietekme uz jaunatni: personas kognitīvā, psiholoģiskā un morālā attīstība

Persona savos tīņu un arī pusaudžu gados joprojām veido savu personību, vērtības, morāles sajūtu un attīsta savu apziņu. Tas ir laiks, kad personu var viegli ietekmēt apkārtējie, un arī mediji. Tehnoloģijas un sociālie mediji ir neatņemama jauniešu dzīves daļa, un tādēļ, ka viņu kritiskā domāšana vēl nav pilnībā attīstījusies, satura radītāji var vēlēties apzināti viņus ietekmēt.

Jaunatne var novērtēt tiešsaistes mediju saturu, pamatojoties uz savu iepriekšējo pieredzi, zināšanu līmeni un morālo kompasu, kas vairumam no viņiem vēl tikai attīstās. Ir būtiski, ka vecāki un skolotāji saprot, kas ir bērnu un pusaudžu kognitīvā, psiholoģiskā un morālā attīstība, lai zinātu, kā attīstīt viņu medijpratību, palielinātu viņu kritisko domāšanu un palīdzētu viņiem uzlabot izpratni par viltus ziņām.

Žans Piažē (Jean Piaget) atbalstīja teoriju par kognitīvo attīstību kā dzīves pamatfunkciju. Viņš uzskatīja, ka cilvēka kognitīvā kapacitāte ir balstīta bioloģiskajos un psiholoģiskajos aspektos, kas bija iedalīti 4 vecuma posmos (Kivnick, Wells, 2013; Newman etc., 2007):

- 1) sensorimotorais posms: no dzimšanas līdz 2 gadiem;
- 2) pirmsoperāciju posms: vecums no 2 līdz 7 gadiem;
- 3) konkrētais operāciju posms: vecums no 7 līdz 11 gadiem;
- 4) formālais operāciju posms: vecums no 12 gadiem un vairāk, kas raksturo periodu, kad, personai augot, viņa/viņas attieksme un pasaules uztvere mainās.

Ir redzami dažādo procesu loģiskie pamati. Cilvēks izvērza hipotēzes, lai paskaidrotu lietas, un spēj skatīties uz pagātnes, tagadnes un nākotnes dimensijām. Pēdējais posms ietver loģikas pieaugumu, spēju izmantot deduktīvo spriedumu un izprast abstraktas idejas.

Ērika Ēriksona (Erik Erikson) Psihosociālās attīstības teoriju ietekmēja psihoanalītiķis Zigmunds Freids (Sigmund Freud), bet Eriksona teorija koncentrējās drīzāk uz psiholoģisko attīstību, nevis uz psihoseksuālo attīstību. Eriksons ierosināja, ka psihosociālā attīstība ir paredzams, secīgs process caur astoņiem posmiem personas dzīves laikā. Katru posmu raksturo mijiedarbība starp personību, attīstības un sociālajiem procesiem. Kultūra un konteksts var ietekmēt to, kā indivīdi rīkojas, saskaroties ar izaicinājumiem, kas saistīti ar katru posmu (Darling-Fisher, 2019; Chavez, 2016):

- 1) Līdz 18 mēnešiem - Zīdaiņa vecums;
- 2) 18 mēneši - 3 gadi - Agra bērnība;
- 3) 3-5 gadi - Pirmsskola vai bērnība;
- 4) 6-13 gadi - Skolas vecums;
- 5) 13-21 gadi - Pusaudža gadi. Tas ir raksturots kā Identitāte vs. Apjukumu: šo posmu iezīmē straujas psihiskas un psiholoģiskas izmaiņas un savstarpējās regulācijas meklējumi. Šajā posmā persona mēģina atrast un atklāt sevi, kas var radīt nedrošību par sevi, un viņš/viņa var pārlietu satraukties

par to, kā izskatās citu acīs un identificēt sevi ar noteiktām grupām vai pūļiem. Šī posma beigās cilvēki ir sasnieguši pieaugušā attīstības līmeni un attīsta tikai prātu un personību. Cilvēkiem, kas neattīsta un nepastiprina savu identitāti šī posma laikā, visticamāk, netiek izvirzīti reālistiski mērķi un viņi var ciest no depresijas. Ēriksons arī raksturo posmus no 22 līdz 39 gadiem kā Jaunos pieaugušos, no 40 līdz 65 gadiem kā Vidējos pieaugušos un, visbeidzot, 65 gadus un vecākus kā Briedumu.

Žana Piažē Kognitīvās attīstības teorija iedvesmoja amerikāņu psihologu Lorencu Kolbergu (Lawrence Kohlberg). 1971. gadā Kolbergs ieviesa Morālās attīstības teoriju, paskaidrojot personas morālo attīstību, iedalot to 3 līmeņos: Pirms-konvencionālā, Konvencionālā un Pēc-konvencionālā. Katrs no tiem ietver divus atšķirīgus posmus. Pirms-konvencionālais līmenis paskaidro, ka personas morāle tiek kontrolēta no ārpuses un persona to pauž, ievērojot un izpildot noteikumus (Zīdaiņa vecums ar sodu un paklausības orientāciju un pirmsskolas vecums, kas ir pašieinteresēts posms). Konvencionālais līmenis paplašina personas morāli līdz personīgām un sociālām attiecībām, un persona ievēro noteikumus, lai nodrošinātu pozitīvas attiecības un sabiedrisko labumu (skolas vecums atbilstības un starppersonu atbilstības posms un skolas vecums - orientācija uz autoritāti un kārtību). Pēc-konvencionālā līmenī personas morāle ir principos un vērtībās, un uzskatā, ka daži noteikumi

ir netaisni (pusaudža - sociālā kontrasta posms, kad persona iemācās, ka morālās un juridiskās tiesības nav viena un tā pati lieta, un respektēt noteikumus un vienošanās sabiedrībā kā pieaugušais).

Mūsdienās, informācijas un komunikāciju tehnoloģiju ērā, ir svarīgi atspoguļot, kā tiešsaistes telpa ietekmē jaunatnes uzvedību tiešsaistē. Proti, teorētiskās metodes par attīstību ir jāinterpretē tiešsaistes kontekstā, kas nosaka jaunus veidus, kā mums sevi definēt, komunicēt un attiekties pret citiem cilvēkiem. Šajā nozīmē mijiedarbība internetā vairumā gadījumu neietver "fizisku" mijiedarbību ar citu personu (proti, seja-pret-seju sarunu), un tādēļ personai ir vieglāk justies brīvi un tiešsaistē rīkoties citādi.

Ir ļoti iespējams, ka sociāli neveikli cilvēki par savu vienīgo saziņas veidu izmantos elektronisko saziņu. Tādēļ ir iespējamāks, ka viņi atklās personīgo informāciju svešiniekiem tiešsaistē, ko viņi parasti neizpaustu tiekoties aci pret aci. Fenomens ir iespējams iemesls kibermobinga dominēšanai, it īpaši bērniem, kas nesaprot "sociālās tīklošanas etiķeti".

Interneta anonimitāte var arī izraisīt tiešsaistes pašapziņas izmaiņas, kur cilvēki dara un saka lietas, ko viņi parasti nedarītu vai neteiktu klātienē.

# Kritiskā domāšana

Kritiskā domāšana ir būtisks aspekts, kam būtu jāpieņem katram iedzīvotājam, lai piedalītos demokrātiskā un plurālistiskā sabiedrībā. Patreizējā sabiedrība, ar tās vispārējo piekļuvi informācijai ar interneta starpniecību un ar milzīgo datu, viedokļu apjomu, pieprasa jaunas kompetences. No tām var izvēlēties vienu, kas attiecas uz kritiskās domāšanas kapacitāti, lai saprastu dažāda veida saturu, kam ir bijusi piekļuve un kas ir saistīts ar tēmu (Oliveras, Sanmartí, 2013).

Lai sasniegtu medijpratību, ir nepieciešama kritiskās domāšanas izaugsme: spēja analizēt un kritiski izvērtēt ar nolūku uzlabot un iesaistīties reflektējošā un neatkarīgā domāšanā.

Saskaņā ar UNESCO definīciju kritiskā domāšana ir process, kas ietver atbilstīgu jautājumu uzdošanu, atbilstīgas informācijas iegūšanu un kreatīvu šķirošanu, jaunas informācijas saistīšanu ar esošajām zināšanām, uzskatu un pieņēmumu pārvērtēšanu, loģisku domāšanu un uzticamu secinājumu izdarīšanu. Kritiskā domāšana aicina uz pastāvīgiem





centieniem pielietot teorētiskas konstrukcijas, lai saprastu problēmu, apsvērtu pierādījumus un novērtētu metodes vai tehnikas, lai nonāktu pie sprieduma. Kognitīvā spēja analizēt, interpretēt, iesaistīties, izskaidrot, izvērtēt, monitorēt un koriģēt savu domāšanu ir kritiskās domāšanas pamatā. (Seel, 2012). Tādi atribūti kā zinātkāre un elastība un pētoša attieksme ir cieši saistīta ar kritisko domāšanu, kas aizvien vairāk tiek dēvēta par galveno kompetenci un 21. gadsimta prasmi.

Mēs dzīvojam kompleksā demokrātiskā sabiedrībā, kur mūsu dzīves kvalitāte un tā, ko mēs ražojam, veidojam vai ceļam, ir atkarīga precīzi no mūsu domu kvalitātes. Dzīve demokrātiskā sabiedrībā prasa no iedzīvotājiem spēju domāt kritiski par sociāliem, politiskiem, ekonomiskiem jautājumiem, lai labāk saprastu, kas notiek mums apkārt, ņemtu vērā citu cilvēku skatījumu un piedalītos demokrātiskā un publiskā debatē par problēmām, kas ietekmē mūs un visu sabiedrību.

Patiesībā kritiskā domāšana ļauj mums samazināt mūsu egocentrisko, sociocentrisko un etnocentrisko skatījumu uz mūsu domāšanu un rīcību, bieži vien neobjektīvu, izkropļotu, daļēju, neinformētu vai pilnīgi aizspriedumainu.

Tas sniedz ieguldījumu pašas personas izaugsmes procesā un piedalās ar galveno brīvību un autonomiju demokrātiskā sabiedrībā.

Kad mūsu smadzenes apstrādā iekšēju un ārēju informāciju, to darbību ietekmē kognitīva neobjektivitāte, psiholoģiskie efekti, kas noved pie kļūdām domās un darbībās. Jēdziens, ko izstrādāja Daniel Kahneman un Amos Tversky 1972. gadā attiecas uz ātru un intuitīvu veidu spriest un pieņemt lēmumus nevis darbietilpīgi, bet gan analītiski domājot, kas ņem vērā visu svarīgo informāciju. Patiesībā kognitīvie aizspriedumi rada izmaiņas mentālajā apstrādē, kas noved pie deformācijas, nekorektiem spriedumiem vai neloģiskām domām. Šie aizspriedumi ir komforta zona, kas mums ļauj mēģināt un tērēt pēc iespējas mazāk enerģijas un saglabā mums kompleksās refleksijas pūliņus. Tā rodas kā evolucionāra vajadzība nekavējoties izdot spriedumus lai ieņemtu strauju pozīciju attiecībā un noteiktām problēmām vai situācijām dēļ nespējas apstrādāt visu informāciju, kas ir filtrēta selektīvā un subjektīvā veidā. Tas ir iemesls, kādēļ masīvs informācijas pieaugums internetā un sociālajos tīklos ir pastiprinājis kognitīvu aizspriedumu izmantošanu. Kognitīvo aizspriedumu piemērs ir tas, kas mums liek pārvērtēt informācijas vērtību, kad tā atbilst mūsu idejām un uzskatiem; no otras puses, šie aizspriedumi liek mums novērtēt par zemu un pat ignorēt informāciju, kas nesader ar to, kā mēs uzskatām vai kam ticam. Tas ir filtrs, caur kuru mēs redzam realitāti, kas atbilst mūsu gaidām. Tas liek mums sekot cilvēkiem, lasīt laikrakstus un skatīties programmas, kas atbilst mūsu idejām un ignorēt pārējo. Aizspriedumu ietekme ir pavairota digitālajā pasaulē, jo algoritmi strādā kā kognitīvs aizspriedums, pat replicējot mūsu bezsaistes aizspriedumus tiešsaistes pasaulē. Digitālās reklāmas un



laikjoslas piedāvā personalizētu saturu, kas atbilst mūsu datiem, iesakot saturu, kas mums atbilst; ja tas atbilst labāk, mēs klikšķināsim un ieguldīsim laiku tā lasīšanai.

Bez kognitīvajiem aizspriedumiem, sociālie aizspriedumi vada un nosaka, kā mēs izvēlamies draugus un netieši ietekmē informāciju, ko mēs redzēsim un pārvaldīsim. Sociālie tīkli ir efektīvi informācijas izplatīšanā, vienlaikus spējot polarizēt un apkopot.

Pēcpatiesības un manipulācijas sociālajos tīklos gaismā, viena no būtiskajām funkcijām gan formālajā, gan neformālajā izglītībā ir prasme lasīt pasauli, kurā mēs dzīvojam. Mediji ir stratēģiski instrumenti, lai sekmētu konfliktu vai koppastāvēšanu. Lai arī ikdienas prakse rāda, ka tie dodas pretējā virzienā vēlamajam, tie var būt brīnišķīgs resurss mums par labu. Tādēļ ir būtiski veicināt medijpratību, izmantojot kritisko domāšanu, lai pasargātu studentus pret iespējamiem aizspriedumiem un sajaukumiem starp faktiem un viedokļiem.

Izpratne, ka augstākajam mērķim ir jābūt sociālajai transformācijai, mēs identificējam sešus kritiskās domāšanas procesa līmeņus:

- 1) **Temata identifikācija.** Tā ir spēja izvirzīt vitālus jautājumus un/vai atpazīt problēmu.
- 2) **Informācijas domāšana.** Pierādījumu, faktu vai zināšanu meklēšana, identificējot svarīgus avotus un apkopojot objektīvus, subjektīvus, vēsturiskus un aktuālus datus no šiem avotiem.
- 3) **Analizēšana.** Identificē un saproti atšķirīgus argumentus, kas pastāv par konkrētu problēmu un visas prasījuma vai problēmas daļas, analizējot un izvērtējot atšķirīgus skatu punktus.
- 4) **Loģiskā domāšana (Es secinu, ka...).** Nodrošina strukturētu domāšanu un pamatojumu argumentam, ko mēs pamatojam, pārvarot aizspriedumus, kas mums var būt par problēmu, ko mēs izskatām.
- 5) **Secinājums.** Ir jānonāk pie secinājuma, kas ģenerē problēmas risinājumu vai uzskatu, kas ir balstīts uz pamatotiem argumentiem un sagatavo rīcībai.
- 6) **Sociālā transformācija.** Prasmēm, ko pauž kritiskā domāšana un aktīvajam dokumentam, kas ir kritisko domātāju rīcībā, ir jāspēlē svarīga loma, apzinoties rīcību sociālajai transformācijai cilvēktiesību perspektīvā.

Ir svarīgi atcerēties, ka **neviens no mums visu laiku nedomā kritiski.** Kritiskā domāšana aizņem laiku un enerģiju; prāts, kam ir jātaupa enerģija, ir izgudrojis simtiem "īsceļu", kas tiek dēvēti par kognitīvajiem aizspriedumiem, lai izvairītos no kritiskās domāšanas izmantošanas un nonāktu pie pirmā risinājuma. Svarīgā lieta ir apzināties faktu, ka mēs parasti domājam vienkāršoti un savā ziņā raupji. Mums ir "jāaktivizē" kritiskā domāšana apzināti, vienmēr, kur domāšana ir būtiska mums vai mūsu darbību sekām.

Tiklīdz mēs to aktivizēsim, mums būs sev **jājautā jautājumi un jāmeklē atbildes.** Neviens jautājums, pat viselementārākais, nedrīkst tikt atstāts bez uzmanības; mums ir jāmacās uz tiem atbildēt un attīstīt **mūsu pašu domāšanas režīmu.** Kritiskā domāšana ir doma ar augstu oriģinalitātes pakāpi. Tas nav tikai avotu salīdzināšanas jautājums, bet personīga secinājuma izdarīšanas jautājums, par ko mēs esam pārliecināti un ko mēs esam bagātinājuši ar mūsu idejām (dabīgi pamatotām ar avotiem).

Ņemot vērā kritiskas domāšanas veicināšanas svarīgumu, izglītības lauks ir privilēģēta vide, lai veicinātu šo nolūku.

Patlaban daudzās skolu sistēmās mēs sastopamies ar slēgtu, standartizētu un uzspiestu mācību priekšmetu sarakstu, kas ir balstīts uz stipru priekšmetu un zināšanu jomu nodalīšanu un hierarhisku klasifikāciju, kā arī uz gala eksāmeņiem. Šī tradicionālā pedagoģija, kas radās industriālajā ērā, ir balstīta uz linearitātes un noteiktības paradigmu, uz iegaumēšanu un pareizās atbildes izvēli, kur ir maz vietas kreativitātei un tas mūsdienās ir visai tālu no studentu kompleksās realitātes un personiskajām pieredzēm.

Mēs dzīvojam haotiskā pasaulē, konstantās pārmaiņās, kas uzliek pastāvīgus izaicinājumus esošajām zināšanām. Šajā kontekstā tradicionālā, vienvirziena, hierarhiskā un autoritatīvā pedagoģija nepalīdz saprast šo pasauli. Digitālā pasaule ar tās jaunajām komunikatīvajām, informācijas un zināšanu būves praksēm pieprasa lielāku kreativitāti, uz ko var palīdzēt atbildēt inovatīvā pedagoģija, kas veicina digitālās un mediju kompetences.

Formālās un neformālās izglītības lauku profesionāļiem ir jāsniedz savs ieguldījums, lai nodrošinātu studentus ar prasmēm un resursiem, lai attīstītu kritisko domāšanu un to padarītu par mācību pamatu. Mums ir jāliek studentiem būt kritiskiem, autonomiem un brīviem pilsoņiem demokrātiskā sabiedrībā un jāradina domāt par jautājumiem, uz ko nav vienas atbildes, lai tiem būtu jāatspoguļo ne tikai, **kas** ir problēma, bet arī, **kāpēc** problēma pastāv un **kā** viņi to var atrisināt. Freiers (Freire, 1970) ieviesa problematizāciju kā metodi vai stratēģiju kritiskās apziņas attīstībai, ļaujot studentiem analizēt un kritiski izvērtēt pašsaprotamas lietas.

Ir svarīgi sākt no tuvās studentu realitātes un palīdzēt viņiem nēsāt "kritiskās lēcas", lai raudzītos uz realitāti ap viņiem, neticot visam, kas viņiem tiek teikts.

Turklāt, attīstot medijpratību ar kritiskās domāšanas palīdzību ir priekšrocība izmantot izturīgu metodoloģiju, kas var tikt izmantota un/vai kombinēta ar daudzām citām aktīvām metodēm, piemēram, uz projektu balstītu mācīšanos, sadarbības darbu vai reversu pedagoģiju/apvērstu klases telpu. Tādēļ tā adaptējas dažādiem mācīšanas-mācīšanās un klases telpas organizācijas veidiem, veicinot aktīvu mācīšanos, kurā tas ir students, kam ir jābūvē zināšanas, kas ir daudz motivējošākas un efektīvākas, līdz ar to sasniedzot dziļākas un nozīmīgākas zināšanas.

Šī metode studentiem ne tikai ļauj vieglāk saprast un asimilēt saturu, bet arī viņiem māca domāt, pamudina viņus uz refleksiju un iedrošina viņus iesaistīties dialogā un izpaust savus uzskatus sadarbībā. Šajā procesā viņi īsteno dažādas stratēģijas un iegūst daudzskaitlīgas domāšanas prasmes un spējas, kas

būs noderīgas visā viņu studiju, darba un personīgajā izaugsmē, piemēram:

- Informācijas meklēšanā, apstrādē, analizēšanā, klasificēšanā un izvērtēšanā;
- Kreativitātē, zinātkārē un inovācijā;
- Problēmu risināšanā;
- Lēmumu pieņemšanā;
- Pūliņos, neatlaidībā un kļūdu vai izaicinājumu pārvarēšanā;
- Kārtības, patiesīguma un precizitātes meklēšanā;
- Autonomijā un sadarbībspējā;
- Uzklaušīšanā, saprašanā un empātijā;
- Mutveida un rakstveida izpausmē;

Viena no mācīšanās metodēm kritiskās domāšanas veicināšanai ir kooperatīvā mācīšanās. Kooperatīvā mācīšanās ir kolektīva disciplīna, kas balstās uz visu komandas locekļu refleksiju un vienlaikus veicina kritiskās un kreatīvās domāšanas attīstību. Tā kā tai ir nepieciešama mijiedarbība, prakse un refleksija, tā studentiem palīdz būt autonomiem, izpaust sevi, sociāli nobriest un mācīties, pamatojoties uz sociālās izpētes procesa būvētiem rezultātiem (Barkley, 2005).

Var tikt identificētas trīs kooperatīvās mācīšanās dimensijas:

- 1) Vajadzība domāt kritiski kompleksās situācijās. Būs nepieciešams atvērts prāts, lai viņiem sniegtu nozīmīgus ieguldījumus.
- 2) Vajadzība pēc inovatīvas un koordinētas darbības, kur kreatīva domāšana tiek izmantota ar jaunām idejām.
- 3) Komunikācija starp komandām, ierosinot refleksīvu domāšanu un toleranci, lai dalītos ar kritērijiem.



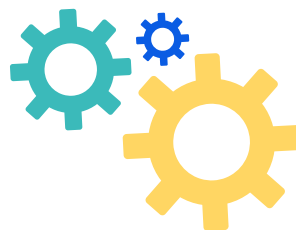


Kooperatīvā mācīšanās ir balstīta uz:

- Atvērtu diskusiju un dialogu par dažādām problēmām
- Ziņu analīzi
- Komandas darbu
- Interaktīvām izpausmēm
- Dinamisku aktivitāšu izstrādi. Teorētiskie skaidrojumi tiek ieviesti, izmantojot līdzdalības dinamikas un metodes, un tos papildina praktisks darbs grupās.
- Vadītas refleksijas studentiem, lai reflektētu, analizētu, domātu un nonāktu pie pašiem saviem secinājumiem, un izstāstītu pašiem savu stāstu no autonomijas un kriticisma.
- Subjektivitātes kā sapratnes daļas iekļaušana, realitātes transformācija un savas (un citu) emocionālās ekspresijas veicināšana.
- Konstruktīva iespējamo konfliktu un viedokļu atšķirību mediācija debašu laikā.

Tādēļ šī metodoloģija paātrina kritiskās domāšanas attīstību, jo tā ļauj mācīties vienam no otra, ieņemot pozīciju par jautājumu un strīdoties par to argumentētā veidā. Turklāt tiek veicināta savstarpēja cieņa, aktīva klausīšanās, empātija un izteiksmes brīvība. Prasmes, kas ir būtiskas medijpratībai.

Neus SanMartí ierosina **korporatīvo lasīšanu** kā metodoloģiju, lai veicinātu medijpratību, izmantojot studentu savstarpējo sadarbību. Klases telpa ir organizēta grupās ar 4 studentiem, individuālais darbs un refleksija ir kombinēti ar dalīšanos mazas grupas kontekstā, un pēc tam lielākā grupā. Studenti saprot tekstu un patur informāciju labāk, analizējot to grupā, kā tad, kad teksts ir ticis apstrādāts tikai individuāli (Dansereau, 1987; Colomer, 2002).





# MEDIJPRATĪBA

## Kas tā ir?

UNESCO mediju un informācijas pratība “[...] ļauj iedzīvotājiem saprast mediju un citu informācijas sniedzēju funkcijas, kritiski izvērtēt to saturu un pieņemt informētus lēmumus kā informācijas un mediju satura lietotāji un producenti.” Tas tad ietver spēju atpazīt, kā informācija ir tikusi producēta, saprast ziņas kodus un valodas, piemīt spēja interpretēt stāstu un identificēt ziņas vērtības un uzskatus, un realitātes konstrukciju. Tas ir par informācijas transformēšanu zināšanās.

Tādēļ **medijpratība** var tikt definēta kā zināšanu, attieksmju kopums un prasmju summa, ko ir lietderīgi zināt, kad un kāda informācija ir vajadzīga; kur un kā iegūt šo informāciju; kā to izvērtēt kritiski un organizēt, reiz tā ir atrasta; un kā to izmantot ētiskā veidā. Kopumā medijpratība ir būtiska, lai reflektētu par sabiedrību un tās vidi, saprastu politiskos, sociālos, zinātniskos, kultūras fenomenus, utt., kas rodas sabiedrībā.

Šodien digitālā un virtuālā pasaule mums piedāvā iespēju aktīvi piedalīties, izplatīt un radīt saturu. **DIGITĀLO MEDIJU PRATĪBA** ir par digitālajā sfērā izmantoto medijpratību un Informācijas un komunikācijas tehnoloģijām (ICT). Šīs **mediju digitālās kompetences** ietver dažādas dimensijas, ņemot vērā virtuālo realitāti:

- Instrumentālā dimensija: Zināšanas, kā piekļūt informācijai un to meklēt dažādos mediju un tehnoloģiju tipos.
- Kognitīvā dimensija: Zināšanas, kā transformēt informāciju zināšanās.
- Komunikatīvā dimensija: Zināšanas, kā izpausties un komunicēt caur dažādām valodām un tehnoloģijām.
- Ētiskā dimensija: Zināšanas, kā informāciju izmantot ētiski un demokrātiski.
- Emocionālā dimensija: Emocionālās empātijas attīstība virtuālajās vidēs. Medijpratīga persona ir kāda, kas saprot domu, kas slēpjas aiz ziņām, ar ko viņš/viņa sastopas digitālajā kontekstā un kas ir arī



spējīga izplatīt un radīt kvalitatīvu saturu un izplatīt dažādos veidos, lai piedalītos plašākā dialogā ar sabiedrību.

Turpmāk nosauktās kompetences ir būtiskas digitālajai un medijpratībai (Chu, Lau, Chu, Lee, Chan, 2014):

- 1) **Pieklūsti:** tā attiecas uz prasmīgu mediju un tehnoloģiju instrumentu atrašanu un izmantošanu un dalīšanos ar atbilstīgu un svarīgu informāciju ar citiem.
- 2) **Analizē un izvērtē:** tā attiecas uz procesu, kā ziņas tiek saprastas, kur lietotājs kritiski analizē ziņas kvalitāti, atbilstību faktiem, uzticamību un skatupunktu. Tas tiek veikts, apsverot potenciālās ziņu ietekmes vai sekas.
- 3) **Radi:** Tas attiecas uz satura radīšanu vai ģenerēšanu, izmantojot kreativitāti un paļāvību uz pašizpaušmi, paturot redzeslokā nolūku, audienci un radīšanas tehnoloģijas.
- 4) **Reflektē:** tas attiecas uz sociālās atbildības un ētisko principu pielietošanu sevis pašā identitātei un piedzīvotajai pieredzei, komunikācijas uzvedībai un rīcībai.
- 5) **Rikojies:** Tas attiecas uz personas individuālu un

kolaboratīvu darbu, lai dalītos ar zināšanām un risinātu problēmas, un piedalītos sabiedrībā. Risināmās problēmas var būt ģimenē, darba vietā un sabiedrībā; līdzdalība sabiedrībā var būt vietējā, reģionālā, valsts un starptautiskā līmenī.

Mēs dzīvojam infoksikācijas<sup>1</sup> kontekstā, pēcpatiesības un viltus ziņu laikmetā. Tādēļ ir būtiski saprast, kā un vai mediji mūs var ietekmēt. To saprašana ir puse no procesa. Otru pusi veido kritiskums un savu domu, viedokļu izvērtējums, un intereses par to, kā uzlūkot mediju atbildību.

Tādēļ no izglītības jomas mums ir jāņem vērā, cik svarīgi ir mācīt jauniešiem kritiski lasīt analogiskus tekstus, bet arī izmantot sociālos tīklus un informāciju, kas saņemta un producēta ētiskā, atbildīgā un kritiskā veidā.

1. Tas attiecas uz tādas informācijas pārpalikumu, uz ko mēs esam vērsti, kas noved pie grūtībām vai nespējas pieņemt lēmumu vai paturēt informāciju par konkrētu subjektu dēļ bezgalīgā datu un satura daudzuma, kas pastāv tīmeklī (Alfons Cornellá).

# Viltus ziņas, konspirācijas teorija un pēcpatiesības ēra

Nepatiesa informācija, konspirācijas teorijas un fakti, kas kļūst par viedokļiem, sarežģī medijpratības metodes. Tradicionāli ir bijuši mēģinājumi manipulēt ar patiesību, bet mūsdienās patiesības manipulācija var tikt paveikta viegli un sasniegt vairāk cilvēku interneta un sociālo tīku izplatības dēļ.

**Viltus ziņas** ir ziņas, kas radītas ar nepatiesu informāciju un izplatītas masveidā, lai padarītu saturu virālu un dezinformētu. Tās var tikt radītas mērķtiecīgi vai izplatot informāciju, kas pirms tam nav pārbaudīta.

Sociālie tīkli ļauj lietotājiem būt vienlaikus satura producētājiem un patērētājiem, un ir veicinājuši krāpnieciska, nepatiesa vai ražota satura izplatīšanu. Tas rada bīstamu apli un viltus ziņas tiek replicētas tūkstošiem reižu sekunžu laikā.

Konspirācijas teorijas ir notikuma vai situācijas skaidrojumi, kas ietver ļaunus un varenus aktierus, bieži vien ar politiskiem motīviem. Tie bieži tiek izmantoti kontekstā, kur citi skaidrojumi ir dzīvotspējīgāki. Izteikumam ir noliedzoša konotācija, liekot domāt, ka atsauksšanās uz konspirāciju balstās uz aizspriedumiem vai nepietiekamiem pierādījumiem. Konspirācijas teorijas iztur falsifikāciju un tās pastiprina apļveida argumentācija: gan pierādījumi pret konspirāciju, gan pierādījumu trūkums tai tiek reinterpretēts kā pierādījums par tās patiesīgumu, kur

konspirācija kļūst drīzāk par cīņas lietu, nevis kaut ko, kas var tikt pierādīts vai noliegts.

Viena no tehnoloģijām, kas izmantota, lai veicinātu viltus informāciju, ir dziļās mācīšanās metode, kas parādījās 2016. gadā: mākslīgais intelekts, kas padara iespējamu radīt "Dīpfeiku" (viltus video, kas atveido slavenus burtus). Izmantojot jo daudzas slavenības fotogrāfijas un video, ir iespējams radīt video, kur slavenība saka lietas vai rīkojas veidos, kā viņa vai viņš nekad neteica vai nedarīja.

Viltus ziņu autori izmanto dažādu faktoru sniegtās priekšrocības, lai izplatītu viltus informāciju un manipulētu ar sabiedrības viedokli, ņemot vērā kognitīvos un emocionālos mehānismus un instrumentus, ko piedāvā jaunas tehnoloģijas.

Visas **emocijas** var tikt klasificētas, pamatojoties uz divām asīm: cik daudz tās iegrūž mūs darbībā un kādu reakciju tās producē. **Dusmas** un sajūsmu ir vienas no emocijām, kas mūs visvairāk motivē rīkoties (Posner, Russell un Peterson, 2008). Viltus ziņas bieži ir balstītas uz cilvēka interesēm. To radītāji bieži izvēlas populārus tematus un manipulē ar tiem, lai lasītāji ir aicināti klikšķināt, lasīt un komentēt: tie aicina lasītājus rīkoties. Lasītāju darbības ģenerē naudu ziņu radītājiem.

Mūsu uzskatu un izpausmju reprezentācijā ir iesaistīta arī sociāla un emocionāla dimensija. Mēs piekrītam vai bieži apgalvojam, ka atbalstām konspirācijas diskursus, jo tos izplata ap mums esošie (ģimene, draugi ...). Sociālā vide, kurā indivīds attīstās, ievērojami ietekmē viņa pasaules uzskatu un veidu, kā viņš domā, ka viņam sevi vajadzētu pozicionēt ideoloģiski un sabiedrībā. Atkarībā no viņa/viņas iepriekšējās pieredzes un neatkarīgi no sociālā, kultūras vai izglītības līmeņa, ikviens indivīds var parakstīties uz konspirācijas teoriju. Sociāla un emocionāla dimensija ir iesaistīta ietekmējošais un vai maldināšana ietekmē arī mūsu uzskatus. Cilvēki drīzāk ticēs sazvērestības teorijai, kas balstīta uz indivīda jutīgumu vai iztēli.

Papildus sociālajai un emocionālajai dimensijai, viltus ziņās un sazvērestības teorijās tiek izmantoti domāšanas mehānismi, piemēram, kognitīvie aizspriedumi. **Kognitīvie aizspriedumi** (saukti arī par psiholoģiskiem aizspriedumiem) ir domāšanas veids, kas atšķiras no loģiskās vai racionālās domāšanas un tos mēdz sistemātiski izmantot dažādās situācijās. Tie ir ātri un intuitīvi spriedumu vai lēmumu pieņemšanas veidi, un tie ir mazāk darbietilpīgi nekā analītiski pamatojumi, kuros tiktu ņemta vērā visa attiecīgā informācija (definīcija no Psycho-media vietnes). Tīmeklī iegūtās informācijas milzīgais pieaugums ir pastiprinājis kognitīvo aizspriedumu izpausmi. Katram ir savs pasaules uzskats, atkarībā no pārlicības, pie kuras cilvēks pieturas.

Šī digitālā realitāte pasliktina jau tā sarežģīto mentālo informācijas apstrādi, kuras pamatā ir dažādi kognitīvie aizspriedumi, piemēram, apstiprinājuma neobjektivitāte, kas liek mums ņemt vērā tikai informāciju, kas atbilst mūsu idejām un apstiprina mūsu iepriekš pieņemtās idejas vai hipotēzes. Tas arī liek mums piešķirt mazāku nozīmi hipotēzēm un informācijai, kas ir pretrunā ar mūsu idejām. Viltus ziņas izmanto šos aizspriedumus, mūsu smadzenes izmanto garīgus īsceļus, lai taupītu enerģiju un vienkāršotu lēmumu pieņemšanu.

Mēs dzīvojam **pēcpatiesības** laikmetā - šo terminu Oksfordas vārdnīca nosauca par gada vārdu 2016. gadā un tas attiecas uz informāciju, kas objektīvu faktu vietā uzrunā cilvēku emocijas, uzskatus vai vēlmes.

Mediju un digitālās prasmes var palīdzēt cilvēkiem pārbaudīt saņemto informāciju, izvairoties no tā, ka emocijas un manipulācija sāk dominēt pār patiesību.



# Jauno tehnoloģiju loma realitātes sagrozīšanā

Daudzi cilvēki ziņo, ka viņus pārpludina informācija, kas atrodama mūsdienu mediju ainavā: viltus ziņas, alternatīvie mediji, patiesība, propaganda. Apkārt tiek mētāti daudzi termini un lietotāji arvien mazāk un mazāk saprot, kā skatīt plašsaziņas līdzekļus atbildīgā un atturīgā veidā. Izpratne par to, kā tiek veidoti virsraksti, zināšanas par to, kā virsraksti liek jums justies un ietekmē jūsu reakcijas uz tiem, var palīdzēt saprast, kā atbildīgi patērēt plašsaziņas līdzekļus un sociālos medijus. Taču kā tas tiek darīts?

Šajā sadaļā tiks definēti un skaidroti dažādi termini, piemēram, atbalss telpas, filtra burbulis un algoritms, lai būtu saprotams, kā plašsaziņas līdzekļos publicētie raksti var ietekmēt mūsu emocijas, perspektīvas un domas.

## Filtra burbulis

Filtra burbuļu jēdzienu vispirms izvērsa Elajs Parīzers (Eli Pariser), kurš apgalvoja, ka filtra burbuļi rada personalizētu pieredzi interneta lietotājiem, piedāvājot saturu, kas atspoguļo viņu pašu intereses un viedokļus, un tādā veidā neļauj viņiem mijiedarboties ar viņiem jaunu saturu. Tas attiecas uz intelektuālās izolācijas stāvokli, ko izraisa vietnes algoritms, kas selektīvi min, kādu informāciju lietotājs vēlētos redzēt, pamatojoties uz informāciju par lietotāju, piemēram, atrašanās vietu, iepriekš aplūkoto saturu un meklēšanas vēsturi. Tā rezultātā lietotāji tiek nošķirti no informācijas, kas neatbilst viņu viedoklim, faktiski izolējot viņus individuālos kultūras vai ideoloģiskajos burbuļos. Cilvēkiem var būt noderīga tiešsaistes pieredze, kas pielāgota viņu vajadzībām un interesēm, taču tā neatspoguļo ikdienas daudzveidību un to, kā cilvēki parasti nonāk saskarē ar visdažādākajiem uzskatiem.

Sociālie tīkli nav nedz informācijas avots, nedz radītājs. Tie vienkārši izplata saturu, ko izveidojuši dalībnieki, kas nodarbojas ar informācijas ražošanu (iestādes, valsts aģentūras, preses organizācijas utt.),

vai cita veida dalībnieki (lietotāji, komerciālie uzņēmumi, personības utt.). Tādējādi mēs sastopamies ar informāciju "nejauši", patiesībā to pat nemeklējot. No otras puses, sociālie tīkli mudina interneta lietotājus tieši mijiedarboties ar informāciju un ieņemt nostāju, atzīmējot to ar "patīk", kopīgojot vai komentējot to. Šīs mijiedarbības ļauj algoritmiem identificēt saturu, kas liek interneta lietotājam reaģēt. Tāpēc, kad interneta lietotājs aplūko vietnes, **algoritms** ieteiks līdzīgu saturu. Tādējādi mūsu mijiedarbība ar saturu, mūsu dati un informācija, ko mēs sniedzam sociālajiem tīkliem un tīmekļa meklētājprogrammām, ir mūsu "filtra burbulis".

Attiecīgi, telpas, kurās informāciju var atrast un ražot internetā, bieži uztver kā brīvības un objektīvas informācijas telpas, kas netiek ietekmētas un pakļautas lobiju darbībai, atšķirībā no citiem medijiem. Faktiski nekas tīmeklī tāpat kā jebkuros citos plašsaziņas līdzekļos nevar garantēt pilnīgu objektivitāti informācijas apstrādē: algoritmu izmantošana digitālajos plašsaziņas līdzekļos ietekmē mūsu viedokļu veidošanos, atstājot maz vietas atvērtībai citiem viedokļiem.

## Atbalss telpas

Atbalss ir skaņas viļņu atkārtošāns. Atbalss telpas ir metafora un apzīmē cilvēka esošo viedokļu vai uzskatu nostiprināšanu, jo tie tiek pausti vai pastāv slēgtā sistēmā. Interneta un šodienas plašsaziņas līdzekļu priekšrocība ir tā, ka cilvēkiem ir vairāk piekļuves iespēju dzirdēt, redzēt un lasīt daudzpusīgākus viedokļus nekā jebkad agrāk. Tomēr pastāv risks, ka daudziem cilvēkiem un lietotājiem radīsies iespēja atrast vairāk avotu, kas tikai pastiprina viņu viedokli. Daļa atbalss telpu rodas tāpēc, ka tiek veidotas personas tiešsaistes identitātes un konti tiek saistīti ar IP adresi un meklēšanas vēsturi. Turklāt kognitīvā neobjektivitāte mums palīdz neapzināti veidot savu "atbalss telpu": mums ir tendence sekot cilvēkiem, lasīt avīzes un skatīties programmas, kas atbilst mūsu idejām, un ignorēt pārējo.





Daudzi cilvēki jutās ērti atbalss telpās, jo ir viegli piekrist uzskatiem un viedokļiem. Tomēr tās ir kaitīgas, jo samazina pretēju uzskatu, alternatīvu viedokļu, perspektīvu, cilvēku, kuri ar jums nepiekrīt un izaicina, ietekmi. Atbalss telpas var mazināt indivīdu spēju saprast, kāpēc cilvēkiem var būt pretējs viedoklis vai pat iejūtība pret tiem, kuru viedoklis ir atšķirīgs, pastiprinot **“mēs pret viņiem”** mentalitāti. Termins “mēs pret viņiem” tiek lietots diezgan bieži, pat neapzināti. Daudzi cilvēki mēdz runāt vai atsaukties uz savu grupu kā “mēs”. Lai gan izpratne par “mums” definīciju var būt vērtīga, lai izveidotu mūsu identitāti un kopīgu stāstījumu, šim duālajam dalījumam ir tumšā puse. “Mēs pret viņiem” rosina nesaskaņas. Tas sadala pasauli negatīvi uztvertās, stereotipizētās grupās (viņi) un pozitīvi vērtētās grupās (mēs). Dalījuma pamatā var būt dažādas identitātes īpašības, piemēram, rase, reliģija, dzimums, sociālā klase, tau-

tība un politiskie uzskati. Tas var rasties arī sporta un mūzikas izvēles, pārvietošanās veida vai uztura izvēles dēļ. Aiz datora ekrāna ir viegli atrast grēkāzi un piešķirt citiem apzīmējumus, it īpaši, ja jūsu viedokļus un uzskatus pastiprina atbalss istabas un filtru burbuļi, tā vietā, lai tos apstrīdētu un izaicinātu. Ir svarīgi to ņemt vērā, piedaloties tiešsaistes forumos, grupās vai pat izvēloties sekot noteiktām lapām.

# Faktu pārbaude

Viltus ziņas un viltus plašsaziņas līdzekļi rada spēcīgu apjukumu lietotāju vidū un veicina dezinformācijas kultūru, kas manipulē ar personīgiem lēmumiem un uzbrūk demokrātijai, iejaucoties cilvēku tiesībās meklēt un saņemt informāciju, palielinot neiecietību un naidu pret mazāk aizsargātām sabiedrības grupām.

Kā pilsoņiem mums jāapzinās, ka viltus ziņas ietekmē demokrātisko integritāti un ka tās jāaplūko to politiskajā, sociālajā un kultūras dimensijā.

Tas ir iemesls, kāpēc ir svarīgi atklāt dezinformāciju un viltus saturu.

Kā mēs to varam atklāt?

**Paraksts.** Nepaļaujieties uz ziņām, kam nav norādīts autors. Viltus ziņas parasti ir anonīmas.

**Izcelsme.** Ir svarīgi pārbaudīt ziņu avotus, analizēt lapas sadaļu "par mums", salīdzināt minētās saites un citākus un veikt apgriezta attēlu meklēšanu, lai uzzinātu, vai attēli nav izmantoti ārpus konteksta.

**Kontrasts.** Ja neviens cits plašsaziņas līdzeklis neziņo par konkrēto atgadījumu, iespējams, tās ir viltus ziņas.

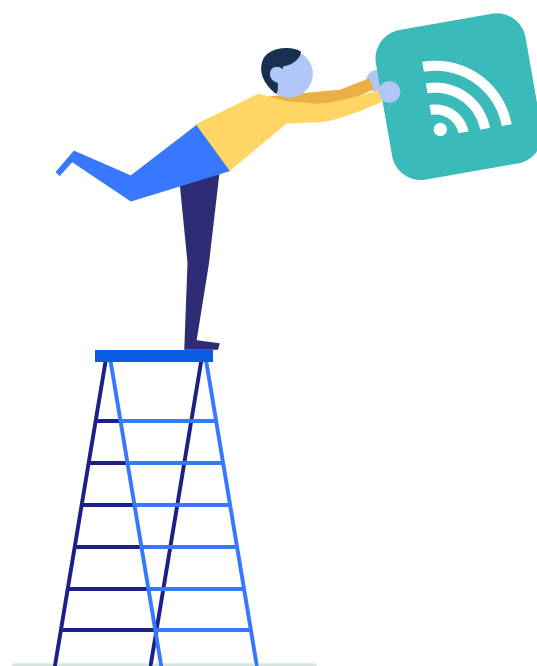
**Kļūdas.** Ziņas, kurās ir pareizrakstības vai gramatikas kļūdas, var būt nepatiesas.

**Formāts.** Pievērsiet uzmanību neparastiem formātiem un lieliem virsrakstiem ar drukātiem burtiem, kas radīti, lai izraisītu emocijas un piesaistītu uzmanību.

**Datums.** Īstas ziņas tiek publicētas uzreiz pēc notikuma, kamēr viltus ziņas tiek radītas pēc vairākām dienām vai tām netiek norādīts datums un laiks. Mēs bieži saņemam vai pārsūtām ziņu rakstus, kas radīt pirms vairākiem mēnešiem vai gadiem, domājot, ka tās ir jaunas.

**URL.** Pārbaudiet tīmekļa adresi un salīdziniet to ar citiem medijiem. Nepaļaujieties uz URL, kas ir līdzīgi zināmām vietnēm, jo viltus ziņu vietnes bieži simulē citu tīmekļa vietņu vai mediju URL. Tā ir stratēģija, ko tīmekļa vietnes izmanto, lai izplatītu viltus ziņas, lai maldinātu lasītāju.

**Audiovizuālie resursi.** Viltus ziņas var saturēt manipulētus vai no konteksta izņemtus attēlus vai videoklipus. Pašreizējās tehnoloģijas atvieglo manipulēšanu ar attēliem un videoklipiem (deep fake). Foto vai video ne vienmēr ir pierādījums, un tāpēc ir jāpārbauda tā avots un izveides process. Fotoattēla uzņemšanas leņķis var piešķirt tam atšķirīgu nozīmi vai interpretāciju. Tādējādi, pat ja fotogrāfija ir īsta, ar to var manipulēt un pēc tam izmantot konkrētam diskursam.



# Kritisks skats uz plašsaziņas līdzekļiem

Kad saskaramies ar plašsaziņas līdzekļiem, kritiska skatījuma attīstība nozīmē domāt par tālāk minētajiem jautājumiem, lai izvairītos no manipulācijām, raudzītos uz visu kritiski un iegūtu patiesu informāciju.

## Kurš?

**Kurš izveidoja ziņojumu?** Plašsaziņas līdzekļu ziņojumus vienmēr kāds izveido.

Kas ir dokumenta autors? Kas ir informācijas avots (vietne, emuārs ...). Vai viņš / viņa ir identificēts? Kā mēs varam sazināties ar autoru? Vai viņš / viņa ir šīs tēmas eksperts(-e)? Vai viņš / viņa runā kādas iestādes vārdā? Vai tas ir personisks/ individuāls viedoklis?

## Kas?

**Kas ir vēstījums?** Mediju ziņas nav realitātes atspoguļojums, tās ir realitātes konstrukcijas. Kad kāds kaut ko paziņo, viņa vēstījums atklāj to, ko šis cilvēks domā, kam tic, ko jūt. Tādā pašā veidā vēstījumi atspoguļo plašsaziņas līdzekļu intereses, bieži vien neskaidrā veidā. Tāpēc ir ļoti svarīgi identificēt viedokļus, vērtības, spriedumus un idejas, kas atspoguļojas šajā vēstījumā.

Ko nozīmē ziņa? Vai tā atšķiras vai ir līdzīga citiem ziņojumiem, kas skar to pašu jautājumu? Kādas ir atšķirības un līdzības? Vai tas sniedz kaut ko jaunu? Kādas vērtības vai idejas ziņojums vēsta? Kādi viedokļi un uzskati atklājas? Kādi tiek izlaisti?

## Kā?

**Kādas radošās metodes tiek izmantotas, lai piesaistītu uzmanību?** Ziņojumi tiek veidoti, izmantojot radošu valodu, kurai ir savi noteikumi. Lai atšifrētu ziņojumu, mums ir jāsaprot, kā satura veidotāji cenšas piesaistīt mūsu uzmanību.

**Teksta ziņojums.** Apskatiet fonta lielumu: ko viņi mēģina izcelt un kā (treknrakstā, ar lielajiem burtiem, pievienojot fotoattēlu)?

**Attēls vai video.** Apskatiet krāsas, formu, skaņas, kameras fokusu.

**Kā tiek stāstīts stāsts?** Ar kuru elementu starpniecību satura veidotāji liek mums noticēt stāstam, ko viņi mums stāsta? Vai viņi cenšas mūs pārliecināt? Vai viņi mēģina izraisīt kādas pozitīvas vai negatīvas emocijas?

## Kāpēc?

**Kāpēc šī ziņa ir nosūtīta?**

Lielākā daļa mediju ziņojumu tiek veidoti, lai iegūtu varu. Tāpēc ir svarīgi jautāt:

Kas tiek teikts ziņojumā? Vai tas mēģina pārliecināt mūs par kaut ko?

Ko veidotāji vēlas, lai mēs aptveram vai saprotam?

Kam tas ir izdevīgi? (Personas, iestādes, privātās intereses, pilsonība). Kas kontrolē ziņojuma veidošanu un pārsūtīšanu?

## Kam?

**Kāda ir mērķauditorija?** Atkarībā no zināšanām, vērtībām, idejām, interesēm, vecuma, dzimuma, sociālā un ekonomiskā stāvokļa, izglītības, dažādi cilvēki var saprast un uztvert to pašu vēstījumu atšķirīgi.

Patiesībā mēs patērējam vēstījumus, kas apstiprina mūsu idejas un noraidām tos, kas rada šaubas.

Mums ir galvenā loma mediju satura interpretācijā, mēs neesam tikai pasīvi patērētāji.

Vai es redzu to, ko redz otrs cilvēks?

## Kad?

**Kad informācija ir radīta un publicēta? Kādā kontekstā?** Ir svarīgi saprast un analizēt, kādā kontekstā informācija tiek veidota un izplatīta.

Vai informācijai ir datums? Kāds ir datums?

Vai dokuments ir jāatjaunina?

Šim nolūkam ir noderīga Bārtza adaptētā C.R.I.T.I.C anketa (Bartz, 2002). Šī anketa mēģina veicināt skolēnu spēju identificēt galvenos diskursa apliecinājumus, intereses, kas mudināja autoru to radīt, un viņa izvēlēto nostāju. Turklāt, lai realizētu jēgpilnu un kritisku izpratni, skolēni var novērtēt sniegto pierādījumu un argumentu ticamību un pamatotību un atklāt neatbilstības, neprecizitātes, kļūdas un / vai pretrunas (Oliveras, Sanmarti, 2009).

# TIESISKAIS REGULĒJUMS

## Licences un plašsaziņas līdzekļu īpašumtiesības

Kā kopīgot saturu ar saviem skolēniem un kā palīdzēt viņiem izmantot materiālus ar pareizām atsaucēm?

Kāpēc skolotājiem un skolēniem būtu jāuztraucas par autortiesībām?

Autortiesības ir tiesības, kuras radītājs iegūst, izveidojot darbu. Kad skolēns vai skolotājs rada darbu, viņiem ir īpašuma tiesības uz to un tiesības gūt no tā labumu. Lai iegūtu autortiesības, nav nepieciešama oficiāla reģistrācijas procedūra, ja vien izveidotais darbs ir oriģināls. Juridiski oriģinalitāte tiek radīta, ja kaut kas tiek izveidots ar paša prasmēm, darbu un spriestspēju. Pastāv autortiesību reģistrācijas pakalpojumi, kas ir pieejami par maksu, taču mūsdienās tas ir nepieciešams arvien retāk.

Tomēr izglītībā un daudzos projektos bieži rodas nepieciešamība dalīties un sadarboties. Skolotāji bieži paļaujas uz iepriekšējiem vai vēsturiskiem avotiem vai jauniem brīvpieejas izglītības resursiem, un ir svarīgi zināt, kā varat izmantot saturu no dažādiem avotiem savā klasē. Tāpat skolēniem būtu jāzina, kā likumīgi iegūt, pielāgot un pārveidot darbu, lai viņi to varētu izmantot savās mācībās.

Pastāv kultūras artefakti, kurus var brīvi izmantot, neuztraucoties par autortiesībām, pieņemot, ka artefakta autors / sākotnējais īpašnieks ir miris vairāk nekā 70 gadus. Šādi artefakti tiek uzskatīti par publiskā domēna resursiem. Tāpat pastāv arī Creative Commons licencēšana. Šāda licencēšana ļauj brīvi izplatīt darbus, kamēr vien tiek norādīts darba radītājs. Google tīklā ir iespējams meklēt darbus, kas licencēti ar Creative Commons, arī Youtube ir meklēšanas filtrs, kas ļauj identificēt videoklipus, kurus var izplatīt tālāk. Turklāt ir pieejamas tādas tīmekļa vietnes kā pixabay un europeana, kuru kolekcijās atradīsiet atkārtoti izmantojamus resursus.

### Kā ar saturu, kas paredzēts koplietošanai?

Intelektuālā īpašuma aizsardzībai bieži izmanto licences. Programmatūras izstrādātāji, autori un skolotāji var aizsargāt savus darbus, piesakoties autortiesību licences saņemšanai. Tomēr, lai gan autortiesību izmantošana ļauj radītājam gūt labumu no viņa / viņas darba, slogs uz darbu uzlabošanu bieži gulstas uz autoru un autortiesību vai licences turētāju pleciem. Daži satura veidotāji izvēlas atvērtas licences, daloties darbā ar nolūku uzlabot izveidoto darbu, izmantojot atvērtu sadarbību.

Licences sniedz daudz informācijas, lai izprastu bezmaksas programmatūras pamatu. Viens no iemesliem, kāpēc cilvēki izmanto bezmaksas programmatūru, ir tas, ka cilvēki var brīvi izmantot programmatūru tā, kā viņi to vēlas, nevis tā, kā autortiesību īpašnieki varētu vēlēties. Piemēri, kas to ilustrē, ir formatēšanas un saderības problēmas, nosūtot dokumentu no Windows ierīces uz Mac, vai dažu programmu pieejamība noteiktos tiešsaistes lietotņu veikalos dažādām ierīcēm. Licence ir oficiāla atļauja kaut ko darīt, izmantot vai iegūt īpašumtiesības. Autortiesības ir likumīgas tiesības, kas oriģināldarba radītājam piešķir ekskluzīvas tiesības uz tā izmantošanu un izplatīšanu, savukārt termins "copyleft" (vārdu spēle - copyright/ copyleft) apzīmē stratēģiju autortiesību likumu izmantošanai, lai veicinātu un iedrošinātu vienlīdzīgas un neatsavināmas tiesības kopēt, koplietot, modificēt un uzlabot radošus autordarbus.

Bezmaksas programmatūras radītāji izmanto Copy-left, Creative Commons Attribution Share Alike License un General Public License (GPL). Lietotāji var iegūt 4 brīvības:

- 0. brīvība: brīvība izmatot programmu jebkuram mērķim.
- 1. brīvība: brīvība izpētīt programmas darbību un mainīt to, lai tā darītu to, ko vēlaties.
- 2. brīvība: brīvība izplatīt un izgatavot kopijas, lai varētu palīdzēt saviem kolēģiem.
- 3. brīvība: brīvība uzlabot programmu un publiskot savus uzlabojumus (un modificētās versijas kā tādas), lai visa sabiedrība gūtu labumu.

Šīs brīvības un licencēšanas principi, kas tās piešķir, nodrošina pamatu programmatūras brīvībai, kas ir brīva, bet ne bez maksas.



# MEDIJU PRAKTISKIE PIEMĒRI

## MEDIJPRATĪBA KLASĒ

Pedagoga loma medijpratības veicināšanā liek kļūt no skolotāja par projektu vadītāju un moderātoru, palīdzot skolēniem organizēt darbu un koncentrēties uz projekta mērķi. Pedagoģs vadīs skolēnus mācību procesā un tajā pašā laikā mācīsies pats.

Mūsdienās mēs lasām jaunus tekstus citādi: mēs lasām jaunās situācijās, citos formātos un citos diskursīvos žanros. Papildus burtiem mēs lasām attēlus, videoklipus un virtuālās diagrammas. Mēs lasām tekstus no jebkuras vietas uz planētas. Ņemot vērā visas šīs izmaiņas, ir ļoti svarīgi nodrošināt, ka lasītprasme tiek apgūta, ņemot vērā sociālo un kritisko dimensiju, mācoties ne tikai saprast tekstu, bet arī interpretēt tekstu.

Interpretācija nozīmē apzināties, kādu tekstu mēs lasām, kādos veidos tas tiek izmantots, kā tas ietekmē cilvēkus, kādu statusu iegūst tā autors, kādus viedokļus un attieksmes tas rada mūsos - lasītājos u.t.t.

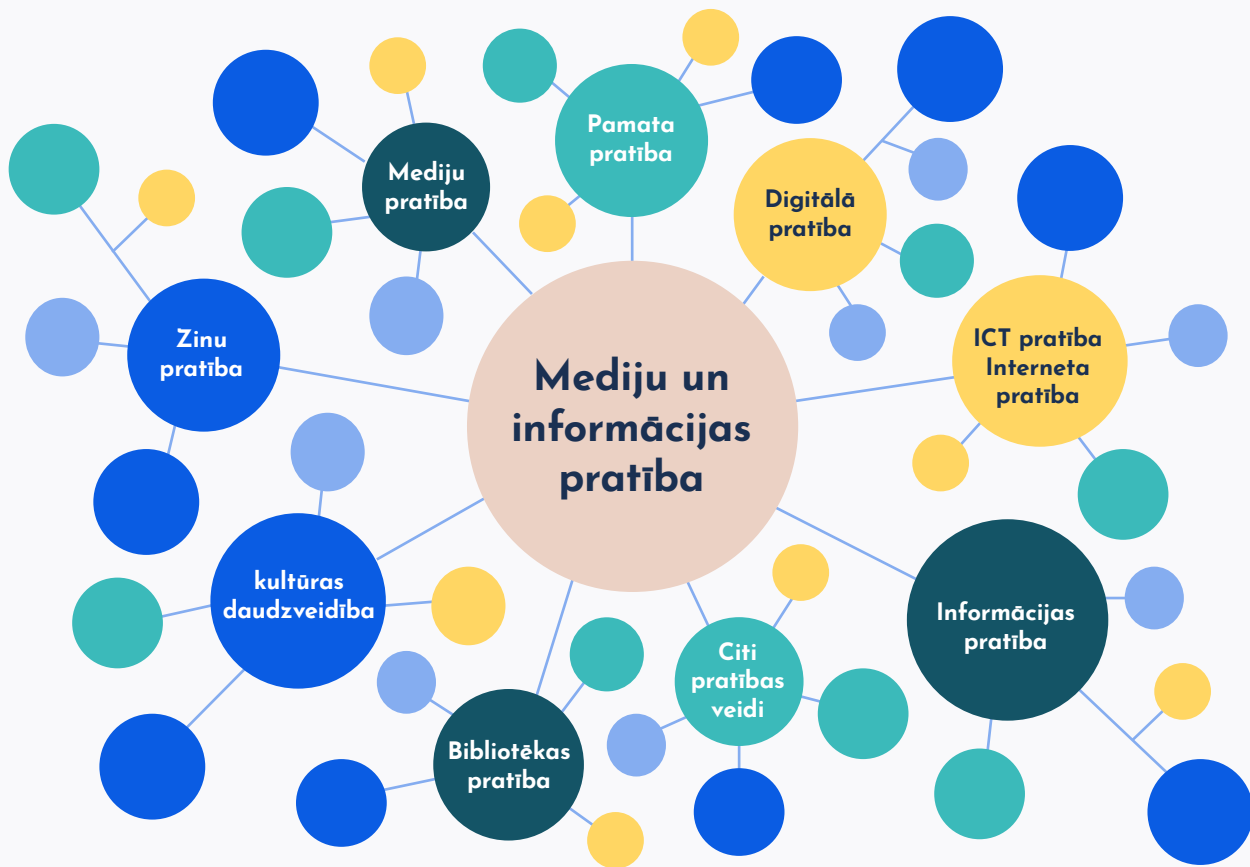
Daniels Kasanijs (Daniel Cassany) piedāvā desmit vienkāršas un piemēros balstītas vadlīnijas, ko skolotāji var izmantot, lai veicinātu lasīšanas praksi un mācīšanu no kritiskākas dimensijas, veicinot kontekstualizētu interpretāciju.

- 1) Strādājiet ar dažādu tekstu interpretāciju.**  
Lai izprastu autora viedokli un izveidotu savu viedokli par to.
- 2) Izmantojiet autentiskus tekstus, kas radīti mācību vidē vai atbilst potenciālajām skolēnu interesēm.**
- 3) Izmantojiet paralēlus, pretējus vai saistītus tekstus par vienu tēmu, lai skolēni varētu tos salīdzināt, apjaust to savstarpējās attiecības, līdzības un atšķirības, un varētu izjust valodas sociālo ietekmi.**
- 4) Iekļaujiet multimodālus tekstus.**

- 5) Izmantojiet sarunvalodas prakses.** Sarunvaloda (pretstatā akadēmiskajiem tekstiem) palīdz sasaitēt nodarbības klasē ar reālo pasauli un veicināt pilnīgāku un praktiskāku apmācību.
- 6) Izvairieties no vienas atbildes vai konverģences korekcijas.** Lasīšanas uzdevumi, kuriem ir viena atbilde, labojums vai skolotāja noteikts rezultāts (grāmatas teksts vai kanoniska tradīcija), iznīcina personisko interpretāciju un rada nepareizu pieņēmumu, ka tekstam piemīt viena nozīme, ka mēs visi lasām vienā veidā un tie, kuri saprot kaut ko citu, ir izlasījuši tekstu nepareizi.
- 7) Iedrošiniet dialogu skolēnu starpā, rosinot viedokļu apmaiņu lasīšanas laikā.**
- 8) Uzdodiet jautājumus par autora mērķi un skatu punktu.**
- 9) Rosiniet būtisko aspektu atkārtotu lasīšanu un analīzi.**
- 10) Palīdziet skolēniem saistīt lasīšanu ar viņu pasauli.**

Šajā nodaļā ir iekļautas 10 uz laiku balstītas aktivitātes klases darbam medijpratībā. Aktivitātes 10 stundu garumā, kas izaicinās skolēnus domāt par informāciju un medijiem. Aktivitātes tiek piedāvātas pakāpeniskā secībā, ievērojot šajā brošūrā iekļauto teorētisko saturu.

Klasē katrs skolēnu piedāvātais risinājums tiek novērtēts pozitīvi. Galvenais mērķis ir kritiskās domāšanas un digitālo mediju kompetenču attīstīšana.



Saskaņā ar UNESCO globālās plašsaziņas līdzekļu un informācijas pratības (MIL) novērtējumu Turpmāk piedāvātās pamatdarbības ļaus skolēniem attīstīt tādas prasmes kā:



### MIL 1. komponente Piekļuve

Atpazīt informācijas nepieciešamību, spēt meklēt, piekļūt un izgūt informāciju un mediju saturu.



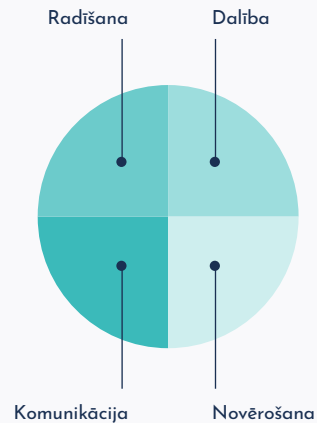
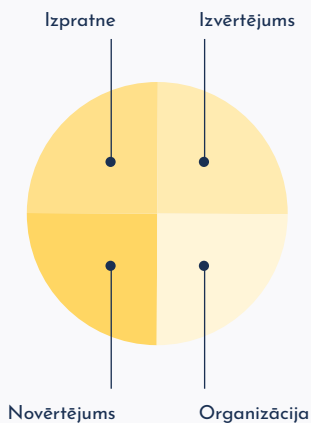
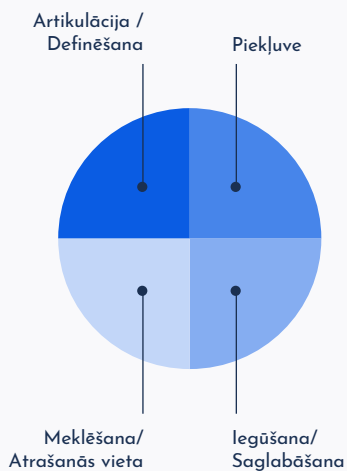
### MIL 2. komponente Novērtēšana

Informācijas un plašsaziņas līdzekļu izpratne, izvērtēšana un novērtēšana.



### MIL 3. komponente Radišana

Informācijas un mediju satura radišana, izmantošana un novērošana



# 1. aktivitāte: Kritiskā lasīšana

## Aktivitātes ilgums

1 stunda

## Kas jums ir nepieciešams?

- Dators vai cita ierīce, kas savienota ar internetu.
- Drukāta informācija, ko nodrošina skolotājs.

## Ievads

Kritiska lasīšana ir viens no veidiem, kā veicināt kritisko domāšanu. Nepietiek ar teksta lasīšanu un izpratni, bet ir jāspēj to kritiski izvērtēt un interpretēt, piemēram, novērtēt tā sniegto datu un argumentu ticamību. No šī viedokļa lasīšana nozīmē atzīt, ka teksts ir kultūras instruments, ar noteiktām vērtībām un ir pozicionējams vēsturiskā laikmetā. Citiem vārdiem sakot, tā autors nav neitrāls cilvēks, bet viņam piemīt zināšanas, kultūra un nodomi, kas atspoguļojas tekstā un kas lasītājam ir jāinterpretē. Tādējādi tekstā ir nepieciešams atpazīt tajā parādīto zinātnisko argumentu ideoloģiju un statusu, kā arī noteiktības pakāpi, nošķirot apgalvojumus, hipotēzes, spekulācijas, pareģojumus ... (Cassany, 2006).

Šīs aktivitātes mērķi ir:

- attīstīt kritisko lasīšanu un domāšanu.
- salīdzināt dažādas nostājas un argumentus par vienu tēmu.
- veidot skolēnu viedokli par šo tēmu.

## Aktivitātes norise

Skolotājam ir jāizvēlas tēma, par ko runāt (piemēram, otrreizējā pārstrāde). Pēc tam viņam / viņai jāatrod divas (vai vairāk) dažādas nostājas attiecībā uz šo tēmu, piemēram:

- Raksti par vienu un to pašu tēmu no dažādiem avotiem. Tie var būt dažādi laikraksti vai dažādu reģistru avoti (avīze un emuārs / avīze un Facebook ziņa).
- Radio programma, kurā par šo tēmu tiek intervēti dažādi cilvēki.

**Skolotājam, izmantojot sadarbības lasīšanas metodiku, ir jāvada skolēni teksta analīzes procesā, izmantojot šajā rokasgrāmatā aprakstītos rīkus (3.5):**

- Kas ir katra raksta autors? Kur tas ir publicēts?
- Vai jūs paredzat lasīšanas nodomu? (satraucošs, pesimistisks, sensacionālistisks, informatīvs ...). Kāpēc?
- Kādus argumentus autors sniedz, lai aizstāvētu savu nostāju? Vai tie ir zinātniski argumenti, vai arī tie ir viedokļi?
- Padomājiet par citiem argumentiem, kas atšķiras no autora piedāvātajiem.
- Ko jūs domājat par šo tēmu? Sniedziet argumentus un apspriediet ar klasesbiedriem.





## 2. aktivitāte: Hronoloģiskās kartes medijiem

### Aktivitātes ilgums

30 minūtes

### Kas jums ir nepieciešams?

- 1 laika skala ar galvenajiem datumiem katrai skolēnu grupai.
- Papīrs un zīmulis.

### Ievads

Zināšanas par to, ka būt informētam, nozīmē zināt, kā orientēties plašsaziņas līdzekļos. Pirmkārt, skolotājs var aprunāties ar skolēniem, kopā ar viņiem definēt, kas ir medijs, un noskaidrot, kādus medijus viņi izmanto, lai informētu un izklaidētu sevi. Pēc tam var uzdot jautājumus par informācijas patēriņa prakses novērtējumu, piemēram, kāda tā bija skolēnu vecāku laikā? Viņu vecvecāku laikā? Vai šīs prakses ir mainījušās un, ja, jā, tad kā?

Šīs aktivitātes mērķi ir:

- zināt, kā identificēt dažādus medijus.
- atklāt preses un mediju vēstures attīstību.

### Aktivitātes norise

Skolotājam ir laika grafiks (diezgan garš) ar galvenajiem spēles datumiem (zilā krāsā). Pēc tam tiek izveidotas 4 cilvēku grupas. Katrai grupai pēc iespējas ātrāk ir jāsakārto kartītes hronoloģiskā secībā. Kad spēle ir beigusies, skolotājs uzsāk diskusiju ar jauniešiem, lai viņi varētu pamatot savu izvēli. Visbeidzot, skolotājs parāda atbildes. Pēc tam viņš vai viņa var sniegt vairāk paskaidrojumu par dažiem no šiem vēsturiskajiem faktiem (kāpēc sievietes-diktoreš televīzijā parādījās vēlāk nekā vīrieši) un pārrunāt plašsaziņas līdzekļu attīstības un informācijas patēriņa modeļu straujo attīstību.

- Drukaspēdes izgudrošana: 1450 (Gūtenbergs)
- Pirmā ilustrācija laikrakstā: 1843
- Telefona izgudrošana: 1876
- Kino izgudrošana: 1895
- Radio izgudrošana: 1895
- Pirmie radio raidījumi sabiedrībai: 1914
- Pirmā radio izmantošana vēlēšanu kampaņā: 1925
- Televīzijas izgudrošana: 1926
- Krāsu televīzijas izgudrošana: 1928
- Pirmā TV studija un raidījumi: 1928
- Pirmais TV ziņu apskats: 1937
- Pirmā videospēle: 1947
- Pirmās TV ziņas: 1949
- Pirmā prezidenta uzruna
- Pirmā sieviete, kura uzstājas TV ziņās Eiropā: 1961
- Eirovīzijas sākums: 1964
- Arpanet (kādreizējā interneta) izveide: 1968
- Personālo datoru ienākšana tirgū: 1970
- Pirmais mūzikas raidījums ar klipiem: 1974
- Pirmā emuāra izveide: 1994
- Pirmās meklētājprogrammas izveide: 1990 (Netscape)
- Vikipēdijas izveide: 2001
- Sociālā tīmekļa (Web 2.0) rašanās: 2004
- Facebook izveide: 2004
- YouTube izveide: 2005
- Twitter izveide: 2006
- Replay izveide: 2006
- Netflix izveide: 2007
- Instagram izveide: 2010
- Snapchat izveide: 2011
- TikTok izveide: 2017

# 3. aktivitāte:

## Ejam aptaujāt! (1/2)

### Aktivitātes ilgums

45 minūtes + papildlaiks, jo skolēniem ir jāaizpilda skolas aptauja

### Kas jums ir nepieciešams?

- Aizpildāmās lapas vai dators ar interneta pieslēgumu.
- Papīrs un zīmulis.

### Ievads

Šīs aktivitātes mērķi ir:

- Atklāt jauno mediju priekšrocības un trūkumus.
- Apzināties jauno tehnoloģiju pareizas izmantošanas nozīmi.
- Iepazīties ar jēdzienu "medijpratība".

Diskusijas mērķim nevajadzētu koncentrēties uz argumentu par to, kurš variants ir labāks vai sliktāks, bet jāapzinās, ka ir dažādi veidi, kā iegūt informāciju, sazināties, komunicēt, un katram no tiem ir savas priekšrocības un trūkumi. Svarīgi ir zināt, kā tos pareizi izmantot.

### Aktivitātes norise

**1. solis:** Sadaliet klasi 3-4 cilvēku grupās. Palūdziet katrai grupai aizpildīt aptaujas lapu. Lai to izdarītu, skolēniem būs jāveic neliela aptauja draugiem, radiem, kaimiņiem...

Ja tas ir iespējams, būtu interesanti izveidot tiešsaistes aptauju atbilstoši paraugam. Pēc tam skolēni izplata to savām kontaktpersonām, ņemot vērā interesējošos vecuma diapazonus ([27. lpp.](#)).

**2. solis:** Salīdziniet sarakstus un pārrunājiet atšķirības starp dažādām vecuma grupām.

Kādas ir dažādu veidu / mediju priekšrocības un trūkumi? Kāpēc? Kāda ir to ietekme uz lietotāju sociālo, ekonomisko un politisko dzīvi?

### Dažas noderīgas saites:

[www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com)

[www.google.com/forms/about](http://www.google.com/forms/about)

### 3. aktivitāte:

## Ejam aptaujāt! (2/2)

Meklējiet cilvēkus dažādās vecuma grupās, kas norādītas zemāk, un pierakstiet viņu sniegtās atbildes

	10-14	15-20	21-30	31-45	46-60	61-75
Ko tu izmanto, lai pamostos?						
Kur tu parasti skaties/ lasi ziņas?						
Kā tu sazinies ar draugiem?						
Kā tu rezervē ceļojumu?						
Kā tu samaksā par pirkumiem?						
Vai tu izmanto e-grāmatas vai papīra grāmatas?						
Kāds ir tavs iecienītākais sociālais tīkls?						
Kura ir tava mīļākā spēle?						
Kur tu pieraksti savus plānus/ gaidāmās tikšanās?						

# 4. aktivitāte:

## Informācijas profilētāja spēle

### Aktivitātes ilgums

1 stunda 30 minūtes

### Kas jums ir nepieciešams?

- 1 koordinators.
- Ideālā gadījumā 4 grupas (līdz 5 skolēniem katrā, 2 dokumenti katrai grupai).
- Drukātu dokumentu komplekti (1 dokumentu komplekts + 1 anketa katrai personai).
- Izmeklēšanas posmam: Datori ar interneta pieslēgumu Google apgrieztajai attēla meklēšanai.
- Atgādināšanai aktivitātes beigās: Videoprojektors vai lipīgā mastika un magnēti, ja tiek izvietoti drukāti materiāli.

### Ievads

Šī aktivitāte ļauj jauniešiem saprast, ka, tiklīdz saskaramies ar informāciju, ar intuīciju vien var nepietikt un ka dažreiz tā mūs pat maldina. Spēle aicina jauniešus izpētīt un dekonstruēt informāciju no žurnālistu publikācijām, iejūtoties žurnālistu ādā, kurus nesen ir pieņēmusi darbā kāda tīmekļa vietne, kas izplata neparastu un anekdotisku informāciju.

Šīs aktivitātes mērķi ir:

- saprast, ka iespējamība nav vienāda ar patiesību.
- uzlabot izpratni par dažādiem veidiem, kā attēlu vai fotogrāfiju var pārveidot dezinformācijas nolūkos.
- iemācīties meklēt identifikācijas avotus, lai apstiprinātu vai apgāztu mūsu intuitīvos spriedumus.
- uzlabot pārbaudes reflexus, salīdzināt informāciju ar dažādiem avotiem, izmantojot meklētājprogrammas.
- padomāt par viltus ziņām un to, kāpēc mēs tām ticam..

### Aktivitātes norise

Jaunieši tiek sadalīti 4 grupās (līdz 5 skolēniem katrā grupā), kuriem būs jānovērtē, vai informācija ir patiesa vai nepatiesa. Izdalītajos dokumentos ir informācija, kas galvenokārt iegūta no vietnēm un sociālajiem tīkliem, piemēram, Twitter. Katrai grupai ir papīra lapa, uz kuras jānorāda izvēle: publicēt vai nepublicēt (un paskaidrot, kāpēc!) Piedāvātais saturs ietver pārsteidzošu, dramatisku, skandalošu vai

neparastu informāciju, kas var izraisīt neticību vai vēlmi tai ticēt. Šīs izvēles mērķis ir izcelt informācijas emocionālo vai izklaidējošo raksturu, nevis tās informatīvo potenciālu. Tādēļ šāda veida raksti, visticamāk, būs ļoti populāri un tiks kopīgioti sociālajos tīklos. Informācija tiek piegādāta neapstrādātā veidā, bez reklāmas vai citiem elementiem, tikai ar nosaukumu, attēlu un tekstu. Kas attiecas uz tvītiem, tiek pieminēts publikācijas autora profils.

#### 1. solis: Mūsu intuīcija (5 minūtes)

Katrai grupai ir divi dokumenti. Pirmais ir īsts preses raksts vai viltus raksts; otrais ir tvīts ar nepatiesu informāciju.

Šajā solī netiek izmantoti digitālie mediji, dalībnieki apspriež dokumentus, lai noskaidrotu, vai tie satur patiesu vai viltus informāciju. Skolotājs pārvietojas no grupas uz grupu, lai iepazītos ar viedokļiem un debatēm. Viņš / viņa neiejaucas un ļauj skolēniem panākt vienprātību. Kad vienas grupas locekļi vienojas, viņi aizpilda kolonnu "Pirmā izvēle", kurā norāda, vai viņi vēlas publicēt informāciju vai nē, un kāpēc viņi pieņēma šo lēmumu.

#### 2. solis: Izmeklēšana turpinās (30 minūtes)

Dokumenti tiek nodoti no vienas grupas citai. Spēles noteikumi mainās. Katrai grupai ir planšetdators vai dators ar interneta pieslēgumu. Katrai grupai ir 30 minūtes laika, lai veiktu izmeklēšanu tiešsaistē. Skolotājs pāriet no grupas uz grupu, lai novērtētu pētījuma dinamiku. Viņš / viņa var aicināt skolēnus izmantot meklēšanas vietnes, lai veiktu apgriezto attēlu meklēšanu (piemēram, Google Image apgriezto meklēšanu), un vietnes, kas specializējas avotu pārbaudē. Pēc 30 minūtēm katra grupa norāda savu pētījuma rezultātu, aizpildot kolonnu "Otrā izvēle" un vēlreiz argumentējot savu izvēli.

#### 3. solis: Rezultāti (25 minūtes)

Šajā posmā visi dokumenti tiek parādīti vai projicēti, izmantojot videoprojektoru. Aplūkojot ar katru dokumentu, grupas, kuras to vēl nav redzējušas, pauž savu viedokli, balstoties uz intuīciju. Pēc tam grupas, kas ir izpētījušas jaunumus, iepazīstina ar savu pētījumu rezultātiem.

# 5. aktivitāte:

## Sazvērestību spēle (1/2)

### Aktivitātes ilgums

1h 30 minūtes

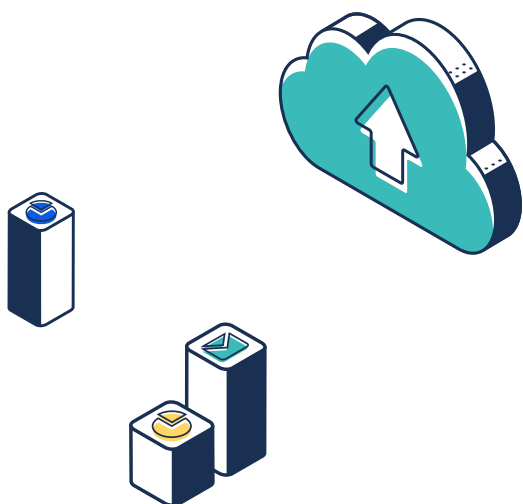
### Kas jums ir nepieciešams?

- Tāfele vai papīra tāfele.
- Galdi.
- Papīrs.
- Pildspalvas.
- Šķēres.

### Ievads

Šajā aktivitātē izklāstītā sazvērestības teorija ir paredzēta humoristiskiem mērķiem, un tai nevajadzētu būt vērstai pret noteiktu iedzīvotāju kategoriju. Veicot šo darbību, ir rūpīgi jāievēro likumā noteiktie cieņas noteikumi (nav jāmudina uz rasu naidu, netiek atbalstīti kara noziegumi u.t.t.).

Šī sesija ir veidota lomu spēles un debašu veidā. Tās mērķis ir likt skolēniem saprast, cik grūti ir nopietni apspriesties ar cilvēkiem, kuri ļauj ar sevi viegli manipulēt, neievēro ētikas principus, meklējot patiesību, un ļauj sevi vadīt izziņas aizspriedumiem. Tas parāda, ka mūsu domāšanas veidiem ir būtiska loma, kad runājam par uzticību un pārlicībām.



### Aktivitātes norise

**1. solis:** Skolēni izstrādā sazvērestības teoriju. Katrs dalībnieks identificē vainīgo grupu, uzrakstot to uz papīra. To pašu procesu izmanto, lai noteiktu vienu vai vairākus upurus un motīvu. Pēc tam papīra lapas tiek savāktas, veidojot trīs kategorijas: vainīgie, upuri un motīvi.

Tad skolotājs organizē vairākas nejaušas izlozes, lai izveidotu asociācijas starp trim priekšmetiem. Šīs vārdu kombinācijas rada sazvērestības pamatus, visbiežāk absurdus (piemēram: dārza rūķi plāno nodarīt pāri Džordžam Klūnijam). Konsultējoties ar grupu, skolotājs izvēlas labākās asociācijas. Parametri, kas jāņem vērā, ir saistīti ar sirreāla stāstījuma radīšanas potenciālu. Pēc tam tiek izveidotas 5 skolēnu grupas, lai izveidotu sazvērestības stāstu. Ir tikai viens nosacījums: mēģināt šo nepamatoto stāstu pamatot ar pārlicību! Katrā grupā tiek iecelts reportieris, kurš ir atbildīgs par stāsta pierakstīšanu. Skolotājs pārvietojas no grupas uz grupu, lai aktivizētu iztēli, ja grupām aprūkstas ideju. Skolotāja loma šajā pirmajā posmā ir būtiska, skolotājam jāmudina jaunieši pamatot savus stāstus. Pēdējo 15 minūšu laikā katrs reportieris atstāsta savas grupas veidoto stāstu, izvēloties pārlicinātu toni un neradot nekādas šaubas. Visbeidzot, katra grupa balso par sižetu, kas viņiem šķiet smieklīgākais, visaizraujošākais un vislabāk konstruētais.

**2. solis:** Grupa ir sadalīta divās komandās: sazvērestības atbalstītāji un žurnālisti. Viņiem būs jāstrādā un jādiskutē saskaņā ar dažādiem noteikumiem. Pirms debašu uzsākšanas skolotājs iepazīstina ar izziņas aizspriedumiem, kas var izrādīties noderīgi: pierādīšanas pienākuma apvēršana, apstiprinājuma aizspriedums, izlases lieluma neievērošana u.t.t. Tas viss apgrūtinās žurnālistu spējas atrast labus argumentus, lai apstrīdētu otras grupas aizstāvēto teoriju.

>>>

## 5. aktivitāte:

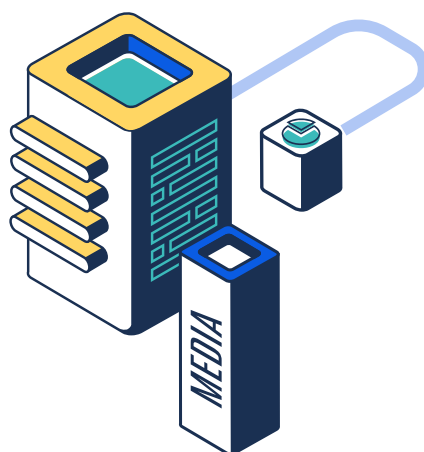
# Sazvērestību spēle (2/2)



Sazvērestības teorijas "aizstāvjiem" internetā ir jāsavāc pēc iespējas vairāk "pierādījumu" un argumentu. Viņiem ir tiesības melot un izmantot nepatiesus argumentus, kā arī manipulēt ar fotogrāfijām. Viņu mērķis ir veidot argumentu mikslī un pārliecināt "neizlēmušos" (kurus pārstāv skolotājs) par viņu teorijas ticamību. Žurnālistiem savukārt ir jāparedz sazvērestības teorijas piekritēju argumenti, jāsavāc pēc iespējas vairāk pretargumentu, un jāizmanto ticami avoti un loģiska argumentācija. Pēc tam seko debašu laiks (ne vairāk kā 10 minūtes). Katrai grupai jāpārliecina neizlēmušie koordinatori.

Sazvērestības komanda ir pirmā, kas izklāsta argumentu, kuru žurnālistiem pēc tam nāksies atspēkot. Skolotājs ieņem neitrālu nostāju. Ja sazvērestības arguments atstāj spēcīgu iespaidu, skolotājs var vērsties pie žurnālistiem un pajautāt, ko viņi domā. Tāpat, kad žurnālisti ļoti skaidri parāda sazvērestības argumenta nederīgumu, viņš var vērsties pie "aizstāvjiem" un lūgt viņus reaģēt. Skolotājam jāieņem niansēta nostāja. Viņš ir arī moderators un nodrošina, ka visi tiek pie vārda (sazvērnieku teorijas konfliktēs ar iespējamo žurnālistu aizkaitinājumu!).

Debates apstājas, kad abas puses ir izteikušas visus argumentus un tie ir apspriesti. Visbeidzot, diskusiju laiks ļauj kolektīvi novērtēt šo pieredzi (10 minūtes). Šajā gadījumā skolotājs var izskaidrot vairākus kognitīvos aizspriedumus, ko skolēni izmantoja debašu laikā (pierādīšanas pienākuma apvēršana, apstiprinājuma aizspriedums, argumentu mikslis, uzmanības novēršana...). Kaut arī šīs debates bieži ir smieklīgas, "žurnālisti" bieži izjūt aizkaitinājumu. Kā mēs varam strīdēties pret cilvēkiem, kuru manipulācijas mērķis ir svarīgāks par nopietniem pierādījumiem? Balstoties uz jauniešu kolektīvo vērtējumu un izjūtām, koordinators var apstiprināt informācijas ētikas būtiskumu, veidojot izpratni par apkārtējo pasauli.



# 6. aktivitāte:

## Attēli sociālajos tīklos

### Aktivitātes ilgums

45 minūtes

### Kas jums ir nepieciešams?

- Dators vai cita ierīce, kas savienota ar internetu.
- Projektors.

### Ievads

Bieži vien sociālajos tīklos un plašsaziņas līdzekļos tiek izplatīti nepatiesi, retušēti, manipulēti vai kļūdaini interpretēti attēli. Attēlus ārpus konteksta var viegli pārprast.

Katrs cilvēks, ņemot vērā paša subjektivitāti un intereses, var atšķirīgi interpretēt attēlu un var komentēt un kopīgot to sociālajos tīklos, pamatojoties uz šo subjektivitāti un personīgajiem mērķiem.

Tāpēc ir nepieciešams paskatīties ne tikai uz attēlu, bet arī tā avotiem, lai to pilnībā izprastu.

Šīs aktivitātes mērķi ir:

- Mudināt kritiski izvērtēt sociālajos tīklos izplatītos attēlus.
- Veicināt atbildīgu attēlu izmantošanu sociālajos tīklos.

### Aktivitātes norise

**1. solis:** Skolotājs internetā atrod attēlu, kas parādījās sociālajos tīklos pēc teroristu uzbrukumiem Londonā (2017). Attēls ar sievieti ar aizsegtu seju, kura pēc Londonas uzbrukuma iet garām ievainotai personai, Twitter sociālajā tīklā izraisīja ļoti konfliktējošus viedokļus. Daudzi cilvēki vērtēja meiteni, kas tajā parādījās, raidot nicinošus vispārinājumus pret musulmaņiem.

Konkrēti, šo fotoattēlu divos dažādos tvītos kopīgoja amerikāņu personība ar tvītervārdu Texas Lone Star, kurā viņš norādīja, ka "sieviete vienkārši pagāja garām mirstošam vīrietim, skatoties uz savu telefonu", bet otrā tvītā viņš ievietoja montāžu ar diviem attēliem, salīdzinot "viņu" attieksmi ar "mūsu" attieksmi. Abus tvītus nepilnas dienas laikā aptuveni 3000 reizes kopīgoja cilvēki, kuri komentēja arī citus islamofobiskus ziņojumus.

Skolotājs aicina skolēnus analizēt fotoattēlu un atbildēt uz uzdotajiem jautājumiem.

- 1) Ko mēs redzam šajā fotoattēlā?
- 2) Kā jūs domājat, kas notiek?
- 3) Ko jūs domājat, ieraugot fotoattēlu?
- 4) Kā tas liek jums justies?

**2. solis:** Skolotājs aicina skolēnus meklēt internetā citus līdzīgus fotoattēlus no Londonas terora akta, kuros redzami stāvošie vai ejošie cilvēki netiek radikalizēti, un fotogrāfijas interpretācija atšķiras no pirmā piemēra.

- 1) Ko jūs redzat šajā fotoattēlā?
- 2) Ko jūs domājat, ieraugot fotoattēlu?
- 3) Kādas emocijas rada šis attēls?
- 4) Vai ir kādas izmaiņas salīdzinājumā ar iepriekšējo fotoattēlu?

**3. solis:** Skolotājs aicina skolēnus salīdzināt abus analizētos attēlus.

- 1) Vai abas analizētās fotogrāfijas ietver vienu un to pašu ziņojumu?
- 2) Vai tās rada dažādas reakcijas?
- 3) Kāpēc tika publicēta pirmā fotogrāfija, nevis otrā?
- 4) Vai ir kāds nolūks, kādēļ tika izplatīts attēls ar sievieti ar aizsegtu seju, nevis otrs attēls?
- 5) Vai jūs domājat, ka ir kāds nodoms manipulēt ar to cilvēku jūtām, kuri seko sociālajiem tīkliem?
- 6) Kāda ir bijusi to cilvēku attieksme, kuri komentēja pirmo fotoattēlu? Kā ar otro attēlu?
- 7) Analizējiet un salīdziniet abu attēlu interpretāciju.

# 7. aktivitāte:

## Reklāmas

### Aktivitātes ilgums

30 minūtes

### Kas jums ir nepieciešams?

- Projektors.
- Dators ar interneta pieslēgumu.

### Ievads

Reklāma ir komunikācijas veids, kas mēģina palielināt produkta patēriņu, reklamēt zīmolu, uzlabot tēlu vai radīt priekšstatu par kaut ko. Tas tiek veikts ar reklāmas kampaņu palīdzību, kas tiek izplatītas dažādos plašsaziņas līdzekļos un kuras katru dienu varam atrast televīzijā, radio, autobusos, sociālajos tīklos, ielās u.t.t.

Reklāma ir reprezentācijas process, kas spēj radīt tēlus, stāstījumus un diskursus par sabiedrību, kurā mēs dzīvojam.

Reklāma uztver esošās nozīmes kolektīvajā iztēlē un pielāgo tās patērētāju tirgū piedāvājumiem produktiem un tajā pašā laikā pārraida idejas, vērtības un nostiprina stereotipus, spējot manipulēt ar mūsu uzskatiem un domām.

Šīs aktivitātes mērķi ir:

- Izstrādāt kritisku priekšstatu par reklāmu.
- Veicināt ar reklāmu starpniecību pausto vēstījumu un attēlu izpratni un analīzi.

### Aktivitātes norise

Skolotājs aicina skolēnus meklēt rasistisku vai seksistisku reklāmu internetā. Šeit ir daudz piemēru, galvenokārt, smaržu reklāmas, apģērbu tirdzniecības vietās izvietotās reklāmas.

- 1) Ko mēs varam redzēt šajā reklāmā?
- 2) Vai ir kaut kas, kas piesaista mūsu uzmanību? Kas?
- 3) Kādu vēstījumu vai ideju tā pauž? Vai jūs domājat, ka šis vēstījums pastiprina stereotipus? Kāpēc?





# 8. aktivitāte:

## Prese

### Aktivitātes ilgums

60 minūtes

### Kas jums ir nepieciešams?

- Laikraksti vai viens projektors un dators ar interneta pieslēgumu, lai aplūkotu avīzes saturu tīmekļa vietnē.
- Analīzes scenārijs.
- Projektors debašu daļai.

### Ievads

Mēs dzīvojam informācijas laikmetā, kur jaunās informācijas un komunikācijas tehnoloģijas ir paliecinājušas tradicionālo plašsaziņas līdzekļu (radio, televīzijas un laikrakstu) sasniedzamību un ietekmi, un tādējādi ziņas un informācija ir kļuvusi plašāk pieejama nekā jebkad agrāk. Šajā kontekstā žurnālistiem ir jāizprot milzīgs informācijas daudzums un jāapsver, kā to organizēt un pasniegt auditorijai saprotamā veidā, zinot, ka auditorijai būs ļoti atšķirīgs izpratnes līmenis par attiecīgajiem notikumiem. Neizbēgami prezentācijas forma atspoguļos pašu žurnālistu pieredzi un viedokļus. Tāpēc auditorijai ir svarīgi saprast šos ietvarus un kritiski domāt par tiem, lai veicinātu pilsoņu līdzdalību labā pārvaldībā un atvērtā, demokrātiskā un stabilā sabiedrībā.

Šīs aktivitātes mērķi ir:

- Analizēt ziņu nozīmi vai notikumu, cilvēku un ideju vērtību.
- Pārzināt un saprast pamatprincipus, kas tiek pielietoti, izdarot vai veidojot spriedumus par ziņām.
- Kritiski novērtēt vairākus avotus.

### Aktivitātes norise

**1. solis:** Skolotājs sadala skolēnus grupās un aicina analizēt dažu lielāko avīžu pirmajās lapās (vai to tiešsaistes versijās) publicēto rakstu aktualitāti.

Vispirms skolēniem jānovērtē ziņas aktualitāte, ņemot vērā šos faktoros:

- Savlaicīgums
- Ietekme un nozīme
- Izteiksmība
- Tuvums
- Konflikts
- Neparasta / cilvēcīga interese
- Aktualitāte
- Nepieciešamība

**2. solis:** Otrkārt, skolēni analizē stāstus, pamatojoties uz faktoriem, kas jāņem vērā, spriežot par ziņām vai veidojot ziņas. Tie ir:

- Patiesība: precizitāte (faktu pareizība) un saskaņotība (faktu jēga)
- Sabiedrības interešu aizstāvība
- Sabiedrības informēšana, nevis manipulēšana
- Pilnīgums / vispusīgums
- Dažādība (visu kopienu ziņu iekļaušana, ne tikai viena mērķauditorija)

Jāpievērš uzmanība arī rakstu izvietojumam, virsrakstiem, izmantotajam fonta lielumam, iekļautajām fotogrāfijām un parakstiem.

Alternatīvi skolēniem var izdalīt divus dažādus ziņu rakstus par vienu tematu un lūgt paskaidrot, kurš raksts ir informatīvāks un kā otru ziņu rakstu varētu uzlabot (skatīt iepriekš minētos faktoros).

# 9. aktivitāte:

## Dziesmas teksts vai videoklips

### Aktivitātes ilgums

120 minūtes

### Kas jums ir nepieciešams?

- Dziesmas vārdi.
- Papīrs, zīmulis un krītiņi.
- Digitālā versija: Ja iespējams, skolēni var izmantot digitālos rīkus, lai izveidotu kompozīciju. Katrai grupai nepieciešams viens dators ar interneta pieeļģumu.

### Ievads

Dziesmas ir līdzeklis, kas pārraida kultūru vēstījumu veidā, kuru uzdevums ir paust tās sociālkulturālā konteksta vērtības, normas, uzskatus, attieksmes vai ideoloģijas, kurā tās tiek radītas. Tās ir būtiska cilvēku dzīves sastāvdaļa, jo tās mūs pavada svarīgos brīžos, ietekmē mūsu prāta stāvokli vai apzīmē identitāti; un tās darbojas kā starpnieki, veicinot sociālās attiecības, izpratni un globālu integrāciju.

Mūsdienās videoklips ir viens no galvenajiem mūzikas pārraides un izplatīšanas līdzekļiem, kur apvienojas mūzika un attēls. Tos galvenokārt patērē un tie ir paredzēti jaunai auditorijai, tādēļ rodas nepieciešamība izglītēt sabiedrību par atbildīgu un kritisku to vērtību patēriņu, ko mēs saņemam, izmantojot šo saziņas un kultūras pārraides līdzekli.

Šīs aktivitātes mērķis ir pārdomāt to ziņojumu nozīmīgumu, ko cilvēki saņem ikdienā, un kā tas var ietekmēt mūsu realitātes izpratnes veidu.

### Aktivitātes norise

Skolēni tiek sadalīti grupās. Skolotājs izvēlas dažu dziesmu vārdus, un katra skolēnu grupa sagatavo oriģinālu mūzikas videoklipa scenāriju, kas nodos dziesmas vēstījumu. Rūpīgi apsveriet attēlus, kas atspoguļos dziesmu tekstus. Identificējiet un atlasiet tehniskos elementus, kas uzlabos šo attēlojumu. Kad scenārijs ir pabeigts un, ja šis dziesmas videoklips jau pastāv, salīdziniet abus un atzīmējiet atšķirības un līdzības.

### Dažas noderīgas saites:

[www.storyboardthat.com/storyboard-creator](http://www.storyboardthat.com/storyboard-creator)

[www.pixton.com](http://www.pixton.com)

# 10. aktivitāte: Graizīšanas darbnīca

## Aktivitātes ilgums

30 minūtes

## Kas jums ir nepieciešams?

- Foto bibliotēka.
- Kamera (vai tālrunis, planšetdators ...).
- Fotogrāfijas no preses.
- Šķēres + līme VAI dators + attēlu veidošanas programmatūra (GIMP).

## Ievads

Attēliem piemīt spēks, kas dažreiz ir negaidīts. Patiesībā tie var nodot lasītājam viltus vēstījumu, ja netiek sniegts reālais attēla konteksts.

Šīs aktivitātes mērķi ir:

- Pārdomāt attēlu manipulācijas nozīmi un spēku.
- Izpētīt dažādus mūsu saņemtās informācijas veidus

## Aktivitātes norise

Balstoties uz attēlu, kas ir publicēts presē vai kuru ir uzņēmuši paši skolēni, koordinators aicina jauniešus to pārveidot un piešķirt tam jaunu parakstu. Tad skolotājs velta brīdi, lai apspriestu viņu izveidotos attēlus: kādu ietekmi atstāj jaunā perspektīva? Vai fotoattēlam ir tāda pati nozīme? Vai mediji var tādā veidā manipulēt ar mums? Tāpat skolēnus var iepazīstināt ar "ārpus ekrāna" jēdzienu. Ārpus ekrāna atrodas visi tie elementi, kas neparādās attēlā (mūsu redzes laukā), taču tiem ir nozīme. Patiešām, ārpus ekrāna esošie elementi var pilnībā mainīt attēla kontekstu.



# DAŽI EIROPAS LABĀS PRAKSES PIEMĒRI

## Ersilia

### Francija

BAL radītā Ersilia ir digitāla platforma attēla un pilsonības izglītībai jauniešiem, skolotājiem, vadītājiem, bibliotekāriem, māksliniekiem, žurnālistiem... Tās galvenais mērķis ir domāt attēlos par attēlu pasauli, izveidot saikni starp dažādiem attēlu veidiem (māksla, prese, zinātne, reklāma u.t.t.), ko rosina dažādi konteksti (prese, internets, muzejs, projekcijas telpa, publiskā telpa u.t.t.). ERSI-LIA nostāda jauniešus un pieaugušos uz vienlīdzīgiem pamatiem un piedāvā jaunus resursus, lai izprastu izaicinājumus un dziļos satricinājumus, kas ietekmē mūsu sabiedrību. Kāpēc, kam, kādos kontekstos tiek veidoti attēli? Kā tos izplata un saņem? Kā tie maina to, kā mēs redzam pasauli?

## #Komunikatu\_on

### Spānija

Tas ir starpkultūru izglītības un komunikācijas projekts, kura pamatā ir plašsaziņas līdzekļu izmantošana klasē, lai veicinātu kritisku to patēriņu un apšaubītu stereotipus, aizspriedumus un nepatiesas baumas par daudzveidību. Tas veicina jauniešu reflektīvu līdzdalību, starpkultūru dialogu ar dzimumu perspektīvu, izpratni par daudzveidību mūsu vidē un līdzdalības komunikāciju sociālās transformācijas nolūkos.

[www.mugak.eu/menores-jovenes-y-educacion/educacion-antirracista/talleres-en-el-aula](http://www.mugak.eu/menores-jovenes-y-educacion/educacion-antirracista/talleres-en-el-aula)

## Don't Be Fooled

### Spānija

(¡Que no te la cuelen!) ir Spānijas projekta, kas cīnās pret dezinformāciju, sauklis: [www.maldita.es](http://www.maldita.es) ir neatkarīga žurnālistu platforma, kas koncentrējas uz dezinformācijas un publiskā diskursa kontroli, izmantojot faktu pārbaudi un datu žurnālistikas paņēmienus. Mēs esam bezpeļņas organizācija, kurai ir trīs galvenie mērķi:

- Uzraudzīt un kontrolēt politisko diskursu un veicināt pārredzamību valsts un privātajās iestādēs.
- Pārbaudīt dezinformāciju un cīnīties pret to.
- Veicināt plašsaziņas līdzekļu lietotprasmi un tehnoloģiskos rīkus, lai izveidotu zinošu kopienu, kas var sevi aizsargāt no dezinformācijas un meliem visās jomās.

## Detecting Fake News

### Spānija

(Detectando bulos) ir Manu Domenech izglītojošs priekšlikums, lai saprastu, kas ir viltus ziņas, un iemācītos tos atklāt, izmantojot dažādus piemērus.

[view.genial.ly/5ea018446cd2cd0d8d8d5d09/presentation-los-bulos-que-son-y-como-detectarlos](http://view.genial.ly/5ea018446cd2cd0d8d8d5d09/presentation-los-bulos-que-son-y-como-detectarlos)

## True or False Test

### Spānija

True or False jeb patiesība vai meli ir tests ar viltotiem darba piedāvājumiem, neskaidriem sludinājumiem, virsrakstiem un pretrunīgi vērtētu informāciju ar atsauksmēm, kuras lietotāji saņem pēc testa aizpildīšanas. Par šo aktivitāti saņemtas ļoti pozitīvas lietotāju atsauksmes. Šī veidlapa ļāva iegūt ļoti interesantus rezultātus no 500 dalībniekiem visā reģionā: Lai gan vairāk nekā 80% domā, ka viltus ziņām var būt nozīmīgas sekas viņu ikdienas dzīvē, tikai 46% izmanto vietnes, kurās tiek veikta faktu pārbaude.

[docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdKxIWzaKgA5VVm5mHop5TOjT3HJBrFs5PRhk\\_I5\\_LOUSqrvq/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdKxIWzaKgA5VVm5mHop5TOjT3HJBrFs5PRhk_I5_LOUSqrvq/viewform)

## Re:Baltica

### Latvija

Baltijas Pētnieciskās žurnālistikas centrs Re: Baltica ir bezpeļņas organizācija, kas veido pētnieciskās žurnālistikas saturu, kas ir būtisks sabiedrības interesēm. Šīs organizācijas mērķis ir veicināt atklātību un pozitīvas pārmaiņas sabiedrībā. Re:Baltica koncentrējas uz padziļinātu pētījumu veikšanu par sabiedrībai nozīmīgiem jautājumiem Baltijas reģionā, piemēram, korupciju, noziedzību, finansēm, uzņēmējdarbību, veselību, cilvēktiesībām un dezinformāciju. Re:Baltica gadiem ilgi izmeklē viltus ziņu tīklus Latvijā un ir izveidojusi "melno sarakstu", kur var atrast lapas un profilus, kas, visticamāk, izplata viltus ziņas.

[en.rebaltica.lv](http://en.rebaltica.lv)

## Parole Ostili

### Itālija

Parole Ostili ir sociālās izpratnes projekts pret naidīgas valodas lietošanu. Tas tiek veikts ar Draudzīgas komunikācijas manifesta palīdzību - apņemšanos dalīties atbildībā, lai izveidotu cieņpilnu un civilizētu interneta telpu, kas mūs pārstāv un sniedz drošības sajūtu. To sastādīja un pieņēma vairāk nekā 300 komunikatoru, emuāru autoru un influenceru, un tā ir 10 praktisku principu harta, kas vada tiešsaistes uzvedību.

[paroleostili.it/manifesto/?lang=en](http://paroleostili.it/manifesto/?lang=en)

Pieejama arī spāņu valodā.

## Ted Talk On How To Improve Critical Thinking

Katru dienu mūsu priekšā plešas lēmumu jūra, un katru reizi nav iespējams izdarīt perfektu izvēli. Taču ir daudz veidu, kā uzlabot mūsu izredzes - un viena īpaši efektīva tehnika ir kritiskā domāšana. Samanta Agoša apraksta piecu posmu procesu, kas var palīdzēt tikt galā ar jebkuru problēmu. Atšifrējums ir pieejams 32 valodās.

[www.ted.com/talks/samantha\\_agoos\\_5\\_tips\\_to\\_improve\\_your\\_critical\\_thinking#t-232582](http://www.ted.com/talks/samantha_agoos_5_tips_to_improve_your_critical_thinking#t-232582)

## Be Internet Citizens

Partnerība starp Google, YouTube Creators for Change un Stratēģiskā dialoga institūtu (ISD) ir paredzēta, lai mācītu 13-15 gadus vecus jauniešus apgūt medijpratību, kritisko domāšanu un digitālo pilsonību, mudinot jauniešus būt pozitīvām balsīm tiešsaistē, vienlaikus palielinot viņu noturību pret naidu un ekstrēmismu. Izmantojot netiešu pieeju cīņai pret ekstrēmismu, kas koncentrējas uz populāro kultūru un sociālajiem jautājumiem, projekts rada pozitīvas sekundārās ietekmes, palīdzot dalībniekiem kļūt par informētākiem pilsoņiem, kritiskiem patērētājiem un pilnvarotiem satura veidotājiem. Vietnes saturu pedagogi var brīvi izmantot klasēs.

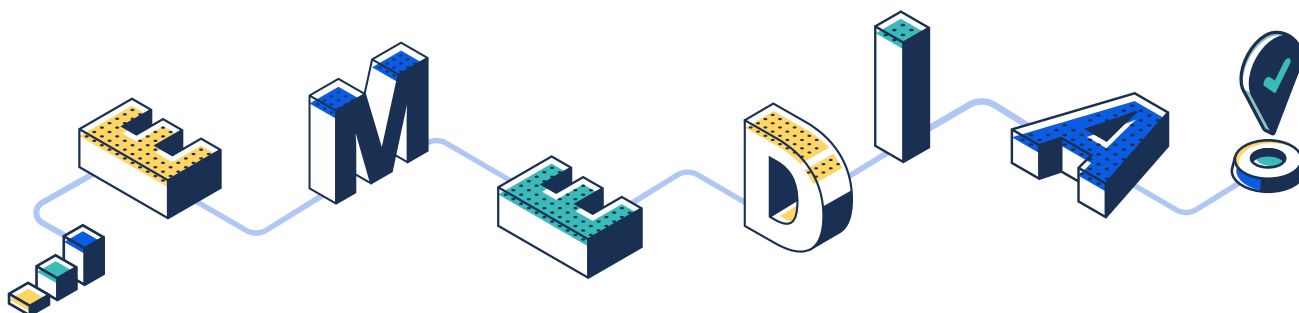
[internetcitizens.withyoutube.com](http://internetcitizens.withyoutube.com)

## Lie Detectors

### Beļģija

Palīdz pusaudžiem uzzināt, kā pamanīt un pretoties manipulatīvam saturam, kas atrodams viņu sociālo mediju kontos, kad viņi sāk veidot neatkarīgu pasaules uzskatu. Tas veicina pozitīvu un nepolitisku kontaktu starp jauniešiem un žurnālistiem, nosūtot aktīvus žurnālistus uz skolām, kur viņi vada interaktīvas klases nodarbības. Nodarbības palīdz bērniem izprast plašsaziņas līdzekļu darbību un palielina viņu izpratni par dezinformāciju.

[lie-detectors.org](http://lie-detectors.org)



# SECINĀJUMI

Demokrātiska sabiedrība prasa no pilsoņiem aktīvu līdzdalību sociālajās un politiskajās aktivitātēs. Lai to izdarītu, iedzīvotājiem jāspēj kritiski novērtēt plašsaziņas līdzekļu sniegto informāciju par politiskajiem, ekonomiskajiem un sociālajiem procesiem un jāspēj atbilstoši reaģēt. Taču tas attiecas ne tikai uz tradicionālajiem plašsaziņas līdzekļiem. Digitālais laikmets veicina tehnoloģiju attīstību un jauna veida izpratni par plašsaziņas līdzekļiem, un cilvēkiem jāpielāgojas 21. gadsimta medijpratībai prasībām, kas vairs nav tikai lasīšana un rakstīšana. Viņiem jāspēj brīvi lietot interneta mediji un arī sociālie mediji, kas ātri aizstāj tradicionālos medijus.

Pusaudžu gadi rada gan emocionālas, gan fiziskas pārmaiņas, kas rosina izziņas, vērtību un personības veidošanos un attīstību. Šis ir laiks, kad cilvēku joprojām viegli ietekmē autoritātes, kas viņiem ir personīgi svarīgas un kuras ne vienmēr ir vecāki vai skolotāji. Tehnoloģijas ir mainījušas jauniešu pasaules uztveri, un slavenības, kuras viņi uzskata par saviem elkiem, to var viegli ietekmēt. Un mediju pārstāvji saprot savu ietekmi. Internets un sociālie mediji saskaras ar sīvu savstarpējo konkurenci, un mediju satura veidotāji ir spiesti izmantot visas pieejamās metodes, lai iegūtu labus reitingus. Protams, stratēģija var ietekmēt mediju uzticamību. Medijpratības pamatā ir tieši šis aspekts: Spēja atšķirt īstu mediju saturu no viltus satura.

Skolotājiem, kuri vēlas attīstīt savu skolēnu medijpratību un uzlabot kritisko domāšanu un izpratni par viltus ziņām, šis buklets noderēs ne tikai teorētiskā, bet arī praktiskā ziņā. Tajā sniegti norādījumi par to, kā kritiski izvērtēt mediju saturu un kā atpazīt viltus ziņas ne tikai rakstiskā, bet arī mediju satura attēlu veidā.

Mēs ceram, ka mūsu sabiedrība attīstīsies kā kritiski domājoša sabiedrība un tai piemītīs zināšanu, attieksmes un prasmju kopums, kas nepieciešams, lai kritiski novērtētu, kad un kāda informācija ir nepieciešama.

# Atsauces

- 1) Aparici R., Comunicar y educar en el mundo que viene, Gedisa editorial (2017).
- 2) Bartz W.R., Teaching Skepticism via the CRITIC Acronym and the Skeptical Inquirer. *The Skeptical Inquirer*, 26, pp. 42-44 (2002).
- 3) Oliveras B., Sanmartí N., La lectura como medio para desarrollar el pensamiento crítico. Reading as a means to develop critical thinking. [www.elsevier.es/en-revista-educacion-quimica-78-articulo-la-lectura-como-medio-desarrollar-SO187893X18300582](http://www.elsevier.es/en-revista-educacion-quimica-78-articulo-la-lectura-como-medio-desarrollar-SO187893X18300582)
- 4) Cassany D., Navegar con timón crítico. [www.researchgate.net/publication/39214372\\_Navegar\\_con\\_timon\\_critico](http://www.researchgate.net/publication/39214372_Navegar_con_timon_critico)
- 5) Cassany D., 10 claves para enseñar a interpretar. [repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/24630/Cassany\\_LEERES\\_10claves\\_docentes.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/24630/Cassany_LEERES_10claves_docentes.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 6) Cassany D., Tras las líneas: sobre la lectura contemporánea. Anagrama, (2006).
- 7) Colomer T., La enseñanza y el aprendizaje de la comprensión lectora. El aprendizaje de la comunicación en las aulas, pp. 85-106. (2009).
- 8) Cornellá A., Infoxicación: buscando un orden en la información (2003).
- 9) Dansereau D., Transfer from cooperative to individual studying. *Journal of Reading*, 30, pp. 614-619. (1987)
- 10) Kaplún M., Una pedagogía de la comunicación (2002).
- 11) Manzoor A., (Bahria University, Pakistan), Media Literacy in the Digital Age: Literacy Projects and Organizations (2016), in Handbook of Research on Media Literacy in the Digital Age.
- 12) Notley T., Dezuanni M., Advancing children's news media literacy: learning from the practices and experiences of young Australians. (2019). *Media, Culture & Society*, 41(5) 689- 707.
- 13) Pereira S., Moura, P. (2019). Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people. *European Journal of Communication*, 34(1) 20-37.
- 14) Unesco (2011), Media and information literacy curriculum for teachers.
- 15) Unesco (2013), Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country readiness and competencies Unesco. [unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655.page=22](http://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655.page=22)



16) Watkins J., (2017) Digital News Report: Australia 2017. Canberra, ACT, Australia: University of Canberra.

17) [www.common sense media.org/news-and-media-literacy/what-is-media-literacy-and-why-is-it-important](http://www.common sense media.org/news-and-media-literacy/what-is-media-literacy-and-why-is-it-important)

18) [medialiteracynow.org/what-is-media-literacy](http://medialiteracynow.org/what-is-media-literacy)

19) Posner J., Russell James A., S.Peterson B., The circumplex model of affect: An integrative approach to affective neuroscience, cognitive development, and psychopathology (2008).

20) Chavez R., Psychosocial Development Factors Associated with Occupational and Vocational Identity Between Infancy and Adolescence. Adolescent Res Rev, 1, 307-327 (2016).

21) Chu S.K., Lau W.W., Chu D.S., Lee C.W., Chan L.L., Media awareness among Hong Kong primary students. Journal of Librarianship and Information Science. 48 (2014).

22) Kivnick H., Wells K.C., Untapped Richness in Erik H. Erikson's Rootstock. The Gerontologist, 54(1), 40-50 (2013).

23) Darling-Fisher C.S., Application of the Modified Erikson Psychosocial Stage Inventory: 25 Years in Review. Western Journal of Nursing Research, 41(3) 431-458 (2019).

24) Newman B., Newman M., P. R., Theories of Human Development. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates (2007).

25) Barkley E.F., Cross K.P., Major C.H., Collaborative Learning Techniques: A Handbook for College Faculty. San Francisco: Jossey-Bass (2005).

26) Unesco: [www.unesco.org/new/en/communication-and-information/access-to-knowledge/information-literacy](http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/access-to-knowledge/information-literacy)



# Medijpratība

## eMedia



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

eMedia (MEDijpratība un Digitālā pilsonība ikvienam)  
ir Erasmus+ projekts (2018-1-FR01-KA201-048117)

