

Medijpratības trenera rokasgrāmata

LV

MEDIA LITERACY

IN THE BALTICS



SATURS

Principi

Kā vadīt medijpratības mācības?.....	3
Vispārējie mācību vadīšanas principi.....	4

Nodarbību izvēle.....

Sagatavošanās mācību vadīšanai

Mācību un izdales materiāli.....	6
Aktuāli vietējie piemēri.....	7

1. DAĻA. IZPRATNE PAR MEDIJEM

A. Mediju saturs un žurnālistika

1. nodarbība. Ievads.....	10
2. nodarbība. Saturs veidi.....	20
3. nodarbība. Informācija un pārliecināšana.....	28
4. nodarbība. Vārda brīvība.....	32
5. nodarbība. Kāpēc ir vajadzīga žurnālistika?.....	42
6. nodarbība. Ziņa un viedoklis.....	48
7. nodarbība. Žurnālistikas standarti.....	54

B. Mūsdienu mediju vide

1. nodarbība. Mainīgās mediju platformas.....	66
2. nodarbība. Uzticēšanās medijiem.....	72

C. Sabiedrības dienaskārtība un mediji kā informācijas "vārtsargi"

1. nodarbība. Ziņu atlase, objektivitāte un līdzsvarojums.....	76
2. nodarbība. Mediju īpašnieki.....	84

2. DAĻA. NEPATIESAS ZIŅAS UN MANIPULĀCIJA

A. Nepatiesas ziņas – kas tas ir?

1. nodarbība. Nepatiesu ziņu veidi.....	92
2. nodarbība. Konspirācijas teorijas.....	98

B. Emociju loma

1. nodarbība. Nosauc emocijas vārdā.....	102
2. nodarbība. Izproti virsrakstus.....	108
3. nodarbība. Dati, algoritmi un privātums.....	114

C. Stereotipi

1. nodarbība. Stereotipi un aizspriedumi žurnālistikā.....	118
--	-----

3. DAĻA. CĪŅA PRET DEZINFORMĀCIJU

A. Rakstīta saturs izvērtēšana un informācijas avotu, citātu un faktu pārbaude

1. nodarbība. Rakstīta saturs izvērtēšana un informācijas avoti.....	126
2. nodarbība. Avotu, dokumentu un citātu pārbaude.....	132
3. nodarbība. Faktu pārbaude.....	140
4. nodarbība. Publikācijas datuma un izmaiņu pārbaude.....	144

B. Foto, video un sociālie tīkli

1. nodarbība. Atkārtoti izmantoti foto un video.....	148
1. nodarbība. Attēlu pārveidošana.....	156
2. nodarbība. Attēlu selektīvā izvēle.....	162
3. nodarbība. Attēlu pēdas.....	166
4. nodarbība. Viltus sociālo mediju profili.....	170
5. nodarbība. Viltus čati un īsziņas.....	174

C. Ziņas par zinātnei un veselību

1. nodarbība. Veselība un zinātne.....	180
2. nodarbība. Informācijas avoti par veselību.....	186
3. nodarbība. Mediju ietekme uz pašsajūtu.....	190

D. Kopsavilkums

1. nodarbība. Nākotne: jūs rādāt ceļu.....	194
--	-----

Kā, nevis ko

Šī mācību programma veidota, lai mainītu mediju lietošanas paradumus, nevis mediju saturu, ko izmantojam. Kā, nevis ko. Programma ir balstīta uz dalībnieku prasmju attīstīšanu, nevis "labo" un "slikto" informācijas avotu noteikšanu, vai kritiku par mediju izvēli. Mēs piedāvājam dalībniekiem apgūt prasmes un rīkus, lai viņi paši varētu izvērtēt saturu un neatkarīgi izdarīt precīzus secinājumus par to, vai medijam var uzticēties.

Atrodiet kopīgo

Cilvēkiem mēdz būt atšķirīgi uzskati – apzinieties to un atstājiet savus personiskos politiskos uzskatus ārpus nodarbību telpas. Politikas jautājumi var "uzpeldēt" laiku pa laikam, bet viens no mūsu uzdevumiem ir palīdzēt dalībniekiem koncentrēties uz galveno uzdevumu – uzlabot spēju atpazīt kvalitatīvu informāciju un uzticamus avotus. Fokusējieties uz uzdevumu un nemēģiniet pārliecināt citus par savu viedokli. Jūs sagatavojat komandu, kas vadīs cīņu pret kļūdainu informāciju un manipulāciju.

Veidojiet vidi drosmei

Novērtējiet ikviena idejas un pienesumu bez aizspriedumiem. Mums visiem ir savi aizspriedumi un stereotipi par pasauli. Mums katram pašam par tiem jādomā individuāli un jāmēģina labāk saprast, kā mūsu aizspriedumi un tas, kam dodam priekšroku, var izveidot nepareizu priekšstatu. Mēs esam sanākuši kopā, lai mācītos, kā tos atpazīt. Cilvēkiem jājūtas gataviem mācīties, un viņi nevar pilnvērtīgi mācīties cīņas vai lidojuma režīmā.

Izvēlieties prātīgi

Šajā rokasgrāmatā ir ļoti daudz materiāla – mēs nesagaidām, ka kāds mācībās izmantos pilnīgi visu! Tā vietā izvēlieties moduljus, kuri ir vispiemērotākie jūsu auditorijai un laika daudzumam, kas jums pieejams mācībām. Lai labāk saprastu, kas varētu vislabāk strādāt jūsu auditorijā, izlasiet pārējās ievadsadaļas!

Principi

VISPĀRĒJIE MĀCĪŠANAS PRINCIPI

IREX visās savās mācībās cenšas ievērot sekojošus principus – lūdzu, paturiet tos prātā, vadot savas mācības!

Mācībām vajadzētu būt:

Uz auditoriju orientētām

Uz auditoriju orientētās mācībās notiek vidē, kur īpaša uzmanība tiek pievērsta katra dalībnieka zināšanām, prasmēm, attieksmei un uzskatiem. Tas nozīmē, ka nekad divas mācības par vienu un to pašu tematu nebūs identiskas, jo katra auditorija pulcē cilvēkus ar atšķirīgu pieredzi.

Uz darbību vērstām

Uz darbību vērstās mācībās uzsvars tiek likts uz tādām zināšanām, prasmēm un attieksmi, kam ir praktisks pielietojums un kas vēlāk palīdzēs dalībniekiem efektīvi tās izmantot praksē.

Aktīvām

Aktīvas mācības sniedz dalībniekiem iespēju iesaistīties mācību procesā interaktīvi. Aktīvu mācīšanos no uz pieredzi balstītas mācīšanās atšķir tas, ka tajā izmanto arī formālu mācību elementus, kas palīdz zināšanu apguves procesā. Visi uzdevumi ir veidoti tā, lai dalībnieki iegūtu zināšanas, prasmes un attieksmi caur savu pieredzi, un nevis tikai vienkārši tās saņemtu jau sagatavotas.

Iekļaujošām

Mūsu mācību dalībnieki pārstāv dažādas ģeogrāfiskās vietas un etniskās grupas, tie runā dažādās valodās, seko dažādām ticībām, tiem ir dažādi dzimumi un seksuālā orientācija. Lielā dalībnieku daudzveidība nosaka, ka mums jāparūpējas, lai katrs dalībnieks ir spējīgs un tiek iedrošināts līdzvērtīgi piedalīties un dalīties ar savu pieredzi. Dažādi dalībnieki nodrošina dažādas perspektīvas un no tām ieguvēji ir visi. Savstarpēja uzticēšanās un atvērta, droša vide domu apmaiņai ir būtiska.

Uz pieredzi balstītām

Uz pieredzi balstīta mācīšanās ir mācīšanās darot. Uz pieredzi balstītas mācīšanās teorija ir vispusīgs, ciklisks process, kurš paredz, ka efektīva mācīšanās notiek tad, kad jaunā pieredze tiek sasaistīta ar iepriekšējo personisko pieredzi, un jau mācībās ir iespēja pielietot zināšanas vai prasmes, risinot vai pildot uzdevumus.

Ar izmērāmu rezultātu

Izmērāmas mācības izmanto uz mācību mērķiem balstītu izvērtēšanas plānus un tehnikas, kas palīdz noteikt, kuras pieejas darbojas un būtu jāpielieto mācību dizaina izstrādē un pasniegšanā.

Jūs esat savu mācību dizaineri – jūs visdrīzāk labi pazīstat un saprotat savu mācību dalībniekus. Zemāk piedāvātie nodarbību dizaini ir ieteikumi – droši izvēlieties tos tematus, kas ir piemēroti un jūsuprāt varētu visvairāk interesēt dalībniekus. Mēs iesakām vienmēr mācībās iekļaut nodarbību 1A1 levas, jo tajā pavisam īsā veidā ir visu svarīgāko medijpratības elementu kopsavilkums.

Zemāk redzami ieteikumi nodarbību dizainam, atkarībā no tā, cik daudz laika ir atvēlēts mācībām. Izvēloties nodarbības, ņemiet vērā dalībnieku vajadzības, mediju lietošanas paradumus. Droši kombinējiet nodarbības, atkarībā no vajadzības!

Ja jums ir:

		 2 dienas	 3 dienas
1 stunda	1A1 Ievads		
2 stundas	Visas augstāk minētās, plus: 3A2 Avotu pārbaude 3B1 Atkārtoti izmantoti foto un video	Visas iepriekš minētās, plus: 1A3 Informācija un pārliecināšana 1A6 Ziņa un viedoklis 1B1 Mainīgās mediju platformas 1C1 Ziņu atlase, objektivitāte un līdzsvarojums 2A1 Nepatiesu ziņu veidi 3A1 Rakstīta satura izvērtēšana un informācijas avoti 3B3 Attēlu selektīvā izvēle 3C1 Veselība un zinātne 3C3 Mediju ietekme uz pašsajūtu	Visas iepriekš minētās, plus: 1A4 Vārda brīvība 1B2 Uzticēšanās medijiem 1C3 Mediju īpašnieki 2B1 Nosauc emocijas vārdā 2B3 Dati, algoritmi un privātums 3A3 Faktu pārbaude 3A4 Attēlu pēdas 3B2 Attēlu pārveidošana 3B5 Viltus sociālo mediju profili 3B6 Viltus čati un īsziņas
3 stundas	Visas augstāk minētās, plus: 1A7 Žurnālistikas standarti		
4 stundas	Visas augstāk minētās, plus: 2B2 Izproti virsrakstus 2C1 Stereotipi un aizspriedumi žurnālistikā		
5 stundas	Visas augstāk minētās, plus: 1A2 Satura veidi 1A5 Kāpēc ir vajadzīga žurnālistika? 3D1 Nākotne: jūs rādāt ceļu		

Sagatavošanās mācību vadīšanai

MĀCĪBU UN IZDALES MATERIĀLI

Gatavojoties nodarbībām, ko esat izvēlējušies vadīt, sagatavojiet visus izdales materiālus (darba lapas, mediju materiālus u.c.). Sagatavojiet arī pamata mācību paligmateriālus, kas nepieciešami katrai stundai – kas tieši nepieciešams, norādīts rokasgrāmatā katras stundas apraksta sākumā.

Klātienēs mācībām visbiežāk jums būs nepieciešami šādi materiāli un rīki:

1. dators prezentācijas un audio/video materiālu demonstrēšanai
2. projektors un ekrāns vai siena baltā krāsā, uz kuras var projicēt attēlu
3. iespēja izmantot printeri un kopētāju izdales materiālu sagatavošanai
4. līmlapiņas dažādās krāsās izmantošanai uzdevumos
5. zīmuli vai mazie mārkeri dalībniekiem
6. tāfeles mārkeri, ar kuriem rakstīt vai nu uz tāfeles vai flip-chart papīra
7. flip-chart papīra bloks vai cits liela izmēra papīrs, uz kura var rakstīt vai zīmēt
8. skočs, līmlente vai cits materiāls papīra piestiprināšanai pie sienas
9. padomājiet arī par dalībnieku ērtību un izvēlieties piemērotu telpu mācībām ar iespēju ievērot distanci starp dalībniekiem, kura ir gaiša, klusa un kuru ir iespējams regulāri vēdināt
10. ja iespējams, nodrošiniet ūdeni un nelielas uzkodas dalībniekiem, īpaši garākām mācībām, vai aiciniet dalībniekus ņemt līdzi savu ūdeni un uzkodas

Tiešsaistes mācībām visbiežāk jums būs nepieciešami šādi materiāli un rīki:

1. dators prezentācijas un audio/video materiālu demonstrēšanai
2. iespēja uz nodarbību laiku izmantot kādu no videozvanu platformām, piemēram, Zoom, MS Teams, Lifesize, Skype, vai citu.
3. ņemiet vērā, ka dažāu platformu bezmaksas versijas ir ar ierobežotu funkcionalitāti, tādēļ iepriekš noteikti pārbaudiet platformu un kā tā darbojas
4. stabils interneta pieslēgums gan trenerim, gan dalībniekiem
5. aiciniet dalībniekus pieslēgties mācībām no vietas, kur būtu pēc iespējas mazāk traucējošu apstākļu
6. aiciniet dalībniekus sagatavot ūdeni ko padzerties nodarbību laikā un nelielas, veselīgas uzkodas

Trenera rokasgrāmatā ir sagatavoti daudzi vietējie un starptautiskie piemēri dažādu situāciju raksturošanai. Tomēr mediju pasaulē jauna informācija nāk klāt katru dienu, tādēļ aicinām izmantot arī citus piemērus, kuri jums ir labāk zināmi un saprotami.

Piedāvājam dažus ieteikumus, kā tos izvēlēties:

1. Vispirms identificējiet, kāda veida saturu jūs meklējat. Vai tā ir safabricēta informācija, lietotāja veidots saturs, vai īsta (kaut kļūdaina) mediju publikācija/reportāža?
2. Īstu, kvalitatīvu mediju publikāciju/reportāžu piemēriem apmeklējiet mediju mājas lapas vai portālus. Izmantojiet gan sabiedrisko mediju, gan privāto mediju radītu saturu.
3. Ja vēlaties rakstu vai video par kādu konkrētu tematu, izmantojiet Google meklētāju. Izmantojot atslēgas vārdus, varat atrast gan tradicionālo mediju, gan sociālo mediju lietotāju veidotus ierakstus.
4. Safabricēts saturs visbiežāk netiek radīts uz vietas jūsu pilsētā, bet nacionālā vai pat starptautiskā līmenī. Izmantojiet mācībās iegūtās zināšanas šāda satura atpazīšanai.
5. Atcerieties, ka mācību nolūkos daloties ar viltus saturu jums nevajadzētu dalībniekiem uzreiz atklāt, ka tas ir viltots. Tā jūs varat sekot līdzi, cik labi dalībnieki jau spēj identificēt viltus informāciju un atšķirt to no kvalitatīvas, uzticamas informācijas.





1. DAĻA

Izpratne par medijiem

1. NODARBĪBA. IEVADS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Spēs labāk izprast un izanalizēt savus mediju lietošanas paradumus
- Sapratīs, kā mediji auditorijā rada emocionālu reakciju
- Iemācīsies paņēmienu, lai labāk atpazītu un izprastu savu emocionālo reakciju, saskaroties ar ziņām un mediju saturu
- Apzināsies savu atbildību, daloties ar mediju saturu
- Sapratīs, kādas ir mediju intereses, publicējot virsrakstus un ziņas

MATERIĀLI

- Dators un ekrāns slaidiem
- Papīrs un rakstāmie
- Marķieri
- Caurspīdīgie marķieri
- Līmlente
- Bumbiņa iepazīšanās sadaļai
- Izdales materiāli

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

DEFINĪCIJAS

Mediji:

Visa veida masu komunikācija: raidošie mediji - radio un TV, rakstošie mediji - žurnāli un avīzes, interneta mediji - ziņu portāli, blogi, sociālo mediju konti utt., arī kino un grāmatas piekļaušana masu komunikācijai, tātad medijiem.

Nepatiesas ziņas (misinformation):

Neprecīza vai maldinoša informācija.

Medijpratība (media literacy):

Prasmju kopums, kas palīdz kritiski izvērtēt mediju ziņojumus, kā arī izveidot pašam savus mediju vēstījumus.

Dezinformācija (disinformation):

Informācija, kas ir nepatiesas un ir izveidota ar mērķi kaitēt kādam cilvēkam, organizācijai, sabiedrības grupai vai pat veselai valstij.

Kaitnieciska informācija (malinformation)

Patiesas informācija, kas tiek izplatīta, lai nodarītu kaitējumu. Šajos gadījumos informācija bieži vien ir privāta.

Piemērus skatiet 11 lpp. ▶



Dezinformācija (disinformation):

2018. gadā kāds portāls publicēja nepatiesu ziņu par tirdzniecības centra "Alfa" sabrukšanu.



Nepatiesas ziņas (misinformation):

Šī ziņa ir balstīta uz grūti pārbaudāmu informāciju, ko iepriekš publicējis laikraksts "Vzгляд".



Kaitnieciska informācija (malinformation):

Tā bieži tiek izmantota politisko konkurentu vidū, it īpaši priekšvēlēšanu kampaņās, lai nomelnotu sāncensi.



Series of horizontal dashed lines for taking notes.

Kādēļ medijpratība ir svarīga?

Nepatiesas ziņas ir mums visapkārt. Tās ietekmē mūsu uzvedību, to, kā veidojam savus uzskatus, kā rūpējamies par savu veselību un kam dodam varu pār mums lemt (balsojot vēlēšanās). Viltus ziņas tiešsaistes vidē paaugstina risku izplatīties dažādām slimībām, kuras ir novēršamas, ja laicīgi notiek vakcinēšanās. Tādēļ mediju lietotājiem jābūt prasmēm, kas ļauj ātri atšķirt patiesu informāciju no viltus ziņām. Tā ir viena no lielākajām medijpratības koncepta sastāvdaļām. Mediju pētnieki un zinātnieki uzskata medijpratību par galveno risinājumu nepatiesu ziņu ierobežošanai. Ja tu esi medijpratīgs, tad tu esi arī kritiski domājošs. Kādēļ tas ir

svarīgi? Tādēļ, ka automātiski nenotici visam, ko dzirdi, redzi vai lasi.

Medijpratība nozīmē gan prasmi kritiski izvērtēt, gan arī prasmi tehniski pārbaudīt informāciju, attēlu, video vai sociālo mediju profilu.

Medijpratība ļauj domāt citādāk, nekā to dara pārējie.

Tajā pašā laikā medijpratība nenozīmē, ka pret ziņām ir jāattiecas cinismu, jo ne visas mediju organizācijas nodarbojas ar viltus ziņām, manipulēšanu vai klikšķu biznesu. Žurnālisti veic būtisku darbu demokrātijas stiprināšanai, jo informē un izglīto mūs.

Trenera sagatavošanās

Izdrukājiet pietiekami daudz izdales materiālu, lai tie pietiktu visiem dalībniekiem. Sagatavojiet datoru un ekrānu, lai varētu demonstrēt slaidus.

NODARBĪBAS NORISE

lesildīšanās 10 min ⌚

Sakārtojiet telpu, lai dalībnieki atrastos aplī (var gan sēdēt, gan stāvēt).

Palūdziet, lai dalībnieki ar sevi iepazīstina un pasaka:

- savu vārdu;
- pāris vārdus par sevi (kas ir viņu dzimtā pilsēta, cik ir brāļu vai māsu, vai ir kādi hobiji);
- kā viņi nokļuva šajā nodarbībā;
- kaut ko jaunu par sevi, ko neviens cits no dalībniekiem nezina, lai viens otru labāk atcerētos.

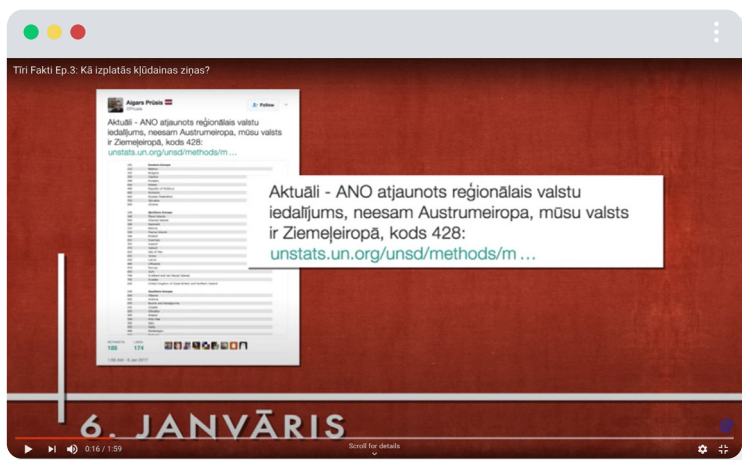
Parādiet piemēru un vispirms iepazīstiniet dalībniekus ar sevi. Lai process būtu atrasisitāks, varat izmantot bumbiņu, kuru viens dalībnieks pamet otram.

IETEIKUMI

Parādiet prezentācijas slaidu, kurā ir redzami vairāki nepatiesu ziņu piemēri. Pēc tam rosiniet diskusiju dalībnieku starpā, izmantojot jautājumus.

Jautājumi

- Cik sarežģīti ir izlabot neprecīzu vai nepatiesu informāciju?
- Kādu atbildību mēs uzņemamies, kad dalāmies ar šādu informāciju?



Nepatiesas ziņas izlabot ir ļoti sarežģīti. Īpaši tādēļ, ka pasaulē ir līderi, kuri uzticamus ziņu avotus sauc par viltus ziņām. Turklāt nepatiesas ziņas izplatās daudz straujāk nekā patiesība, jo cilvēkiem patīk dalīties ar neparastām parādībām vai alternatīviem aktuālu notikumu izskaidrojumiem.

Tas nozīmē, ka mūsu loma, izvērtējot redzēto, dzirdēto un lasīto, ir īpaši svarīga, lai nedalītos ar nepatiesām ziņām tālāk. Būtībā, lai apturētu nepatiesu ziņu izplatīšanos, mums ir jānostājas pret saviem dabiskajiem instinktiem.

Sensācijām ir plaša auditorija, jo cilvēkus tās dabiski pievelk,



TĒZES

Parādiet dalībniekiem šo Pieci.lv video par ziņu, kas kļūdains tika pasniegta kā jauna, bet patiesībā bija 20 gadus vecs notikums par Latvijas iejaušanu Ziemeļeiropas valstu grupā:

tāpat kā mums patīk redzēt saules vai mēness aptumsumus. Tas ir neparastāk par ikdienu. Tādēļ nepatiesās ziņas izplatās straujāk par patiesajām.

Turklāt tās ir mērķtiecīgi veidotas, lai aizskartu mūsu jūtas un vienlaicīgi radītu bailes. Bailes neļauj informāciju uzlūkot kritiski. Ja kāds uz ielas iesauksies "Aiz stūra ir bruņots vīrietis, kurš draud visus nošaut," jūs nesāksiet analizēt informācijas patiesumu. Taču aiz datora ekrāna tūlītējas briesmas nedraud, tāpēc, saskaroties ar informāciju digitālajā vidē, ir iespēja uztrenēt spēju atpazīt un savaldīt emocijas, kuras mērķtiecīgi izsaukušas viltus ziņas.

AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Palūdziet, lai dalībnieki aizpilda tabulu un norāda, kurus medijus tie lieto regulāri (e-pastu, Facebook, radio, TV utt.) un kādu saturu

tie lieto katrā no šīm platformām. Piemēram, viņi dzird radio no rīta, skatās YouTube vai klausās Spotify pa ceļam, lasa interneta portālus pusdienlaikā, skatās saturu Facebook mājupeļā un skatās TV seriālus datorā vakarā. Palūdziet dalībniekus aizpildīt

pēc iespējas vairāk. Atgādiniet, ka mediji ir ļoti plašs informācijas spektrs - arī kino un grāmatas. Šai aktivitātei varat izmantot arī ineraktīvo rīku "Very Verified": <https://verified.ed-era.com/>



Iedodiet dalībniekiem aizpildīt mediju lietošanas tabulu, kā arī papīra lapas un rakstāmos.

Aizpildāmā tabula:

		Rīts		Diena		Vakars	
Mana ikdiena (pieraksti darbības, kuras veic ikdienā - brokastu, brauc, strādā, gatavo ēst, trenēties, atpūties utt.):							
Izvēlies mediju veidus no zemāk piedāvātajiem:		Raidījuma, kanāla, temata nosaukums	Pavadītais laiks (min)	Raidījuma, kanāla, temata nosaukums	Pavadītais laiks(min)	Raidījuma, kanāla, temata nosaukums	Pavadītais laiks(min)
Drukātie	Avīzes						
	Žurnāli						
	Grāmatas						
	Cits						
TV	Vietējie Latvijas kanāli						
	Kabeļtelevīzija						
	Satelīttelevīzija						
	Youtube u.c. interneta TV						
	Netflix u.c. straumes						
	Cits						
Radio	Ziņu radio						
	Mūzika						
	Podkāsti						
	Spotify u.c. straumes						
	Cits						
Internets / mobilās ierīces	Ziņu portāli						
	Sociālie mediji						
	Čati / WhatsApp / sms						
	E-pasts						
	Podkāsti						
	Organizatori (Slack)						
Cits							
Sociālā saskarsme	Sarunas ar darugiem, radiniekiem, citiem						

Pēc tam palūdziet dalībniekus uz papīra lapām uzrakstīt visas tās tehniskās ierīces (viedtālrunus, datorus, planšetes, televizorus, radio), kurās tie patērē medijus.

Tagad dalībniekiem vajadzētu salikt kopā abas lapas un ar līmlenti tās salīmēt. Kad tas ir izdarīts, lieciet dalībniekiem savilkt ar līnijām kopā mediju veidus, ko tie lieto (piemēram, podkāsti, WhatsApp, filmas), ar ierīcēm, kurās viņi šo saturu lieto. Tas palīdzēs dalībniekiem izprast, kādus medijus viņi lieto dažādās ierīcēs.

Visbeidzot, palūdziet dalībniekiem savilkt kopā tos mediju veidus, ko viņi lieto paralēli (piemēram, lasa ziņu portālu, klausās radio un

sarakstās ar draugiem). Paskaidrojiet, ka tas ir normāli, ka dalībnieku lapas tagad ir jucekliģi saķēpātas.

Lai dalībniekus iedrošinātu dalīties savos mediju lietošanas paradumos ar citiem, izstāstiet kādu piemēru no savas dzīves, vēlams tādu, kas jums liktu pašam nosarkt. Tas var pamudināt dalībniekus atvērties.

Palūdziet pārīs brīvprātīgos pastāstīt par saviem mediju lietošanas paradumiem, izmantojot zemāk esošos jautājumus.

Jautājumi

- Kādas ir pārdomas, skatoties uz šo mediju lietošanas tabulu? Ko Tu domā par medijiem un ierīcēm, kuras lieto?
- Cik dienā pavadi laiku, lietojot mediju informāciju, izmantojot šīs ierīces?
- Vai tas ir liels vai mazs informācijas apjoms? Kā tas ietekmē spējas nodalīt kvalitatīvu informāciju no nekvalitatīvas?

TĒZES

Mediju pārslodze ir labi aprakstīts fenomens. Daudzi no mums reizēm jūtas noguruši no informācijas daudzuma, kuru uzņemam ar mediju starpniecību. Tāpat arī spiediens būt informētam par notikumiem ziņās vai seriālos, vai draugu, radnieku vai slavenību dzīvēs mūs nogurdina. Arī ierīču skaitu, ar kurām menedžējam savu informācijas patēriņu, var būt nogurdinoši pārvaldīt.

No šī visa izriet negatīvas sekas, it sevišķi, ja pārāk daudz lietojam sociālos medijus. Pētījumā ASV noskaidrots, ka, jo vairāk laika jauni cilvēki pavada sociālajos medijos, jo lielāka iespēja viņiem justies nomākti vai izjust depresiju.

Ja izprotam mūsu mediju lietošanas paradumus un apgūstam papildu medijpratības prasmes, kļūst vieglāk un efektīvāk pārvaldīt mediju pasauli un izvairīties no pārslodzes, ko rada patērētais informācijas daudzums. Citiem vārdiem sakot, ir jāprot

atbildīgi lietot medijus un uztvert informāciju.

Ziņas un mediji var likt mums domāt par noteiktiem jautājumiem un veidot mūsu viedokli par tiem. Piemēram, mēs, ieraugot kādu ziņu, varam sajūties pārsteigti, dusmīgi vai bēdīgi.

Apstāšanās uz brīdi un emocionālās reakcijas atpazīšana, mēģinot uz šīm emocijām paskatīties attālināti, ļaus labāk izprast redzēto, dzirdēto vai lasīto informāciju, apzināties savu attieksmi pret konkrēto jautājumu, cilvēku vai notikumu un palīdzēs neiekrist nepatīesu ziņu lamatās.

Šo principu sauc "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās" (Name it to tame it - ang.val., frāze, ko izstrādājis interpersonālās komunikācijas un neirobioloģijas pētnieks Dans Sīgels). Šī darbība, kas ar vārdiem apraksta emocijas, ļauj prātam iegūt kontroli pār



A series of horizontal dotted lines provided for writing or drawing answers to the questions and exercises.

emocijām un neregulēt smadzeņu daļu, kas izpilda komandas. Šī prasme dod iespēju izvēlēties reakciju, ko izprovocējis raksts, bilde vai video.

Šis process palīdzēs smadzenēm izpildīt darbības, lai pārbaudītu informācijas patiesumu, vai vismaz apturēs vēlmi dalīties ar tādu informāciju, par kuru neesi pārliecināts, ka tā ir patiesa.

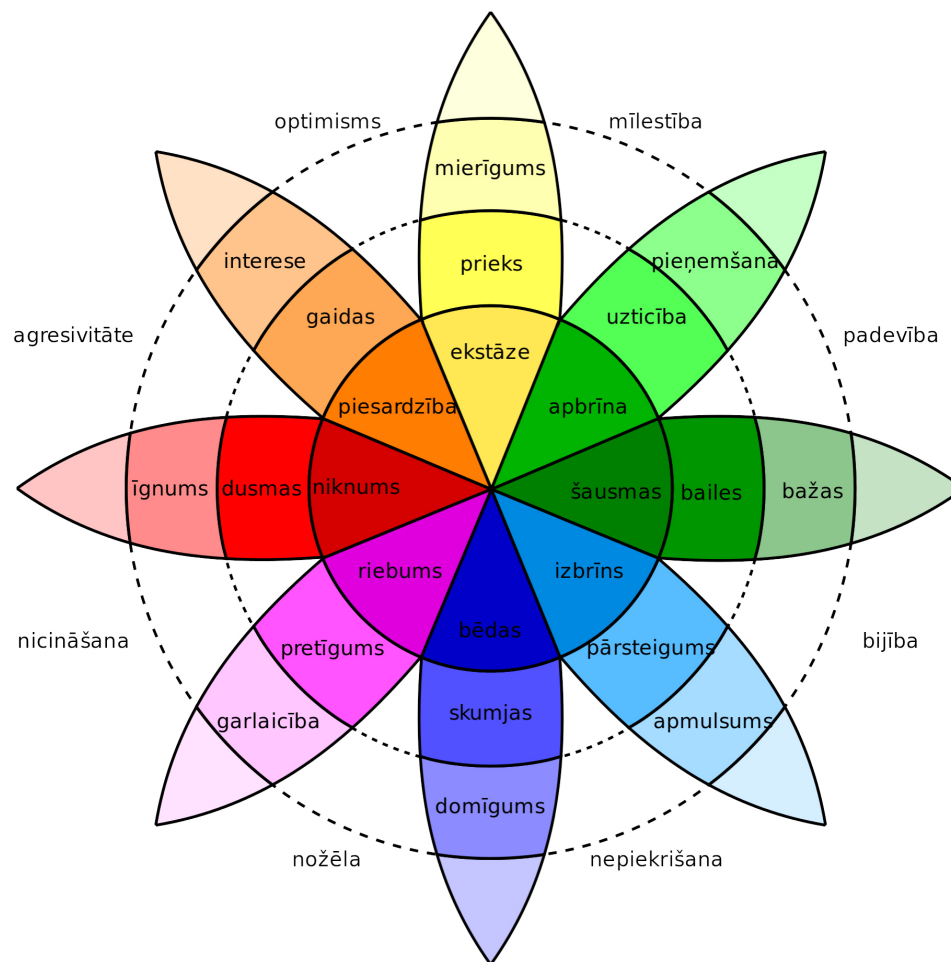


AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Šajā sadaļā dalībnieki pārbaudīs savas sajūtas par dažādām nepatiesām ziņām.

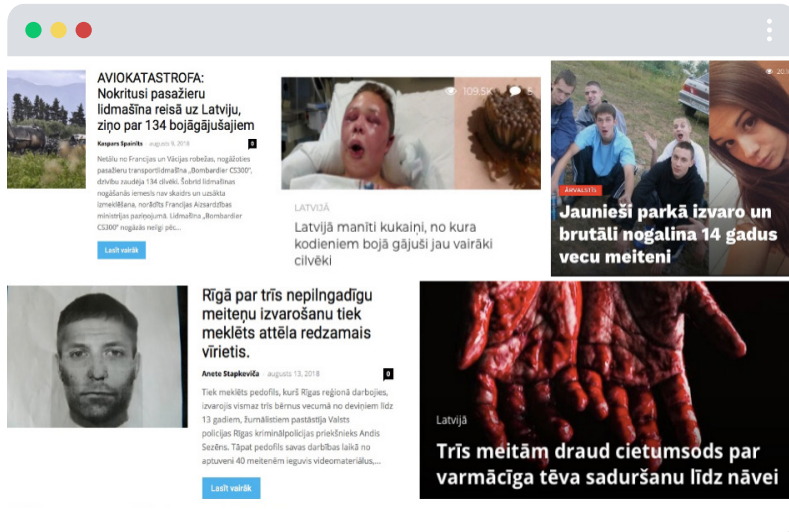
Iedodiet dalībniekiem izdales materiālu ar Emociju apli.



Pēc tam parādiet dalībniekiem slaidu "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās". Arī pats skaļi visiem priekšā izlasiet visus šīs stratēģijas soļus:

1. Apstājies! Pagriez galvu prom no ekrāna.
2. Pajautā! Ko es tagad jūtu?
3. Pasaki! Iekšēji sev atbildi, kā sauc šo sajūtu.

NAME IT TO TAME IT



Uzmanību!

Šo uzdevumu var veikt, arī sadalot dalībniekus grupās pa divi. Pēc katra viltus ziņu slaida apskatīšanas dalībnieki individuāli apskata "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās" soļus un tad pārrunā piedzīvotās emocijas.

Palūdziet, lai dalībnieki uz papīra lapas uzraksta emocijas, kuras viņi izjuta, skatoties uz virsrakstiem. Paskaidrojiet, ka tas nemaz nav tik vienkārši - ar vārdiem raksturot emocijas, tāpēc atgādiniet, ka dalībnieki var apskatīt emociju apli, lai atrastu emociju, ko tie izjūt. Parādiet vēlreiz slaidu ar virsrakstiem un dodiet dalībniekiem laiku pārdomām un uzdevuma izpildei.

Pajautājiet, vai ar kādu no ziņām viņi gribētu dalīties ar draugiem? Kāpēc jā vai kāpēc nē?

Atkārtojiet šo uzdevumu ar vēl vienu ziņu virsrakstu slaidu.

Jautājumi

- Pēc tam, kad uzdevums izpildīts, pajautājiet, vai esat kādreiz sastapies ar draugu dalītu saturu, kas ir izraisījis spēcīgu emocionālo reakciju? Kas tā bija par ziņu? Kādu reakciju tā izsauca?
- Kuram ir izdevīgi, ka ziņas izsauc spēcīgu reakciju? Vai dalīšanās ar provocējošu informāciju var būt riskanta? (*Šeit trenerim būtu labi jau laicīgi sagatavot kādu piemēru, par kuru pastāstīt, lai rosinātu sarunu*)



TĒZES

Šis uzdevums deva ieskatu tajā, kā ziņu virsraksti kopā ar bildēm iedarbojas uz cilvēku emocijām. Šis ir ļoti svarīgs medijpratības jautājums, kurš atkārtosies daudzās nodarbībās. Emociju atpazīšana ir pirmais solis, lai adekvāti izlemtu, kā rīkoties un vai vispār reaģēt uz saņemto informāciju. Tāpēc daudzās nodar-

bībās "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās" slaidis atkārtosies, lai atgādinātu, ka emocijas ir jānosauc vārdā, pirms tālāk vērtēt informāciju. Tajā pašā laikā jāpiebilst, ka emociju izraisošas ziņas automātiski nav nepatiesas vai manipulatīvas. Tās var raisīt arī patērējot kvalitatīvu ziņu saturu.

Padoms trenerim

Nav jāsatraucas, ja dalībnieki vēl nav gatavi atklāti runāt par savām emocijām, jo šī ir tikai pirmā nodarbība. Pats galvenais, ka dalībnieki šīs sajūtas un emocijas atpazīst un atzīst paši sev. Atkarībā no tā, kas ir šīs nodarbības dalībnieki, to var ērti pielāgot, mainot slaidus vai papildinot piemērus ar kādiem citiem

atbilstošākiem piemēriem. Galvenais, lai tie raisītu diskusijas un sarunas dalībnieku starpā. Tajā pašā laikā vajadzētu izvairīties no tādiem piemēriem, kuros apskatīti temati, par kuriem sabiedrībā ir asas diskusijas. Tas var novērst dalībnieku uzmanību no medijpratības un ieraut viņus nevajadzīgās diskusijās par strīdīgajiem jautājumiem.

TĒZES

Pārējās nodarbības ir veidotas, lai turpinātu apgūt "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās" stratēģiju un palīdzētu dalībniekiem kļūt par vēriģiem informācijas un mediju lietotājiem. Informācijas

radīšanas, cirkulācijas un patērēšanas process ir sarežģīts, tāpēc medijpratībai jāapskata daudzi temati. (*Parādiet dalībniekiem tikai tās nodarbības, kuras viņi apgūs*).

SECINĀJUMI

Mēs dzīvojam informācijas pārbagātībā, un reizēm ir ļoti sarežģīti atšķirt patiesību no izdomājumiem. Lai mēs kritiskāk izvērtētu ziņas un cita veida mediju saturu, vispirms vajag sākt atpazīt sevis paša emocionālo reakciju uz notikumiem, kurus mediji atspoguļo. Atpazīt emocijas, lai savaldītu tās, jeb pavērot savu emocionālo reakciju un nolikt to malā. Tāpat ir būtiski būt uzmanīgiem, pirms

dalīties ar informāciju, kas dažādu iemeslu dēļ kļuvusi populāra. Jāpatur prātā, ka mēs katrs esam vārtu sargs informācijai un ar savu darbību varam samazināt nepatiesas informācijas izplatīšanos. Viltus ziņas izplatās ļoti ātri, tādēļ ir vērts šādu informāciju kritiski izvērtēt, pirms dalīties ar to.

2. NODARBĪBA. SATURA VEIDI

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki atpazīs dažādus mediju satura veidus un dažādus informācijas nodošanas veidus, kā piemēram, informēšana, propaganda, sociālā reklāma, sabiedriskās attiecības un komerciālā reklāma.

MATERIĀLI

- Piemēru izdrukas vai prezentācijas slaidi ar piemēriem
- Izdales materiāli
- Ļimlapiņas
- Pildspalvas
- Marķieri

NEPIECIEŠAMĀS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

3 min ⌚

Šodien mēs iemācīsimies identificēt dažādus informācijas nodošanas veidus, ieskaitot informēšanu, propagandu, sociālo reklāmu, sabiedriskās attiecības un komerciālo reklāmu. Tas ir

svarīgi, jo mums ir jāsaprot mērķi, kādi ir informācijas veidotājam, lai varētu spriest par informācijas ticamību.

AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Sadaliet dalībniekus divās vai trīs grupās. Iedodiet katrai grupai dažādus informācijas piemērus, piemēram, ziņas, propagandu un komerciālo reklāmu. Iedodiet katrai grupai satura kategoriju kopijas (pieejamas izdales materiālos) un Ļimlapiņas, lai uz tām pierakstītu savas domas.

Dodiet dalībniekiem 5 minūtes, lai apskatītu piemērus un klasificētu tos, izmantojot Ļimlapiņas.

Pēc grupu darba beigām lieciet dalībniekiem iepazīstināt ar paveikto un izskaidrot, kāpēc viņi izvēlējās konkrētos piemērus atbilstošajā satura kategorijā.

Ieteikumi trenerim

Atkarībā no situācijas, šo uzdevumu var veikt divos veidos:

1. dalībniekiem parāda piemērus prezentāciju slaidos un lūdz pierakstīt savas domas uz līmlapiņām;
2. dalībniekiem piemērus izdala izdrukā, lūdz pierakstīt savas domas uz līmlapiņām un pielīmēt tās uz izdales materiālu kopijām.

TĒZES

5 min.

Trenerim ir jāuzteic dalībnieki par pareizajām atbildēm un ar jautājumu "Kā jūs izdarījāt šo secinājumu?" jālūdz dalībniekus izskaidrot, kā viņi ir nonākuši līdz tam. Tāpat trenerim ir jāizskaidro, ka mēs visi, klasificējot informāciju, meklējam pavedienus,

taču mēs bieži neprotam šos pavedienus skaidri raksturot. Spēja atpazīt dažādus informācijas veidus palīdz kļūt par apzinīgākiem informācijas patērētājiem, kuri nākotnē var vieglāk noteikt šīs atšķirības.

AKTIVITĀTE

20 min ⌚

Izveidojiet divas līdz trīs grupas uzdevuma veikšanai. Katrai grupai iedodiet izdales materiālu kopiju "septiņi satura veidi".

Treneris sadala dalībniekus grupās un katrai no tām piešķir atšķirīgu satura kategoriju: "ziņa", "viedoklis", "komerciālā reklāma", "sociālā reklāma", "sabiedriskās attiecības" vai "propaganda". Katra grupa izvēlas vienu piemēru no savas kategorijas (var izmantot piemērus no iepriekšējās aktivitātes). Dalībniekiem

jāizlemj, vai viņu izvēlētais saturs uzskatāms par "informāciju" vai "pārliecināšanu", un tad attiecīgā izdrukā materiālu lodziņā jāieraksta atbilde.

Pēc tam dalībniekiem piecu minūšu laikā jāatbild uz izdales materiālos uzdotajiem jautājumiem, kas attiecas uz viņu izvēlēto satura kategoriju, un jāieraksta atbildes izdales materiālos. Pirms uzdevuma veikšanas treneris kā piemēru var izvēlēties vienu satura veidu un kopīgi ar visiem dalībniekiem atbildēt uz jautājumiem.

Ieteikumi trenerim

Kamēr grupas aizpilda izdales materiālu, sadaliet tāfelī divās vertikālās sadaļās, viena - Informācijai, otra - Pārliecināšanai. Jūs to izmantosit, lai ierakstītu dalībnieku atbildes. Nemiet vērā, ka visiem Pārliecināšanas veidiem radīsies kopīga tēma (ka to mērķis ir ietekmēt, un tie mēdz vairāk atsaukties uz emocijām,

nevis informāciju), lai arī tie var provocēt nedaudz atšķirīgas atbildes atkarībā no konkrētā satura veida.

Šajā aizpildītajā tabulā ir norādījumi pasniedzējiem par to, kāda veida atbildes viņiem vajadzētu sagaidīt. Jāņem vērā, ka atbildes var atšķirties atkarībā no piemēriem, kas pieejami dalībniekiem.

Septiņi satura veidi (norādījums pasniedzējiem)



SATURA VEIDS	ZIŅA	VIEDOKLIS	REKLĀMA	SOCIĀLĀ REKLĀMA	SABIEDRISKĀS ATTIECĪBAS	VILTUS ZIŅAS	PROPAGANDA
Tā ir informācija vai pārliecināšana?	Informācija	Pārliecināšana	Pārliecināšana	Pārliecināšana	Pārliecināšana	Informācija	Pārliecināšana
Vai tiek izmantoti fakti un/vai viedokļi?	Jābūt galvenokārt faktiem.	Autors izsaka savu viedokli. Labākus viedokļus atbalsta fakti.	Viedoklis, ka jums vajadzētu iegādāties produktu vai pakalpojumu.	Viedoklis par to, kā jums vajadzētu izturēties.	Viedoklis par attiecīgo uzņēmumu.	Falsificēti fakti un viedokļi. Var būt izmantoti arī patiesi fakti.	Viedoklis, parasti par politiku.
Kādam nolūkam?	Viedokļi tiek attiecināti uz citiem runātājiem - tas nav autora viedoklis.	Lai ietekmētu esošos uzskatus.	Lai ietekmētu iepirkšanās paradumus.	Lai ietekmētu uzvedību savā vai sabiedrības labā.	Lai ietekmētu domas par kādu uzņēmumu.	Lai radītu paniku, dezorientētu, pelnītu, arī reklāmām.	Lai ietekmētu vai piespiestu mainīt politiskos uzskatus un izvēles.
Kādas emocijas, iespaidus vai sekas tas rada?	Lai informētu.	Pārdomas, piekrišana, bailes, dusmas, bažas.	Vēlmes, prieks, bažas.	Altruisms, bailes, bažas.	Pozitīva attieksme pret uzņēmumu.	Bailes, dusmas, bažas, izbrīns.	Lepnums, kopības izjūta, dusmas, vēlme rīkoties, naids, bailes, šausmas.
Ar kādiem mehānismiem tas darbojas?	Zinātkāre, interese, pārdomas, mācišanās.	Arguments, apraksts, salīdzinājums, emociju piesaiste.	Vēlpmju piesaiste, pievilcīgi vai piesaistoši attēli un mūzika.	Morālā piesaiste, līdzjūtība, atbildības sajūta, sevis pilnveidošana. Var tikt izmantotas komerciālās reklāmas paņēmieni.	Pozitīvas emocijas un asociācijas.	Emociju piesaiste, pārspilējums, uzmanības novēršana, faktu sagrozīšana, manipulēšana ar stereotipiem.	Apvainojums, aizrādījums, pārspilējums, uzmanības novēršana, autoritatīvu personu uzskati, faktu sagrozīšana, manipulēšana ar simboliem un stereotipiem, pastāvīga atkārtošana.
Kāda ir informācijas attieksme pret savu tēmu?	Apraksts, attēlojums, salīdzinājums.	Pozitīva vai negatīva.	Pozitīva.	Pozitīva (pret rīcību) vai negatīva (pret problēmu).	Pozitīva.	Negatīva.	Pozitīva vai negatīva.

Kad piecas minūtes ir pagājušas, palūdziet Informēšanas grupai prezentēt savu darbu uz tāfeles. Tad palūdziet kādu no Pārlicināšanas grupas iepazīstināt ar savu paveikto. Palūdziet citiem dalībniekiem atsauksmes - viņi var tabulai pievienot papildu elementus.

Jautājumi

- Kādas kopīgas iezīmes jūs redzējāt starp dažādiem pārlicināšanas veidiem?
- Vai pārlicināšanai kādreiz ir negatīva ietekme? Pozitīva ietekme? Vai šie efekti ir vajadzīgi? Kāpēc?

TĒZES

5 min.

Informācija ietver sevī faktus, kas domāti cilvēku izglītošanai par kādu notikumu vai tematu. Tajā var būt daži viedokļi par faktiem, taču viedokļi ir skaidri iezīmēti un nav informatīvās daļas galvenā sastāvdaļa.

Visa veida pārlicināšanas mērķis ir ietekmēt. Atšķirībā no informēšanas, pārlicināšanas saturs ir piesātināts ar emocijām.

Pārlicināšana kļūst par problēmu, kad tās patiesie mērķi ir slēpti. Piemēram, ja rakstam, kura autors ir Tele2, ir klāt uzraksts "apmaksāta reklāma", tad šī raksta motīvam vajadzētu būt skaidram.

Kad tabula ir aizpildīta, salīdziniet dalībnieku atbildes ar jau aizpildīto tabulu, kas sagatavota pasniedzējam. Kā kopumā dalībniekiem veicās ar informēšanas un pārlicināšanas atpazīšanu? Ja atbildes ir līdzīgas, tad uzslavējiet dalībniekus. Ja tās nesakrīt vai sakrīt tikai daļēji, veltiet laiku šo jēdzienu izskaidrošanai un apspriediet, kāpēc radušās neatbilstības.

Ja rakstam nav šāda papildu uzraksta, tad, iespējams, nebūsiet tik skeptisks pret tā motīviem.

Nemiet vērā arī to, ka pat vislabāk argumentētie viedokļi nesniegs visu patiesību. Atsevišķie fakti var būt precīzi, taču viedokļa autors noklusēs citus faktus, kas varētu atspēkot viņa galveno tēzi. Tāpēc ir svarīgi iepazīties ar dažādiem viedokļiem par konkrēto notikumu, cilvēku vai jautājumu un pašam iepazīties faktiem. Paturiet prātā, ka nekvalitatīvi/neargumentēti viedokļu raksti var saturēt nepatiesu informāciju!

SECINĀJUMI

5 min.

Šajā nodarbībā dalībnieki uzzināja atšķirību starp informēšanu un pārlicināšanu. Lai gan ziņas ir informēšanas veids, daudzi citi satura veidi - sabiedriskās attiecības, reklāma, propaganda

- ir paredzēti, lai pārlicinātu. Dalībniekiem vajadzētu pārzināt dažādās pārlicināšanas pazīmes, kā arī pārlicināšanas saturu kopumā.

Izdales materiāls

Darba lapa: Septiņi satura veidi

Ierakstiet atbildes par savu piemēru zemāk.

Mans piemērs:

Satura veids?	
Tā ir informācija vai pārliecināšana?	
Vai tiek izmantoti fakti un/vai viedokļi?	
Kādam nolūkam?	
Kādas emocijas, iespaidus vai sekas tas rada?	
Ar kādiem mehānismiem tas darbojas?	
Kāda ir informācijas attieksme pret savu tēmu?	

Izdales materiāls "Septiņi satura veidi"



Handwriting practice lines consisting of multiple horizontal dotted lines.

Ziņa

'Covid-19': Latvijā nekonstatē jaunu saslimšanas gadījumus (69)



Foto: DELFI

Latvijā aizvadītās diennakts laikā nav konstatēti jauni saslimšanas gadījumi ar jauno koronavīrusa izraisīto saslimšanu "Covid-19", informē Slimību profilakses un kontroles centrs (SPKC).

Lasi vēl

SPKC ziņo, ka aizvadītās diennakts laikā,

Covid-19 izplatības risku mazināšanai sociālās aprūpes centri apsver iespēju algot apsardzi

Covid-19 pārēkļa atklāšana kristīgās draudzes Zila krusts vīriešu patversmē Rīgā stingrākus piesardzības pasākumus likusi apsvērt Valsts sociālās aprūpes un sociālās rehabilitācijas institūcijās, norāda labklājības ministres padomnieks komunikācijas jautājumos Jānis Zariņš.

Itvzinas • Follow

Itvzinas • Pieaug pieprasījums pēc makaroniem

Itālijā un citur pasaulē #COVID19 krīzes apstākļos strauji pieaudzis pieprasījums pēc makaroniem. Pastas ražotājiem grūti tikt līdz un nākas pielāgoties.

22w

renateozolina @sestdiena 22w 1 like Reply

chriesbanzai Visi pumpee muskuļus! 22w Reply

5,217 views

PIEAUG PIEPRASĪJUMS PĒC MAKARONIEM

SEKO MUMS

Seko līdz portāla Diena.lv jaunākajām ziņām arī sociālajos tīklos!



ZIŅAS E-PASTĀ

Sapņem Diena.lv aktuālās ziņas e-pastā!

E-pasta adrese

Viedoklis

Bailēs no panikas zūd iejūtība

Atbildīgo dienestu intensīvā un visumā apmierinošā informatīvā kampaņa par visus satraukušā koronavīrusa jeb Covid-19 izplatību tomēr uzrāda dažus trūkumus – tā pārlietu pašmērīgi vērstā uz to, lai noliegtu jebko, ko varētu nodēvēt par bažām vai paniku, un ir izteikti orientēta uz veselīem cilvēkiem darbaspējīgā vecumā. Vājajiem, vecajiem un slimajiem, kuriem Covid-19 nes vislielākos riskus, nekāds īpašs vēstījums nav manīts.

AGNEŠE MARGEVIČA

Diena 2. marts, 5:45

DIENAS KOMENTĀRS

18 KOMENTĀRI

Ieteikt rakstus

TĒMAS

Dienas komentārs

SAISTĪTIE RAKSTI

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

PIERAKSTĪTES

Starp Veselības ministrijas ieteikumiem nav pamanīts it kā elementārs mudinājums laikus iegādāties medikamentus, lai masveida saslimšanas gadījumā nebūtu jānoslogo jau tā tobrīd noslogotie ģimenes ārsti un jāstājša pa aptiekām, palielinot inficēšanās riskus.

SEKO MUMS

Seko līdz portāla Diena.lv jaunākajām ziņām arī sociālajos tīklos!



ZIŅAS E-PASTĀ

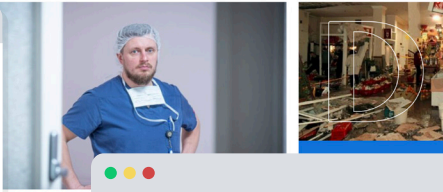
Sapņem Diena.lv aktuālās ziņas e-pastā!

E-pasta adrese

PIERAKSTĪTES

Roberts Fūrmanis: Saeimas cinisms un mediķu dzīvības (276)

Roberts Fūrmanis, Latvijas Arta šķiršanas viceprezidents



Pārdzīvot izolāciju

Pandēmija liek mainīt ieradumus. Beidzot ir pienācis brīdis, kad sabiedrība kopumā iziet ārpus savas komforta zonas – nu, varbūt izņemot tulkotājus, kuri tagad var skābi jokot par to, ka sabiedrība beidzot saprātis viņu problēmas.

Bet iziet ārpus komforta zonas tāci ir labi, vai ne? Ja dāve ir pārāk vienkārša, komfortabla, tad nenotiek attīstība, cilvēki ielēp savos ērtajos dvāros, svētku galdus un slēpšanās trasēs. Patiešām tas nebūt nav tik viennozīmīgi. Protams, pārmērīgs var nest labus rezultātus ilgtermiņā, taču īstermiņā tas var nozīmēt arī daudzas sāpīgas izvēles, kas nebūt nav garantēti godīgas pret katru ieskaitīto. Tik tiešām: pasaule nebūt nav individuāli godīga, lai arī cilvēku sabiedrība to tādu cenšas izveidot.

Lietājā panākā par vīrusu riskiem sabiedrība tikai palēnām sāk apjaut, ka izolācija nerak glūzi par vēli. No vienas puses, būtiski tiek traucēta ekonomiskā darbība, daudzi darbinieki izrādās lieki un ekonomika kopumā, vismaz īslaicīgi, atgriežas atpakaļ iepriekšējā ciklā ar daudz mazāku pakalpojumu sektora lomu.

No otras puses, izolācija tā vai citādi pastiecinās arī cilvēku veselības stāvokli. Atkal – gan fizisko, jo, mājās sēdot, samazinās fizisko aktivitāšu daudzums un ir grūti turēties pretī leduskausēja kārdinājumam, gan arī garīgo: izolācija diemžēl nes sev līdzi paaugstinātus depresijas, sociālās traucēsmes un zema pašvērtējuma riskus, savukārt vecāka gadagājuma cilvēkiem paaugstināts smadzeņu sabrukšanas un smadzeņu darbības traucējumu (demences) procesi. Sociālās izolācijas radītais ietekme uz garīgo veselību nav mazāka par tādām riska faktoriem kā augsts asinsspiediens, liels liekais svars vai smēķēšana [1]. Galu galā, pat sociālā izolācija pasargā alkoholsmēķētājus no citu atkarību risku. Par šo tēmu ir pieejamas arī dažādas filmas, tomēr neesmu pārliecināts, vai pastākl tās skatīties ir laba doma.

Tāmek ir vietā atzīmēt, ka cilvēki ir dažādi. Mūsu dažādība ir nelielā mērogā mehānisms, kas nodrošina



Reinis Lazda

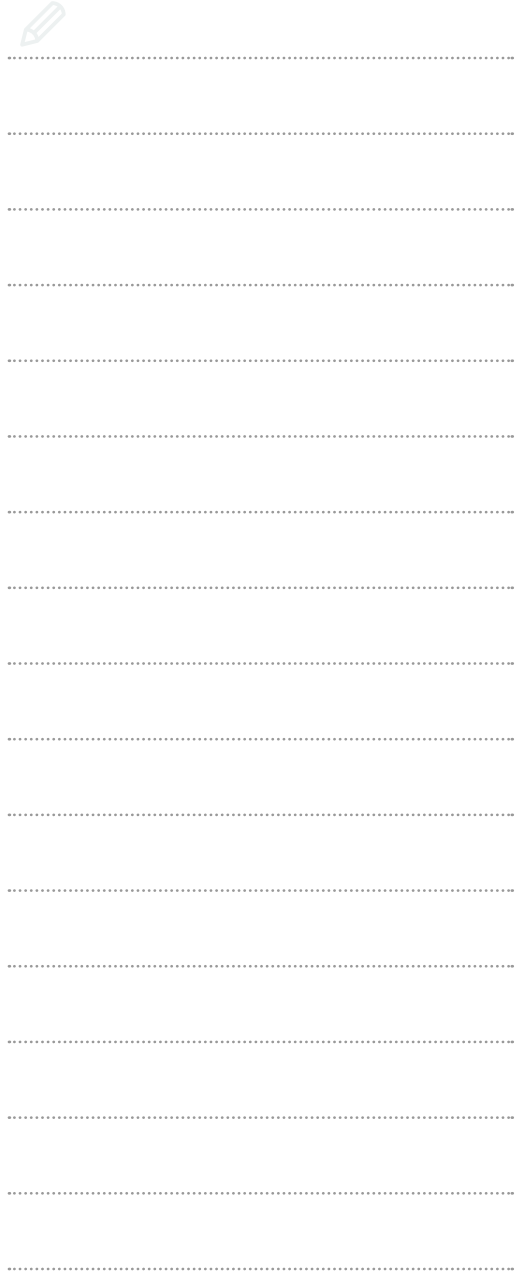
Reinis Lazda ir sociālais un organizāciju eksperts ar plašām interesēm un diezgan triviāri nosauktiem rakstiem.

[Sapņo profilu...](#)

Google reklāmas

Nerādīt šo reklāmu

Kāpēc? Bū reklāma?



Sociālā reklāma

SATIEC SEVI

2020-03-20
Sigulda ar akciju #satiecsevi aicina doties pastaigās pa mazāk zināmiem maršrutiem

Laikā, kad vīrusa Covid-19 izplatība turpinās, Siguldā aizsākta sociālā akcija ar motīvu "Satiec sevi", kuras laikā iedzīvotāji tiek aicināti būt atbildīgiem un publiskās vietās, ja tas patiešām nepieciešams. Savukārt, savvaigā gaisā ir nepieciešamas vienmēr, ikviens tās mazāk zināmiem un jauniem apskates objektiem mazā mēroga tūrisma skaita koncentrēšanos vien.

Princēšu avota, Aunaspriema ala, Raģanu kalns – skanīgiem nosaukumiem ir tikai dažas no tām, pa kurām daudzi ceļotāji nav pat dzīroņā. Tāpēc #satiecsevi sākotnēji izvēlēti tie objekti, kas atrodas vai nu nosaukuma vai tūrisma objekta nosaukuma dēļ ir mazāk zināmi pilsetas viesiem un varbūt pat siguldiešiem. Ar šiem objektiem var iepazīties vietnē skaitvietas.sigulda.lv un sociālo tīklu vietnēs sekojot mirķbīrkai #satiecsevi.

"Sigulda vienmēr būs viena no pirmajām izvēlēm, kurp cilvēki dosies, kad vēlēsies būt pie dabas. To mēs novērtēsim, kad populārākajos apskates objektos cilvēku skaits būs visai liels. Taču šajās dienās, kad sveicams ir vienmēr, tomēr jābūt ļoti uzmanīgiem, atrodoties jauktās vietās. Mēs saprotām, ka nepieciešams uzsvērt to, ka vietas piedāvājumiem dabā Siguldas novadā, kas zināmi mazāk, taču tāpēc nav mazāk interesanti," atzīst tūrisma aģentūra "Dace Preisa".

Aktīvā dzīvesveida piekritāji un lēnu pastaigu cienītāji, kas meklē brīvdienu pavadišanu maršrutos, skaitvietas.sigulda.lv apskatiet informāciju par apskates vietām un maršrutiem gan ar auto, gan ar pedalo, gan ar velosipēdu, gan ar ratiņkrēslu. Jaunākajās laikā pilsetas viesus un iedzīvotājus gaida arī jauni galamērķi, par kuriem līdz šim zināja vien tūrisma maršruti, piemēroti pastaigām sveicams gaisā. Arī par tiem šī pavasara laikā vēstīs Siguldas tūrisma aģentūra #satiecsevi.

Tāpat arī Siguldas kultūras un sporta aģentūrā, video aktīvu un uzņēmumu akcijas laikā lau rīdētāvu iniciatīvas.

Viltus ziņa

Kristine Liepina updated her status.
19 March

!! Tātad, vīruss nekad nesākas plaušās, tas no augšas - mutes, deguna, pa kuriem iekļūvis, laižās uz leju - uz plaušām. Viņa mērķis ir elpvada epitēlija šūnas. Mūsu uzdevums ir apturēt to, kas notiek mūsu plaušās, par mutes un deguna dobumu. Tas ir mūsu spēkos pilnīgi noteikti.

...itums, tāpēc ir jādzēr daudz karstas (virs 30°) tējas.

...grādiem nevajag dzīt nost, kad iet augstāk par 39.5, tad aukstums aknas. Ideāli der ventilators, tas tC nodzen ātri un efektīvi (šo

15.03.2020)

ienā 500ml, vai 8x pa 250ml virs 30 grādiem (tādu mierīgi var ņemt, aveņu zāpes, citrons, laims, zāļu tēja ar medu arī derēs. Ja nekā nē, ņem karsti karstu medusūdeni, var arī bez medus, galvenais karstu.

kalot 4x dienā ar sālsūdeni 1 tējkarote uz glāzi silta ūdens, kamēr temperatūra ir izsmērē kaklu ar lugola šķīdumu kārtīgi (ir parastajās aptiekās, nav jāņem ārpusē) pēc lugola 30 min. neko nedzert un neēst. Starplaikos pa 10 min. ņemt kakliā un (degunā).

sālsūdeni, bet ja nevar ieņemt paštaisīto, tad jānopērk aptiekā kārtīgi jāzīņaukājās, ko nevar dabūt uz āru, to veļ uz iekšu, pēc tam aut podā. Degunu ņaukt tualetes papīrā un saņaukātos papīrus arī jāmet ārā, papildināt to pašu propolisu eļļā lai ietiek dzīji aizdegunē. (pēc jāpiepērk pipete.) Degunu šādi apstrādā 2-4x dienā, atkarībā no stāvokļa, 4x vajadzēs.

Propaganda

На улицах итальянских городов прозвучал гимн России

видео: Prosto.Sivkova

Российский гимн накануне внезапно зазвучал на улицах Италии. Причем сразу в нескольких регионах.

страну за помощь в борьбе с накануне добрались до города Бергамо, или это, по сути, самая горячая точка в Китае.

3 горьких для Запада вывода по борьбе с коронавирусом

Реакция на всемирную пандемию коронавируса COVID-19 позволяет сделать стратегические выводы о глобальной политике. По большей части эти выводы неутешительны для стран, которые мнили себя центром однополого мира. Опыт борьбы с распространением коронавируса показал, что страны НАТО не только проиграют глобальную конкуренцию, но и переругаются между собой в случае серьезной внешней угрозы. Аналитический портал RuBaltic.Ru сделал три ключевых вывода для мировой политики из истории с коронавирусом.

1. США предадут Европу при первой возможности

Президент США Дональд Трамп на месяц запретил въезд в Америку из Европы. Запрет распространяется на жителей всех стран ЕС.

При этом в «черном списке» Трампа демонстративно отсутствуют Великобритания, хотя в ней распространение инфекции не удалось вать под контроль и количество заразившихся много больше, чем в большинстве стран ЕС. Белый дом как бы дал

НОВОСТИ

- 1. США известна дата роспуска антител в Лиге по мере 13 апреля
- 2. Россия ввела санкции против Порошенко
- 3. Италия закупит вакцину только для защиты от России
- 4. МИД Польши рассказал о планах Техасской посетить страну
- 5. Минск обнародовал отечественный доклад Берлина и Вашингтона об отравлении

Sabiedriskās attiecības

“Madara Cosmetics” izstrādā jaunus roku dezinfekcijas produktus

2020. gada 07. 22. marts 2020

Korona vīruss: Kā ar to cīnās Bolt?

MARCH 13, 2020

Līdz ar korona vīrusa uzliesmojumiem visā pasaulē, mēs vēlamies

Rīmi ievieš īpašus iepirkšanās laikus riska grupām katru dienu no plkst. 8.00 līdz 10.00

17. Marts, 2020

1. daļa. Izpratne par medijiem. A. Mediju saturs un žurnālistika

3. NODARBĪBA. INFORMĀCIJA UN PĀRLIECINĀŠANA

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Izprātis atšķirību starp informāciju un pārliecināšanu
- Uzlabos prasmes atpazīt dažādas metodes, kas izmantotas pārliecināšanai
- Attīstīs kritiskās domāšanas un analīzes prasmes informācijas izvērtēšanā

MATERIĀLI

Izdāles materiāli:

- Faktu lapa "Gripas vakcīna"
- Pārliecināšanas piemēri influenceru Instagram ierakstos
- Dators un ekrāns

NEPIECIEŠAMAIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

3 min ⌚

Prasmes, kuras apguvāt iepriekšējā nodarbībā, izmantosim praktiski un trenēsimies, kā atpazīt informāciju un pārliecināšanu, tostarp, influenceru sociālo mediju ierakstos.

AKTIVITĀTE

17 min ⌚

Sadaliet dalībniekus divās grupās: vieni būs "ziņu reportieri", otri – "komentētāji".

"Ziņu reportieru" darbs ir informēt, ne pārliecināt. "Komentētāju" darbs ir mēģināt pārliecināt citus par sevis izvēlēto pozīciju. Iedodiet abām grupām vienu un to pašu faktu lapu par gripas vakcīnu.

Katrai grupai uzdevums 10 minūšu laikā izlasīt faktus un izlemt, kā viņi tos izmantos, lai pildītu savu lomu. Katra grupa izvēlas prezentētāju. Grupa palīdz prezentētājam sagatavot divu minūšu prezentāciju. Tā var tikt nolasīta, runāta no galvas, izmantojot pierakstus, vai – improvizēta.

Uzdodiet grupai jautājumus, ko apsvērt prezentācijas gata-

vošanā: vai jūs izmantosiet visus faktus? Vai jūs teiksiet vēl kaut ko? Kādus valodas līdzekļus izmantosiet?

Rekomendējiet prezentētājam vispirms praktizēties citu grupas dalībnieku priekšā un savukārt grupai – sniegt atgriezenisko saiti. Izmantojiet jautājumus un atbildes no iepriekšējās nodarbības, ja grupām darbs nesokas. Tie ir: kāda ir jūsu attieksme par šo tematu? Kādas emocijas jūs mēģināt izsaukt?

Kad 10 minūšu grupas darbs ir noslēdzies, katrai grupai ir laiks divu minūšu prezentācijai.

Pēc tam visi dalībnieki atgriežas savās vietās uz diskusijas sadaļu.

Jautājumi

- Kādi elementi padarīja vienu prezentāciju informatīvu, otru – pārliecināšu?
- Vai tad, ja jūs būtu otrā grupā, jūs darītu kaut ko citādi?

TĒZES

5 min.

Informatīvajai prezentācijai būtu jāturas pie faktiem, nepiedāvājot viedokli. Savukārt pārliecināšās prezentācijas veidotāji var arī izmantot faktus (labākos argumentus pamato fakti!), tomēr galvenais ir piedāvāt viedokli un pārliecināt par to.

Ja nodarbībai var veltīt vairāk nekā 45 minūtes, šis treniņš var iekļaut arī otru posmu. Pirmais bija “ziņu materiāls vs. komentārs (viedoklis)”. Otrs – “ziņu materiāls vs. sociālā reklāma vai propa-

ganda”. Otrajā reizē komandas jāiedrošina kļūt radošām.

Noslēgumā dalībniekiem atgādiniet, ka kvalitatīva žurnālistika nozīmē ne tikai faktu sniegšanu, bet arī to analīzi, piemēram, izskaidrot sarežģītus politikas vai ekonomikas jautājumus. Arī žurnālists var veidot komentārus, taču tas ir atsevišķs žurnālistikas žanrs, ko nedrīkst sajaukt ar ziņu reportāžu.

Izdales materiāls

Faktu lapa “Gripas vakcīna”

- Katru gadu pasaulē vairāki simti tūkstošu cilvēku tiek ievietoti slimnīcā gripas dēļ, un tūkstošiem cilvēku tā ir nāvējoša.
- Ikgadēja gripas vakcīna ir labākais veids, kā sevi pasargāt no gripas un samazināt risku to izplatīt pārējiem cilvēkiem.
- Gripas sezona sākas oktobrī un turpinās līdz maijam.
- ASV Slimību profilakses un kontroles centrs iesaka, ka ikvienam, sākot ar sešu mēnešu vecumu, būtu jāsaņem gripas vakcīna katrā gripas sezonā.
- Vakcinācija ir īpaši svarīga tiem, kas ir gripas komplikāciju riska grupā. Tie ir mazi bērni, grūtnieces, cilvēki, kas vecāki par 65 gadiem, un cilvēki ar noteiktām hroniskām saslimšanām.
- Pat ja jūs nepiederat nevienai no šīm riska grupām, gripas vakcīna palīdz jums aizsargāt apkārtējos cilvēkus, kuri tām var piederēt.
- Dažiem cilvēkiem gripas vakcīna nav rekomendējama, taču izņēmumi ir reti. Piemēram, tas ir gadījumos, kad cilvēkam no gripas vakcīnas vai kādas no tās sastāvdaļām rodas dzīvību apdraudoša alerģija.

- Pēc vakcīnas saņemšanas ir jāpaiet apmēram divām nedēļām, kamēr organisms attīstīs antivielas, kas pasargā no gripas.
- Ir iespējams saslimt ar gripu arī tad, ja esat vakcinējies. Taču gripas vakcīna samazina risku.

- Daudzos gados vakcīna ir samazinājusi gripas saslimšanas risku par 40 līdz 60%. 2017. – 18.gada gripas sezonā vakcīna samazināja risku saslimt ar gripu par aptuveni trešdaļu.

Avots: <https://www.cdc.gov/flu/protect/keyfacts.htm>



AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Izdaliet izdales materiālu ar pieciem piemēriem – influenceru Instagram ierakstiem. Lūdziet dalībniekiem ar tiem iepazīties (10 min) un rast atbildes uz jautājumiem:

1. Kas tiem ir kopējs? (*Nolūks: pārliecināšana, dažādi paņēmieni, kā to izdarīt*)
2. Kādas pārliecināšanas metodes izmantotas? (*Īpaši izveidots (inscenēts) foto, redzams zīmols (logo) vai tiek demonstrēts produkts vai pakalpojums (piemēram, matu lente matos, lietotne telefonā), pozitīvs apraksts par produktu / pakalpojumu, atsaukšanās uz personīgo pieredzi, emociju raisīšana ar attēlu un/vai tekstu, iztēles rosināšana (piemēram, gleznainais apraksts ļauj iztēloties, cik skaisti būs savi mati, izmantojot zīda matu lenti, influenceres @alisewild ierakstā ir*
- zīmēts plakāts un teksts, kas pamato, kāpēc jādodas gājienā par dzīvniekiem)
3. Visu piecu piemēru nolūks ir pārliecināt, taču tie pēc satura ir arī atšķirīgi. Kurš no tiem jums šķiet informatīvāks / neitrālāks. Kāpēc?
4. Kurā no piemēriem, jūsuprāt, visvairāk būtu nepieciešams sniegt arī kādu citu viedokli? (3.piemērā par lāzerepilācijas potenciālajiem riskiem un kontrindikācijām).
5. Vai tagad, šo zinot, uz informāciju, kuru patērējat, raudzīties citādāk?

Pēc tam tos kopīgi pārrunājiet, aicinot dalībniekus izteikties pēc brīvprātības principa.

TĒZES

Pārliecināšana nereti tiek izmantota kā viens no influenceru mārketinga pamatiem – pārliecināt piedalīties konkursā, iegādāties preci vai pakalpojumu, nereti – arī pārliecināt par zīmola reputāciju, popularitāti u.c. Diemžēl vēl ne visi influenceri pie saviem sponsorētajiem ierakstiem norāda, ka tā ir reklāma, piemēram, izmantojot mirkļbirku “sadarbība”, “reklāma”, “sponsorēts” utt. Tāpēc, aplūkojot attēlus un lasot tekstus, vērts pamanīt, vai tā ir informācija, vai tomēr pārliecināšana. Ja nolūks

ir pārliecināt, vērojama vēlme izsaukt emocijas. Tiek rosināta cilvēku iztēle (piemēram, kā es dzīvotu, ja man būtu šis telefons vai saulesbrilles). Nereti attēlā ir redzams konkrētā zīmola logo. Tiek arī izmantoti fakti un atsaucis, bet to lietojums var būt selektīvs. Pārliecināšanas mērķis var arī nebūt saistīts tikai ar materiāla labuma gūšanu. Politiķu, dažādu jomu aktivistu ierakstos pārliecināšana tiek veikta citu mērķu labad, piemēram, lai iegūtu vairāk balsu vēlēšanās, pārliecinātu par savu ideoloģiju,

10 min.

vērtībām un mainītu cilvēku attieksmi, piemēram, neiegādāties dabiskas kažokādas, ēst vegāni, tiekties uz bezatkritumu (zero waste) dzīvesveidu. Savukārt informatīvs saturs informē par to,

“kas notika”, piedāvā apskatīt jautājumu no vairākām pusēm, ja tas nav viennozīmīgs.

SECINĀJUMI

5 min.

Informācijai un pārliecināšanai ir dažādi nolūki: vienai – informēt, otram – pārliecināt. Pastāv arī citas atšķirības, taču pamatā atšķiras satura veidotāju nolūks. Kad esam to kādā tekstā pamanījuši, ir vieglāk secināt, cik skeptiski jāattiecas pret attiecīgo satura vienību. Atpazīstot pārliecināšanas mēģinājumu, izvairāmies no tā, ka kāds

ar mums var viegli manipulēt. Vienlaikus svarīgi atcerēties, ka arī pārliecināšana ir likumīgs un pat vajadzīgs informācijas veids. To izmanto arī valsts iestādes, piemēram, sociālaļajās reklāmās pirms Jāņiem ar aicinājumu nevadīt auto alkohola reibumā, vakcinēties pret kādu slimību utt.

Izdales materiāls

Pārliecināšanas piemēri influenceru Instagram ierakstos



4. NODARBĪBA. VĀRDA BRĪVĪBA

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Izprātis vārda brīvības būtību, nozīmi, cenzūras un pašcenzūras jēdzienus un sekas, kas var rasties tās rezultātā
- Ar piemēru palīdzību iegūs zināšanas par cenzūru Latvijas vēstures periodos, tādējādi labāk izprotot vārda brīvības nozīmi mūsdienās
- Uzzinās, kāda situācija vārda brīvības ziņā ir citur pasaulē

MATERIĀLI

- Izdales materiāli:
 - 1. darba lapa "Kuru teikumu drīkstētu publicēt?"
 - 2. darba lapa "Vārda brīvības robežas"
 - 3. darba lapa "Ko aizsargā vārda brīvība?"
- Organizācijas "Reporters Without Borders" veidotais preses brīvības indekss
- Pildspalvas
- Dators, ekrāns, skandas (vai cita skaņas iespēja), interneta pieslēgums, lai parādītu video

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādīt datoru un ekrānu, pārbaudīt, vai pietiekami labi dzirdama skaņa.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Cenzūra ir valsts, organizāciju vai kādu cilvēku grupu kontrole un varas izmantošana, lai ierobežotu vārda brīvību jeb informācijas, viedokļu, radošu aktivitāšu (piemēram, mākslas) publisku izpaušmi. Cenzūra var skart gan atsevišķu vārdu lietojumu, gan veselu ideju vai diskusiju slāpēšanu par kādām tēmām. Viens no biežākajiem cenzūras objektiem ir mediji, kuriem tiek aizliegts publicēt vai pārraidīt kādu informāciju vai tās interpretāciju. Reizēm mediji īsteno pašcenzūru, apzinoties, ka cenzors, īpašnieks vai citi apstākļi neļaus šai informācijai sasniegt auditoriju.

Latvijā vārda brīvību garantē Satversmes 100. pants, kurš nosaka: "Ikvienam ir tiesības uz vārda brīvību, kas ietver tiesības brīvi iegūt, paturēt un izplatīt informāciju, paust savus uzskatus. Cenzūra ir aizliegta." Arī likums "Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem" paredz, ka preses un citu masu mediju cenzūra nav atļauta. Tomēr vārda brīvība nav absolūta. Tai ir savas robežas arī demokrātiskā valstī. Kādas tās ir, kādas tiesības mums katram un medijiem garantē vārda brīvība, kā izpaužas cenzūra – par to vairāk šajā nodarbībā.

Ieteikumi trenerim

Diskusija par vārda brīvību un cenzūru var izsaukt spēcīgas emocijas vai diskusijas. Kāds, iespējams, var izteikt domas par viņaprāt, nepieciešamajiem ierobežojumiem kādas tēmas publiskai iztirzāšanai vai izteikt ierosinājumus par sodiem, piemēram,

viltus ziņu izplatītājiem. Centieties uzsvērt šīs nodarbības tēmu – vārda brīvības būtību, nevis diskusijas par kādiem sensitīviem tematiem. Svarīgi arī akcentēt, ka demokrātiskā iekārtā vārda brīvība nozīmē arī to, ka valdības darba kritika ir atļauta.

IESILDĪŠANĀS

5 min ⌚

Parādiet video fragmentus:

- Par cenzūru Kārļa Ulmaņa autoritārā režīma laikā (par medijos publicējamās informācijas saskaņošanu ar valdību) no video sākuma līdz 2:50; un tad no 05:48 līdz 07:32.
- Par cenzūru padomju režīmā (par to, ka medijiem bija jānoklusē tas, ko aizliedza publicēt) no 26:34 līdz 27:57.

Saite: <https://ltv.lsm.lv/lv/raksts/01.12.2013-melu-laboratorija.id21307/>



TĒZES

Latvijas iedzīvotāji lielāko 20.gadsimta daļu pavadīja ar vārda brīvības ierobežojumiem un cenzūru. Kārļa Ulmaņa autoritārais režīms un Padomju Savienības totalitārā valsts iekārta ietekmēja to, kāda informācija pie iedzīvotājiem nonāk ar mediju palīdzību. Tiesa gan, šis cenzūras apmērs abos valsts režīmos atšķīrās, visspilgtāk izpaužoties padomju periodā. Varbūt esat apguvuši

vēstures stundās vai dzirdējuši atmiņstāstus no ģimenes, ka padomju periodā, sevišķi tā pirmajās desmitgadēs, arī mājās bija bail atklāti apspriest kādus jautājumus vai arī par tiem tika runāts ļoti klusu, jo pat "sienām bija ausis". Kāds varēja sūdzēties varas iestādēm, piemēram, par to, ka tiek kritizēta padomju vara vai mājās svinēti Ziemassvētki.

AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Izdaliet katram dalībniekam darba lapu "Kuru teikumu drīkstētu publicēt?" un pildspalvas. Aiciniet ar ✓ atzīmēt, kuru teikumu/us potenciāli drīkstētu drukāt kādā no norādītiem laikrakstiem (kuriem laikrakstiem būtu atļauja to publicēt – cenzūra nebūtu to aizliegu-

si), kas iznāca atšķirīgos apstākļos valsts iekārtas un cenzūras ziņā. Dodiet laiku 5 minūtes. Tabulu ar pareizām atbildēm, lūdzu, skatīt (jāieraksta kurl!). Pēc tam pievērsieties katram teikumam atsevišķi un aiciniet brīvprātīgos izteikt viedokli.

Izdales materiāls

Darba lapa "Kuru teikumu drikstētu publicēt?"



Nr. p. k.	Teksts	Kur: Rīgā, Latvijas LPSR laikraksts "Cīņa" Kad: padomju periodā līdz 1988.gadam	Kur: Ņujorkā, trimdas latviešu laikraksts "Laiks" Kad: padomju periodā līdz 1988.gadam	Kur: Rīgā, uzticams un no cenzūras un propagandas brīvs Latvijas medijs Kad: 2020.gadā
	Latvijas iedzīvotāju masveida deportācijas ir noziegums.			
	Vēstulē radniekiem kāda ģimene no Bērzpils stāstīja, ka 1979.gadā veikalos nav nopērkami pārtikas produkti, un tad, kad tos piegādā, ir jāstāv garā rindā bez garantijas, ka pietiks visiem.			
	"Dārgais Josif Visarionovič! Patiesā sajūsmā par Padomju Latvijas uzņemšanu lielajā Padomju Sociālistisko Republiku saimē sūtām Jums, mūsu vadoni un skolotāj, dārgais biedri Staļin, vissirsnīgākos un izjustākos sveicienus un izsakām visdziļāko pateicību par mums sagādātām iespējām celt Jūsu vadībā sociālismu savā zemē."			
	1986.gada 26.aprīlī notika kodolkatastrofa Černoņilas atomelektrostacijā. PSRS valdība centās slēpt notikušo.			
	1953. gada rudenī Dailes teātrī tapa jauns Eduarda Smilģa „Romeo un Džuljeta” iestudējums. Romeo un Džuljeta – Harijs Liepiņš un Milda Klētniece, bet otrajā sastāvā – Eduards Pāvuls un Vija Artmane.			
	Ziemassvētki ir svinamā diena, kurā saplūst gan kristietības, gan latviešu senču tradīcijas.			

Pareizās atbildes trenera lietošanai

Nr. p. k.	Teksts	Kur: Rīgā, Latvijas LPSR laikraksts "Cīņa" Kad: padomju periodā līdz 1988.gadam	Kur: Ņujorkā, trimdas latviešu laikraksts "Laiks" Kad: padomju periodā līdz 1988.gadam	Kur: Rīgā, uzticams un no cenzūras un propagandas brīvs Latvijas medijs Kad: 2020.gadā
	Latvijas iedzīvotāju masveida deportācijas ir noziegums.		✓	✓
	Vēstulē radniekiem kāda ģimene no Bērzpils stāstīja, ka 1979.gadā veikalos nav nopērkami pārtikas produkti, un tad, kad tos piegādā, ir jāstāv garā rindā bez garantijas, ka pietiks visiem.		✓	✓
	"Dārgais Josif Visarionovič! Patiesā sajūsmā par Padomju Latvijas uzņemšanu lielajā Padomju Sociālistisko Republiku saimē sūtām Jums, mūsu vadoni un skolotāj, dārgais biedri Staļin, vissirsnīgākos un izjustākos sveicienus un izsakām visdziļāko pateicību par mums sagādātām iespējām celt Jūsu vadībā sociālismu savā zemē."	✓		
	1986.gada 26.aprīli notika kodolkatastrofa Černo- bijas atomelektrostacijā. PSRS valdība centās slēpt notikušo.		✓	✓
	1953. gada rudenī Dailes teātrī tapa jauns Eduarda Smilģa „Romeo un Džuljeta” iestudējums. Romeo un Džuljeta – Harijs Liepiņš un Milda Klētniece, bet otrajā sastāvā – Eduards Pāvuls un Vija Artmane.	✓	✓	✓
	Ziemassvētki ir svinamā diena, kurā saplūst gan kristietības, gan latviešu senču tradīcijas.		✓	✓

TĒZES

Padomju periodā medijos nedrīkstēja kritizēt Komunistisko partiju, Padomju Savienības līderus vai parādīt neveiksmes un tragēdijas valstī. Mediji bija spiesti būt par vienu no propagandas izplatīšanas kanāliem. Tādējādi iedzīvotājiem nebija iespējas piekļūt patiesai informācijai un paust savu viedokli, ja tas nesakrīt ar oficiālo nostāju. Trimdas latvieši savās mītnes zemēs ASV, Austrālijā, Lielbritānijā un citur arī izdeva laikrakstus latviešu valodā. Atšķirībā no okupētās Latvijas trimdas latvieši drīkstēja izdot grāmatas un laikrakstus, kuros kritizēta padomju okupācija un paustas ilgas pēc neatkarīgas Latvijas, jo valstīs, kurās šie laikraksti iznāca, cenzūra nepastāvēja. Patlaban medijiem nebūtu aizlieguma publicēt vai pārraidīt teju

jebkuru informāciju. Arī propagandas piesātināto 3.teksta piemēru. Tas ir reāls fragments no laikrakstā "Cīņa" publicētās Viļa Lāča un Jāņa Kalnbērziņa vēstules Staļinam īsi pēc Latvijas okupācijas. Arī mūsdienās to būtu iespējams publiskot, piemēram, rakstā vai sižetā par Latvijas vēsturi 1940.gadā, pievienojot skaidrojumu par attiecīgo kontekstu. Tomēr arī mūsdienās medijiem pastāv ierobežojumi, piemēram, aizliegums izpaust valsts noslēpumu. Mediji mēdz arī īstenot pašcenzūru. Kāpēc tā notiek? Piemēram, žurnālists, iespējams, izjūt komerciālu spiedienu – izvairīties no negatīvas informācijas publicēšanas par svarīgiem reklāmdevējiem, vai arī (ne)tiešu aicinājumu izvairīties no dažām sensitīvām tēmām, baidoties no lojālas auditorijas atsvešināšanās.



Jautājumi

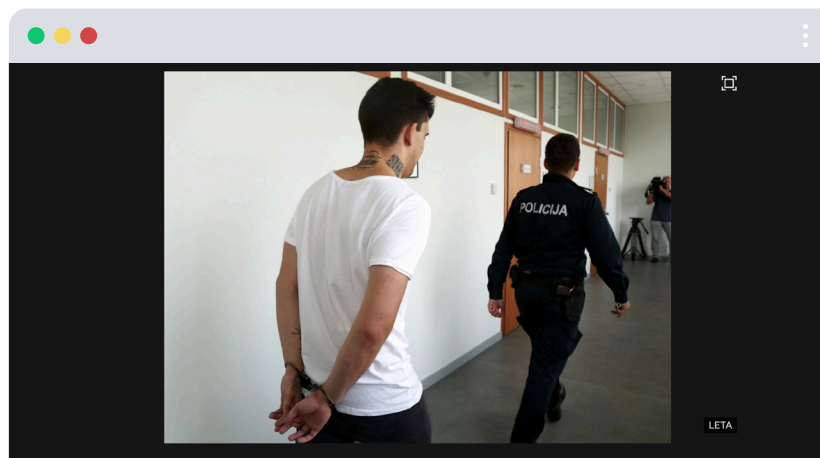
- Vai, aizpildot darba lapu, bija kāds pārsteigums?
- Par kuru teikumu bija šaubas un kāpēc?

AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Izdaliet katram dalībniekiem izdales materiālu "Vārda brīvības robežas" - portālā Diena.lv publicēto ziņu. Dodiet 5 minūtes laiku ar to iepazīties. Pēc tam 5 minūtes pārrunājiet lasīto.

Saite: <https://www.diena.lv/raksts/latvija/zinas/apcietinats-niks-endzins-par-nacionala-un-etniska-naida-izraisisanu-interneta-14234971>



Apcietināts Niks Endziņš par nacionālā un etniskā naida izraisīšanu internetā

Jautājumi

- Vārda brīvība dod mums iespēju izpaust viedokli, pat ja tas ir kritisks. Taču vārda brīvība nav absolūta, un tai ir robežas pat demokrātiskā valstī. Kad vārda brīvības robežas tiek pārkāptas?

Izdales materiāls

“Vārda brīvības robežas” (ziņu aģentūras “Leta” ziņa, 3.februāris, 2020)

Apcietināts Niks Endziņš par nacionālā un etniskā naida izraisīšanu internetā

Valsts policija (VP) 31.janvārī par nacionālā naida kurināšanu aizturējusi jau agrāk par viltus ziņu izplatīšanu apsūdzēto Niku Endziņu, kurš savā sociālā tīkla Facebook profilā bija ievietojis video, kurā, cita starpā aicināja “likvidēt ķīniešus”, noskaidrojot aģentūra LETA.

VP izplatītajā preses paziņojumā, neminot personas vārdu, norādīts, ka VP Galvenās kriminālpolicijas pārvaldes Kriminālizmeklēšanas pārvaldes 1.nodaļas amatpersonas, veicot virkni neatliekamo izmeklēšanas darbību, par nacionālā un etniskā naida izraisīšanu sociālajos medijos aizturēja 1997.gadā dzimušu vīrieti. Aizturētais savā sociālās vietnes profilā bija ievietojis video, kas guva plašu sabiedrisko rezonansi. Minētajam vīrietim tiesa piemēroja drošības līdzekli - apcietinājumu. Kriminālprocesa likums gan paredz Endziņam iespēju šo drošības līdzekli pārsūdzēt Rīgas apgabaltiesā.

Policijas paziņojumā norādīts, ka šī gada 31.janvārī VP Galvenās kriminālpolicijas pārvaldes Kriminālizmeklēšanas pārvaldes 1.nodaļas amatpersonas sadarbībā ar kolēģiem no Kibernozieģumu apkarošanas nodaļas veica monitoringu sociālajos medijos un konstatēja kādas personas publicēto video, kurā, iespējams, tika minēta nepatiesa un etniskā naida kurinoša informācija. Par minēto faktu tika sākts kriminālprocess pēc Krimināllikuma 78.panta otrās daļas, proti, par darbībām, kas vērstas uz nacionālā un etniskā naida un nesaticības izraisīšanu un kas izdarītas automatizētā datu

apstrādes sistēmā.

Jau ziņots, ka minētajā video Endziņš apgalvoja, ka Latvijā ir nonācis pirmais ar jaunā koronavīrusu inficētais pacients. Tāpat viņš video sacīja, ka “vispār tos ķīniešus [cenzēts] vajadzētu likvidēt, to valsti vajag likvidēt, no tās valsts nekāds labums nav”. Video patlaban ir izņemts no viņa profila. [..]

Likumsargi noskaidroja publicētā video autora dzīvesvietas adresi, kurā ierodoties, sastapa un aizturēja vīrieti. Tāpat likumsargi veica kratīšanu viņa dzīvesvietā, izņemot vairākus lietiskos pierādījumus - datu nesējus - datorus, mobilos telefonus un cietos diskus.

Preses paziņojumā citēts VP Galvenās kriminālpolicijas pārvaldes Kriminālizmeklēšanas pārvaldes 1.nodaļas priekšnieks Romāns Jašins, kurš norādījis, ka bieži cilvēki internetā neapdomīgi publisko informāciju, tādējādi dažreiz maldinot sabiedrību ar izdomātiem un neeksistējošiem faktiem, kas var izraisīt sabiedrībā nevajadzīgu satraukumu. “Pirms kaut ko publicēt ir ļoti svarīgi izvērtēt teikto, jo, kā zināms, informācija nekur nepazūd, un tās dēļ var nākties atbildēt likumā noteiktajā kārtībā,” sacījis Jašins. Par nacionālā un etniskā naida izraisīšanu Krimināllikumā paredzēts sods - brīvības atņemšana uz laiku līdz pieciem gadiem vai īslaicīga brīvības atņemšana, vai piespiedu darbs, vai naudas sods.

Endziņš jau iepriekš ir nonācis tiesībsargājošo iestāžu redzeslokā, proti, Rīgas pilsētas Latgales priekšpilsētas tiesā aiz slēgtām durvīm tiek skatīta krimināllieta, kurā viņš ir viens no trim apsūdzētajiem par viltus ziņu portāla uzturēšanu.



Izdaliet katram dalībniekam darba lapu "Ko aizsargā vārda brīvība?". Dalībniekiem 10 minūšu laikā jāatzīmē (jāapvelk vai jāpasvītrot) viens no trim variantiem – aktivitāti vārda brīvība "aizsargā", "neaizsargā" vai "ir daži ierobežojumi".

Kad dalībnieki ir izvēlējušies atbildes, tās pa vienai pārrunājiet, lūdzot dalībniekiem brīvpriēgi paust viņu izvēli un to paskaidrot.

Jautājumi

- Kāpēc jūs domājat, ka šis izteikums ir / nav (vai ar dažiem ierobežojumiem) vārda brīvības aizsargāts?

Izdales materiāls

Darba lapa "Ko aizsargā vārda brīvība"

1.	Preses izdevuma komentētājs redakcijas slejā ir nosaucis kādu politiķi par "nekompetentu"	aizsargā
2.	Atsauksme restorāna mājaslapā, ka ēdiens nav garšīgs	aizsargā
3.	Twitter ierakstā pēc teātra izrādes kāds skatītājs aktrisi nosauc par netalantīgu un nesimpātisku	aizsargā
4.	Pusaudzis stundas laikā vulgāriem vārdiem apvaino klases audzinātāju	neaizsargā; skolas var pieņemt iekšējās kārtības noteikumus pret rupju uzvedību un mācību procesa traucēšanu
5.	Vidusskolēnu protests pret valdības lēmumu pagarināt mācību gadu	aizsargā
6.	Raksts, kurā politiķis tiek vainots par valsts finansējuma piesavināšanos	ir daži ierobežojumi. Nav aizliegts to publicēt, taču politiķis var vērsties tiesā par goda un cieņas aizskaršanu gadījumā, ja apvainojumi nav patiesi, un uzvarēt
7.	Kāda ir informācijas attieksme pret savu tēmu?	pastāv ierobežojumi, piemēram, ja informācija ir saistīta ar valsts noslēpuma izpaušanu
8.	Naida runa, aicinot iznīcināt kādu pasaules tautu	neaizsargā
9.	Ekstrēmistu grupas līderis sociālajos medijos aicina savus sekotājus veikt revolūciju un nebaidīties izmantot ieročus un dūres	neaizsargā, aicinājumu uz vardarbību ierobežo citi normatīvie akti
10.	Gājiens pa galveno ielu, kurā tiek skandēti saukļi, skan bungas un tiek nesti plakāti	daži ierobežojumi; ir nepieciešams saskaņot gājienu un saņemt atļauju, tāpat var būt laika / vietas ierobežojumi, piemēram, nerīkot gājienu divos naktī.

Palīgs trenerim

darba lapa “Kuru teikumu drīkstētu publicēt?”

1.	Preses izdevuma komentētājs redakcijas slejā ir nosaucis kādu politiķi par “nekompetentu”	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
2.	Atsauksme restorāna mājaslapā, ka ēdiens nav garšīgs	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
3.	Twitter ierakstā pēc teātra izrādes kāds skatītājs aktrisi nosauc par netalanīgu un nesimpātisku	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
4.	Pusaudzis stundas laikā vulgāriem vārdiem apvaino klases audzinātāju	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
5.	Vidusskolēnu protests pret valdības lēmumu pagarināt mācību gadu	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
6.	Raksts, kurā politiķis tiek vainots par valsts finansējuma piesavināšanos	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
7.	Kāda ir informācijas attieksme pret savu tēmu?	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
8.	Naida runa, aicinot iznīcināt kādu pasaules tautu	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
9.	Ekstrēmistu grupas līderis sociālajos medijos aicina savus sekotājus veikt revolūciju un ne-baidīties izmantot ieročus un dūres	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi
10.	Gājiens pa galveno ielu, kurā tiek skandēti saukļi, skan bungas un tiek nesti plakāti	aizsargā	neizsargā	ir daži ierobežojumi

TĒZES

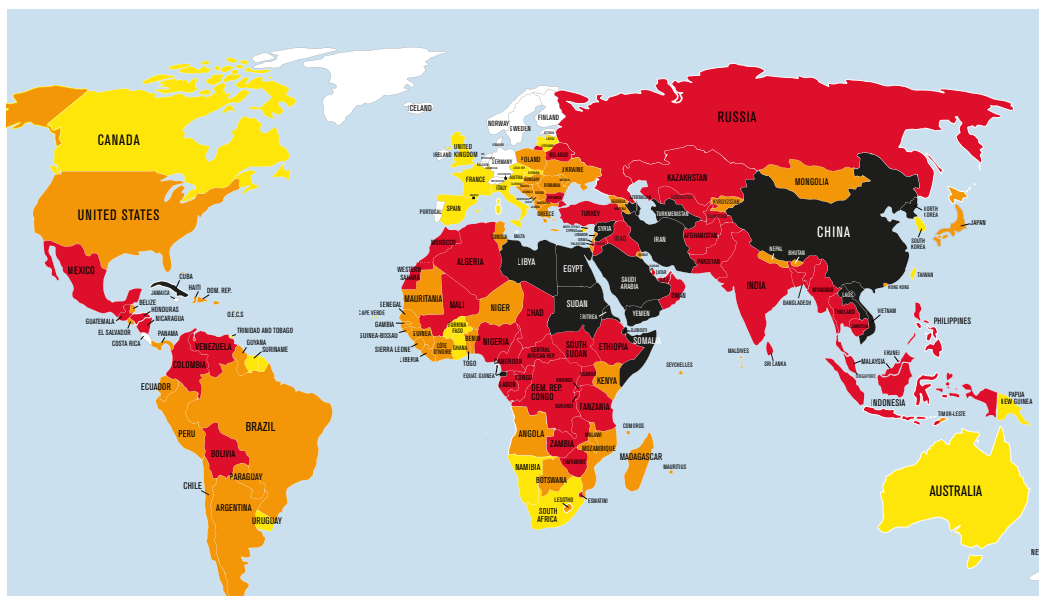
Cilvēki reizēm ir neziņā, ko īsti nozīmē tiesības uz vārda brīvību. Tas nenozīmē, ka neviens nedrīkst jums aizrādīt, ja, piemēram, sarunā izmantojat daudz nepieklājīgu izteicienu. Jūs arī drīkst izslēgt no privātas Whatsapp grupas, ja esat aizvainojis tās administratoru. Arī skolās var tikt pieņemti iekšējās kārtības noteikumi par uzvedību tās telpās un teritorijā. Vārda brīvība ir par

ko citu. Tā sniedz iespēju izteikt kritisku viedokli par pastāvošo situāciju. Tā ir iespēja atvērt interneta pārlūku un piekļūt teju jebkurai interneta adresei – ne tikai tām, kas ir valdības apstiprinātā sarakstā (piekļuve pārējām ir slēgta). Tā ir arī iespēja šodien mums tikties sajās nodarbībā, lai analizētu cenzūras sekas un runātu par vārda brīvības nozīmi.

Parādiet uz ekrāna karti ar organizācijas "Reporters Without Borders" veidoto preses brīvības indeksu.

- Laba situācija
- Apmierinoša situācija
- Problemātiskā situācija
- Sarežģīta situācija
- Ļoti nopietna situācija

Avots: https://rsf.org/sites/default/files/carte_2019_en1.pdf



Jautājumi

- Kur žurnālisti tiek aizsargāti un kur – netiek?
- Kā situācija šajās valstīs ietekmē to iedzīvotāju iespējas iegūt uzticamu informāciju par valsts valdības darbu?
- Vai, jūsuprāt, situācija vārda brīvības ziņā mainās?

Ieteikumi trenerim

Neuzspiediet vienu pareizo atbildi uz trešo jautājumu. Tā vietā noklausieties atbildes un mēģiniet panākt dalībnieku plašu līdzdalību, lai nedominē vienas personas viedoklis. Tāpat arī neļaujiet sarunai novirzīties uz atsevišķu politiku apspriešanu. Mēģiniet fokusēties tikai uz jautājumu par vārda brīvību.

TĒZES

Dažkārt cilvēkiem šķiet, ka vārda brīvība ir pašsaprotama. Tomēr, raugoties uz gadījumiem citviet pasaulē, saprotam, ka vārda brīvība ir vērtība, kas jāsaugā. Ir vairākas organizācijas, kas ik gadu veido preses brīvības indeksu, lai pēc noteiktiem rādītājiem

konstatētu, kāda situācija ir dažādās valstīs attiecīgajā gadā. Piemēram, viena no tām ir "Reporters Without Borders". Tā aizstāv žurnālistu un mediju neatkarību no politiskās, ekonomiskās ietekmes un cita veida spiediena. 2019.gadā Latvija no 180 valstīm preses brīvības ziņā ierindota 24.vietā. Tas ir salīdzinoši augsts rezultāts, un tam ir augšupejoša tendence. Piemēram, 2013.gadā, kad Latvija pētījumā tika iekļauta pirmoreiz, tā ieņēma 39.vietu. Saskaņā ar žurnālistu aizsardzības organizācijas "Committee to Protect Journalists" apkopoto informāciju 2019.gadā bija ieslodzīti

250 žurnālisti. Gandrīz puse no viņiem ir apcietināti trīs valstīs – Ķīnā, Turcijā un Ēģiptē. Kad mediji ir iebiedēti vai to piekļuve informācijai ir bloķēta, iedzīvotājiem vairs nav iespējas uzzināt patiesu informāciju par valdības darbu un citiem jautājumiem. Daudzām pasaules valstīm nav tāda veida tiesību un brīvību, kā to Latvijā nosaka Satversmes 100.pants vai, piemēram, ASV Konstitūcijas Pirmais grozījums (The First Amendment). Īpaši vārda brīvības ziņā izceļamas Ziemeļvalstis – Norvēģija, Somija, Zviedrija.

SECINĀJUMI

5 min.

Latvijā Satversmes 100.pants aizsargā ikviena tiesības uz vārda brīvību, kas ietver tiesības brīvi iegūt, paturēt un izplatīt informāciju, paust savus uzskatus. Cenzūra ir aizliegta. Varam brīvi sērfot internetā, lasīt ārzemju portālus, sekot jebkuram sev tīkamam Youtube satura veidotājam. Valstīs, kurās ir cenzūra, arī internets ir ierobežots – cilvēki drīkst piekļūt tikai noteiktām valdības akceptētām interneta lapām. Drīkstam arī, piemēram, Twitter ierakstīt, kas mūs neapmierina valdības darbā – par to nedraud cietumsods. Vārda brīvība ļauj ne tikai paust domas, bet arī veidot savu viedokli, balstoties uz pilnīgu informāciju bez cenzūras.

Taču arī vārda brīvībai ir robežas līdz brīdim, kad tā saskaras ar dažiem citiem normatīvajiem aktiem, piemēram, Krimināllikumu, vai pašā medija brīvprātīgi izveidotu ētikas kodeksu, kas nosaka vadlīnijas, pēc kurām žurnālistiem būtu jāvadās informācijas vākšanas procesā un publicēšanā. Par žurnālistikas un daudzpusīgas, precīzas informācijas nozīmi mūsdienu sabiedrībā, kurā pastāv arī daudzi citi informācijas avoti, vairāk uzzināsim nākamajā nodarbībā.



1. daļa. Izpratne par medijiem. A. Mediju saturs un žurnālistika

5. NODARBĪBA. KĀPĒC IR VAJADZĪGA ŽURNĀLISTIKA?

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Izprātis žurnālistu darba mērķus un specifiku
- Labāk sapratīs žurnālistikas lomu viņu mediju patēriņā un tās nozīmi demokrātijas funkcionēšanai
- Gūs priekšstatu par žurnālistikas metodēm
- Izprātis, kā žurnālistika nodrošina sabiedrisko labumu, tostarp, sniedzot informāciju, lai iedzīvotāji varētu pieņemt iespējami labākus, pamatotākus lēmumus
- Uzzinās, kādas pazīmes atšķir žurnālistu no citiem informācijas sniedzējiem.

MATERIĀLI

- Izdales materiāli:
 - kārtis – neliela izmēra lapas “Ar ko TV žurnālists atšķiras no Youtube slavenības?”
 - kārtis – neliela izmēra lapas “Žurnālisti un sabiedrībai nozīmīgi viņu projekti”
 - Dators un ekrāns

NEPIECIEŠAMĀS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi. Pārliecināties par video skaņu

NODARBĪBAS NORISE

levads

10 min ⌚

Jautājiet dalībniekiem: par kuriem jautājumiem / tematiem jūs interesējaties – kas jums rūp? Vai žurnālisti par to runā / stāsta? Dažas potenciālās atbildes: veselīgs dzīvesveids, mode, sports, kultūra, izklaide, veselība, politika, izglītība, transporta nozare, pilsētplānošana, vienlīdzība, diskriminācija, drošība, darbs, ekonomika, nodokļi, klimata pārmaiņas, sociālie mediji, psiholoģija u.c.

Ir žurnālisti, kas veido rakstus un sižetus par diezgan lielu daļu no tematiem un jautājumiem, kas jums rūp. Daži temati ir vairāk izklaidējošas. Piemēram, jūs varbūt izmantojat žurnālistu veidotu saturu, lai uzzinātu jaunumus, kā veicies iemīļotai sporta komandai, vai izlasītu par filmu, ko vēlaties noskatīties.

Taču žurnālistikai ir arī liela ietekme uz mūsu dzīvi. Cilvēki, kas

strādā šajā profesijā, lielākoties to dara, jo vēlas pozitīvi ietekmēt sabiedrības dzīves apstākļus, izmainīt, uzlabot situāciju valstī, pasaulē. (Atalgojums nav galvenais darba motīvs, jo tas šajā jomā nav augsts). Žurnālisti izgaismo pārkāpumus, sabiedrības neaizsargāto grupu problēmas, un sniedz mums informāciju, kuru varam izmantot, pieņemot lēmumus par savu dzīvi, piemēram, kā sevi pasargāt vīrusu infekcijas uzliesmojuma laikā, kā Saeimas lēmumi ietekmēs mūsu ikdienu utt.. Žurnālisti veic savu darbu ļoti straujā ikdienas ritmā un nereti saskaras ar spiedienu uz redakcionālo brīvību (no politiķiem, reklāmdevējiem vai citiem, kas nevēlas vai tieši otrādi – vēlas, lai kāda informācija tiktu publicēta).

Mūsdienās mēs iegūstam informāciju no dažādiem avotiem – ne

tikai žurnālistiem, un esam arī dzirdējuši žurnālistiem un medijiem vēltītu kritiku. Taču žurnālistika joprojām ieņem nozīmīgu lomu, lai mēs kā sabiedrības locekļi būtu informēti un ziņoši ne vien par aktualitātēm, bet arī daudziem citiem jautājumiem, un nebūtu viegli

ietekmējami ar dezinformāciju. Šajā nodarbībā aplūkosim vairākus nozīmīgus Latvijas žurnālistu projektus, kā arī noskaidrosim, kādas pazīmes atšķir žurnālistu no citiem informācijas sniedzējiem.

AKTIVITĀTE

15 min 

Sadaliet dalībniekus pa pāriem. Katram no tiem iedodiet kāršu "Žurnālisti un sabiedrībai nozīmīgi viņu projekti" komplektu, kas sastāv no desmit kārtīm, kurās norādīti Latvijas žurnālisti, un desmit kārtīm, kuros nosaukti viņu pēdējo gadu projekti, kas izraisījuši plašu rezonansi sabiedrībā, izgaismojot pārkāpumus, atklājot kādu jaunu temata aspektu, veicinot kritiskāk domājošu

un iekļaujošāku sabiedrību. Daļa no tiem ir arī bijuši novērtēti ar Latvijas Žurnālistu asociācijas izcilības balvuko pēdējo gadu laikā vai izdevniecības "Santa" Zelta spalvas balvu. Pāra uzdevums ir 7 minūšu laikā salikt kārtis pa pāriem – kuram žurnālistam pieder kurš ievērojams žurnālistikas veikums.

Pēc tam pārrunājiet atbildes, saucot žurnālistu un dalībniekiem lūdzot nosaukt atbilstošu projektu.

Izdales materiāls

Kāršu komplekts "Žurnālisti un sabiedrībai nozīmīgi viņu projekti"

Guntis Bojārs un komanda	Operācija "Tokija" - piesakoties darbā restorānā par trauku mazgātāju, raidījuma "Aizliegtais paņēmiens" žurnāliste slepeni atklāja un uzfilmēja, kā darbojas aploksņu algu izmaksas sistēma vienā no lielākajiem Rīgas ēdināšanas uzņēmumiem
Indra Sprance, Nellija Ločmele	Žurnāla "Ir" projekts, kurā tika atspoguļotas un analizētas viesnīcā „Rīdzene” KNAB noklausītās sarunas starp tā saucamajiem oligarhiem – Aivaru Lembergu, Andri Šķēli, Aināru Šleseru – un citiem ietekmīgiem Latvijas politiķiem un ierēdņiem, izgaismojot, kā oligarhi būvēja savu ietekmi, tostarp, pakļaujot un kropļojot Latvijas medijus.
Aiva Kanepone	Intervija žurnālā "Ieva" "Es vairs nevaru" par emocionāli un fiziski izdegušas mātes lēmumu atdot smagi slimu bērnu valsts aprūpes centrā, jo pašai vairs nepietiek spēka par viņu rūpēties.
Evita Puriņa, Inese Liepiņa, Ilze Vēbere	Baltijas pētnieciskās žurnālistikas centra "Re:Baltica" raksts "Iedarbīgākais medikaments pasaulē! Seleriju sula Latvijas Instagram" - žurnālisti kopā ar ārstiem un uztura speciālistiem atšķetinā Instagram izplatītās nepatiesās ārstniecības metodes, piemēram, tādas kā seleriju sulas kūre, ēteriskās eļļas un sula, kas ārstē vēzi.
Inga Sprinģe, Adriāna Roze	Baltijas pētnieciskās žurnālistikas centra "Re:Baltica" rakstu sērija par vardarbību ģimenē ar mērķi mazināt bailes runāt par vardarbību ģimenē, parādīt, kas sievietēm palīdzēja izkļūt no postošajām attiecībām un kur meklēt palīdzību.

Jānis Domburs	“Delfi TV” projekts, regulāri intervējot atbildīgās amatpersonas, sabiedrībā zināmus cilvēkus par aktuālajiem jautājumiem, tādējādi sabiedrībai sniedzot iespēju iegūt informāciju, to izvērtēt un spriest, piemēram, par ministru kompetenci.
Justīne Savitska un komanda	Latvijas Radio Ziņu dienesta un LSM.lv “Tēta projekts” – reemigrācijas tematam veļīts dokumentāls stāsts par to, ko nozīmē atgriezties Latvijā pēc ilgstošas prombūtnes ārzemēs. Pēc vairāk nekā 15 nostrādātiem gadiem Īrijā mājās Latvijā atgriežas žurnālistes tēti.



Jautājumi

- Vai varat nosaukt vēl kādus žurnālistus un viņu nozīmīgus rakstus vai sižetus, kas šajā kāršu komplektā nav iekļauti? Ar ko šie darbi, jūsuprāt, ir nozīmīgi?
- Vai varat nosaukt trīs šā brīža žurnālistus, kuriem jūs uzticaties? Kāpēc jūs viņus augstu vērtējat?
- Ja jūs nevarat nosaukt trīs žurnālistus, kuriem vienm uzticaties: kāpēc, jūsuprāt, tā ir?

TĒZES

Nereti mēs nepamanām žurnālistu vārdus – vairāk esam koncentrējušies uz publikācijas virsrakstu, sižeta pieteikumu vai pašu saturu. Labāk atceramies TV korespondentus nekā radio, drukāto vai interneta mediju autorus, jo TV žurnālistu vārdus dzirdam katra sižeta beigās, turklāt ekrānā redzam arī viņu sejas - kaut uz dažām sekundēm. Mēs, iespējams, labāk atceramies ziņu vadītā-

jus (moderatorus) nekā žurnālistus, jo viņus vairāk redzam ekrānā. Taču dažkārt šie cilvēki paši nedarbojas ziņu vai cita žurnālistikas satura veidošanā - viņi to prezentē auditorijai. Taču arī šī – raidījuma vadītāja – profesija ir būtiska, jo arī ziņu pārraidēs moderatoru intervē studijas viesus un ātri reaģē uz situācijām.

AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Izdaliet katram dalībniekam pa vienai kārtij (maza izmēra lapai), uz kuras rakstīta kāda darbība, ko veic žurnālists un/vai kāds cits informācijas sniedzējs – šajā gadījumā – Youtube slavenība. Lūdziet vienā telpas stūrī sastāties tiem, kuri uzskata, ka viņu kārtī rakstītais apgalvojums apzīmē žurnālista darbību. Savukārt pretējā stūrī, kur jāpulcējas tiem, kuru kārtī minētais apgalvojums

raksturo Youtube slavenību, un pa vidu – tiem, kuru kārtī norādītā darbība ir kopēja abiem – žurnālistam un Youtube slavenībai. Kad dalībnieki ir izvietojušies, lūdziet katram nosaukt kārtī ierakstīto apgalvojumu. Pārrunājiet, ja kāds dalībnieks ir nostājies pretējā grupā vai arī dalībnieku starpā rodas kādas diskusijas.

Ieteikumi trenerim

Ļaujiet dalībniekiem mainīt savu pozīciju – atrašanos telpā, ja sarunas gaitā viņi maina savas domas. Gadījumā, ja auditorijā dalībnieku skaits ir lielāks nekā kāršu

skaits, var veikt 28 cilvēku atlasīti no auditorijas. Ja mazāks, tad – dot, piemēram, pa divām kārtīm vienam dalībniekam, taču tad abām ir jābūt no viena un tā paša raksturojuma, piemēram, abi apgalvojumi par profesionālu žurnālistu.

Izdoles materiāls

Kārtis (maza izmēra lapas) "Ar ko TV žurnālists atšķiras no Youtube vlogera"

Profesionālu TV žurnālistu raksturojošie apgalvojumi	Žurnālistam un Youtube vlogerim kopējie raksturojumi	Populāru Youtube vlogeri raksturojošie apgalvojumi
Darbs sabiedrības interesēs	Iespējams, intervē citus cilvēkus	Veicina pēc iespējas lielāku skatījumu skaitu, dažkārt izmantojot arī neētiskus līdzekļus
Dažādu viedokļu noskaidrošana, jautājuma aplūkošana no vairākiem skatu punktiem	Montē, veido raidījumus, ir redzams kadrā	Organizē dažādus sadarbības projektus ar sponsoriem, reklāmdevējiem, saņemot samaksu vai bezmaksas produktus, lai veicinātu to noietu
Ir saistošs redakcijas ētikas kodekss un profesionālie standarti	Iespējams, dodas filmēt, veidot ierakstus ārpus ierastās vides	Runā par tematiem, kas interesē pašu, dalās ar sev interesējošu saturu, pārstāv sev interesējošu perspektīvu
Pārbauda faktus un cenšas nodrošināt neitralitāti	Plāno jaunus interesantus, sabiedrībai saistošus tematus	Veidotais saturs var nebūt saistīts ar sabiedrības interesēm
Piedāvā auditorijai plašāku skatījumu uz jautājumu nekā tikai savu personīgo perspektīvu	Strādā ar kameru, diktofonu	Var tikt piedāvāts saturs, kas nav vēlams bērniem līdz noteiktam vecumam
Viedokļi tiek nodalīti atsevišķi no faktiem, norādot, ka tas ir komentārs, nevis ziņa	Var sasniegt lielu auditoriju un panākt tās lojalitāti	Ne tikai informēšana, bet pārliecināšana
Parasti atsaucas tikai uz uzticamiem un pārbaudītiem avotiem	Parasti publicē, pārraida saturu ar zināmu regularitāti	Var tikt izmantota necenzēta valoda
Liela daļa ir profesionāļi, kas ieguvuši attiecīgo izglītību un/vai uzkrājuši vairāku gadu pieredzi darbā attiecīgajā jomā	Saturs var nebūt publicēts ar īsto vārdu, bet ar pseidonīmu	Sabiedrības informēšana nav pamata funkcija
Sociālajos medijos popularizē savu darbu un kolēģu paveikto. Nepopularizē kādu noteiktu zīmolu, par kura pieminēšanu saņem kādu atlīdzību	Būtu neētiski būt žurnālistam un Youtube vlogerim – influencerim vienlaicīgi	
Labā reputācija un auditorijas uzticība ir tad, ja ir neuzpērkams		
Atsaucas uz informācijas avotiem		

TĒZES

Mūsdienās ir daudz iespēju iegūt informāciju – to piedāvā arī influenceri un Youtube satura veidotāji, draugi un paziņas sociālo mediju ierakstos, dažādu uzņēmumu preses relīzes vai mārketinga e-pasta vēstules par pakalpojumiem, atļaidēm un jauniem produktiem. Taču profesionāli žurnālisti atšķiras no citiem satura veidotājiem ar to, ka strādā sabiedrības interesēs, piedāvā vairākus viedokļus, pārbauda faktus u.c. Ne visi žurnālisti darbojas pēc šādiem augstiem standartiem. Ne visas Youtube slavenības piedāvā tikai sponsorētus ierakstus vai pērk skatījumu skaitu

popularitātes nodrošināšanai. Arī Youtube satura veidotāji var strādāt saskaņā ar žurnālistikas profesionālajiem standartiem un savu darbu veikt sabiedrības labā (piemēram, nedemokrātiskās sabiedrībās Youtube platformā darbojas žurnālisti, kas piedāvā sabiedrībai alternatīvu saturu, ko nepublicē un nepārraida valsts kontrolētie mediji). Tomēr vairumā gadījumu influencera un žurnālista darbs atšķiras, lai arī dažas no to aktivitātēm var būt patiesi līdzīgas, piemēram, video veidošana. Taču saturs un tā mērķis, visticamāk, pēc būtības būs atšķirīgs.



SECINĀJUMI

5 min.

Šodien aplūkojam vairākus īpašus Latvijas žurnālistu projektus, kas kādā veidā ir snieguši devumu sabiedrības dzīves uzlabošanā. Arī pasaulē netrūkst ievērojamu žurnālistikas projektu, kas ir raisījuši plašu rezonansi. Piemēram, žurnālisti izgaismoja seksuālu vardarbību pret bērniem katoļu baznīcā, cilvēktirdzniecību, veicināja noteikt pārtikas drošības standartus

un daudz ko citu. Ir svarīgi, ka žurnālisti turpina pētīt un informēt mūs par problēmām valstī un pasaulē, kas ietekmē mūsu veselību, izglītību, labklājību, bērnu drošību, klimatu, cilvēktiesības un citus jautājumus. Žurnālisti mūs nodrošina ar informāciju, kas nepieciešama, lai pieņemtu lēmumus gan mūsu ikdienas dzīvē, gan izvēloties politisko partiju, par kuru balsot vēlēšanās.

6. NODARBĪBA. ZIŅA UN VIEDOKLIS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Izprātis atšķirību starp faktiem un viedokli
- Iemācīsies atpazīt viedokļu materiālus no ziņām
- Attīstīs kritiskās domāšanas un analīzes prasmes informācijas izvērtēšanā

MATERIĀLI

- Izdales materiāli:
- „Ziņu un viedokļu pazīmes”

NEPIECIEŠAMAIS LAIKS

60 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi. Pārliecināties par video skaņu

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Jautājiet dalībniekiem – kas ir žurnālistika?

Žurnālistika ir informācijas un ziņu vākšanas, izvērtēšanas, radīšanas un prezentēšanas aktivitāte. Tā ir arī šo aktivitāšu rezultāts. Žurnālisti strādā dažādos žanros – veido ziņas, komentārus, veic ziņu analīzi, rada pētnieciskās žurnālistikas materiālus, aprakstus un intervijas. Rokasgrāmatā žurnālistiem teikts, ka žurnālistika kā profesija ir vārda un preses brīvības sargs, vācot informāciju, prasot atbildību un izplatot dažādus uzskatus par sabiedrībai svarīgiem jautājumiem. Žurnālisti to dara, gan lūdzot viedokli / komentāru citiem (piemēram, jomas ekspertiem, aculieciniekiem), gan arī paši komentējot kādu situāciju vai notikumu. Piemēram, laikrakstos un žurnālos ir redakcijas slejas. Žurnālista

komentārs var tikt iekļauts arī TV vai radio pārraidēs, interneta portālos. Taču svarīgi akcentēt, ka žurnālistu ētika un standarti paredz viedokli atdalīt no ziņām – lai ir skaidrs, ka tas ir redakcijas pārstāvja vai kāda cita komentārs.

Šodienas nodarbībā runāsim, kā atšķirt ziņas no viedokļa. Pirmkārt, apspriedīsim atšķirību starp viedokli un faktiem. Pēc tam aplūkosim, kā žurnālisti izmanto šos divus pilnībā atšķirīgos apgalvojuma veidus, un kas tieši padara kādu tekstu par viedokli vai ziņu. Pēc tam arī pievērsīsimies tam, kādu lomu katrs no šiem žanriem ieņem mūsdienās, un kāpēc tie abi ir svarīgi, vienlaikus paturot prātā, ka ir nepieciešama norāde, kurš no tiem ir ziņas un kurš – viedokļu materiāla teksts.

Jautājumi

- Pirms mēs runājam par diviem žurnālistikas žanriem, vispirms parunāsim par diviem apgalvojuma veidiem – kas ir viedoklis un kas ir fakts?

Tagad pārlicināsimies, vai varam atšķirt viedokļu materiālu no ziņu sižeta vai raksta.

- Presentējiet dalībniekiem īsu fragmentu no TV raidījuma “Vēlais ar Streipu” (laika robežās 12:19-13:22).

[https://xtv.lv/rigatv24/vid-
eo/4OW7qM9O7vY-11_10_2019_velais_ar_streipu](https://xtv.lv/rigatv24/vid-
eo/4OW7qM9O7vY-11_10_2019_velais_ar_streipu)



Pēc tam pārrunājiet šos jautājumus:

Jautājumi

- Pēc kādām pazīmēm jūs noteicāt, ka tā ir ziņa vai viedokļu materiāls? (tas ir viedokļu materiāls, jo žurnālists ir paudis savu viedokli par grāmatu (viņam tā interesē) un situāciju ASV (K.Streips: “Es personīgi situāciju savā dzimtenē uzskatu par absolūtāko katastrofu un turu visus iespējamus ikškus, ka nākamā gada laikā mani tautieši spēs saorganizēties pietiekami tālu, lai no pašreizējā prezidenta atbrīvotos ar masīvu balsu vairākumu.”).
- Kuras pazīmes varētu maldīgi liecināt, ka tas ir ziņu raidījums? (studijas iekārtojums, TV diktors, attēli fona noformējumā (piemēram, Donalda Trampa attēls) – šādu vizualizāciju principu nereti izmanto arī ziņu raidījumos).



A series of horizontal dashed lines for taking notes.

AKTIVITĀTE

10 min

Lūk, vēl viens piemērs, lai pārliecinātos, vai varam atšķirt viedokļu materiālu no ziņu sižeta vai raksta. Parādiet dalībniekiem prezentācijas slaidu, kurā redzams fragments no šīs ziņas. To arī nolasi, lai teksts ir skaidrs arī tiem, kas sēž pēdējās rindās vai kuriem ir redzes traucējumi. Pēc tam pārrunājiet zemāk rakstītos jautājumus.

Garkalnes novadā nodokļu nauda tiek tērēta bez pamatojuma un pat izšķērdīgi (138)

www.DELFI.lv

63 f t i c p e



Foto: LETA

Garkalnes novadā, kurš ar 1460 eiro (2018. gads) ienēmumiem uz vienu iedzīvotāju ir bagātākais starp Latvijas pašvaldībām, iedzīvotāju nodokļu nauda tiek tērēta bez

Jautājumi

- Pēc kādām pazīmēm jūs noteicāt, ka tā ir ziņa vai viedokļu materiāls? (tā ir ziņa, kas balstīta faktos no Valsts kontroles ziņojuma).
- Kuras pazīmes varētu maldīgi liecināt, ka tas ir viedoklis? (ziņas nosaukums ir vērtējošs "nauda tērēta bez pamatojuma un pat izšķērdīgi", taču tas ir nevis viedoklis, bet Valsts kontroles atzinums - fakts).
- Kādi varētu būt riski, ja viedokļu materiāli vai raidījumi netiktu īpaši norādīti kā viedokļu materiāli? (cilvēki varētu tos uzskatīt par neitrālu informāciju vai faktiem, nevis tikai kā vienu no iespējamajām jautājuma interpretācijām vai pārliecināšanas mēģinājumu).
- Vai un kā šajos piemēros, ko tikko aplūkojām, atšķirās izmantotā valoda? Kāpēc? (viedokļu materiālā K.Streips izmantoja emocionālāku, subjektīvāku apzīmējumu "katastrofa" (lai paustu savu pārliecību par situāciju ASV), tāpat valoda kopumā bija neformālāka, līdzīga sarunvalodai. Taču tā ne vienmēr ir viedokļu raksta vai sižeta pazīme. Ziņu sižetā vai rakstā valoda ir neitrālāka).
- Pēc tam, kad dalībnieki ir snieguši atbildes uz šiem jautājumiem, izdali katram izdales materiālu „Ziņu un viedokļu pazīmes” un turpiniet sarunu, līdz ir pavisam skaidrs par šo abu žanru atšķirību.

Izdales materiāls

„Ziņu un viedokļu pazīmes”



Satura veids	Ziņas	Viedokļmateriāls
Forma:	Informācija	Pārliecināšana, komentārs, jautājuma interpretācija no viena konkrēta skatpunkta
Vai tekstā ir iekļauti fakti vai viedoklis?	Lielākoties būtu jābūt faktiem. Viedokļus pārstāv citi cilvēki, kas ir intervēti. Autors nepauž savu viedokli.	Autors pauž savu viedokli. Viedokļu materiālos var tikt arī izmantoti fakti, lai argumentētu kādu savu pozīciju, skatpunktu.
Kādam nolūkam?	Informēt	Ietekmēt (to, kam jūs ticat)
Kā tas strādā (kāds ir mehānisms?)	Apraksts, atainojums, salīdzinājums	Apraksts, arguments, salīdzinājums, emociju izraisīšana
Kāda ir attieksme pret tematu?	Neitrāla	Pozitīva vai negatīva
Kāda veida informācija ir iekļauta?	Precīza, pilnīga, caurskatāma	Selektīva, nepilnīga, bet, ja komentārs ir kvalitatīvs, tad informācija ir precīza un nav sagrozīta
Kāda ir potenciālā ietekme uz mediju patērētāju?	Informēts	Mainīts viedoklis, stiprināts esošais viedoklis par kādu tematu (piemēram, politisko partiju, procesu u.tml.). Iespējams, ir iedrošināts rīkoties.

TĒZES

5 min.

(Attiecībā uz izdales materiālu) Lai gan esam attīstījuši prasmi atšķirt ziņas un viedokļu materiālus, ne vienmēr tas ir skaidri redzams un viegli izdarāms. Šīs pazīmes var palīdzēt rūpīgāk izvērtēt informāciju.

SECINĀJUMI

5 min.

Šodien mēs runājam par atšķirībām starp faktiem un viedokļiem / komentāriem. Ziņu žurnālistiem ir jānodrošina, ka to veidotais teksts neiekļauj arī viņu pašu kā autora viedokli. Viņu nolūks ir informēt un piedāvāt plašu citu cilvēku viedokļu pārstāvniecību. Savukārt viedokļu materiāli / komentāri tieši pretēji – mēģina jūs pārliecināt par autora skatu punktu, piedāvāt viņa interpretāciju. Arī viedokļu materiālos var tikt iekļauti fakti, taču tur tie ir tikai

tāpēc, lai atbalstītu un pastiprinātu autora argumentus mēģinājumā jūs pārliecināt.

Žurnālista galvenā loma ir ziņu veidošana – faktu sniegšana. Bet ir arī tādi žurnālisti, kas veido komentārus jeb viedokļrakstus, kuru mērķis ir pārliecināt, nevis informēt. Visi žurnālistikas veidi ir svarīgi – arī viedokļu materiāli sniedz mums informāciju par to, kas notiek, ievieto informāciju plašākā kontekstā, un palīdz

7. NODARBĪBA. ŽURNĀLISTIKAS STANDARTI**NODARBĪBAS MĒRĶI**

Dalībnieki:

- Izprātīs atšķirību starp faktiem un viedokli
- Iemācīsies atpazīt viedokļu materiālus no ziņām
- Attīstīs kritiskās domāšanas un analīzes prasmes informācijas izvērtēšanā

MATERIĀLI

- Izdales materiāli:
- „Ziņu un viedokļu pazīmes”

NEPIECIEŠAMAIS LAIKS**45 min** ⌚**Trenera sagatavošanās**

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi. Pārliecināties par video skaņu

NODARBĪBAS NORISE**Ievads****5 min** ⌚

Šodien runāsim par profesionālajiem standartiem, kurus ievēro lielākā daļa žurnālistu. Katram medijam būtu jābūt savam žurnālistu ētikas kodeksam (un lielākajai daļai tāds ir!). Turklāt arī nozares profesionālajām asociācijām, kurās ir apvienojušies žurnālisti vai mediji, ir arī pašu profesionāļu brīvprātīgi pieņemts

ētiskas uzvedības normu apkopojums. Šie standarti nodrošina pēc iespējas kvalitatīvāku žurnālistiku, tajā skaitā – nosaka arī vadlīnijas žurnālista ētikai rīcībai. Pēc žurnālistikas standartiem veidoti materiāli ir priekšnosacījums, kas atšķir kvalitatīvu žurnālistiku no cita satura, ar kuru varat sastapties.

AKTIVITĀTE**15 min** ⌚

Lūdziet dalībniekiem padomāt par to, kādi priekšnoteikumi veido kvalitatīvu žurnālistiku, kāds ir kvalitatīvas žurnālistikas raksturojums, un pierakstīt šos kritērijus. Aiciniet dažiem dalībniekiem publiski dalīties ar savu viedokli.

Izskaidrojiet, ka žurnālistiem tāpat kā citiem profesionāļiem (piemēram, juristiem, ārstiem) ir savi profesionālie standarti. Latvijā pastāv vairākas nozares asociācijas, no kuru dalībniekiem – medijiem un žurnālistiem – tiek sagaidīts, ka viņi ievēros šos standartus un viņu darbu raksturo precizitāte, uzticamība, atbildība un caurskatāmība. Latvijas Mediju ētikas padome apvieno

nozares organizācijas, savukārt Latvijas Žurnālistu asociācijas un Latvijas Žurnālistu savienības biedri ir individuāli žurnālisti. Piesakoties būt par asociācijas biedriem, viņi ir piekrituši arī ievērot tās ētikas kodeksu.

Izdaliet un diskutējiet ar dalībniekiem par Latvijas Žurnālistu asociācijas ētikas kodeksa fragmentu. Pilns teksts pieejams šeit: <http://www.latvijaszurnalisti.lv/etikas-kodekss/>. Izdales materiālā “Latvijas Žurnālistu asociācijas ētikas kodekss” esam izcēlušī punktus, ar kuriem, mūsuprāt, šis nodarbības kontekstā dalībniekiem iepazīties būtu visnoderīgāk.

saprast par / pret argumentus kādā jautājumā. Tie palīdz mums nonākt pie sava viedokļa vai vismaz saprast, vai piekritām / nepiekritām paustajam. Un palīdz izprast, ka kādu jautājumu ir iespējams aplūkot no dažādiem skatu punktiem. Galvenais ir mācēt atšķirt, kurā brīdī mēs saskaramies ar ziņu un kurā – ar

Izdales materiāls

Latvijas Žurnālistu asociācijas ētikas kodekss

Jautājumi

- Ko jūs domājat par ētikas kodeksa punktiem?
- Vai šo principu ievērošana palīdz veidot kvalitatīvas ziņas?
- Vai ir vēl kaut kas, ko jūs pievienotu šim sarakstam?

AKTIVITĀTE

20 min ⌚

Sadaliet dalībniekus mazās grupās un katrai grupai izsniedziet atšķirīgus ziņu piemērus – šos izdales materiālus:

A piemērs – ziņa "ASV sankcijas trāpa pat Viktoram Ščerbatiham"

B piemērs – ziņa "Ar īpašiem reisiem Latvijā atgriezušies aptuveni 1000 ceļotāju; vēl 4000 gaida"

Abus ziņu piemērus skatīt nodarbības beigās.

Jautājumi

- Kopumā: kuri žurnālistikas standarti A un B ziņu piemēros tika ievēroti? Kuri netika ievēroti?
- Kā A un B ziņu piemēros atšķiras ievērotie žurnālistikas standarti?
- Pasakiet grupām, ka iepriekš aplūkotais žurnālistu ētikas kodeksa piemērs palīdzēs viņiem izvērtēt konkrēto ziņu un noteikt, vai tajā ir ievēroti kvalitatīvas žurnālistikas standarti.
- Iedodiet katram dalībniekam tukšu darba lapu "Žurnālistikas standartu darba lapa".
- Ļaujiet vispirms grupas dalībniekiem individuāli izlasīt ziņas piemēru (A vai B), veikt pierakstus darba lapā un tad 5 minūtes to pārspriest grupas ietvaros.
- Ko jūs varat secināt par A un B piemēru – ziņu materiālu – kvalitāti?

Izdales materiāls

Žurnālistikas standartu darba lapa



	Indikators – Ziņas saturam būtu jābūt:	Vai medijs ir rīkojies saskaņā ar šo standartu – kāpēc jā vai nē?	Ja jūs nevarat noteikt, vai medijs ir rīkojies saskaņā ar standartu, kādas informācijas pietrūkst?	Vērtējums 2 = žurnālistikas standarti ievēroti pilnībā 1 = žurnālistikas standarti ievēroti daļēji vai nav īsti skaidrs 0 = žurnālistikas standarti nav ievēroti
Precizitāte	Saturā nav neatbilstību ne tekstā, ne ilustrācijās, ne virsrakstā			
	Ja vien ir iespējams, žurnālists ir atsaucies uz oriģinālajiem, nevis uz sekundārajiem informācijas avotiem			
	Notikumi nav sagrozīti vai pārlieku vienkāršoti			
	Izvairās no sabiedrības grupu vai tās locekļu stereotipizācijas			
Informācijas pilnīgums	Atbild uz 6 galvenajiem jautājumiem: Kas? Kur? Kad? Kurš? Kāpēc? Kā?			
Faktu un viedokļu nošķiršana	Viedokļu izteicēji (avoti) ir skaidri identificēti			
	Ziņu materiālā žurnālistam nebūtu jāizpauž savas viedoklis			
	Ir nošķirti fakti no viedokļiem			
Viedokļu sabalansēšana	Ir iekļauti avoti, kas sniedz dažādus temata skatpunktus			
	Ja kāda puse atsakās komentēt situāciju, žurnālistam tas ir jāuzraksta vai jāpasaka			

SECINĀJUMI

5 min.



Tāpat kā citām profesijām arī žurnālistiem ir profesionālie standarti, kas palīdz nodrošināt, ka žurnālisti rada kvalitatīvu darbu, kas ir precīzs, uzticams, ar atbildību sabiedrības priekšā un caurskatāms. Izpratne par profesionālās žurnālistikas standartiem mums var palīdzēt labāk izvērtēt patērēto ziņu kvalitāti.

Izdales materiāls

Latvijas Žurnālistu asociācijas ētikas kodekss

Latvijas Žurnālistu asociācijas Ētikas kodekss

Šis ir izvilkums no Latvijas Žurnālistu asociācijas ētikas kodeksa. Pilnā apjomā tas pieejams šeit:

<http://www.latvijaszurnalisti.lv/etikas-kodekss/>

Vispārīgie principi

- Žurnālistu pienākums ir aizstāvēt vārda un preses brīvību. Žurnālisti nepakļaujas nekādai ietekmei, kas ierobežo brīvu informācijas plūsmu vai traucē atklātas debates par jebkuru sabiedrībai nozīmīgu jautājumu.
- Žurnālistu pienākums ir gādāt, lai sabiedrība saņem pilnu informāciju par procesiem un notikumiem. Žurnālisti ir par daudzpusīgu viedokļu apmaiņu, analītisku un kritisku nostāju pret politisko, ekonomisko un tiesu varu, aizstāvot sabiedrības un indivīda tiesības.

Žurnālista uzdevumi

- Žurnālista galvenais uzdevums ir sniegt sabiedrībai patiesu un pārbaudītu informāciju.
- Faktu izklāstam žurnālista veidotajā saturā jābūt objektīvam, skaidram, bez falsifikācijas vai maldināšanas.
- Žurnālists gādā par viedokļu daudzveidību, pat ja šie viedokļi šķiet pašam nepieņemami.
- Žurnālisti negatavo reklāmas un nesniedz sabiedrisko attiecību pakalpojumus.
- Žurnālisti nodala ziņas un analīzi no komentāriem un viedokļiem.
- Žurnālistam ir jāatturas no cilvēka etniskās izcelsmes, tautības, profesijas, politiskās pārliecības, reliģisko uzskatu vai seksuālās orientācijas pieminēšanas, ja šīm detaļām nav nozīmes attiecīgajā kontekstā, it sevišķi, ja šādu fakti pieminēšana var šķīst aizskaroša.

Žurnālista attiecības ar informācijas avotiem

- Žurnālista pienākums ir pārbaudīt avotu sniegtu informāciju.
- Žurnālistam jāievēro bērnu tiesības, izmantojot viņus kā informācijas avotus.
- Nedrīkst identificēt dzimumnoziedzumu upurus.

- Žurnālistam jāizvairās izmantot anonīmus avotus publicētajos materiālos. Atsaucoties uz anonīmu avotu, žurnālists uzņemas atbildību par informācijas patiesumu un iespēju robežās paskaidro anonimitātes iemeslu.



Žurnālistu darba neatkarība

- Žurnālisti nevar būt politisko partiju amatpersonas. Ja žurnālists kandidē vēlēšanās, viņš aptur profesionālo darbību.
- Žurnālisti nepieņem dāvanas, pakalpojumus vai citus labumus atlīdzībā par mediju satura veidošanu no personām, kas nav viņu darba devējs.
- Žurnālistam ir jāatsakās no tāda materiāla veidošanas, kas rada interešu konfliktu attiecībās ar individiem, politiskām, ekonomiskām un citām interešu grupām.

Izdales materiāls

Ziņas A piemērs

ASV sankcijas trāpa pat Viktoram Ščerbatiham

„Jā, Lembergs ir slikts, bet viņš sportistiem iedeva māju, kur trenēties un dzīvot. Atņāca jauna valdība un to atņēma, izdzina uz ielas,” pukojas Ventspils sporta centra svarcelšanas treneris Viktors Ščerbatihš.

„Situācija ir ļoti bīstama. Mēs patiešām nevaram vairs normāli sagatavoties šīs vasaras olimpiskajām spēlēm,” satraukts ir svarcelšanas treneris, Latvijas Svarcelšanas federācijas prezidents Viktors Ščerbatihš.

Žurnāla “Kas Jauns” rīcībā nonākušas ziņas, ka jau drīzumā pārstās darboties viena no vadošajām svarcelšanas skolām Eiropā, jo pēc ASV piemērotajām sankcijām Ventspils mēram Aivaram Lembergam „nogrīzts” finansējums arī Ventspils sporta namam “Centrs”, kā paspārnē trenējas un dzīvo šobrīd labākie Latvijas svarcēlāji – Eiropas un pasaules čempionātu medaļnieki, Latvijas lielākās olimpiskās cerības Rebeka Koha, Ritvars Suharevs, Artūrs Plēsnieks –, kā arī daudzi jaunie talanti.

Vai tiešām ar svarcelšanas centru Ventspilī ir cauri? „Ļoti slikti cilvēki iedeva mums māju, bet ļoti labi cilvēki to atņēma! Lūk, tāda mums šobrīd ir situācija,” sarunā ar žurnālu “Kas Jauns” ironizē

viens no svarcelšanas centra treneriem Viktors Ščerbatihš un paskaidro: „Nu, kā – visi saka, ka Lembergs ir sliktais. Taču Ventspils pašvaldība bija tā, kas uzcēla sporta namu, ierīkoja internātu jaunajiem sportistiem, izveidoja svarcelšanas centru, kur bez maksas trenējās bērni no visas Latvijas – viņiem tika nodrošināta dzīvošana, ēšana, blakus bija skola. Kad sākās visas tās problēmas ar sankcijām, valsts „pie dziesmas” paņēma arī Ventspils pašvaldību – pārskatīja visus tās finansiālos izdevumus un pateica, ka sporta attīstībai tādu naudu dot nedrīkst! Un sākās šovs.”

Šajā svarcelšanas centrā Ventspilī trenējas visi Latvijas labākie svarcēlāji, mūsu olimpiskās cerības. Tostarp Artūrs Plēsnieks. Rebeka Koha ir viena no labākajām svarcēlājām pasaulē savā svara kategorijā. Un arī viņa trenējas svarcelšanas centrā Ventspilī. Ščerbatihš teic, ka valsts liegusi pašvaldībai finansēt sporta centru, kas sagatavoja jaunos sportistus, sedzot viņiem dzīvošanu un ēdināšanu. „Atņēma finansējumu 300 000 eiro, teica, ka varbūt kaut ko iedos vietā. Kad tas būs, cik daudz iedos – nav zināms. Pašlaik internāts vairs neeksistē, bet, kas būs rīt, to nezinām. Māja mums ir atņemta – internātā saglabātas divas istabiņas no astoņām, un pagaidām jauno svarcēlāju dzīvošanu finansēt uzņēmusies Svarcelšanas federācija. Šobrīd visi bērni aizbraukuši

uz sporta nometni. Kad viņi atgriezīsies, būs jādomā, vai nebūsim spiesti vairākus sūtīt uz mājām, jo mums vairs nebūs naudas. Bijām plānojuši Ventspils svarcelšanas centrā šogad uzņemt vēl vairāk audzēkņu, bet tagad nāksies domāt par jau esošo izslēgšanu. Ja valsts, piemēram, Svarcelšanas federācijai piešķirtu kaut 100 000 eiro, tad šo svarcelšanas bāzi un internātu kaut kā vēl varētu uzturēt, taču federācijai papildus piešķirti tikai 10 tūkstoši! Atņēma 300, bet vietā iedeva desmit! Nu ļoti „laba” sadarbība!”

pukojas Ščerbatihš, sakot: „Internātā dzīvoja jaunie svarcēlāji no visas Latvijas, un to finansēja pašvaldība. Ja neatradīsies cits finansējums, ar svarcelšanu Ventspilī, visticamāk, būs cauri. Uz to pusi pagaidām iet. Tas ir nepiedodami – ar vieglu roku tā vienkārši iznīcināt daudzu gadu darbu. Ventspils veidojās par Eiropas svarcelšanas centru, bija iecere paplašināt svarcelšanas zāli, lai pie mums varētu trenēties arī sportisti no ārzemēm. Es nezinu, kāda situācija būs turpmāk. Pagaidām sportistiem palīdz Svarcelšanas

Juris Vaidakovs | Žurnāls “Kas Jauns”

<https://jauns.lv/raksts/sports/367704-asv-sankcijas-trapa-pat-viktoram-scerbatiham>

Izdales materiāls

Ziņas B piemērs

Ar īpašiem reisiem Latvijā atgriezušies aptuveni 1000 ceļotāju; vēl 4000 gaida

Ar īpašiem izņēmuma reisiem pēdējās dienās Latvijā izdevies atgriezties vairāk nekā 1000 cilvēkiem, taču vēl vairāki tūkstoši mūsu ceļotāju atrodas ārzemēs un gaida palīdzību, lai atgrieztos. Ārlietu ministrija sola tuvākajās dienās rīkot vēl vairākus repatriācijas braucienus, izmantojot gan gaisa un jūras satiksmi, gan dzelzceļu. Pēc Konsulārā reģistra datiem ārzemēs atrodas vēl aptuveni 4000 Latvijas valstspiederīgo, kuriem nepieciešama palīdzība atgriezties. Tādēļ Ārlietu ministrija kopā ar nacionālo aviokompāniju “airBaltic” gatavojas tuvākajās dienās rīkot vēl vairākus repatriācijas reisu – no Stambulas, Londonas, Amsterdamas, Abū Dabī un Tbilisi.

“Tie nav pēdējie reisi. Tikš rīkoti arī citi. Mēs turpināsim sniegt palīdzību mūsu valsts ceļotājiem, es uzsveru – ceļotājiem, līdz 27. martam,” norādīja Ārlietu ministrijas pārstāvis Jānis Beķeris. “Mēs esam priecīgi par katru, kurš vēlas atgriezties Latvijā, bet šis nav reemigrācijas plāns ekspresversijā,” sacīja Beķeris.

Bez jau minētajiem lidojumiem tiek plānots arī īpašs vilciena reiss

no Kijevas uz Rīgu, kas no Ukrainas galvaspilsētas aties sestdien pulksten 12.45. Tāpat tiek turpināti prāmju braucieni no Trave-mindes Vācijā uz Liepāju. Informācija par šiem un citiem reisiem pieejama Satiksmes ministrijas mājaslapā.

Atgriežoties Latvijā, pasažieriem jāaizpilda anketas par savu veselības stāvokli, kā arī jāparaksta apņemšanās ievērot pašizolāciju un citus drošības pasākumus. Lidostā, ostā un dzelzceļa stacijā izveidoti Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienesta (NMPD) pārbaucēji, kur iebraucēji, kuriem parādījušies saslimšanas simptomi, var pārbaudīt savu veselību.

“Ja ir pamats domāt, ka simptomi ir, tad pacients tiek novirzīts uz laboratoriskajiem izmeklējumiem. Katrā vietā tiek nodrošināta iespēja ievietot izolācijā pacientus, kuru simptomātika ir pietiekoši smaga,” informēja NMPD vadītāja Liene Cipule.

Daudzi ceļotāji Latvijā atgriežas saviem spēkiem, ielidojot Viļņā vai Tallinā un tālāk dodoties ar privāto auto. Ārlietu ministrija brīdina, ka tranzītu caur Viļņu būs iespējams izmantot tikai līdz 22. marta pusnaktij, jo pēc tam Lietuva slēgs savas robežas arī Latvijas valstspiederīgajiem.

ATGRIEŠANĀS LATVIJĀ

AVIO BIĒTES airBaltic

STAMBULA (IST) ✕ RĪGA - 21., 23.martā

LONDONA (LGW) ✕ RĪGA - 21., 22., 24., 25.martā

AMSTERDAMA (AMS) ✕ RĪGA - 24., 25. martā

ABŪ DABĪ (AUH) ✕ RĪGA - 22.martā

TBILISI (TBS) ✕ RĪGA - 23.martā

VAI IZMANTO CITUS
SASKAŅOTOS REISUS:
EJ.UZ/VISIREISI

PAR NĀKAMAJIEM REISIEM INFORMĒSIM!

lidz 27.martam palīdzēsīm ceļotājiem atgriezties Latvijā
pirms ceļo, izvērtē iespējamos riskus un šķēršļus
esi savanāms uz Konsulārajā reģistrā norādīto numuru

Ārlietu ministrija Satiksmes ministrija

ATGRIEŠANĀS LATVIJĀ

ĀRVALSTĪS PALIKUŠAIS
LATVIJAS CEĻOTĀJ!

#CELODROŠI
#CEĻOTĀTBILDĪGI

Izmanto pirmo iespējamo reisu, lai atgrieztos Latvijā!

Valsts piedāvātie reisi plānoti līdz 27.martam!

Reisus skaties ej.uz/visireisi
un seko facebook.com/celodrosi

Ja paliec ārvalstīs līdz ārkārtējās situācijas beigām vai
esi atgriezies Latvijā, atsūti savu vārdu un uzvārdu:
palieku@mfa.gov.lv

PAR TURPMĀKO INFORMĒSIM!

Ārlietu ministrija Satiksmes ministrija

KONTEKSTS:

Latvijas valstspiederīgo repatriācijas operāciju plānots organizēt līdz 27. martam. Repatriācijas reisi nepieciešami, jo saistībā ar Covid-19 izplatību Latvijā nolemts izsludināt ārkārtējo situāciju, kas būs spēkā no 13. marta līdz 14. aprīlim un kuras laikā noteikta virkne ierobežojumu, tajā skaita aizliegti starptautiskie pasažieru pārvadājumi.

Jaunais koronavīruss "SARS-CoV-2" un Covid-19 sāka izplatīties 2019. gadā Ķīnas centrālās daļas pilsētā Uhaņā, kurā dzīvo 11 miljoni cilvēku. Pasaules Veselības organizācija norāda, ka Covid-19 saslimstība sasniegusi globālās pandēmijas līmeni. Daudzās pasaules valstīs, tostarp arī Eiropā, atcelti masu pasākumi, kā arī slēgtas skolas un citas iestādes, lai ierobežotu Covid-19 izplatīšanos.

Latvijā pirmoreiz Covid-19 vīruss konstatēts 2020. gada 2. martā.

Ģirts Zvirbulis | [Replay.lv](https://replay.lv), [Panorāma](https://panorama.lv)

<https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/ar-ipasiem-reisiem-latvija-atgrieziesie-aptuveni-1000-celotaju-vel-4000-gaida.a352618/>

Piemērs aizpildītai žurnālistikas standartu darba lapa ziņai
 "ASV sankcijas trāpa pat Viktoram Ščerbatiham" (A piemērs)

	Indikators – Ziņas saturam būtu jābūt:	Vai medijs ir rīkojies saskaņā ar šo standartu – kāpēc jā vai nē?	Ja jūs nevarat noteikt, vai medijs ir rīkojies saskaņā ar standartu, kādas informācijas pietrūkst?	Vērtējums 2 = žurnālistikas standarti ievēroti pilnībā 1 = žurnālistikas standarti ievēroti daļēji vai nav īsti skaidrs 0 = žurnālistikas standarti nav ievēroti
Precizitāte	Saturā nav neatbilstību ne tekstā, ne ilustrācijās, ne virsrakstā	Nē – lai gan Ventspils pilsētas domes Sporta pārvalde ir norādījusi, ka Viktors Ščerbatihš kļūdās, visrakstā tik un tā ir atstāts, ka vainojamas ir ASV sankcijas. Lai gan ilustrācijas ir atbilstošas, 0 punktu ir tāpēc, ka raksts nepiedāvā precīzu informāciju.		0
	Ja vien ir iespējams, žurnālists ir atsaucies uz oriģinālajiem, nevis uz sekundārajiem informācijas avotiem		Daļēji – ir atsauces uz oriģinālavotiem, bet trūkst vairāku skatu punktu (ir nepietiekams skaits avotu), piemēram, rakstā minētās Izglītības un zinātnes ministrijas viedokļa.	1
	Notikumi nav sagrozīti vai pārlietu vienkāršoti	Nē, notikumi ir pārāk vienkāršoti, jo virsrakstā un pēc tam rakstā lielākoties piedāvāta vienas puses versija par notikušo, un tā sasaista kopā divus nesaistītus notikumus – piedāvā nekorektu interpretāciju, tādējādi sagrozot notikušā būtību		0
	Izvairās no sabiedrības grupu vai tās locekļu stereotipizācijas	Nē – nepārbaudot informāciju, ir iekļauti apgalvojumi, kas daļēji stereotipizē Latvijas valsts ierēdņus un valdības pārstāvjus. Rakstā gan izmantots apzīmējums "valsts", taču valsts pati finansējumu neatņem / nepiešķirt, to dara valsts pārvaldes darbinieki, kas stereotipizēti kā mehāniski strādājoši un neiedziļinājušies situācijā, bez intereses par apstākļu uzlabošanu.		1
Informācijas pilnīgums	Atbild uz 6 galvenajiem jautājumiem: Kas? Kur? Kad? Kurš? Kāpēc? Kā?	Nē – tiek piedāvāta tikai vienas puses interpretācija, skaidrojot, kas, kur, kad ir noticis un kurš to darīja, kāpēc un kā. "Kāpēc" skaidrojums rakstā nav precīzs, jo aizkavētā finansējuma iemesls nav ASV sankcijas, bet gan aizkavēšanās no Izglītības un zinātnes ministrijas puses.		0

Faktu un viedokļu nošķiršana	Viedokļu izteicēji (avoti) ir skaidri identificēti	Jā		2
	Ziņu materiālā žurnālistam nebūtu jāizpauž savas viedoklis	Autora viedoklis netiek pausts		2
	Ir nošķirti fakti no viedokļiem	Nē – Viktora Ščerbatihā teiktais tiek uzdots par faktu, lai gan vēlāk Baltijas pētnieciskās žurnālistikas centram "Re:Baltica" viņš ir teicis, ka "finansējuma saikne ar sankcijām esot viņa pārlicība" (tātad, ne fakts).		0
Viedokļu sabalansēšana	Ir iekļauti avoti, kas sniedz dažādus temata skatpunktus	Nē, gan virsraksts, gan lielākā daļa teksta pārstāv vienu skatu punktu, pietrūkst citu avotu		0
	Ja kāda puse atsakās komentēt situāciju, žurnālistam tas ir jāuzraksta vai jāpasaka		Nav zināms, vai tiešām kāda cita uzrunātā puse ir atteikusies no komentāra	2
Uzticamība	Ziņu materiālā ir atsauces uz vairākiem informācijas avotiem, un tie ir neatkarīgi un var tikt raksturoti kā konkrētā temata autoritātes	Nē, ir pārāk maz informācijas avotu, tostarp, neatkarīgu ekspertu		1
	Ja ir anonīms avots, žurnālists paskaidro, kāpēc – jo avots var saskarties ar apdraudējumu, atribību vai cita veida riskiem	Jā – nav neviens anonīms avots		2
Neatkarība	Izvairās no interešu konfliktiem, atklāj, ja gadījumā tas ir neizbēgams	Jā – nav redzama interešu konflikta		2
	Pret reklāmdevējiem, sponsoriem vai citiem, kam ir finansiāla interese par mediju, neizturas ar īpašu attieksmi vai pielaidību	Jā – nav redzama šāda attieksme (nav zināms par žurnālista saikni ar Latvijas Svarcelšanas federāciju un Viktoru Ščerbatihu)		2
	Izvairās no robežas starp ziņām un reklāmu sapludināšanas	Jā – rakstā nav iekļauta reklāma		2
Samazināts kaitējums	Par cilvēku dzīvi neatklāj privātas detaļas, ja vien tas nav absolūti nepieciešams	Jā – privātas detaļas nav atklātas		2
Kopā				19



Piemērs aizpildītai žurnālistikas standartu darba lapa ziņai

“Ar īpašiem reisiem Latvijā atgriezušies aptuveni 1000 ceļotāju; vēl 4000 gaida” (B piemērs)

	Indikators – Ziņas saturam būtu jābūt:	Vai medijs ir rīkojies saskaņā ar šo standartu – kāpēc jā vai nē?	Ja jūs nevarat noteikt, vai medijs ir rīkojies saskaņā ar standartu, kādas informācijas pietrūkst?	Vērtējums 2 = žurnālistikas standarti ievēroti pilnībā 1 = žurnālistikas standarti ievēroti daļēji vai nav īsti skaidrs 0 = žurnālistikas standarti nav ievēroti
Precizitāte	Saturā nav neatbilstību ne tekstā, ne ilustrācijās, ne virsrakstā	Jā – nosaukums, saturs un ilustrācijas ir atbilstoši un precīzi		2
	Ja vien ir iespējams, žurnālists ir atsaucies uz oriģinālajiem, nevis uz sekundārajiem informācijas avotiem	Jā – ir atsaucies uz oriģinālajiem informācijas avotiem		2
	Notikumi nav sagrozīti vai pārlieku vienkāršoti	Jā – ir norādes, kur meklēt precīzāku informāciju par reisiem (Satiksmes ministrijas mājaslapā)		2
	Izvairās no sabiedrības grupu vai tās locekļu stereotipizācijas	Jā – stereotipizācija nav manāma		2
Informācijas pilnīgums	Atbild uz 6 galvenajiem jautājumiem: Kas? Kur? Kad? Kurš? Kāpēc? Kā?	Jā – atbilde uz “kāpēc” ir rodama ziņai pievienotajā konteksta sadaļā		2
Faktu un viedokļu nošķiršana	Viedokļu izteicēji (avoti) ir skaidri identificēti	Jā		2
	Ziņu materiālā žurnālistam nebūtu jāizpauž savas viedoklis	Jā – žurnālista viedoklis nav pausts		2
	Ir nošķirti fakti no viedokļiem	Jā		2
Viedokļu sabalansēšana	Ir iekļauti avoti, kas sniedz dažādus temata skatpunktus	Jā – taču būtu iederīgs kāda ceļotāja viedoklis par viņa pieredzi, atgriežoties vai mēģinot atgriezties Latvijā. Iespējams, tas šeit nav pievienots, jo ceļotāju pieredzes bija apkopotas citā materiālā.		1
	Ja kāda puse atsakās komentēt situāciju, žurnālistam tas ir jāuzraksta vai jāpasaka	Jā – atteikums šajā gadījumā netiek uzrādīts. Visticamāk, jo žurnālists ar atteikumu nebija saskāries.		2

Uzticamība	Ziņu materiālā ir atsauces uz vairākiem informācijas avotiem, un tie ir neatkarīgi un var tikt raksturoti kā konkrētā temata autoritātes	Jā – ir atsauces gan uz Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienestu, kas ņem analīzes, gan Ārlietu ministriju, kas sniedz palīdzību Latvijas pilsoņiem, kas vēlas nokļūt mājās no ārzemēm	2
	Ja ir anonīms avots, žurnālists paskaidro, kāpēc – jo avots var saskarties ar apdraudējumu, atriebību vai cita veida riskiem	Jā – anonīms avots nav iekļauts	2
Neatkarība	Izvairās no interešu konfliktiem, atklāj, ja gadījumā tas ir neizbēgams	Jā – nav redzama interešu konflikta	2
	Pret reklāmdevējiem, sponsoriem vai citiem, kam ir finansiāla interese par mediju, neizturas ar īpašu attieksmi vai pielaidību	Jā – nav redzama šāda attieksme	2
	Izvairās no robežas starp ziņām un reklāmu sapludināšanas	Jā – rakstā nav iekļauta reklāma	2
Samazināts kaitējums	Par cilvēku dzīvi neatklāj privātas detaļas, ja vien tas nav absolūti nepieciešams	Jā – privātas detaļas nav atklātas	2
Kopā			31



1. daļa. Izpratne par medijiem. B. Mūsdienu mediju vide

1. NODARBĪBA. MAINĪGĀS MEDIJU PLATFORMAS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies kritiski izvērtēt izmaiņas, kas informācijas vidē notikušas pēdējo 20 gadu laikā
- Sapratīs, kā šī jaunā informācijas vide ietekmē viņu lēmumu pieņemšanas procesu
- Sapratīs, ka arvien grūtāk ir noteikt, kurš ir žurnālists, taču spēš atpazīt īstu žurnālistiku, jo tā vienmēr seko žurnālistikas standartiem
- Apzināsies skarbos ekonomiskos apstākļus, kuros žurnālistika ir nonākusi pēdējās desmitgadēs, un to, kā tie ietekmē satura kvalitāti

MATERIĀLI

- Līmlapiņas
- Marķieri

NEPIECIEŠAMĀS LAIKS

60 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uz tāfeles vai sienas izveidojiet garu rindu ar vēsturiskajiem datumiem.

Uz līmlapām uzrakstiet zemāk redzamos medijus, mediju veidus un platformas un novietojiet tās uz galda apgriezta veidā, lai dalībnieki neredzētu uz tām rakstīto.

- | | | |
|------------------------------|---------------------|---------------|
| • Zīmējumi alās | • Filmas | • Draugiem.lv |
| • Raksti uz māla plāksnēm | • Radio | • YouTube |
| • Papirusi | • Televīzija | • Twitter |
| • Ar roku rakstītas grāmatas | • Satelīttelevīzija | • Viedtālruni |
| • Iespiedmašīna | • Internets | • WhatsApp |
| • Pasta pakalpojumi | • E-pasts | • Planšetes |
| • Laikraksti | • Laikraksts Diena | • Instagram |
| • Telegrāfs | • Radio SWH | • Snapchat |
| • Telefons | • Google | • Pieci.lv |
| • Fotoaparāts | • Facebook | • TikTok |

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Šajā nodarbībā mēs apskatīsim, kā laika gaitā ir mainījušies mediji. Tam ir liela nozīme mūsu spējā atšķirt patiesību no meliem.

Mainījies ir ne tikai tas, cik daudz informācijas saņemam un kā tā tiek piegādāta, bet arī attiecības starp žurnālistu un auditoriju.

Ieteikumi apmācībā

Šo nodarbību var veikt, līmējot līmlapiņas pie sienas atbilstoši datumiem. Otrs variants ir ļaut dalībniekiem pašiem sastādīt rindā atbilstoši katra vēsturiskajai atrašanās vietai laikā. Ja dalībnieku ir vairāk nekā lapiņu, tad dažas lapiņas atstājiet tukšas un tukšos lapiņu īpašniekiem lieciet izdomāt kādu citu mediju, platformu, informācijas parādību, kuru ievietot starp jau

esošo hronoloģisko secību.

Nodarbības laikā vajadzētu atvēlēt laiku, lai pārrunātu dalībnieku domas par šiem ziņu nesējiem un mediju platformām. Piemēram, var uzdot jautājumu "Kā attiecīgais medijs vai platforma ir mainījies to, kā iegūstam informāciju?" Tas īpaši noderīgi būs diskusijām, kas paredzētas nākamajās nodarbībās.

IESILDĪŠANĀS

10 min ⌚

Iedodiet dalībniekiem līmlapiņas, uz kurām uzrakstīti dažādie informācijas nesēji, mediji un platformas.

Dalībnieku uzdevums ir sakārtot lapiņas (vai nostāties rindā) secībā, kādā šīs tehnoloģijas parādījās pasaulē laika gaitā. Šis uzdevums parādīs to, cik strauji informācijas tehnoloģijas ir attīstījušās tieši pēdējos 20 gados.

Izdales materiāls

Hronoloģiskā laika tabula

Medijs/platforma	Gads/gadsimts	Medijs/platforma	Gads/gadsimts	Medijs/platforma	Gads/gadsimts
Zīmējumi alās	~ pirms 28000 g.	Radio	~ 1900	Viedtālruni	2007
Raksti uz māla plāksnēm	3000 p.m.ē.	Televīzija	~ 1920	YouTube	2005
Papirus	2400 p.m.ē.	Kabeļtelevīzija	~ 1940	Twitter	2006
Pasta pakalpojumi	6. gs. p.m.ē.	Internets	~ 1960	WhatsApp	2009
Ar roku rakstītas grāmatas	1. gs. m.ē.	E-pasts	1973	Planšetes	2010
Iespiedmašīna	~ 1430. g.	Satelīttelevīzija	1976	Instagram	2010
Laikraksti	~ 1600. g.	Globālais tīmeklis (www)	1989	Snapchat	2011
Fotoaparāts	~ 1820. g.	Laikraksts Diena	1990	Pieci.lv	2013
Telegrāfs	~ 1830. g.	Radio SWH	1993	TikTok	2016
Telefons	~ 1870. g.	Google	1998		
Filmas	~ 1880. g.	Facebook	2004		

Jautājumi

- Vai komunikāciju tehnoloģiju attīstības vēsture jūs pārsteidza? Kāda ir straujā platformu attīstības ietekme uz mūsu dzīvi un to, kā iegūstam informāciju?



TĒZES

Informācijas un komunikācijas tehnoloģijas pēdējās desmitgadēs ir strauji attīstījušās. Mūsdienās žurnālistiku mēs iegūstam no ļoti dažādiem avotiem, un tā vairs nav tikai drukātā prese, radio un tv kā agrāk.

Iepriekš mēs runājām par standartiem, kurus ievēro laba žurnālistika. Bet vai mēs visu savu informāciju šodien iegūstam no "žurnālistikas"? Kas ievēro žurnālistikas standartus? Kuru mēs varam uzskatīt par žurnālistu?

AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Parādiet piemērus, kuri varētu būt vai nebūt žurnālistika. Piemēriem varat izmantot piemērus no pirmās daļas "satura piemēri". Ekrānšāviņi ar piemēriem ir apskatāmi šīs nodarbības prezentācijas slaidos.

Jautājumi

- Kurš no šiem piemēriem uzskatāms par žurnālistiku?
- Kas katru konkrēto piemēru padara vai nepadara par žurnālistiku?
- Vai tā ir informācijas vide, platforma, saturs, valodas stils, tonis, kompetence vai kas cits?

TĒZES

Mūsdienās jebkurš var publicēties un tikt sadzirdēts. Savā ziņā mēs visi daļēji esam kā žurnālisti, piemēram, ierakstot viediercēs video un tālāk to publicējot draugiem sociālajos medijos. Turklāt tas var virāli izplatīties pa visu Latviju vai pasauli. Tomēr tiešsaistē publicētās informācijas kvalitāte ievērojami atšķiras. Lielākajai

daļai no mums nav laika pārbaudīt informāciju un ziņot par kontekstu, kurā video uzņemts. To savukārt dara profesionāli žurnālisti. Vairums cilvēku, kas tiešsaistē dalās ar informāciju, nav apņēmušies ievērot žurnālistikas standartus, par kuriem mēs runājām iepriekš.

AKTIVITĀTE

20 min ⌚

Šī aktivitāte diskusijas veidā palīdzēs dalībniekiem saprast saikni starp ieņēmumu samazinājumu tradicionālajos medijos un lejupslīdošo ziņu atspoguļojumu, īpaši no reģioniem.

Parādiet dalībniekiem ziņas par LNT ziņu dienesta pievienošanu TV3, laikraksta "Neatkarīgā Rīta Avīze" aiziešanu no drukātā formātā (avots: LSM.lv).

Pēc LNT un TV3 ziņu apvienošanas darbu neturpina 30 cilvēki; žurnālistiem piedāvātas sociālās garantijas

7. janvāris, 13:08 | Latvijā |
 Autori: [Anceļa Petrova](#) (Latvijas Radio Ziņu dienesta korespondente)

Pēc LNT un TV3 ziņu apvienošanas no aptuveni 150 cilvēkiem darbu neturpina 30, noskaidroja Latvijas Radio. Šonedēļ TV3 sāk raidīt jaunu ziņu un informatīvo raidījumu programmu, uz kuru pārcelti vairāki LNT raidījumi. Kanāls LNT darbu neturpinās. Savukārt TV3 raidījumu klāstu paplašinās, apvienojot ziņu dienestus. Pēc paziņojumiem par LNT ziņu slēgšanu žurnālisti aktualizēja jautājumu arī par darbinieku sociālajām garantijām nozarē, un dažiem šādas garantijas arī būs.

Par LNT likvidēšanu esošajā formā un izmaiņām TV3 darbā uzņēmums darbiniekiem un plašākai sabiedrībai paziņoja novembrī. Mediju koncerns arī neslēpa, ka daļa cilvēku darbu zaudēs. Uzreiz pēc šiem paziņojumiem sāka skaji runāt par nozares darbinieku sociālo aizsardzību, jo žurnālisti norādīja, ka ir autoratbildības saņēmēji. Būž ar to viņiem liegta pilnvērtīga sociālās garantijas. Tā LNT ziņu moderatore Ilze Dobeļe teica uzreiz pēc darbinieku sapulces, kur uzstājās par pārmaiņām.

Pēc LNT un TV3 ziņu apvienošanas darbu neturpina 30 cilvēki;

„Ja mēs runājam valsts līmenī par sociālo aizsardzību, par sociālo nodokļu politiku, par to, ka sociālajam budžetam ir jāpildās, tad

«Neatkarīgā Rīta Avīze» no 5. maija iznāks tikai digitālā formātā

12. marts, 15:58 | Latvijā

Rīta Avīze" izdevējs SIA "Mediju nams" ir pieņēmis lēmumu no šī gada 5. maija "Avīzi" jaunā, tikai digitālā formātā, ciešā sadarbībā ar jau esošo portālu [icija portālā](#).

Šā izdošanas diena būs 30. aprīlis. Jaunā formātā digitālās "Neatkarīgās Rīta Avīzes" saturs aksta komentētājs un bijušais laikraksta "Dienas Bizness" redaktors Juris Paideris, bet portālu šā redaktore Ilze Zālīte.

nemaiņām mūsu satura vērtības. Jauna digitālā "Neatkarīgā Rīta Avīze" ir likumsakarīgs attīstības digitālā platforma jau šobrīd sasniedz aptuveni astoņas līdz desmit reizes lielāku auditoriju nekā šcionālām laikrakstam diemžēl vairs nav ekonomiski pamatojamas nākotnes, taču nemainīgs ir rēc no valdošās elites atšķirīga dzīves redzējuma. To mēs turpināsim nodrošināt," teicis Nauris " valdes priekšsēdētājs un vienīgais dalībnieks.

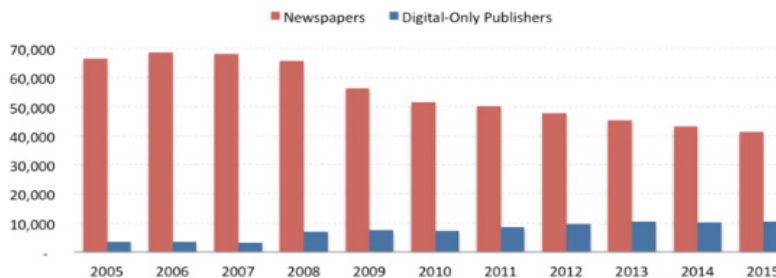
tes" abonementi tiks atmaksāta abonēšanas maksa par periodu, kurā avīze vairs netiks izdota, informācija par naudas atmaksas kārtību tiks publicēta 20. marta "Neatkarīgās Rīta Avīzes"

Parādiet arī šo ASV nodarbinātības aģentūras statistiku par žurnālistiem un redaktoriem, kurus nodarbina laikraksti un tiešsaistes mediji

Avots: [Columbia Journalism Review https://www.cjr.org/business_of_news/journalism_jobs_digital_decline.php](https://www.cjr.org/business_of_news/journalism_jobs_digital_decline.php)

In the past decade, newspaper journalists have declined steeply while journalists at digital-only publishers have tripled

of reporters or editors employed by...



Note: Figures include full and part-time employees but not self-employed workers.
 Source: US Bureau of Labor Statistics Occupational Employment Statistics.

Jautājumi

- Kad sākas straujš kritums? Kas vēl tajā laikā notika, kas lika samazināties žurnālistu skaitam? Kādi procesi ietekmēja drukātās preses žurnālistu skaita kritumu vēl pirms tam?
- Kādas ir bijušas šo procesu sekas? Kā šie procesi ir mainījuši ziņu un informācijas kvalitāti? Kāpēc, jūsuprāt, mēs mūsdienās iegūstam ziņas un informāciju no tik daudziem avotiem?



TĒZES

Tradicionālā žurnālistika jau vairākus gadu desmitus attīstījās rietumu valstīs ir cietusi no ieņēmumu krituma, ko radījuši ziņu un informācijas pieejamība internetā. 2008. gada finanšu krīze ieņēmumu kritumu padarīja straujāku. Sarūkot abonementu skaitam, mazāk cilvēku redz drukas reklāmas, kas nozīmē, ka laikraksti ir zaudējuši daudz reklāmdevēju naudas. Reklāmas, kas izvietotas avīžu interneta lapās, nepietiekami sedz drukātās preses izdevumus, tādēļ ka konkurencē par reklāmdevējiem iesaistās arī sociālie mediji un citas tiešsaistes platformas. Konkurence ziņu industrijā likusi pievērsties sensacionalizēšanai, lai tiešsaistes saturs pievilinātu vairāk lasītājus un klikšķus uz reklamām. Parādījies arī termins "clickbait" - manipulatīvi virsraksti, kas izmanto lasītāju zinātkāri, lai iegūtu viņu klikšķus. Tas savukārt samazina žurnālistikas apjomu, kas sabiedrībai ir būtisks, taču nepiesaista tik daudz klikšķus.

"Sarukuši ienākumi, aizgājuši lielie, starptautiskie spēlētāji un atkritiens preses brīvībā Latvijā – tādi ir trīs galvenie zaudējumi, aplūkojot Baltijas populārāko mediju situāciju piecus gadus pēc pasaules finanšu krīzes sākuma. Vismagākais trieciens bijis avīzēm, lai gan turbulence nozarē sākās jau pirms krīzes lasītāju paradumu maiņas dēļ. Individuāli lielākie zaudētāji Baltijas tirgū bijuši laikraksta Diena izdevēji, kuriem bija 76% apgrozījuma kritums" (Avots: *Re:Baltica* <https://rebaltica.lv/2014/11/veseligakie-mediji-baltija-igaunija/>).

Šeit tēzēm noder arī augstāk minētajā pētījumā 2015. gadā izteiktie mediju profesores Andas Rožukalnes secinājumi un prognozes par tradicionālajiem medijiem pēc finanšu krīzes. "Avīzes iet bojā visā pasaulē, bet Latvijā tās iet bojā degradētas, ar pārliecību, ka mums pat vairs nav pamata nostaļģijai, nav vērtību, ko atjaunot. Nacionālās avīzes ir kļuvušas marginālas un dienas kārtību nenosaka. Protams, ir arī tirgus faktori – Latvijas avīzes nokavēja ienākšanu internetā, finanšu krīze, bet galvenokārt Latvijas nacionālās avīzes cieta, jo profesionāļi samierinājās un mēģināja strādāt, ievērojot īpašnieku intereses. Vai mēs varam pateikt, ka kāda avīze virza pārmaiņas sabiedrībā, vai kādai avīzei ir ideāli? Paradokss ir, ka arī piemērojoties, iztopot, papildot ar pirktu saturu, paņemot katru mazāko naudiņu, mediji grimst vēl vairāk. Dubultā spēle nestrādā un avīzi avīzes dēļ nevienam nevajag" (Rožukalne 2015).

"Pēc pieciem gadiem iznāks tikai Latvijas Avīze, kas līdz šim, par spīti visam, spējusi saglabāt savu mērķi un klasiskās žurnālistikas elementus, piemēram, feļtonus. Iznāks reģionālie laikraksti. Savu vietu izcīnīs žurnāli, un tas nav slikti. Lai gan tirgus līderi ir tenku un sieviešu žurnāli, savu vietu izcīnā specifiskie izdevumi, padziļinātie izdevumi – kaut vai par dabu, ceļojumiem, vidi vai zinātni. Veidojas jauni mediji, un lielāko daļu no tiem neveido mediju speciālisti. Šobrīd līdzīgi kā 90. gados mediju vidē ienāk amatieri - aktivisti, kas reizēm savam saturam uzstāda augstākas prasības nekā profesionāļi" (Rožukalne 2015).

Parādiet dalībniekiem tabulas par reģionālās preses tirāžas un periodiskuma samazināšanos.

Jautājumi

- Vai kāds šajās tabulās atpazīst savu novadu un vietējo avīzi? Kā šie tirāžas un periodiskuma samazinājumi ietekmē informāciju, ko saņemat par novadā vai pilsētā notiekošo?
- Vai vienmēr var ticēt tam, ko raksta pašvaldības izdotā avīze? Vai tajā ir iekļauta kritika par pašvaldības darbu?

TĒZES

“Ja agrāk reģionālie laikraksti tika izdoti vidēji trīs līdz četras reizes nedēļā, tad šobrīd, mazinoties lasītāju pirk spējai, reģionos dzīvojošo cilvēku skaitam, mainoties mediju lietotāju paradumiem, palielinoties novadu un pašvaldību bezmaksas izdevumu popularitātei, līdz ar to krītoties reģionālo laikrakstu tirāžām, reģionālās avīzes vidēji tiek izdotas divas līdz trīs reizes nedēļā” (Užule 2018).

Ekonomiskā spiediena dēļ labākie reģionālās preses žurnālisti bieži meklē darbu labāk apmaksātos medijos. Piemēram, Edgars Kupčs, kurš ilgus gadus rakstīja par nelikumībām Jelgavas novadā laikrakstam Zemgales Ziņas, pirms vairākiem gadiem pārgāja uz Sabiedriskajiem medijiem.

Daudzi vietējie laikraksti pēc finanšu krīzes tika slēgti vai arī samazināja iznākšanas biežumu. Ja agrāk reģionālie laikraksti tika izdoti vidēji trīs līdz četras reizes nedēļā, tad šobrīd, mazinoties lasītāju pirk spējai, reģionos dzīvojošo cilvēku skaitam, mainoties mediju lietotāju paradumiem, palielinoties novadu un pašvaldību bezmaksas izdevumu popularitātei, līdz ar to krītoties reģionālo laikrakstu tirāžām, reģionālās avīzes vidēji tiek izdotas divas līdz trīs reizes nedēļā

(Užule 2015 Avots: https://www.szf.lu.lv/fileadmin/user_upload/szf_faili/Petnieciba/Latvijas-mediju-vides-daudzveidiba-small.pdf)

SECINĀJUMI

Pēdējo pāris gadu desmitu laikā mūsu saziņas veidi ir dramatiski mainījušies, un līdz ar to ir mainījušās ziņas, ko redzam, lasām un dzirdam. Tradicionālo mediju žurnālistiem ir jāziņo arvien ātrāk un reizē jādoma par to kā, saņemt “klikšķus” saviem rakstiem. Tas ir viens no iemesliem, kāpēc virsraksti pat no ticamiem avotiem

var būt sensacionalizēti un izraisīt spēcīgas emocijas. Tajā pašā laikā kļūst grūtāk noteikt, kas ir un kas nav žurnālists. Ikviens var publicēties tiešsaistē, bet ne visi ievēro žurnālistikas principus, kuru apgūšana un ieviešana prasa laiku un finanšu līdzekļus.



Series of horizontal dotted lines for taking notes.

1. daļa. Izpratne par medijiem. B. Mūsdienu mediju vide

2. NODARBĪBA. UZTICĒŠANĀS MEDIJIEM

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies paskaidrot kāpēc tie uzticas/neuzticas medijiem kopumā vai konkrētiem ziņu avotiem
- Sapratīs, kāpēc cilvēki kopumā uzticas vai neuzticas medijiem, un kā to ietekmē pieaugošā dezinformācija un viltus ziņas
- Labāk sapratīs uzticēšanos medijiem no Latvijas mediju patērētāju skatpunkta un to vai tas rada augsni viltus ziņām.

MATERIĀLI

- Papīrs un marķieri
- Dators un ekrāns prezentācijas slaidiem

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

65 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

levads

5 min ⌚

“Ikvienam ir tiesības uz savu viedokli, bet ne uz saviem faktiem.”
Šie vārdi pieder amerikāņu senatoram Danielam Patrikam Moinei-

hanam.
Vai jūs tam piekristat? Kāpēc ir svarīgi visiem vienoties par faktiem?

TĒZES

Miermīlīgas un sociāli saliedētas sabiedrības veicināšanai svarīga ir vienota realitātes uztvere. Pirms uzsākt diskusiju par nepieciešamajām darbībām, ir svarīgi saprast sabiedrībā esošās problēmas un to, kas tiek vai netiek darīts, lai šīs problēmas risinātu. Reizēm

var būt grūti noteikt, kas ir patiesība, bet žurnālistu uzdevums ir censties to atklāt un izstāstīt to citiem. Diemžēl mūsu viedokli par to, kas ir patiesība, var ietekmēt visdažādākie aizspriedumi un uzskati.

AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Četrus stūrus uzdevums. Katrā no telpas stūriem izvietojiet zīmi ar apgalvojumu kategorijām: pilnībā piekrītu, drīzāk piekrītu, pilnībā nepiekrītu, drīzāk nepiekrītu. Nolasiet 4 vai 5 no sekojošiem ap-

galvojumiem par attieksmi pret medijiem, un lieciet, lai dalībnieki nostātos telpas stūros atkarībā no tā, cik daudz viņi piekrīt vai nepiekrīt izteiktajam apgalvojumam.

Ieteicamie apgalvojumi, no kuriem izvēlēties:

- Es ticu, ka mediji sniedz ziņas visaptveroši, akurāti un godīgi
- Ziņas tendenciozi tiek atspoguļoti dažādi politiskie spēki
- Es ticu, ka mediju īpašnieki liek rakstīt pozitīvas ziņas ar saviem partneriem un negatīvas par konkurentiem
- Ziņu mediji ir svarīgi mūsu demokrātiskajai iekārtai
- Mediji ir svarīgi, lai cilvēki būtu informēti
- Žurnālistam ir jāatklāj savi informācijas avoti, ja citiem liekas, ka informācija ir apmelojoša
- Mediji uzrauga, lai valsts iestādes rīkotos likumīgi un sabiedrības interesēs
- Vietējais laikraksts, kas daļēji vai pilnībā pieder pašvaldībai, būs objektīvs, rakstot pret pašvaldības darbu
- Ja medijs izsakās slikti par kādu politiķi, tad tā ir viltus ziņa
- Vadošie mediji mēs safabricēt notikumus reizi pa reizei, lai dabūtu vairāk klikšķu
- Varasiestādēm jāļauj apturēt publikācija, ja tā ir pārāk tendencioza vai neprecīza
- Tie mediji, kam es uzticos ir daudz labāki par tiem, ko lieto lielais vairums cilvēku

Ieteikumi trenerim

Lai labāk sagatavotu jautājumus par uzticēšanos medijiem, iesakām izmantot grāmatu "Latvijas Mediju Vides Daudzveidība" Vitas Zelčes redakcijā, kur nodaļā par mediju patēriņu ir iekļautas vairākas lappuses (510 - 512) ar datiem par uzticēšanos medijiem.

Grāmata pieejama šeit: https://www.szf.lu.lv/fileadmin/user_upload/szf_faili/Petnieciba/Latvijas-mediju-vides-daudzveidiba-small.pdf

Jautājumi

- Kādēļ dalībnieki izvēlējās attiecīgo konkrēto stūri? Vai atbildot uz šo jautājumu dalībnieki ņemā vērā tos medijus, kurus tie lieto paši? Kā kopumā Latvijas iedzīvotāji varētu atbildēt uz šo jautājumu
- Vai pamanījāt kopīgas iezīmes dalībnieku atbildēs? Vai atbildes pārsteida? Vai publiska atbildēšana iespaidoja atbildes?

TĒZES

Viena no demokrātiskas sabiedrības iezīmēm ir uzticēšanās medijiem. Šās iekārtas ideālā modeli plašsaziņas līdzekļu tradicionāls uzdevums ir pārstāvēt/aizstāvēt sabiedrības intereses, būt tās "uzticības institūcijai". Profesionālu žurnālistu uzdevums ir sniegt auditorijai patiesu, iespējami objektīvu informāciju, iestāties par taisnīgumu un vērtēt, un kritizēt varas un elites darbību, tādējādi

iesakņojot sabiedrībā demokrātijas vērtības (Zelče 2018). Latvijai jau ilggadīgi ir raksturīga visai zema uzticēšanās politikajām partijām, Saeimai, valdībai, valsts pārvaldei, kas signalizē par iekšējām problēmām valstī. Toties uzticēšanās medijiem ir salīdzinoši augstāka. No medijie cilvēki visvairāk uzticas radio, bet vismazāk - sociālajiem medijiem.

Laiks	Drukātā prese		Radio		Televīzija		Internets		Sociālie tīkli	
	Latvijā	ES	Latvijā	ES	Latvijā	ES	Latvijā	ES	Latvijā	ES
2017.gada rudens	41	47	60	59	69	51	35	34	21	20
2016.gada rudens	44	46	63	59	51	50	37	36	27	21
2015.gada rudens	37	43	57	55	58	48	35	35	23	20
2014.gada rudens	41	43	61	58	62	50	42	36	27	21
2013.gada rudens	46	41	61	54	60	48	46	34	-	-
2007.gada rudens	50	44	63	60	66	52	37	33	-	-



AKTIVITĀTE

Iedodiet dalībniekiem ziņu, kura jāpārveido atbilstoši medija biznesa modelim un mērķauditorijai. Jāatceras, ka komerciālo mediju uzdevums ir pelnīt ar reklāmas ieņēmumiem (klikšķiem), bet sabiedrisko mediju galvenais uzdevums ir informēt sabiedrību.

Iespējamie mediji un to mērķauditorijas.

Sabiedriskais medijs (lsm.lv) - plaša auditorija, pārsvarā cilvēki virs 35 gadiem.

NRA.lv - nacionāli konservatīvs medijs patriotiski noskaņotiem

senioriem.

Jauns.lv - tabloīda tipa medijs ar mērķi izklaidēt ar rakstiem par šokējošiem notikumiem un slavenībām

Delfi.lv, TVnet.lv - pārsvarā jauniem un turīgiem cilvēkiem domāts informatīvs portāls

Kādu virsrakstu izvēlētos ziņai, lai attiecīgā medija lietotāji uzlikšķinātu uz tā.

Kādus informācijas avotus izvēlētos?

Vai veidotu sabalansētu vai tendenciozu rakstu?

1. NODARBĪBA. ZIŅU ATLASE, OBJEKTIVITĀTE UN LĪDZSVAROJUMS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies paņēmienu, kā redaktori izvēlas atspoguļojamos notikumus un kā to ietekmē laika, biznesa modeļa un specifiskās mērķauditorijas vajadzību faktori
- Spēs izprast, kā šie procesi kopā ar sociālo mediju algoritmiem un pašu dalībnieku mediju izvēlēm ietekmē to, kuras ziņas dalībnieki redz un lasa
- Uzzinās par redakcionālo neatkarību attiecībā pret īpašniekiem un reklāmdevējiem
- Izprātīs objektivitātes, tendenciozitātes, līdzsvarojuma konceptus, prātīs izskaidrot atšķirību starp tiem, kā arī sapratīs, kā tie ietekmē ziņu atlasī

MATERIĀLI

- Baltā tāfele vai papīra tāfele ar lielajām lapām (flipchart)
- Darba lapa (ziņas medijos)
- Papīra lapas
- Pildspalvas
- Marķieri

NEPIECIEŠAMĀS LAIKS

75 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

2 min ⌚

Šodien mēs runāsim par redakcionālām izvēlēm, kas nosaka, kādu saturu jūs ieraugāt medijos. Mēs runāsim par reportieru un redaktoru lēmumu pieņemšanas procesu, kā arī par sociālo mediju ietekmi un jūsu pašu izdarīto satura izvēļu ietekmi. Tāpat mēs

iepazīsimies ar objektivitātes, tendenciozitātes un līdzsvarojuma jēdzieniem. Dažkārt šie termini tiek lietoti, lai pateiktu par ziņām vienu un to pašu, tomēr tiem ir niansētas atšķirības.

AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Izdaliet dalībniekiem darba lapa "Ziņas medijos". Lieciet dalībniekiem darba lapas pirmajā kolonnā sarakstīt nesen dzirdētas un lasītas ziņas. Pagaidām ignorējiet otro kolonnu. Lūdziet visiem uzskaitīt pēc iespējas vairāk piemēru.

	Ziņa, kuru nesen lasīju
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

Pajautājiet dalībniekiem, kādas tendences viņi pamana. Vai šīs ziņas pārsvarā ir par vienu tēmu? Vai tās ir "labās" vai "sliktās" ziņas?

TĒZES

Ir daudz dažādu faktoru, kas ietekmē to, kāda veida ziņas nonāk līdz mūsu acīm un ausīm un kādēļ mēs vēlāk spējam tās atcerēties. Šeit ir redzama ziņu piltuve, kurā visi notikumi ar dažādiem faktoriem izsijājas.

- 1. Redakcionālie lēmumi:** Redaktoru lēmumus attiecībā uz ziņu izvēli ietekmē vairāki faktori. Starp tiem ir mērķauditorijas interese, jau iepriekš apskatīts temats, pienākuma apziņa, atspoguļot kādu noteiktu jautājumu, un tas, ko dara konkurenti.
- 2. Platformas ziņu patērēšanai:** Interneta portāli un sociālie mediji izmanto algoritmus, lai parādītu mums lietas, kas mums varētu patikt, ņemot vērā mūsu uzvedību iepriekšējās platformas apmeklējuma reizēs. Pieslēdzoties šīm platformām, tās mūs sāk atpazīt un uzglabā datus par mūsu rīcību un izvēlēm.

Tas noved pie filtru burbuļiem jeb situācijas, kad redzam tikai to saturu, kas saskan ar mūsu dzīves uztveri un vērtībām (algoritms pagaidām neietekmē to, kādu saturu redzam, dzirdam un lasām tradicionālajos medijos, kam tik detalizēti datu uzglabāšanas rīku vēl nav).

- 3. Lasītāju paradumi:** Tiešsaistes platformās ir daudz izvēles iespēju, bet mūsu izvēles ietekmē daudz dažādi faktori - vecums, dzimums, hobiji, intereses utt.
- 4. Atmiņa jeb tas, kas paliek mūsu atmiņā.** Kāpēc jūs atceraties to, ko atceraties? Kā tas varētu ietekmēt jūsu ziņu lasīšanas paradumus?

Mūsu uzmanība šajā nodarbībā būs pievērsta redakcionālajiem lēmumiem.

Jautājumi

Padomājiet par to kā žurnālisti tikuši parādīti filmās. Parādiet viņiem kolāžu ar filmām Frost vs Nixon, Spotlight, Sex and the Big City, Newsroom, All The Presidents Men, The Post, Shattered Glass u. c.

Filmās bieži vien priekšstats par žurnālistiem, viņu pienākumiem un to, kā darbojas ziņu redakcijas, bieži ir sagrozīts.

Ziņu dienestiem un mediju organizācijām ir dažādi departamenti, un bieži starp tiem ir "ugunsmūri". Piemēram, mediju īpašnieki ir nošķirti no redakcijas, lai redaktori un žurnālisti var pieņemt lēmumus neatkarīgi no īpašnieku interesēm. Tāda ir ideālā situācija. Piemēram, laikraksta The Washington Post (kas pieder Amazon dibinātājam Džefam Beizosam) redakcijai būtu jāspēj veidot kritiski raksti par sliktiem darba apstākļiem piegāžu veicējiem Amazon uzņēmumā.

Tik mazā valstī kā Latvija šādu neatkarību ir grūtāk realizēt, jo biznesmeņi viens otru pazīst ļoti labi un pazīšanās un politiskā

ietekme tiem ļauj koncentrēt savās rokās lielus varas resursus.

Šādus mediju īpašniekus sauc par oligarhiem, un bieži vien tie nevēlēšies, lai viņiem piederošā laikrakstā parādītos kritiski raksti par viņu biznesa partneriem vai arī politiskajiem sabiedrotajiem. Spilgts piemērs tam Latvijā bija laikraksta Diena īpašnieku maiņa 2009.gadā, kad virkne vadošo žurnālistu no darba aizgāja, jo nebija mierā ar jauno (tobrīd vēl nezināmo) īpašnieku veiktajām redakcionālajām izmaiņām.

Dažos ziņu dienestos žurnālisti ir sadalīti pa nozarēm. Katram žurnālistam ir viena vai vairākas nozares, piemēram, izglītība, tieslietas, politika, lauksaimniecība, sports, ko attiecīgais žurnālists pārzina labāk un atspoguļo aktualitātes tajās. Tad ir arī redaktori, kas koriģē tekstus un toni atbilstoši redakcionālajai politikai. Ir arī sociālo mediju speciālisti, kas izplata saturu šajās platformās, kā arī reklāmas speciālisti, kas piesaista reklāmdevējus. Tas, kāds saturs parādīsies medijā, ir redaktora pārziņā. Atsevišķos medijos, kā, piemēram, Latvijas Radio, šos cilvēkus sauc arī par producentiem.



AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Kādi faktori ietekmē redaktoru lēmumus, izvēloties notikumus, kurus žurnālisti atspoguļo?

Rakstiet dalībnieku atbildes uz lielajām lapām vai uz tāfeles. Ja dalībniekiem nevedas ar atbildēm, piedāvājiet viņiem sarakstu ar deviņiem faktoriem, lai dalībniekus iedrošinātu.

TĒZES

Šie ir galvenie faktori, kas ietekmē redakcionālos lēmumus.

1. **Lasītāju izvēles un gaidas.** Mediju organizācijas vēlas būt drošas, ka cilvēki lasīs un darbosies ap to veidoto saturu. Kad šis saturs nonāk tiešsaistes vidē, mediji vēlas, lai cilvēki uz tā klikšķinātu un dalītos ar to. Katram medijam ir sava noteikta mērķauditorija, kam interesē noteiktas lietas un kas sagaida,

- ka viņu iecienītais medijs to atspoguļos. Tādēļ pastāv mediju dažādība, jo katrs no tiem cenšas uzrunāt noteiktu auditorijas daļu, kurai ir noteiktas intereses. Piemēram, auto žurnālists par jaunāko auto izstādi Ženēvā varētu rakstīt lappusēm, kamēr žurnālā leva tas vispār varbūt pat netiktu pieminēts.
2. **Pienākuma apziņa.** Mediji, kuri atspoguļo svarīgus vietē-

ja, valstiska vai starptautiska mēroga notikumus, bieži izjūt pienākumu informēt lasītājus par dabas katastrofām, kariem, badu un citām "sliktām ziņām", kas varbūt nesavāktu tik daudz klikšķus, kā stāsts par kaķu cirku vai kaut kas tikpat viegls un izklaidējošs.

3. **Ģeogrāfiskais tuvums.** Reģionālie laikraksti raksta par to, kas notiek viņu pilsētā un tuvākajā apkārtnē. Tie varētu iekļaut kādu ziņu par notikumiem valstī vai ārzemēs, bet visbiežāk tie šādus stāstus ignorēs, jo lasītāji par tiem uzzinās arī televīzijā, radio vai lielajos ziņu portālos. Tieši tāpat lielākie Latvijas mediji biežāk rakstīs par to, kas notiek Eiropā, nevis, piemēram, Dienvidaustrumāzijā vai Dienvidamerikā.
4. **Neparastums.** Dīvaini un savdabīgi notikumi tiek biežāk atspoguļoti nekā parastas parādības. Piemēram, saule lec un riet katru dienu, taču tās aptumsums, daļējs vai pilns, ir krietni retāk, tādēļ par to mediji ļoti labprāt ziņo. Amerikā šajā sakarā ir slavens teiciens, ka ziņās iekļūš "saimnieks sakoda suni", nevis "suns sakoda saimnieku".
5. **Lielums, apmērs, magnitūda.** Zemestrīce, kurā bojā gājuši 100 cilvēki, tiks atspoguļota plašāk nekā tāda, kurā bojā

gājuši 10 cilvēki. Skarbi, bet ar tādām izvēlēm redaktoriem ir bieži jāsasarkas.

6. **Slava un vara.** Ja darbībā vai notikumā ir iesaistīts pazīstams politiķis vai slavens aktieris, tad tas drīzāk tiks atspoguļots nekā tad, ja iesaistīti ir vienkāršie iedzīvotāji.
7. **Konkurence.** Dažkārt mediji atspoguļos kādu notikumu vai parādību tikai tāpēc, ka kādi citi žurnālisti par to raksta un ir manāma lasītāju interese. Lai atšķirtos, mediji meklēs kādu jaunu skatpunktu, no kura atspoguļot jau iepriekš aprakstītu notikumu, tomēr visbiežāk mediji vienkārši vēlēšies iegūt daļu no klikšķiem, kurus konkrētais notikums spēj savākt.
8. **Ekskluzivitāte.** Ja mediju organizācijai ir kāds stāsts, par kuru nezina un neziņos neviens cits, ir liela varbūtība, ka šāds materiāls būs visai augstu atspoguļojamo ziņu sarakstā. Lasītājiem, kuri lieto vairākus ziņu avotus, vienmēr ir interesanti uzzināt ko jaunu.
9. **Tūlītējums.** Notikumi, kuri risinājušies pavisam nesen, būs svarīgāki par tiem, kas notikuši pirms kāda laika. Ziņu cikla ilgums ir 24 stundas, un, ja par notikumu žurnālisti zina, bet neuzraksta šajā laikā, tad, visticamāk, tas arī netiks atspoguļots.

Pēc šī jautājuma izskaidrošanas iedodiet atpakaļ dalībniekiem aizpildītās darba lapas ar dažādažām ziņām. Lieciet viņiem aizpildīt otru kolonnu ar faktoriem, kas varētu būt ietekmējuši redaktoru lēmumus šīs ziņas publicēt.

AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Sadaliet dalībniekus pa trim vai četriem cilvēkiem un iedodiet viņiem izdales materiālus ar potenciālajiem ziņu stāstiem. Lieciet viņiem iejusties lielā nacionāla mēroga avīzes redakcijā. Katrai grupai jāizvēlas pieci stāsti, kurus tie publicēs avīzes pirmajā lapā

vai avīzes mājas lapas internetā pirmajā lapā. Dalībniekiem savā starpā ir jādiskutē un jāprot izskaidrot sava izvēle, izmantojot sarakstu ar deviņiem redakcionālo lēmumu faktoriem.

Pēc desmit minūtēm katra grupa izstāsta, kurus stāstus tā izvēlējās. Pārējie dalībnieki var apspriest faktoros, kas ietekmēja redakcionālos lēmumus.

TĒZES

Šajā uzdevumā nav pareizu vai nepareizu atbilžu. Dažādi redaktori, iespējams, nonāks pie atšķirīgiem redzējumiem. Svarīgi ir saprast, ka potenciālo stāstu vienmēr ir vairāk, nekā žurnālisti

vai mediju organizācijas tos spēj atspoguļot. Arī auditorijai nav neierobežots laiks tos lasīt, īpaši ņemot vērā lielo sacensību par cilvēku uzmanību digitālajā vidē.



AKTIVITĀTE

10 min

Pajautājiet dalībniekiem, lai viņi pamēģina paskaidrot, ko nozīmē "objektivitāte". Vai tas ir kas tāds, ko viņi vēlas sagaidīt no medijiem un to veidotajām ziņām?

Uzrakstiet dalībnieku atbildes uz lielajām papīra lapām. Sadaliet lapu trīs daļās - "definīcija", "objektivitātes elementi" un "vai mēs gribam objektīvas ziņas"?

TĒZES

Vārdu "objektivitāte" katrs var saprast mazliet citādi un piešķirt tam dažādas nozīmes. Žurnālistikā ar vārdu "objektivitāte" saprot žurnālistu metodisku rīcību, lai informācija nebūtu tendencioza un lai paša žurnālista viedoklis un uzskati neietekmētu notikuma atspoguļojumu. Piemēram, ja žurnālists uzskata, ka bagātājiem ir jāmaksā lielāki nodokļi, bet valdība nolēmj bagātājiem piešķirt nodokļu atlaides, žurnālistam nevajadzētu veidot materiālu atbilstoši saviem uzskatiem, bet gan tā, it kā viņam būtu neitrāla pozīcija un tiktu uzklauti dažādi viedokļi.

Šis ir labs veids, kā domāt par tendenciozitāti. Daudzi lasītāji negrib, lai žurnālisti tendenciozi aizstāv vienu vai otru viedokli. Taču, kā mēs novērojām "Uzticešanās medijiem" nodarbībā, visiem cilvēki ir savi uzskati, un jautājums ir par to, kā ar tiem tikt galā, lai neciestu objektivitāte. Objektivitāte ir svarīga, lai ziņas būtu brīvas no žurnālistu pašu uzskatiem. Objektivitāte palīdz redaktoriem izvēlēties, kuras ziņas atspoguļot, un žurnālistiem - kurus cilvēkus intervēt, ko viņiem jautāt un kā atspoguļot viņu sacīto.

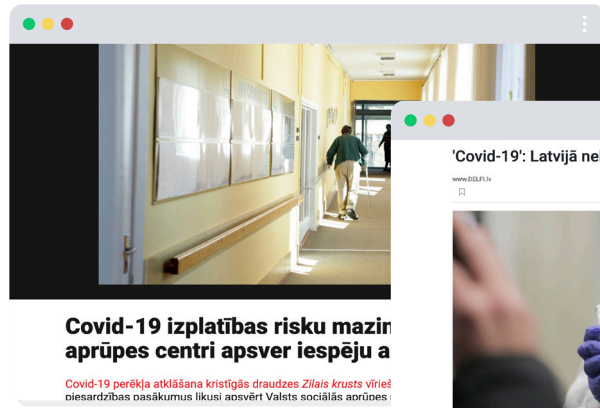
AKTIVITĀTE

10 min

Pajautājiet dalībniekiem, lai viņi pamēģina paskaidrot, ko nozīmē "objektivitāte". Vai tas ir kas tāds, ko viņi vēlas sagaidīt no medijiem un to veidotajām ziņām?

Uzrakstiet dalībnieku atbildes uz lielajām papīra lapām. Sadaliet lapu trīs daļās - "definīcija", "objektivitātes elementi" un "vai mēs gribam objektīvas ziņas"?

Piemēri



Jautājumi

- Vai šis raksts ir līdzsvarots?
- Kādēļ jā un kādēļ nē?

TĒZES

Ziņas un informācija ir līdzsvaroti, jo tajos atspoguļoti argumenti no visām iesaistītajām pusēm.

Te gan jāņem vērā, ka daudzos rakstos vai notikumos nemaz nav dažādi skatpunkti, piemēram, laika ziņās, sporta ziņās vai

kriminālziņās. Savukārt tur, kur krustojas dažādu sabiedrības vai ekonomisko grupu intereses, ir dažādi viedokļi, piedāvātie risinājumi un nostājas, kuras žurnālistiem jāuzklausā un jāiekļauj ziņas saturā.

AKTIVITĀTE

5 min ⌚

Pajautājiet dalībniekiem, vai objektivitāte nozīmē to pašu, ko līdzsvarojs - dažādu viedokļu iekļaušana. Kāpēc jā un kāpēc nē? Pierakstiet atbildes uz lielajām papīra lapām. Sadaliet to divās daļās ar atbildēm "Jā" un "Nē".

TĒZES

Ir daudz dažādu jautājumu, kuros cilvēkiem ir pretēji uzskati, un žurnālistu uzdevums ir atspoguļot abas puses, dodot katrai no tām vienādas iespējas izpaust viedokli.

Taču ir reizes, kad pārspilēta visu viedokļu uzklauššana rada "greizo līdzsvaru". Piemēram, par klimata pārmaiņu jautājumu dodot vienādu laiku izteikt viedokli pusei, kas uzskata, ka cilvēku

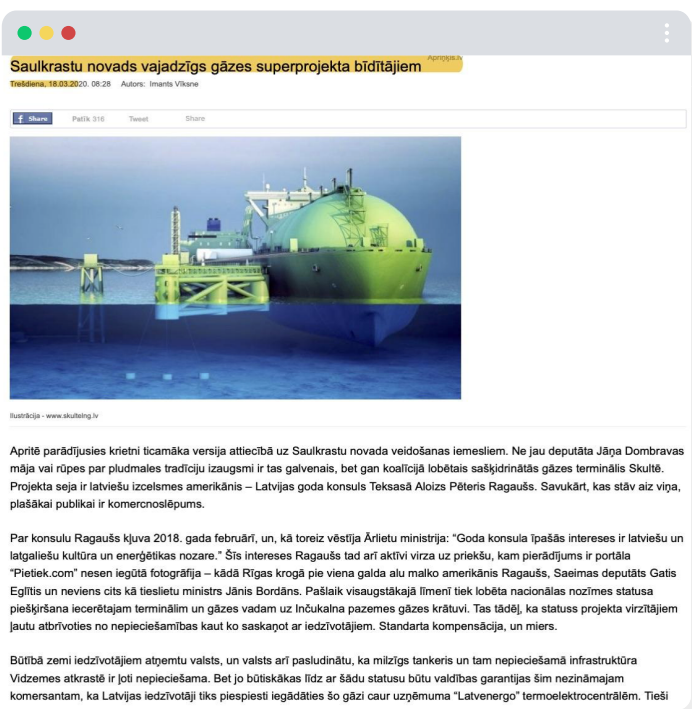
darbības neietekmē globālo sasilšanu, rada iespaidu, ka daudzi varētu piekrist šādam apgalvojumam, lai gan zinātnieki ir gandrīz vienisprātis par pretējo.

Šādos gadījumos ar faktiem ir jāparāda, ka vairums zinātnieku uzskata, ka globālā sasilšana ir cilvēku darbības ietekmēta.

AKTIVITĀTE

15 min


Iedodiet dalībniekiem izlasīt divus rakstus. Kura žurnālista pieeja tiem patika labāk? Kāpēc? Kāda bija līdzsvara loma katrā no tiem?



Saulkrastu novads vajadzīgs gāzes superprojekta bīdītājiem

Tirdziena: 18.03.2020, 08:28 Autors: Imants Vīkone

Patik 316 Tweet Share



Ilustrācija: www.skulting.lv

Aprītē parādījusies krietni ticamāka versija attiecībā uz Saulkrastu novada veidošanas iemesliem. Ne jau deputāta Jāņa Dombravas māja vai rūpes par pludmales tradīciju izaugsmi ir tas galvenais, bet gan koalīcijā lobētais sašķīdinātās gāzes terminālis Skultē. Projekta seja ir latviešu izcelsmes amerikānis – Latvijas goda konsuls Teksasā Aloīzs Pēteris Ragaūss. Savukārt, kas stāv aiz viņa, plašākai publikai ir komercnoslēpums.

Par konsulu Ragaūsu kļuva 2018. gada februārī, un, kā toreiz vēstīja Ārlietu ministrija: "Goda konsula īpašās intereses ir latviešu un latgalešu kultūra un enerģētikas nozare." Šīs intereses Ragaūss tad arī aktīvi virza uz priekšu, kam pierādījums ir portāla "Pietiek.com" nesen iegūtā fotogrāfija – kādā Rīgas krogā pie viena gaida alu malco amerikānis Ragaūss, Saeimas deputāts Gatis Egļītis un neviens cits kā tieslietu ministrs Jānis Bordāns. Pašlaik visaugstākajā līmenī tiek lobēta nacionālas nozīmes statusa piešķiršana iecerētajam terminālim un gāzes vadam uz Inčukalna pazemes gāzes krātuvi. Tas tādēļ, ka statuss projekta virzītājiem ļautu atbrīvoties no nepieciešamības kaut ko saskatīt ar iedzīvotājiem. Standarta kompensācija, un miers.

Būtbā zemi iedzīvotājiem atņemtu valsts, un valsts arī pasludinātu, ka milzīgs tankeris un tam nepieciešamā infrastruktūra Vidzemes atrastē ir ļoti nepieciešama. Bet jo būtiskākas līdz ar šādu statusu būtu valdības garantijas šim nezināmajam komersantam, ka Latvijas iedzīvotāji tiks piespiesti iegādāties šo gāzi caur uzņēmuma "Latvenergo" termoelektrocentrālēm. Tieši



Vai pie Saulkrastiem būs gāzes termināli? [4/\(comments:page?post_id=396337\)](#)



Vizualizācijā attēlots sašķīdinātās gāzes terminālis, kas iecerēts aptuveni 2,5 kilometru attālumā no krasta iepretim Skultes ostai. Gada laikā pie termināja ierastos četri līdz seši milzīgi kravas kuģi

Baiba Kļava 17. jūlijs 11:55

Piecu dienu laikā divarpus tūkstoši iedzīvotāju parakstījušies pret sašķīdinātās gāzes termināja celšanu Rīgas līcī. Tomēr projekta veidotājiem ir plāns, kā tikt pie aptuveni 40 km garā gāzesvada būvatļaujas – galavārds būtu jāsaka valdībai

Līmbažu novada domes sežu zāle ir pilna — uz sabiedrisko apspriešanu jūlija pirmajā sestdienā sanākuši aptuveni 80 iedzīvotāju. Jautājumi un starpsaucieni skaidri liecina, ka cilvēki nav sajūsmā par grandiozo biznesa ieceri jūrā iepretim Skultes ostai un Saulkrastiem būsēt termināli un jaunu gāzesvadu, kas cauri četriem novadiem stieptos līdz Inčukalna pazemes gāzes krātuvei.



TĒZES

Viens no rakstiem bija daudz līdzsvarotāks, jo apskatīja kā uzņēmēju, tā vietējo pašvaldību un arī iedzīvotāju intereses, un visām šīm pusēm bija iespēja izteikties. Otrajā rakstā viedokļi bija daudz mazāk, turklāt tie tika savākti no citiem medijiem vai atreferēti paziņojumi preseī.

Līdzsvarotība ir ļoti būtisks koncepts, jo ļauj žurnālistiem atpazīt un tik galā ar vēlmi uzspiest savu viedoli. Vienā rakstā ļoti labi varēja manīt žurnālista kritisko attieksmi pret projektu, kamēr otrā rakstā attieksme bija daudz neitrālāka.

Tendenciozitāte var būt attiecībā uz:

Amatpersonām. Noteiktā apjomā valdības pārstāvju sacītais vienmēr nonāks ziņās, taču jāļauj izteikties arī opozīcijas un

sabiedrības pārstāvjiem.

Informācijas avotiem. Žurnālistiem ir jāieklausās savos informācijas avotos, taču viņi nevar iet to pavadā. Žurnālistam vienmēr jāatceras, ka lasītāja intereses ir prioritāte.

Neparastām parādībām. Vēlme rakstīt ziņas par to, kā saimnieks sakoda suni, var radīt greizu priekšstatu par to, kādi notikumi šobrīd ir svarīgi.

Personām un tematiem. Daži jautājumi vai personas kādā noteiktā mediā var tikt atspoguļotas nepārtraukti, kamēr citi temati vai cilvēki var tikt pilnībā ignorēti.

Redaktoriem vienmēr jātur roka uz pulsa un jāzina, kuri notikumi ir atspoguļojami, un attiecīgi par tiem jāziņo.

SECINĀJUMI

3 min.

Objektivitāte un līdzsvarotība (balanss) ir termini, kurus bieži lieto vietā un nevietā. Objektivitāte palīdz žurnālistiem un redaktoriem būt godīgiem un tikt galā ar saviem uzskatiem un nebūt tendencioziem. Precīza un objektīva ziņu veidošana ne vienmēr nozīmē

perfekta līdzsvara radīšanu ar visiem iespējamiem viedokļiem. Žurnālisti arī ir cilvēki, un, lai gan tāpat kā mums visiem, arī viņiem ir savas domas daudzās jautājumos, viņiem ir jāprot tās neizrādīt.

2. NODARBĪBA. MEDIJU ĪPAŠNIEKI

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Uzzinās par dažādiem mediju īpašniekiem, sākot no tādiem, kam pieder viena reģionālā avīze, līdz tādiem, kam pieder vairākas radiostacijas un interneta portāli
- Sapratīs, kā mediju īpašnieki ietekmē vai neietekmē saturu, un iepazīs "redakcionālās neatkarības" konceptu
- Pratis kritiski izvērtēt, vai mediju īpašnieku ietekme samazina uzticēšanos medijiem
- Uzzinās, kā lielās tehnoloģiskās platformas, sociālie mediji un to algoritmi nosaka to, kādai informācijai mēs piekļūstam.

MATERIĀLI

- Lielās papīra loksnes
- Marķieri
- Izdales materiāli
- Dators un ekrāns video
- Viedierīces dalībniekiem

NEPIECIEŠAMĀS LAIKS

65 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Sagatavojiet lapiņas, uz kurām uzrakstiet mediju, sociālo mediju un mediju platformu nosaukumus, kas redzami 1. Aktivitātē. Šīs lapiņas aizklāti palīdzēs izlozēt medijus, kuri katrai grupai būs jāpēta.

NODARBĪBAS NORISE

Levads

5 min ⌚

Mēs esam iepazinuši to, ka informācija var tikt saņemta pa ļoti dažādiem kanāliem, tehnoloģiskām platformām un zīmoliem. Daži informācijas autori ir nelieli blogeri un influenceri, citi - lieli mediju koncerni ar vairākiem žurnāliem, radiostacijām un ziņu portāliem.

Kurš kontrolē informācijas plūsmu? Kā informācijas saturu ietekmē tas, kuram pieder medijs vai platforma? Kāda loma ir īpašniekiem un reklāmdevējiem, nosakot, kāds saturs tiks publicēts?

AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Pajautājiēt dalībniekiem, kam pieder mediji. Sadaliet dalībniekus pa divi vai trīs grupā un lieciet izvēlēties trīs medijus vai mediju platformas, par kurām katra grupa centīsies ievākt informāciju par to īpašniekiem. Katra grupa izlozē sev trīs medijus, par

kuriem tai ir jāveic izpēte. Zemāk redzami mediju veidi un konkrēti mediju zīmoli (*atkarībā no dalībnieku skaita tos var mainīt pēc vajadzības*):

Pajautājiet dalībniekiem, kam pieder mediji. Sadaliet dalībniekus pa divi vai trīs grupā un lieciet izvēlēties trīs medijus vai mediju platformas, par kurām katra grupa centīsies ievākt informāciju par to īpašniekiem. Katra grupa izlozē sev trīs medijus, par

kuriem tai ir jāveic izpēte. Zemāk redzami mediju veidi un konkrēti mediju zīmoli (*atkarībā no dalībnieku skaita tos var mainīt pēc vajadzības*):

TV kompānijas	TV3, LTV, Sportacentrs.TV, Re:TV
Radiostacijas	Latvijas Radio 1, Radio SWH, European Hit Radio, Pieci.lv
Nacionālie dienas laikraksti	Diena, Latvijas Avīze, Dienas Bizness
Ziņu portāli	Delfi, TVnet, Apollo, NRA
Žurnāli	Santa, Ieva, Ir
Sociālie mediji un interneta platformas	Google, Draugiem.lv, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp
Komunikāciju tehnoloģiju uzņēmumi	LMT, Tet, Baltcom

Ieteikumi trenerim

Iesakiet dalībniekiem izmantot Google meklētāju, citus medijus vai Uzņēmumu reģistra (<https://www.lursoft.lv/>) datubāzi, lai

ātrāk atrastu informāciju par medijiem un to īpašniekiem.

Daudzu mediju īpašnieku struktūras ir ļoti sazarotas. Lieciet dalībniekiem pašķetināt sīkāk uzņēmumus, kam pieder mediji.

Jautājumi

- Ko dalībniekiem izdevās noskaidrot? Vai bija kādi pārsteigumi? Kādēļ ir svarīgi zināt, kam pieder mediji?
- Kādēļ šajā uzdevumā tika iekļauti sociālie mediji un interneta platformas?

Cik daudz cilvēki saņem ziņas, izmantojot sociālos medijus? (Pie šī jautājuma varat iedot piemēru ar sabiedrisko medija ziņu portālu lsm.lv un pajautāt, cik procentu cilvēku apmeklē portālu no Face-

book, atrodot vajadzīgos “atslēgas vārdus” Google meklētājā vai arī pa tiešo atverot lsm.lv mājaslapu.)

TĒZES

Kā grāmatā “Latvijas mediju vides daudzveidība” raksta Rolands Tjarve, daži no svarīgākajiem faktoriem, kas nosaka mediju satu-

ra objektivitāti un kvalitāti, ir gan konkrētā medija darbinieku profesionālās spējas, gan mediju īpašnieku ideoloģiskā un finansiālā

motivācija, kas medija biznesu var virzīt dažādos virzienos. Žurnālistika un mediju satura realizēšana mazajā Latvijas tirgū ar nelielu auditoriju ir dārgs process, kas nenodrošina pastāvīgu peļņu. Tādēļ mediju īpašnieki galvenokārt izvēlas divas no galvenajām peļņas gūšanas metodēm – komercpeļņas gūšana sadarbībā ar reklāmdevējiem vai personīga motivācija mediju biznesa uzturēšanā, kas var būt saistīta ar daudzējādiem mērķiem, piemēram, dažādu politisko spēku pārstāvēšanu. Personīgā motivācija neatkarīga satura veidošanā ir liels drauds, jo konkrētais kanāls var tikt izmantots kā noteiktu interešu un politiskās propagandas rupors, subjektīvi veidojot ziņu atlas-

es kritērijus, mediju dienaskārtību vai pat sagrozot piedāvāto informāciju un pasniedzot sev vēlamā gaismā.

Patieso īpašnieku apzināšana ļauj mediju patērētājiem izdarīt secinājumus par interešu un motivācijas iespējamo ietekmi uz saturu.

Vēl ir svarīgi apzināties, ka cilvēki arvien vairāk informācijas patērē sociālajos medijos, tādēļ ir svarīgi zināt, kas stāv aiz šiem tehnoloģiskajiem milžiem, kas, izmantojot dažādus algoritmus, rāda mums informatīvu saturu, ko sagatavojušas mediju kompānijas un citi.

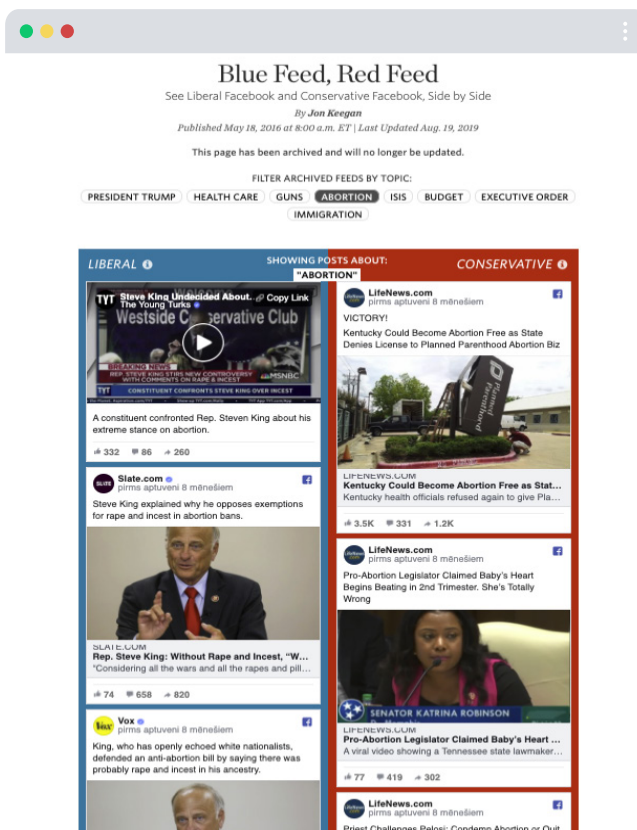


2. AKTIVITĀTE

Iedodiet dalībniekiem linku (<https://graphics.wsj.com/blue-feed-red-feed/#/immigration>) uz The Wall Street Journal pētījumu par konservatīvo un liberālo cilvēku ziņu lenti sociālajos medijos. Ļaujiet izvēlēties dažādus Amerikā kontraversiālus tematus, par kuriem ir nerimstošas diskusijas konservatīvo un liberālo uzskatu cilvēku starpā.

Jautājumi

- Kādas atšķirības dalībnieki pamanīja sarkanajā un zilajā ziņu lentē?
- Kādēļ šādas atšķirības? Kā sociālie mediji prot panākt šādu polarizāciju?



TĒZES

"Informācijas uztverē un interpretēšanā jāņem vērā filtra vai informācijas burbuļi. Tas ir efekts, ko rada personalizētās informatīvās telpas. Tīmekļa meklētāji pielāgojas lietotāja jau esošajām interesēm un iepriekšējiem meklējumiem, tāpēc ar vienu un to pašu meklēšanas frāzi no dažādiem datoriem vai lietotāja kontiem var nonākt pie atšķirīgiem rezultātiem. Sociālo mediju vietnes ļauj atlasīt cilvēkus un informācijas avotus, kuriem piekristam, un bloķēt tos, kurus nevēlamies redzēt" (Buholcs 2016).

Sociālie mediji izmanto algoritmus, speciāli rakstītas programmas, kas analizē lietotāja paradumus tīmeklī - kas tiem patīk, kādu saturu tie patērē visilgāk - un cenšas paredzēt to, kādu saturu tie labprātāk redzētu nākotnē. Tāpēc Google var dot dažādus rezultātus dažādiem cilvēkiem, pat ja meklējamais vārds vai frāze ir bijis identisks.

Vai šādi filtru burbuļi veidojas tikai virtuālajā vidē? Vai arī reālajā dzīvē mēs izvēlamies satīties ar draugiem, ar kuriem mums ir līdzīgas domas?

3. AKTIVITĀTE

Aiciniet dalībniekus iedomāties situāciju, kurā esat draugu kompānijā un gatavojaties picērijā pasūtīt picu. Viens no draugiem kavējas sastrēgumā un ar īsziņas palīdzību aicina jūs pasūtīt kaut ko viņa vietā.

Sadaliet dalībniekus grupā un lieciet tiem izsvērt, kā viņi rīkosies šajā situācijā un kādu ēdienu draugam pasūtīs. Kāda informācija tiks izmantota, lai pieņemtu lēmumu?

Iespējamās dalībnieku atbildes:

1. Kāds no draugiem zinās, kāda pica viņam vislabāk garšo, un pasūtīs tādu pašu.
2. Kāds zinās, ka draugam patīk vienmēr pamēģināt kaut ko jaunu, un pasūtīs visneparastāko ēdienu no ēdienkartes.
3. Kāds varbūt zinās, ka viņam kavējas algas izmaksa, un paņems pēc iespējas lētāku ēdienu.
4. Kāds, iespējams, zinās, ka draugam patīk labi pieēsties, un pasūtīs pēc iespējas lielāku porciju.

TĒZES

Algoritmi darbojas līdzīgi kā draugu kompānija, izvēloties picu. Tie ir savākuši visu iespējamo informāciju par draugu un to, kas tam patīk vai nepatīk un kādus ēdienus tas ir iepriekš pasūtījis

internetā. Šis salīdzinājums ir tikai daļēji precīzs, taču tas parāda veidu, kā domāt par algoritmiem, kuri tīmeklī izvēlas rādīt lietas, kas jums patīk, un izvairās rādīt lietas, kas jums nepatīk.

4. AKTIVITĀTE

Izstāstiet dalībniekiem vairākus potenciālus piemērus un lūdziet tiem izvērtēt situāciju un atbilstošu rīcību:

1. Latvijas Radio gatavojas jaunajam labdarības maratonam Dod Pieci un ir piesaistījis ģenerālsponsoru Latvijas Dzelzceļš. Tikmēr kāds no Latvijas Radio žurnālistiem ir atklājis shēmu, kādā vadošie Latvijas Dzelzceļa darbinieki izkrāpj no valsts miljoniem eiro. Šāds skandāls draud ar nopietnām pārmaiņām uzņēmumā. Latvijas Radio vadītājs, kurš gatavojas parakstīt sadarbības līgumu ar Latvijas Dzelzceļu, ir uzzinājis, ka žurnālists drīzumā radio ēterā publicēs šo skandālu. Kā rīkotos jūs kā Latvijas Radio vadītājs?
2. Reģionālais laikraksts, kurā pašvaldība ir nopirkusi lielus reklāmas laukumus. Pašvaldības vadītājs piezvana laikraksta īpašniekam, lūdzot nopublicēt pozitīvu ziņu par jaunas

skolas atvēršanu. Tajā pašā laikā žurnālistiem ir zināms, ka skolas būvniecības laikā ir pieļautas kļūdas. Par tām zina visi pašvaldības iedzīvotāji? Laikraksta īpašnieks lūdz neminēt žurnālistam šīs būvniecības kļūdas rakstā. Kā pareizi rīkotos žurnālists?

3. Ziņu portāls gatavojas noslēgt lielu reklāmas līgumu ar kosmētikas firmu. Firma vēlas iekļaut līgumā arī vairākus apmaksātus rakstus par firmas piedāvātās kosmētikas labajām īpašībām Latvijas klimatā. Kā būtu pareizi rīkoties ziņu portāla īpašniekam?
4. Laikraksta žurnālista sievai pieder fitnesa studija. Redaktors liek žurnālistam veidot rakstu sēriju par veselīgu dzīvesveidu. Kādus informācijas avotus žurnālists var izmantot?

Jautājumi

- Kas nosaka, kādai jābūt žurnālista, redaktora vai medija vadītāja vai īpašnieka rīcībai?

TĒZES

Mediju organizācijām arvien grūtāk ir rast peļņas iespējas, tādēļ tās ir "atvērtākas" dažādiem reklāmdevēju piedāvājumiem, kas var būt pretrunā ar labu žurnālistikas praksi. Piemēram, Latvijas Mediju ētikas padomes ētikas kodekss nosaka:

Redakcijas veidota satura un reklāmas nošķirums – plašsaziņas medijs nepieļauj slēptas reklāmas publiskošanu. Apmaksāts saturs tiek nepārprotami nošķirts no redakcijas veidotā satura.

Interesu konflikta atklāšana – interešu konflikta gadījumā tas ir atklāti jādeklarē. Iespējama vai šķietama interešu konflikta gadījumā plašsaziņas medija pārstāvis nodrošina informāciju, kas liecina par interešu konflikta neesamību vai atstatās no pienākumu veikšanas konkrētā jautājumā, lai nodrošinātu sabiedrības uzticību plašsaziņas medijam.

4. AKTIVITĀTE

Iedodiet dalībniekiem divus rakstu piemērus par ASV noteiktajām sankcijām Ventspils mēram Aivaram Lembergam. Piemēri ņemti no ar Aivaru Lembergu ilgstoši saistītā izdevuma "Neatkarīgā Rīta

Avīze" un žurnāla "Ir", kuru veido savulaik no laikraksta "Diena" (lielākie "Neatkarīgās Rīta Avīzes" konkurenti) aizgājušie žurnālisti.



<https://ir.lv/2019/12/11/tiess-trap-ijums/> un <https://nra.lv/viedokli/maris-krautmanis-3/299387-asv-no-ticejusas-bordana-zelabam.htm>

Jautājumi

- Vai medija īpašnieks ietekmē saturu? Kas par to liecina?

TĒZES

Kā grāmatā “Latvijas Mediju vides daudzveidība” raksta Rolands Tjarve, izdevums “Neatkarīgā Rīta Avīze” allaž ticis saistīts ar Ventspils uzņēmumiem, kam piederējusi izdevniecība “Mediju

names”. Arī pēdējais tā īpašnieku Nauri Kāpostiņu ar Lembergu saista radniecība.

SECINĀJUMI

3 min.

Atkarībā no ģeogrāfiskās un politiskās situācijas mediju kompāniju koncentrēšanās ir neizbēgams process, kuru ietekmē vēlme piedāvāt reklāmdevējiem labākus nosacījumus reklāmas izvietošanā. Tomēr šādai mediju kompāniju saplūšanai ir negatīvas sekas, jo tādā veidā samazinās satura daudzveidība un daudzos medijos mēs varam

ieraudzīt vienas un tās pašas ziņas. Tāpat liela ietekme mediju satura daudzveidības sarukumā ir lielo tehnoloģiju kompāniju Google un Facebook algoritmiem, kas piegādā tikai viena tipa saturu, kuruš jums varētu interesēt, bet nerāda cita veida viedokļus un skatpunktus, kam jūs varētu nepiekrīst.



2. DAĻA

Nepatiesas ziņas
un manipulācija

1. NODARBĪBA. NEPATIESU ZIŅU VEIDI

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Uzzinās par dažādiem nepatiesas un manipulatīvas informācijas veidiem
- Apgūs stratēģiju, lai ātri atpazītu šāda veida saturu
- Sapratīs, kādēļ mums ir svarīgi apturēt nepatiesu ziņu izplatīšanos un padomāt, pirms dalīties.

MATERIĀLI

- Papīra lapas
- Rakstāmie
- Izdales materiāli
- Dators un ekrāns slaidiem
- Mazas balvas, ko piešķirt Bingo spēles uzvarētājiem

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Sagatavojiet lapiņas, uz kurām uzrakstiet mediju, sociālo mediju un mediju platformu nosaukumus, kas redzami 1. Aktivitātē. Šīs lapiņas aizklāti palīdzēs izlozēt medijus, kuri katrai grupai būs jāpēta.

NODARBĪBAS NORISE

5 min ⌚

Šajā nodarbībā mēs runāsim par dažāda veida nepatiesām ziņām, kuras var atrast medijos. Cilvēki mēdz izkropļot patiesību vai pat tieši izplatīt melīgus apgalvojumus. Uzzinot par dažādiem manipulāciju veidiem, dalībnieki vieglāk atpazīs nepatiesas ziņas

un neļaus tās izplatīt tālāk.

Šāda veida saturam var būt dažādas formas: dezinformācija, kas ir apzināta un paredzēta maldināšanai, un nepatiesas ziņas, kas visbiežāk ir slikta žurnālistikas darba rezultāts.

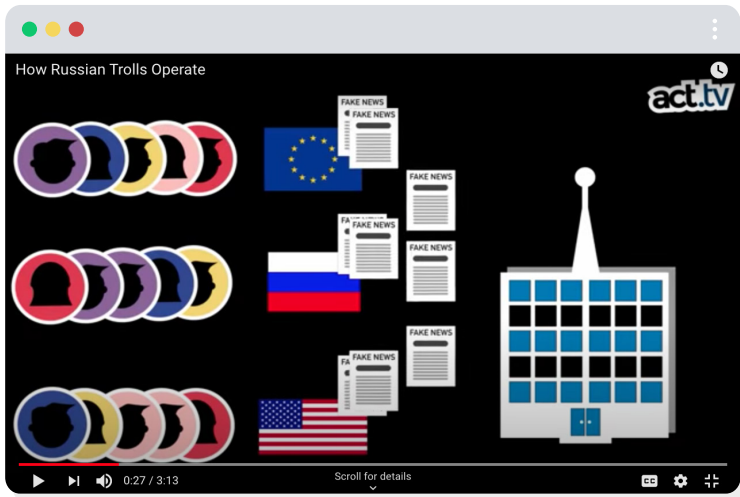
Jautājumi

- Pajautājiet dalībniekiem, kāda ir viņu loma, ierobežojot nepatiesas ziņas un dezinformāciju. Vai šāda satura patērētāji nes par to atbildību?

TĒZES

5 min.

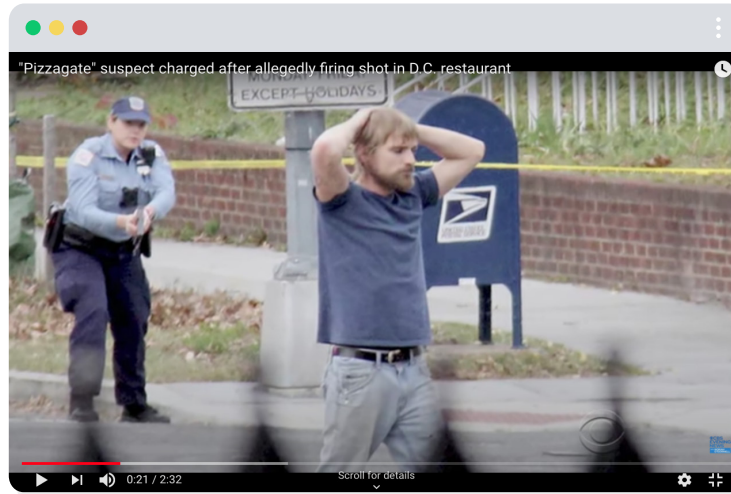
Ir svarīgi apzināties, kā mēs dalāmies ar informāciju tiešsaistē. Mēs to darām ļoti bieži. Boti (automatizēti sociālo mediju konti) ir aktīvākie nepatiesu ziņu izplatītāji, taču arī cilvēkiem ir liela nozīme šajā procesā.



Parādiet dalībniekiem video <https://youtu.be/psmp-WVuCb8s> (pieejams šīs nodarbības slaidos), kurā redzams, kā un kādos nolūkos Amerikā tika izplatīta informācija pirms ASV prezidenta vēlēšanām.

Nepatiesām ziņām ir grūti izplatīties, ja to neveicina cilvēki. Un nepatiesām ziņām, kas tiek izplatītas digitālajā vidē, var būt arī sekas reālajā pasaulē.

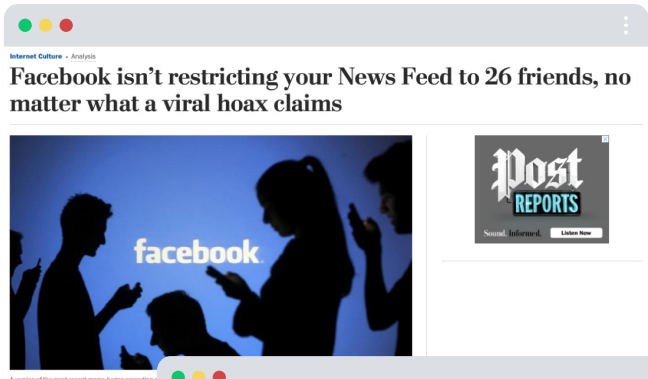
Parādiet dalībniekiem šo video https://youtu.be/XlxROGN_Nos (pieejams šīs nodarbības slaidos) par bruņotu vīrieti, kas, ticot nepatiesām ziņām, ieradās kādā Vašingtonas picērijā ar ieroci un izšāva pat vairākus šāvienus.



Ieteikumi trenerim

Pēc video demonstrēšanas īsumā pārstāstiet, kas tajos bija redzams un sacīts, jo ne visiem dalībniekiem būs perfekta angļu valodas zināšanas.

Sadaliet dalībniekus četrās grupās. Iedodiet dalībniekiem īsi iepazīties ar vienu no četriem rakstiem un palūdziet, lai viņi grupās izsaka savu reakciju. Tad viens dalībnieks no katras grupas īsi apkopo izlasīto saturu.



Nav taisnība – siltuma tarifs nav pēkšņi audzis

13. MAIJS, 2020 • ANNIJA PETROVA, LATVIJAS RADIO, SPECIĀLI RE:BALTICA/RE:CHECK



Parādiēt dalībniekiem Esī Uzmanīgs, Pirms Dalies slaidu. Palūdziet dalībniekiem brīvprātīgi pastāstīt, kādēļ, viņuprāt, katrs no šiem ir nepieciešams?

Series of horizontal dashed lines for writing notes.

1. Atpazīsti un savaldi emocijas!
2. Uzņemies atbildību! Arī Tu esi šādas informācijas vārtu sargātājs (filtrs) .
3. Apzinies, ka Tavas zināšanas var būt nepilnīgas!
4. Ja Tev ir brīvs brīdis - pārliecinies par informācijas patiesumu!
5. Ja neesi pārliecināts par informācijas patiesumu - labāk nedalies ar to!



Ja dalībniekiem ir grūtības paskaidrot soļus, atgriezieties pie šīs nodarbības pamattēzēm:

1. Nepatiesas ziņas un dezinformāciju izplata vienkāršie cilvēki.
2. Nepatiesas ziņas un dezinformācija var radīt emocionālu pārdzīvojumu un pat sagraut cilvēku dzīves.

AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Parādiet dalībniekiem šos trīs nepatiesu ziņu piemērus.

RE:CHECK

5G tehnoloģijām nav nekāda sakara ar koronavīrusu

17. APRĪLIS, 2020 • SABĪNE BĒRZĪNA, RE:BALTICA/RE:CHECK

VAI 5G IZRAISA COVID-19?

re:check

Nav tālrunis – apgalvojums neatbilst patēriņam, tam nav pierādījumu, izstrādāja autors mēro vai nesaprot raksturo.

Jau šī koronavīrusa pandēmija iepūsi dzīvības draugu jau iepriekš izplatītās savērēstības teorijās par 5G negatīvo ietekmi uz veselību. Tagad Facebook un citos sociālajos tīklos izplatās vēstījumi, ka vīrus neekstā – patēriņā saistīdrot 5G mobilo sakaru torņi, kas pasleperci tiekot uzstādīti laikā, kad cilvēkus mudina pašāpūtes. Ar šādu stāstījumu interviu, kas talkota arī latvieki, klājā nācis arī britu savērēstību teorēticijs Delvīds Aika (David Icke). Vairāki apgalvojumi, uz kuriem viedoklis balstīts, nav patiesi, un viņa teorija nav nekāda loģiska pamatojuma.

Nepamatotas teorijas, ka 5G tehnoloģijas izraisa vīzi un citas nopietnas veselības problēmas, internetā cirkulējdas vēl labu laiku pirms pandēmijas sākuma. Par to iepriekš rakstīja arī Re:Check. Lai gan mediji noliedz, ka jaunajam koronavīrusam un 5G tehnoloģijām ir kāda saistība, šī vairs nav savērēstības teorijas bez sekām. Tā izplatīšanas tīklā, ka cilvēki Liebrīnānā pat apdezdinājūli vai citā veidā nodarījuši kaitējumu vairākiem telesakaru torņiem. Jāpiebilst, dsauzti no tiem bijūti 4G un 3G, nevis 5G torņi. Par šādiem uzbrukumiem ziņots arī Nīderlandē un Jauzozāndā.

Re:Check atspēkojot apgalvojumus par 5G saikni ar jauno koronavīrusu, tāpat kā visos rakstos pievieno avotus, lai lasītāji tos var izvērēt un vairāk izstāt paši.

Kas liecina, ka 5G nav saistības ar Covid-19?

uzpims, vairāki eksperti un organizācijas apstiprinājuši, ka 5G un koronavīrusam nav nekāda sakara. To oemēram, **Pasaules Veselības organizācija**, kā arī dsauzti mediji dsauztiem dsauzdiem medijem, k-

RE:CHECK

Atmiņūdens tirgotājs maldina par koronavīrusu

21. MARTS, 2020 • SABĪNE BĒRZĪNA, EVITA PURĪNA, RE:BALTICA/RE:CHECK

VAI MEMORY WATER TIRGOTĀJS ARGUMENTĒ AR FAKTIEM?

re:check

Nav tālrunis – apgalvojums neatbilst patēriņam, tam nav pierādījumu, izstrādāja autors mēro vai nesaprot raksturo.

Tūkstotiem cilvēku Facebook dsauzīlles ar video, kurā Memory water tirgotājs Jānis Pļaviņš izplata savērēstības teorijas saarība ar Covid-19. Pēc viņa stāstīja vīrus mākēsi izveidots un sākotnēji izplatīts ASV, tas kaud kādā veidā saistīts ar Bīla Geitsa peļņas interesēm un Ķīnā ieviests militāro spēku spēju laikā. Viņš atsaucas uz dsauzdiem zinātniskiem pētījumiem un rakstiem laikrakstos ar labu reputāciju. Taču Re:Check secināja, ka nereti Pļaviņa citējās avotos nemaz nav teikts tas, ko viņš apgalvo.

Re:Check pārbaudīja Pļaviņa video paustos apgalvojumus.

4. Vai jums šķiet ticama oficiālā versija, ka Covid-19 ir radies Ūhaņas tirgū kaut kādā nesaprotamā veidā saskaroties sūkāpārnim, rūpūļiem un cilvēkiem? Kādā tam ir ticami pierādījumi? Protams, ka nekad.

Tas, ka kāds vīrus varētu sākotnēji izplatīties dsauznieku vīdū un ar laiku pārvērtēt sugas robežas, nav nekas jauns un nesaprotams. No mērķiem un pētījumiem, izplatīties HIV vīrus, vdsdzitāk, kādam ēdot to gaļu. Arī divas citas koronavīrusu grupas sūkāpārnēji izplatījas dsauznieku vīdū – SARS un MERS.

Ir tiesa, ka Covid-19 izcelsme nav skaidri zināma. Taču zinātniekiem, kas šobrīd vīrusa izcelsmi pēta, ir skaidrs gēnu dsauzdz, lai noteiktu, ka tas radies dzīvā dsauzā. To, vērētoties pret savērēstības teorijām, 27 pētnieku grupa uzsvērs prestīžajā medicīnas žurnālā The Lancet publicētā vēstulē.

Tāvisnā paū, ka ticamāka versija esot, ka vīrus radies netālu esotājā Ūhaņas Viroloģijas institūtā. South China Morning Post raksta, ka institūta noraida baumas un uzsvē, ka šādi izteikumi nopietni traucē dsauznieku dsau-

RE:CHECK

Vai NATO dēļ iznīcinās Centrārtirgu? Krievu savienības biedrs izplata melus

12. MARTS, 2020 • EVITA PURĪNA, RE:BALTICA/RE:CHECK

"RĪGAS CENTRĀLTIRGUM DRAUD IZNĪCINĀŠANA NATO VAJADZĪGĀ DZELZCEĻĀ DĒĻ"

re:check

Nav tālrunis – apgalvojums neatbilst patēriņam, tam nav pierādījumu, izstrādāja autors mēro vai nesaprot raksturo.

NATO vajadzīgā dzelzceļa dēļ Rīgas Centrārtirgum draud iznīcināšana. Rakstu ar šādu virsrakstu publicējis viens no Krievijas propagandas portāļiem RuPublic.ru. Melīgā raksta autors ir Latvijas Krievu savienības valdes loceklis Aleksandrs Filajs.

Rakstā garī un detalizēti izkāsīta Centrārtirgus vēsture, sākot ar paviljonu celšanu trīsdesmitajos gados. Stāstīta, ka vācu okupācijas laikā to piemēkūjūsi smagi pārbaudījumi, bet padomju laikos tas uzplūca un bija "līta Latvijas kolhozū leprums".

Raksta beigu dsauz autors stāsta, ka tagad Latvija tērē mēizgas summas nenerentābam projektam Rīai Baltica. "Amerikāņi iegūs savā rīcībā infrastruktūras un loģistikas kompleksu, uz kura bāzes notiks gatavošanās NATO spēku ieburkumam Krievijā," raksta Filajs. Viņš norāda, ka "karadarbības stratēģijas autori" nesaprot to, ka "ar operatīvi taktiskajiem ierociem saanēdzdzamam dzelzceļš diez vai būs efektīvs līdzeklis" un priekšdot ar pāris "iversijām, lai "šī apjomīgā militārā "struktūra vairs nebūtu spējīga darboties".

"Mā uzdotā jautājums – vai tā dēļ ir

Handwritten notes area with horizontal lines and a pencil icon at the top.

Jautājumi

- Kādēļ cilvēki sagroza patiesību vai rada nepatiesas ziņas un dezinformāciju?
- Ko viņi no tā iegūst?



TĒZES

5 min.

Ir trīs galvenie iemesli, kādēļ cilvēki rada dezinformāciju un viltus ziņas:

1. Politisks motīvs. Lai atbalstītu kādu konkrētu kandidātu vai politisku partiju, tiek izveidotas apmelojošas ziņas par politiskajiem konkurentiem. Tas pats attiecas arī uz pretrunīgām iniciatīvām, piemēram, vakcināciju, abortiem, bēgļu uzņemšanu. Cilvēki ar šāda veida informāciju vēlas panākt sev izdevīgu rezultātu. Šādām ziņām var būt plašs atbalsts daļā sabiedrības, kura meklē apstiprinājumu saviem uzskatiem. Paradoksālā kārtā šādu viltus ziņu esamība bieži liek apšaubīt arī patiesus notikumus, jo vainīgie sevi piesedz, apgalvojot, ka tās ir viltus ziņas. Tāpēc ir svarīgi pārbaudīt informācijas avotu un pārlicināties, vai arī citos medijos ir atrodama līdzīga ziņa.
2. Peļņas motīvs. Visbiežāk nepatiesas ziņas tiek radītas, lai pievērstu uzmanību saturam un palielinātu klikšķu skaitu mājaslapām, kas savukārt nozīmē lielākus ienākumus no reklāmu izvietojuma mājaslapā.
3. Destabilizēšanas un uzmanības novēršanas motīvs. Kā mēs redzējām video piemērā par ASV prezidenta vēlēšanām, tad zem virspusēji šķietamā mērķa atbalstīt kādu konkrētu kandidātu slēpjas daudz dziļākas intereses sarīdīt sabiedrības grupas citu pret citu, lai novērstu uzmanību no citiem būtiskākiem jautājumiem.

Ja raksts jau no paša sākuma šķiet šaubīgs, labāk pat uz tā neuzklikšķināt! Jūsu darbībām ir noteicošā loma, lai šādas ziņas izplatīšanos ierobežotu.

SECINĀJUMI

3 min.

Nepatiesībām var būt dažādas formas, ieskaitot nepatiesas ziņas un dezinformāciju. Šāda veida saturs bieži vien atšķiras pēc tā radītāja nodoma - maldināt, manipulēt vai kā citādi nodarīt kaitējumu. Spēja atpazīt informāciju, kas varētu būt nepatiesa vai savā ziņā

manipulatīva, ir būtiska mediju lietošanas prasme, un tā var palīdzēt izvairīties no kļūšanas par upuri kādas personas sliktajiem nodomiem vai darbībām. Pirms dalīšanās atcerieties - jūs esat vissvarīgākā aizsardzības līnija pret dezinformāciju!

2. NODARBĪBA. KONSPIRĀCIJAS TEORIJAS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Izprātīs, kas ir konspirācijas teorijas un kā tās tiek būvētas
- Iemācīsies atpazīt konspirācijas teorijas ikdienas informācijas plūsmā
- Praktiski izmantosiet iepriekšējās nodarbībās apgūtos paņēmienus, kā pārbaudīt, vai informācija ir balstīta faktos un patiesa.

MATERIĀLI

- Projektors un dators ar internetu video demonstrēšanai

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Savulaik sazvērestības jeb konspirācijas teorijas visbiežāk aprobežojās tikai ar nelielu to piekritēju loku. Mediji (un jo sevišķi – sociālie mediji) mūsdienās ir palīdzējuši tām izplatīties un iegūt atbalsītājus visā pasaulē. Daļa no tām ir nekaitīgas un pat uzjautrinošas (piemēram, plakanās zemes teorija), savukārt daļa var radīt apdraudējumu demokrātiskai valsts iekārtai vai sabiedrības drošībai un kārtībai. Piemēram, Lielbritānijā, Nīderlandē un

Jaunzēlandē cilvēki aizdedzināja mobilo sakaru operatoru torņus pārliecībā, ka 5G mobilais tīkls ir koronavīrusa Covid-19 cēlonis. Šajā nodarbībā aplūkosim, kas ir konspirācijas teorijas, kā tās atpazīt un kā medijpratība, faktu pārbaude un kritiskā domāšana kopumā var palīdzēt pārliecināties, vai informācija ir pamatota, vai arī tā ir tikai sazvērestības teorija.

AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Noskatieties šo Lielbritānijas respektablā medija "The Guardian" veidoto video skaidrojumu "Why the 5G coronavirus conspiracy theory is false"

par to, kāpēc 5G un koronavīrusa sasaistes konspirācijas teorija nav patiesa: <https://www.youtube.com/watch?v=f279f-Y-O-w> (ilgums 6:39).

Jautājumi

- Kāpēc cilvēki var viegli noticēt šai konspirācijas teorijai?
- Kā un kāda veida argumentus žurnālisti izmantoja, lai pierādītu, ka šī konspirācijas teorija nav patiesa?
- Kā var secināt no video – kādu kaitējumu šī sazvērestības teorija rada?

TĒZES

Konspirācijas teorijas viegli rod atbalstītājus neskaidrās, līdz šim nezināmās un satraucošās situācijās, kurās psiholoģiski ir vēlme rast skaidrību, noteiktību, pamatojumu jeb kaut ko stabilu, ko konspirācijas teoriju veidotāji sniedz – savu versiju – hipotētisku pieņēmumu – par to, kāda ir notikumu kārtība un kurš ir vainojams (šajā gadījumā vainots tiek 5G sakaru tīkls). Nereti tiek uzskatīts, ka ir kāda neliela, slēgta sabiedrības grupa (piemēram, politiskā elite), kas ir apzināti manipulējusi ar notikumiem, lai panāktu sev labumu. Konspirācijas teorijas nerodas tikai par aktuāliem notikumiem, tās var būt gan nacionāla mēroga, gan starptautiskas, gan arī aptvert veselus vēstures periodus. Video redzējām, ka žurnālisti izmantoja zinātniskos pierādījumus balstītus, racionālus argumentus (grafikus, liknes, kartes), atspēkojot

maldinošo apgalvojumu. Taču jāņem vērā, ka konspirācijas teoriju piekritēji nav viegli pārliecināmi ar racionāliem argumentiem, jo visbiežāk viņus pašus vada emocijas. Katrs mēģinājums norādīt uz konspirācijas teorijas aplamību var tikt uztverts kā pierādījums tam, ka konspirācijas teorija ir patiesa, un tās kritiķi tikai vēlas to noslēpt. Video bija redzams, ka konspirācijas teorijas atbalstītāji, dedzinot mobilo sakaru torņus, ne tikai nodara materiālus zaudējumus, bet, pats galvenais, bojājot valstiski nozīmīgu infrastruktūru, var radīt sakaru traucējumus, kas cilvēkiem neļauj sazināties ar palīdzības dienestus. Arī Latvijā 5G sakaru tīkla ieviešana raisīja daudz diskusiju (taču vismaz tā sasaiste ar Covid-19 izplatīšanu nebija tik populārs temats).

2. AKTIVĪTĀTE**10 min** ⌚

Noskatieties šo ASV televīzijas programmas CNN veidoto sižetu "Conspiracy theorists said she started the coronavirus pandemic. Now she's afraid for her life" par vienu no konspirācijas teorijām,

kas ir psiholoģiski smagi ietekmējusi kāda cilvēka dzīvi, padarot viņu par konspirācijas teorijas upuri. <https://www.youtube.com/watch?v=rXzD2XZFwQY> (ilgums 4:51)

Jautājumi

- Kā šajā gadījumā konspirācijas teorija tika izveidota? Cik tā ir pamatota konkrētos faktos?
- Ja jūs būtu žurnālists, ko jūs darītu, lai pārbaudītu faktus?
- Kā jūs rīkotos, ja ieraudzītu, ka jūsu draugi un paziņas dalās ar kādu konspirācijas teoriju sludinošu video sociālajos medijos?

TĒZES

Šī konspirācijas teorija ir pamatota vienā nepārbaudītā apgalvojumā, kuram nav zināms konkrēts informācijas sniedzējs (avots). Pārbaudot faktus, būtu iespējams noskaidrot, vai ir nodotas Covid-19 analīzes un vai tās ir bijušas pozitīvas, kurā slimnīcā

analīzes ir tikušas veiktas utt. Taču tik un tā ir nepieļaujami publiskot konkrēta cilvēka vārdu, jo tas ir pretrunā ar viņa tiesībām uz datu aizsardzību un privātumu. Kā runājam iepriekš, konspirācijas teorijas piekritējus pārliecināt par teorijas nepamatotību ir ļoti

sarežģīti. Taču iespējams viņiem uzrakstīt, ka informācija, ar kuru tie dalās, nav patiesa, un klāt pievienot, piemēram, faktu pār-

baudītāju veidotu skaidrojumu. Vai arī, ja šāda faktu pārbaude vēl nav veikta, var aicināt faktu pārbaudītājus to darīt.



3. AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Par konspirācijas teorijas subjektu var kļūt teju jebkurš notikums, situācija vai personas darbība. Taču daži no tiem izraisa lielāku sabiedrības interesi nekā citi. Vieni no iecienītākajiem sazvērēstī-

bu teoriju tematiem ir saistīti ar slavenību nāves gadījumiem, slepkavībām, valdības lēmumiem, jaunām tehnoloģijām, slimību uzliesmojumiem u.c.

Sadaliet dalībniekus grupās pa 4-5 dalībniekiem. Aiciniet atmaskot kādu pasaulē vai Latvijā izplatītu konspirācijas teoriju (pēc pašu izvēles), atbildot uz šādiem jautājumiem:

1. kāpēc izvēlējāties analizēt konkrēto konspirācijas teorijas piemēru?
2. pēc dalībnieku ieskatiem, cik liela mēroga konspirācijas teorija tā ir (vai ir daudz atbalstītāju, vai tā ir starptautiska utt.)?
3. kam ir izdevīga šādas konspirācijas teorijas radīšana un izplatīšana?
4. kas varētu liecināt, ka tā ir konspirācijas teorija, nevis zinātniski pamatoti fakti?
5. ko jūs darījāt, lai to pārbaudītu?
6. ko jūs ieteiktu darīt mums pārējiem, sociālajos medijos vai citur sastopot šo konspirācijas teoriju?

Vispirms grupas dalībnieki pārrunā šo jautājumu savā starpā. Pēc grupu darba daļas (~9 min) atlikušajās piecās sešās minūtēs aiciniet dažas grupas pēc brīvprātības principa īsi iepazīstināt ar savām atbildēm uz šiem jautājumiem. Iespējams, dažas grupas

varētu būt izvēlējušās vienu un to pašu konspirācijas teorijas piemēru. Tādā gadījumā prezentācijas laikā aiciniet grupas savstarpēji citai citu papildināt.

SECINĀJUMI

5 min.

Šajā nodarbībā aplūkojām konspirācijas teorijas kā vienu no informācijas veidiem, kas mēdz balstīties nepatiesā, neprecīzā vai absolūti izdomātā informācijā. Tās iegūst atbalstītājus, jo piedāvā vienkāršotu vai alternatīvu (lai arī daļēji vai pilnībā izdomātu) kādu notikumu skaidrojumu. Cilvēki mēdz noticēt konspirācijas teorijām un pat rīkoties saskaņā ar tām, nodarot kaitējumu citiem cilvēkiem, uzņēmumiem vai valstij. Taču, veicot faktu pārbaudītāju darbu, lielu daļu no tām pašu spēkiem vai ar faktu pārbaudītāju palīdzību ir iespējams atmaskot, atklājot, ka tās labākajā gadījumā balstās vien

interpretācijā par faktiem. Mūsdienās konspirācijas teoriju popularitāti lielā mērā veicina sociālie mediji. Tāpēc ikviens no mums var ierobežot to izplatību, atbildīgi attiecoties pret informāciju, ar kuru dalāmies sociālajos medijos un draudzīgi izglītojošā nolūkā sazinoties ar draugiem vai radiem, ja redzam, ka tie sociālajos medijos aktīvi atbalsta sazvērēstības. Arī attiecībā uz konspirācijas teoriju izvērtēšanu ir iespējams izmantot jau iepriekš apgūtās 2 taktikas "nosauc vārdā savas emocijas, lai tās atpazītu" un "padomā, pirms dalies ar informāciju sociālajos medijos".

2. daļa. Nepatiesas ziņas un manipulācija. B. Emociju loma

1. NODARBĪBA. NOSAUC EMOCIJAS VĀRDĀ

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Labāk izprātīs savas reakcijas uz manipulatīvu saturu, kas veidots ar nolūku izsaukt spēcīgas emocijas
- Apgūs savu emociju vadības stratēģijas, patērējot ziņas vai cita veida saturu
- Uzzinās galvenos smadzeņu darbības principus, kas ir pamatā tam, kā mēs uztveram informāciju

MATERIĀLI

- Papīrs un pildspalvas
- Prezentācijas slaidi ar emocijas raisošiem attēliem

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

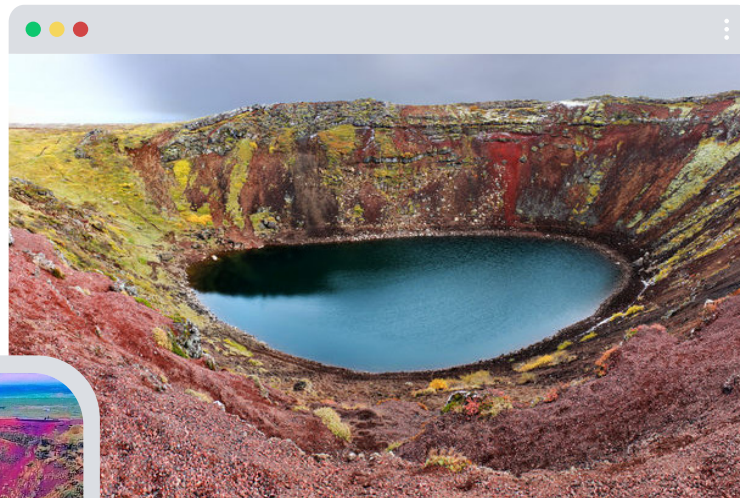
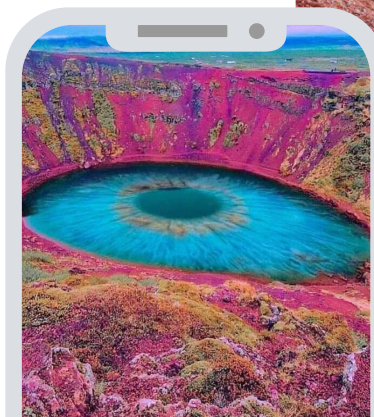
NODARBĪBAS NORISE

levads

5 min ⌚

Parādiet 1.attēlu, kas iekļauts prezentācijā. Vispirms ar foto apstrādes programmu pārveidoto attēla variantu (A variants), pēc tam – reālo (B variants). Pēc A varianta jautājiņiet, kādas emocijas dalībniekiem šis attēls raisa? Vai gribētos to redzēt dzīvē pašiem?

B variants (reāls)



A variants (pārveidots)

Acis ezerā ir "iemontēta", tas realitātē arī izskatās ne tik spilgtās krāsās kā pārveidotajā attēlā.

Attēlus nereti izmanto, lai manipulētu ar cilvēkiem vai izplatītu nepatiesu saturu, jo attēli ir spēcīgi un bieži paliek prātā labāk nekā drukāts teksts vai audio ieraksts.

Skatoties sociālos medijus, mēs nereti attēlus aplūkojam ļoti neilgu brīdi. Ir vērts veltīt mazliet vairāk laika, lai pārlicinātos, ka tas, ko redzam, ir uzticams.

TĒZES

10 min.

Mazliet parunāsim par smadzeņu darbību kopumā. Vai zinājāt, ka smadzenes lieto 20% no ķermeņa enerģijas? Lai to taupītu, smadzenes veido īsceļus – aizpilda trūkstošo informāciju automātiski. Taču šāda automātiska informācijas "aizpildīšana" var novest pie kognitīviem aizspriedumiem, kas ir visai bieža domāšanas vai izvērtēšanas kļūda. Pārrunāsim dažus no šādiem īsceļu piemēriem, kas palīdzēs labāk saprast, kāpēc mūs ir viegli ietekmēt ar manipulatīvu informāciju.

Ir vairāki veidi, pēc kuriem mēs emocionāli un kognitīvi vadāmies, un kurus ir iespējams izjaukt ar kādiem ziņojumiem, attēliem vai cita veida saturu. Pētnieki Mirjama Mecgere (Miriam Metzger) un Endrjū Flanagens (Andrew Flanagin) ir identificējuši trīs galvenos mentālos īsceļus attiecībā uz to, kā cilvēki izvērtē tiešaistes avotu uzticamību.

- **Apstiprinošie aizspriedumi (confirmation bias)** – cilvēks labāk uztver to informāciju, kas apstiprina kādu viņa jau esošo perspektīvu. Mēs neapzināti dodam priekšroku informācijai, kas apstiprina mūsu esošās vērtības, pārlicības un tādējādi liek mums justies gudriem. Vienlaikus tas nozīmē, ka ignorējam informāciju, kas ir pretrunā ar to, kā mēs redzam pasauli. Ir emocionāli grūti atzīt, ja mums nav bijusi taisnība. Bieži uzskatām par patiesu kādu stāstu, jo tas saskan ar to,

Ar mūsdienu tehnoloģiju palīdzību ir kļuvis vieglāk manipulēt vai viltot attēlus, video un audio ierakstus, tāpēc ir arī kļuvis grūtāk atšķirt uzticamus attēlus no tādiem, kas ir pārveidoti. Var būt dažādi iemesli, kas motivē cilvēkus ar mums manipulēt ar informācijas palīdzību, un mēs arī ne vienmēr tos varam uzzināt. Taču mūsu spēkos ir kontrolēt mūsu pašu reakcijas uz kādu informāciju.

ko paši uzskatām par patiesu. Piemēram, ja domāsim, ka 5G mobilo sakaru tīkls ir veselībai kaitīgs, mēs būsim atvērtāki tām publikācijām, kurās pausts līdzīgs viedoklis.

- **Reputācija** – atpazīstamība veicina to, ka mēs uzticēsimies šim informācijas avotam (padomājiet par influenceriem!)
- **Apstiprinājums** – ja kāds cits ir atzinīgi novērtējis produktu vai politiku, ir iespējams, ka tas ietekmēs arī tevi. It sevišķi, ja šis "kāds" ir cilvēks, kuram tu uzticies.

Digitālās plaformas izmanto psiholoģiju, lai būtu grūtības pretoties tehnoloģijām. Tristans Harriss (Tristan Harris), kādreizējais Google produktu vadītājs, šīs darbības ir nosaucis par smadzeņu no-laupīšanu, lai raksturotu to, kā tehnoloģiju kompānijas dizainē un ievieš to produktus. Tie tiek radīti, lai noturētu mūsu uzmanību – telefona ekrānā parādās paziņojumi par notiekošo sociālajos medijos vai jaunu e-pastu, lietotņu ikonas papildina sarkanas brīdinājuma zīmes, ka mums ir pienākuši jaunuzdevumi. Cik reizes dienā jūs pārbaudāt telefonu? Jaunieši ASV telefonu pārbauda 150 reizes dienā! Vai jūs spējat noturēties pretī kārdinājumam atbildēt uz epastu un īsziņu paziņojumiem, vai arī jūs jūtaties, ka jums ir obligāti jāpārbauda?

Šīs ir dažas no manipulācijas pazīmēm, kas būtu jāpatur prātā, lietojot sociālos medijus un digitālo saturu:

- Baiļu izsaukšana, apvainojumu izteikšana, pārspilēšana
- Viedokļu uzdošana par faktiem
- Ļaunprātīga manipulācija ar faktiem
- Simbolu izmantošana, lai izsauktu emocijas
- Nemitīga atkārtošana
- Stereotipu izmantošana

Šīs pazīmes vērojamas arī manipulēšanā ar attēliem.

NAME IT TO TAME IT



AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Lūdzu, skatiet piemērus nodaļai atbilstošajā prezentācijā. Parādiet dalībniekiem dažādu attēlu un video piemērus, kas ir emocionāli manipulatīvi un / vai nepatiesi.

Jautājiet dalībniekiem katram individuāli ar katru piemēru izpildīt šos trīs soļus pēc attēla / video aplūkošanas:

Trīs soļi "Nosauc savas emocijas vārdā, lai tās atpazītu"

1. **Pauze:** Pavērs galvu prom no ekrāna.
2. **Jautā:** Ko es jūtu?
3. **Saki:** Nosauc vārdā savas emocijas.

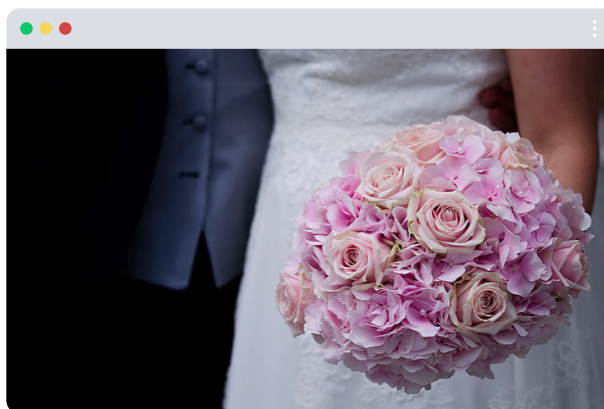
Pēc katra attēla kopīgi pārrunājiet attēla izraisītās emocijas, lūdzot dalībniekus brīvprātīgi ar tām dalīties.

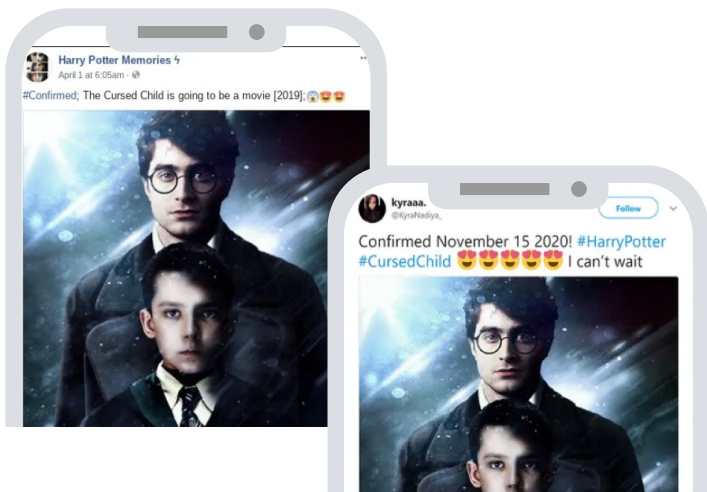
Tad, kad jūs sagatavojat šo nodarbību, pirms tam pārskatiet visus attēlus un video. Daži no tiem ir no melu atmaskošanas mājaslapām. Pārliecinieties, ka tad, kad jūs attēlus un video rādīsiet

dalībniekiem pirmoreiz, uz tiem nav redzami šo melus atspēkojošo iniciatīvu logo vai cita veida valoda / grafika, kas dalībniekiem jau priekšlaikus signalizē, ka attēls vai video nav īsts. Ja tā ir redzama, jūs varat aizklāt daļu no attēliem, lai dalībnieki nezina, ka tie nav īsti, pirms uz tiem reaģē.

1. piemērs

Emocijas raisošs attēls. Dalībnieku nosauktās emocijas, iespējams, var būt – mīlestība, prieks, patīkams satraukums, iedvesma, cerība u.c.





5. piemērs

2020.gadā nav paredzēta jaunas Harija Potera filmas pirmizrāde. Šis ir fanu veidots potenciālās filmas plakāts kā 1.apriļa joks 2018.gadā. Saprotot, ka filma netiek uzņemta, daudzi cilvēki, kas gaidīja turpinājumu, bija vīlušies.

<https://www.snopes.com/fact-check/harry-potter-cursed-child-movie-poster/>

Dažas no iespējamajām emocijām: pārsteigums, ziņkārība, nostalgija (par bērnībā redzētajām Harija Potera filmām), šaubas, īgnums (par šādu joku) u.c.



6. piemērs

Šis dusošās dievietes attēls nav foto uzņēmums no Kirgiztānas kalniem, bet gan 3D mākslas darbs. <https://hoax-eye.com/2020/04/07/sleeping-goddess/>

Iespējamās emocijas, ko tas raisa: ziņkārība, izbrīns, apbrīna, harmonija, skepse u.c.



Ieteikumi trenerim

Dalībnieku emocionālās reakcijas uz attēliem var būt atšķirīgas. Neuzspiediet vienu viedokli, ka attēls izraisa, piemēram, prieku. Kāds cits, iespējams, var sajūst skumjas, uz to skatoties. Ļaujiet brīvi izteikt emocijas, pat ja auditorijā tās būs atšķirīgas.

TĒZES

10 min.

Diskutējiet ar dalībniekiem, kā ar attēliem ir ticis manipulēts, lai tie izraisītu kādu reakciju. Jautājiet arī: kurš var būt ieguvējs no tā, ka jums rodas spēcīga emocionālā reakcija uz šo attēlu?

1. aktivitātē iekļautajos piemēros bija gan reāli, gan safabricēti attēli. Spēcīgas emocijas var izsaukt abu veidu fotogrāfijas, video un cita veida ilustrācijas. Vienlaikus jānorāda, ka emocijas raisošs

mediju saturs pats par sevi nav nekas nosodāms. Arī kvalitatīvs medijs saturs var izraisīt spēcīgas emocijas. Taču svarīgi mēģināt izprast, ar kādu nolūku tas tiek darīts.

Kādā no nākamajām nodarbībām apgūsim, kā pašiem pārbaudīt attēlus, izmantojot Google atpakaļgaitas attēlu meklētāju (Google Reverse Image search).

SECINĀJUMI

5 min.

Attēli un video var būt ļoti spēcīgi un bieži tiek lietoti, lai emocionāli manipulētu ar cilvēkiem vai izplatītu neuzticamu informāciju.

Apzinoties šīs tendences un izvērtējot attēlus un video, kad ar tiem

sastopamies, ir iespējams kļūt par gudrāku mediju lietotāju un samazināt iespēju kļūt par krāpnieku izveidotu vai citādi nepatiesu un manipulatīvu ziņu vai informācijas upuri.

2. NODARBĪBA. IZPROTI VIRSRAKSTUS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Labāk izpratīs, kā virsraksti var tikt lietoti, lai manipulētu vai maldinātu
- Noskaidros, cik regulāri paši sastopas ar manipulatīvu informāciju
- Iemācīsies izmantot iepriekšējās nodarbībās uzzināto, lai vieglāk atpazītu manipulatīvu saturu ikdienas mediju patēriņā

MATERIĀLI

- Papīrs un pildspalvas
- Prezentācijas slaidi ar piemēriem

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Šajā nodarbībā aplūkosim dažāda veida mediju virsrakstus, tostarp, tādus, kas ir manipulatīvi un nav uzticami. Tie var būt sastopami dažādās platformās, tostarp, televīzijā, laikrakstos, interneta portālos un sociālajos medijos.

Jautājiet dalībniekiem, vai viņi zina, kas ir "klikbaiti" (clickbait). Tie ir manipulatīvi virsraksti, kas veidoti ar mērķi panākt, lai pēc iespējas vairāk cilvēku uz tiem uzklikšķinātu un atvērtu rakstu. Lūdziet dalībniekiem dalīties ar kādiem piemēriem, ja tādi ir redzēti.

Jautājiet dalībniekiem, cik bieži viņi lasa tikai rakstu virsrakstus? Piebilstiet, ka liela daļa no mums tikai izlasa virsrakstus, it sevišķi

sociālo mediju vidē.

Ir svarīgi zināt veidus, kā virsraksti var būt maldinoši vai manipulatīvi, lai mēs kļūtu gudrāki ziņu patērētāji un nekļūtu par izjokošanas, krāpšanas, emocionāli iekrāsotas vai vienkārši neuzticamas informācijas upuriem. Pat uzticami mediji reizēm lieto klikbaitu virsrakstus, lai gūtu lielāku uzmanību un monetizētu savu saturu jeb ar to pelnītu. Emocionāli spēcīgi vai citādi piesaistoši virsraksti ir ierasta žurnālistikas prakse, taču būtiski, lai tie nav manipulatīvi, maldinoši, safabricēti vai izrauti no konteksta.

TĒZES

10 min.

Virsrakstiem ir jāpiesaista uzmanība, jo tiem ir milzu konkurence ar visu pārējo informāciju. Tāpēc tas reizēm tiek darīts manipu-

latīvā veidā, tostarp, veidojot klikbaitu virsrakstus, kuros izmanto dažādus valodas trikus.

- Diezgan bieži pēc uzklikšķināšanas uz virsraksta secinām, ka saite aizved uz saturu, kas nav tik interesants, kā varēja sagaidīt. Bet arī šis viens klikšķis kādu padara mazliet bagātāku.
- Klikbaitu virsrakstu galvenais mērķis ir iegūt lielākus ienākumus no reklāmas. Reklāmdevēji maksā par to, ja klikšķi aizved uz lapu, kur jūs ieraugāt viņu reklāmas.
- Pat uzticami ziņu avoti izmanto klikbaitu virsrakstus, jo arī viņiem ir jākonkurē ar visu pārējo informāciju.
- "Tu neticēsi, kas notika...", "5 brīnumaini veidi, kā zaudēt svaru", "šokējošais iemesls, kāpēc..." – vai šāda veida virsraksti izklausās kaut kur lasīti? Tie balstās uz cilvēku ziņkārību un vēlmi atrisināt kādas savas ietilgušas problēmas.

15 min ⌚

AKTIVITĀTE

Parādiet dalībniekiem piemērus ar dažādiem virsrakstu veidiem un lūdziet dalīties ar viedokli, vai šis virsraksts šķiet uzticams. Lūdziet dalībniekiem pamanīt un definēt kopējas iezīmes šajos virsrakstos, un vai atšķiras to veidošanas tehnikas dažādos medijos.

Kopumā virsraksti var būt manipulatīvi dažādos veidos. Tostarp:

- Klikbaitu virsraksti – tajos izmantota valoda, kas vedina lasīt tālāk vai dalīties ar šo informāciju sociālajos medijos
- Nepareiza sasaiste: ziņas, kuru virsraksti to saturu atspoguļo nepilnīgi vai ir pilnībā maldinoši
- Safabricēts saturs: abi – gan raksts, gan virsraksts – ir nepatiesi un izdomāti.

Diskutējiet: kāpēc jūs domājat, ka šāda veida virsraksti piesaista mūsu uzmanību? Ko mēs varam darīt, lai neuzķertos uz šādiem āķiem?



2. piemērs (virsrakstā izmantots vārds "dīvains", lai pievērstu uzmanību, ka tas ir kas neparasts, ārpus ikdienas un ierastajiem priekšstatiem par Valentīndienu, kā arī nosaukti daži neparasti piemēri – maģiski rituāli un cūka kā dāvana – ziņkārības raisīšanai)

1. piemērs (virsrakstā izmantots āķis ziņkārības izraisīšanai – "tu neticēsi, kas tajā bija iekšā")



3. piemērs (virsrakstā iesākta situācija (zagli ielauzās auto un atstāja zīmīti), bet nav izstāstīts līdz galam, kas notika tālāk (kas rakstīts zīmītē), kā arī izmantoti vārdi “tu neticēsi” ziņkārības raisīšanai).



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



5. piemērs (virsrakstā izmantots vārds “neparasts”, it kā norādot, ka tas ir kas īpašs un, iespējams, vēl nedzirdēts, turklāt izcelti tēmas atslēgvārdi “virietis” un “krāpj”, kas var raisīt emocijas)



7. piemērs (virsrakstā izmantots komentārs “šokējoši” uzmanības pievēršanai. Vārdi “nāve”, “vīrs”, “ziņu tiešraidē” raisa emocijas un interesi izlasīt rakstu)





9. piemērs (virsrakstā izmantoti vārdi “neparasts veids” uzmanības pievēršanai un ziņkārības radīšanai, it kā solot, ka rakstā varētu būt informācija, kas nekur iepriekš nav publicēta. Izmantots arī emocionāli spēcīgais vārds “apprecēšanās”). Virsrakstā iekļauta “ietekme uz veselību”, kas daļai cilvēku, kas rūpīgi seko līdzī savai veselībai, var izraisīt interesi izlasīt rakstu. Tāpat jāņem vērā, ka šis virsraksts veidots tā, ka tas varētu uzrunāt gan tos, kas jau ir apprecējušies, gan tos, kas vēl nav)



11. piemērs (virsrakstā izmantots komentārs “šokējoši” uzmanības pievēršanai, savukārt vārds “atklājumi” rosina domāt, ka tas ir kas jauns, līdz šim nepublicēts. Tā kā auto vadīšana ir daudzu ikdiena, turklāt, vadot auto, ir daudz aizliegumu paralēlajām darbībām (piemēram, īsziņu rakstīšanai vai runāšanai pa telefonu, kas pieliktis pie auss), tiek veicināta interese lasīt tālāk – kas ir tas, ko cilvēki tomēr dara vienlaikus ar auto stūrēšanu)

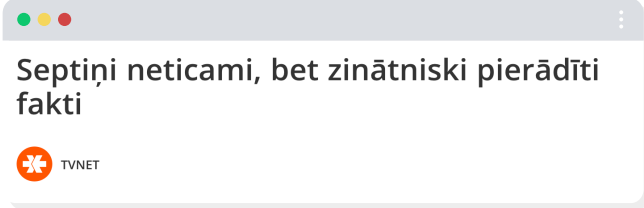
8. piemērs (virsrakstā izmantoti vārdi “tu neticēsi”, tādējādi norādot, ka tas ir kas ārpus ikdienas, iepriekš neredzēts, kā arī rosināta interese apskatīties, ko futbolisti prot izdarīt ar košļājamo gumiju)



10. piemērs (virsrakstā izmantoti vārds “neticami”, norādot uz ko īpašu, neikdienišķu. Vārds “jaunība” ir emocionāli spēcīgs, un “jaunības saglabāšana” ir aktuāls jautājums daļai sabiedrības. Savukārt vārds “efektīvs” rosina domāt, ka, izlasot rakstu, laiks nebūs tērēts veltīgi, bet varēs uzzināt par līdzekli, kas patiesi sniegs rezultātus. Virsrakstā izveidota it kā pretruna – lēts un vienlaikus iedarbīgs, aicinot lasīt rakstu tālāk. Vēl izmantota atsaukšanās uz “pierādījumu” – fotogrāfijām pirms un pēc līdzekļa lietošanas, veicinot ziņkārību uzklīkšņināt un apskatīties pārvērtības, pat ja cilvēkam vēl nav aktuāla “jaunības saglabāšana”)



Handwritten notes area with a pencil icon and horizontal dashed lines for writing.

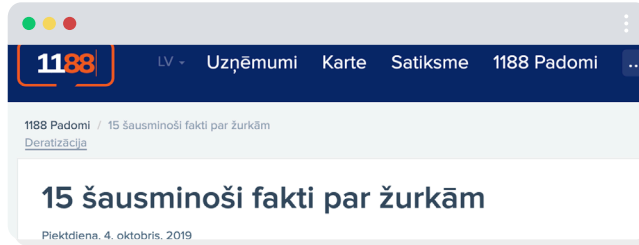


Septiņi neticami, bet zinātniski pierādīti fakti



13. piemērs virsrakstā izmantots komentārs “šausminoši”, izraisot emocijas un ziņkārību izlasīt tālāk. Tāpat vārds “žurka” daļai cilvēku asociējas ar ko nepatīkamu, tādējādi kopumā ar vārdu “šausminoši” tiek rosinātas emocijas, lai šo rakstu izlasītu)

12. piemērs (virsrakstā izmantots vārds “neticami”, tādējādi norādot, ka informācija ir īpaša, turklāt piebilde “zinātniski pārbaudīti” ir kā atsaukšanās uz autoritāti – zinātniekiem, ka šī informācija varētu būt patiesa)



15 šausminoši fakti par žurkām

Piektdiena, 4. oktobris, 2019



Atradām! Viens dīvains triks ātrai notievēšanai

14. piemērs (virsrakstā izmantota atsaukšanās uz vārdu “dīvains”, norādot, ka tas nav viens no plaši zināmiem notievēšanas ieteikumiem. Arī vārds “notievēšanai” ir spēcīgs uzmanības piesaistītājs, jo daļai no auditorijas tas varētu būt aktuāli. Vārds “atradām!” it kā rāda, ka šis ieteikums ir speciāli meklēts un tikko noskaidrots. Savukārt vārds “triks” rosina domāt, ka tas neprasīs daudz pūles, tikai mazliet vilcības vai minimālu piepūli)

TĒZES

10 min.

Lai labāk izprastu, kādas emocijas izsauc izlasītie virsraksti, pēc to izlasīšanas nosauciet tās vārdā, lai tās atpazītu. Rīcības soli ir šādi:

Ierosinājums – nosauc emocijas vārdā, lai tās atpazītu!

Pauze: aizgrieziet galvu prom no ekrāna.

Jautājiet: ko es jūtu?

Sakiet: nosauciet vārdā savas emocijas.

Daļa no šiem virsrakstiem ir veidoti tādā veidā, lai mudinātu ar tiem dalīties sociālajos medijos.

Ierosinājums – padomā, pirms dalies!

- Nosauc vārdā savas emocijas!
- Uzņemies atbildību. Tieši tu esi informācijas vārtu sargātājs. Neizplati misinformāciju vai dezinformāciju!
- Atzīsti to, ka vari kaut ko nezināt
- Ja tev ir laiks, pārbaudi informāciju!
- Ja joprojām neesi drošs, labāk ar šo informāciju sociālajos medijos nedalies.

AKTIVITĀTE**10 min**

Tagad to, ko esam apguvuši, pārbaudīsim praksē! Aplūkosim, kādi manipulatīvi virsraksti mums ir redzami tad, kad patērējam saturu tiešsaistē. Jūs varbūt būsiet pārsteigti, ko atradīsiet! Aiciniet sagatavot mobilos tālruņus vai datorus un pavadīt 3-4 minūtes, apmeklējot ierastos sociālos medijus vai mediju interneta vietnes.

Lūdziet pierakstīt dažus no virsrakstiem, kas tiek pamanīti. Vai starp tiem ir arī klikbaitu virsraksti, manipulatīvas reklāmas? Jautājiet dažiem brīvprātīgajiem dalīties ar atrastajiem piemēriem un tendencēm.

SECINĀJUMI

5 min.

Pasaulē, kur liela daļa no mums ziņas iegūst galvenokārt no sociālajiem medijiem, ziņu virsraksti ir ļoti nozīmīgi. Taču tie var būt arī maldinoši, manipulatīvi vai vienkārši – neprecīzi. Apzinoties, ka pastāv dažādi virsrakstu veidi un veltot laiku, lai izprastu, kādas

emocijas tie mūsos izsauc, kļūstam par gudrākiem ziņu lietotājiem. Tas jāpatur prātā, lai vieglāk varam atpazīt situācijas medijos, kurās ar mums manipulē.

Ieteikumi trenerim

Jūs varat pievienot papildu piemērus šai nodarbībai, ja tie iederas, vai minēt kādus nesenus novērotus virsrakstus, kas dalībniekiem var palīdzēt atcerēties viņu redzēto.

Jūs arī varat vadīt šo nodarbību tiešsaistē, atkarībā no situācijas, un dot dalībniekiem izvērtēt virsrakstu piemērus slaidu veidā vai citādi, ja vien dalībniekiem ir piekļuve datoriem un internetam.



**NAME IT
TO TAME IT**



A series of horizontal dotted lines for writing notes, starting from the pencil icon and extending down the right side of the page.

2. daļa. Napatiesas ziņas un manipulācija. B. Emociju loma

3. NODARBĪBA. DATI, ALGORITMI UN PRIVĀTUMS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Uzzinās, cik daudz informācijas mēs par sevi ļaujam uzzināt un izmantot lielajām digitālajām kompānijām
- Sapratīs privātuma nozīmi un nepieciešamību to sargāt arī digitālajā vidē
- Apgūs veidus, kā uzlabot savu datu drošību un samazināt datu apjomu, ko par sevi atstājam internetā

MATERIĀLI

- Dators ar ekrānu

NEPIECIEŠAMAIS LAIKS

50 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Cilvēki arvien vairāk pavada laiku pie datoriem un viedtālruniem un izmanto dažādas datus ierakstošas viedierīces kā piemēram soļu skaitītājus. Šo tehnoloģiju platformas mūsu atstātās digitālās pēdas redz kā lielas zelta raktuves, kur racēji esam mēs paši, bet ienākumus gūst platformu īpašnieki. Šo platformu (kā Facebook, Amazon, Google) starpā ir liela konkurence par mūsu atvēlēto

laiku tām.

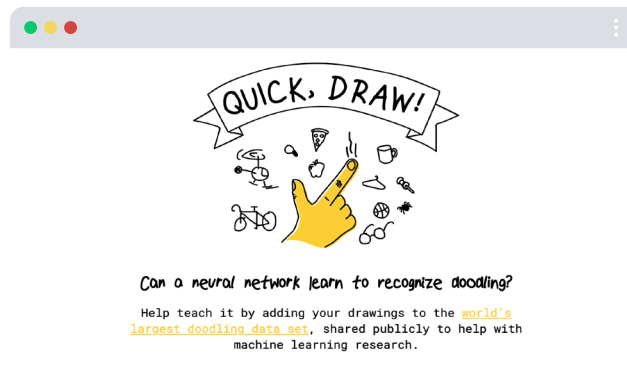
Šajā nodarbībā mēs apskatīsim to, kā tehnoloģiju uzņēmumi iegūst datus par mums, lai izveidotu algoritmus ar mērķi, lai mēs arvien vairāk lietotu digitālās platformas un pievērstu uzmanību tur izvietotajām reklāmām vai citiem pakalpojumiem.

AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Kopā ar dalībniekiem uzspēlējiet zīmēšanas spēli datorā. Ja dalībniekiem pašiem nav datoru, palūdziet vienu brīvprātīgo to izdarīt prezentācijas datorā.

<https://quickdraw.withgoogle.com/>



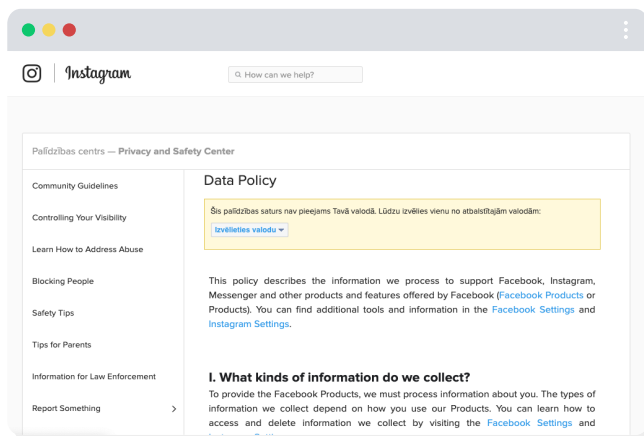


Sadaliet dalībniekus vairākās grupās un lieciet katrai grupai pār- lasīt un savā starpā pārrunāt kādas no bieži lietoto platformu vai lietojņu privātuma atrunu (privacy policy, vai vienkārši privacy). Piemēri platformām, kuras dalībnieki grupās var vērtēt - TikTok, Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, Draugiem, Bolt.

Varat parādīt dalībniekiem kā izskatās Instagram privātuma atruna <https://help.instagram.com/519522125107875>.

Dalībniekiem vajadzētu spēt atbildēt uz šādiem jautājumiem:

- Cik gara ir privātuma atruna? Cik viegli vai grūti to ir atrast? Vai tā ir angliki vai latviski? Cik tā ir viegli saprotama?
- Jānosauc trīs lietas šajā privātuma atrunā, kas dalībniekus pozitīvi vai negatīvi pārsteidza.



TĒZES

Viens veids, kā aizsargāt savu privātumu, ir noskaidrot, kā attiecīgā platforma vai lietotne izmantos informāciju, kuru esat piekritis sniegt. Daudzām platformām un lietotnēm obligāti jābūt šādām privātuma atrunām.

Šie ir pāris jautājumi, uz kuriem šādai privātuma atrunai vajadzētu atbildēt:

1. Kāda informācija par jums tiek ievākta?
2. Kādā veidā tā tiek ievākta?

3. Kādēļ informācija par jums tiek ievākta?
4. Kā šī savāktā informācija tiek izmantota?
5. Kam tiek dota piekļuve savāktajai informācijai par jums?
6. Vai jums ir iespējas kontrolēt sniegtās informācijas daudzumu?
7. Vai jums ir iespējas korigēt savāktos datus?
8. Kādi pasākumi tiek ievēroti, lai jūsu dati būtu drošībā?
9. Cik ilgi šī privātuma atruna būs spēkā?
10. Kurš ir atbildīgais par kompānijas privātuma politiku?

Jautājumi

- Pirms nākamās aktivitātes par digitālo detoksikāciju pajautā- jiet dalībniekiem, vai kāds no viņiem ir centies ierobežot

kādas lietotnes vai platformas piekļuvi privātiem datiem. Šeit der atbildes arī par piekļuves liegšanu kamerai, mikrofonam, kontaktiem vai atrašanās vietas noteicējam.

AKTIVITĀTE

15 min 

Sadaliet dalībniekus trīs grupās. Palūdziet katrai no grupām iepazīties ar paņēmieniem (<https://datadetoxkit.org/en/home>), kas uzlabos viņu datu drošību.

Šie ir trīs virzieni, kurus izdalīt katrai grupai:

1. Kontrolē datus savā viedtālrunī (<https://datadetoxkit.org/en/privacy/essentials>)

2. Izmaini iestatījumus, lai uzlabotu datu drošību (<https://datadetoxkit.org/en/security/essentials>)
3. Izvairies no pamatiestatījumiem (defaults) (<https://datadetoxkit.org/en/wellbeing/essentials>)

Pēc tam, kad grupas ir iepazīnušās ar paņēmieniem, kā uzlabot datu drošību, kāds no grupas dalībniekiem apkopo galvenās atziņas par savas grupas apskatīto virzienu.

Ieteikumi trenerim

Šo aktivitāti vajadzētu īstenot tikai tad, ja pats treneris ir iepazinies ar visiem vietnē datadetoxkit.org atrodamajiem padomiem.

Jautājumi

- Kurus no ieteikumiem jūs izmantosiet un ieteiksiet saviem draugiem?

SECINĀJUMI

Daudziem no mums nav nojausmas, ka digitālajā vidē mēs veidojam attiecības ar algoritmiem, kas pēcāk ietekmē to, kādu informāciju mēs saņemam un kādus produktus pārkam. No vienas puses, tie mūsu dzīvi padara vienkāršāku un piedāvā atbildes un risinājumus

dažādiem jautājumiem. No otras puses, mēs esam spiesti ziedot daļu sava privātuma, un tas var ietekmēt mūsu psiholoģisko labsajūtu pat tad, ja mums šķietami nav ko slēpt.



Series of horizontal dotted lines for writing notes.

2. daļa. Nepatiesas ziņas un manipulācija. C. Stereotipi.

1. NODARBĪBA. STEREOTIPI UN AIZSPRIEDUMI ŽURNĀLISTIKĀ

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Apgūs, kas ir stereotips
- Izprātīs, kā stereotipi var sāpināt cilvēku un kā tie izkropļo patiesību
- Spēs identificēt un kritiski izvērtēt stereotipu piemērus medijos

MATERIĀLI

- Izdales materiāli: Izdrukāta identitātes darba lapa
- Dators un ekrāns video demonstrēšanai
- Divu dažādu krāsu limlapiņas 2. aktivitātei
- Pildspalvas

NEPIECIEŠAMAIS LAIKS

50 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

levads

5 min ⌚

Mums visiem ir stereotipi par dažādām cilvēku grupām. Daži ir samērā nekaitīgi. Problēma ar stereotipiem rodas tad, kad tie cilvēku dehumanizē: tā vietā, lai ieraudzītu personību, redzam tikai unificētu šablonu. Tas neļauj mums saskatīt, kāds šis cilvēks ir patiesībā. Bieža stereotipizēšana ved uz diskrimināciju vai pat vardarbību.

Mums visiem ir kādi slēpti aizspriedumi – tas patiesībā ir daļa no tā, kā darbojas cilvēka smadzenes. Mēs veidojam stereotipus, jo

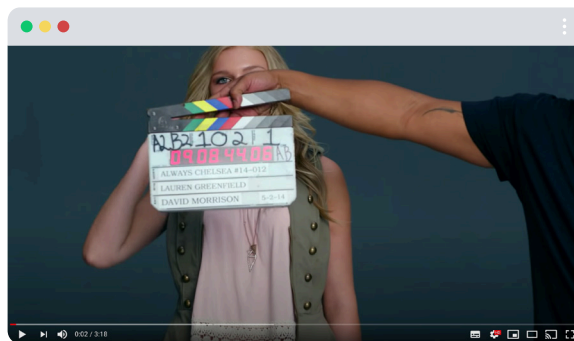
daudzos gadījumos tie ir noderīgi. Mēs redzam ābolu un zinām, ka tas, visticamāk, nav indīgs, jo mūsu pagātnes pieredze vēsta, ka āboli parasti nav indīgi. Psihologs Pauls Blūms (Paul Bloom) norāda – jūs nekad nejutāsiet zīdainim, lai viņš parāda ceļa virzienu. Svarīgi ir atpazīt kaitīgus stereotipus, kas citus var sāpināt, un rīkoties, lai tos novērstu. Šajā nodarbībā arī aplūkosim, kā stereotipi un aizspriedumi izpaužas mediju saturā.

AKTIVITĀTE

7 min ⌚

Parādiet dalībniekiem video "Always" #LikeAGirl video.

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



Jautājumi

- Ko šajā video varēja novērot? Kad tādas frāzes “kā meitene”, “kā zēns” un citas kļūst aizskarošas?
- Vai jūs esat manijuši līdzīgu atainojumu medijos?

TĒZES

Jautājiet dalībniekiem: paceliet roku, kurš kādreiz ir juties stereotipizēts!

Visbiežāk veidojam stereotipus par tiem, kuri mums ir vismazāk līdzīgi, bet mēs apgūstam un pieņemam sev par saistošiem arī stereotipus par grupu, kurai paši piederam.

- Mēs bieži izmantojam stereotipus, lai veidotu priekšstatu par

kādu personu.

- Mēs paļaujamies uz ārējām realitātes pazīmēm (stereotipiski spriežam par cilvēku atkarībā no sociālām grupām, kurām cilvēks pieder) tā vietā, lai pievērstu uzmanību, kāda ir šī konkrētā persona un kā tā rīkojas.

2. AKTIVITĀTE**15 min** ⌚

Izdaliet katram dalībniekam pa trim vienas krāsas līmlapiņām (piemēram, dzeltenas) un trim – citas krāsas līmlapiņām (piemēram, zaļas) (kopā 6). Lūdziet uz dzeltenajām līmlapiņām (uz katras lapiņas vienu) stereotipizācijas avotu (kas cilvēkā var tikt stereotipizēts). Uz zaļajām līmlapiņām lūdziet uzrakstīt uz katras lapiņas pa vienai pazīmei / darbībai, pēc kā var noteikt, ka kāds cilvēks tiek stereotipizēts (kas liecina par to, ka notiek stereotipizācija). Ja dalībnieki nav pārliecināti par to, kā jāizpilda uzdevums, varat sniegt piemēru: 1) stereotipizācijas avots – profesija “bibliotekārs”. Pazīme, darbība – vispārināšana (bibliotekāri ir pensijas vecuma sievietes ar brillēm);

2) stereotipizācijas avots – izskats (palielināts ķermeņa svars). Pazīme, darbība – apsmiešana, vispārināšana (visi cilvēki, kuriem ir liekie kilogrami, ir slinki) u.c. Pēc trim minūtēm lūdziet visiem dalībniekiem savas līmlapiņas pielīmēt uz tāfeles vai sienas divās daļās – vienas krāsas līmlapiņas vienuviet, otras krāsas līmlapiņas – atsevišķi. Lūdziet dalībniekiem sagrupēt (un palīdziet paši) tematiski līdzīgās līmlapiņas vienkopus. (Ja vairākās līmlapiņās ir norādītas vienādas vai līdzīgas atbildes, šī atkārtotāšanās var parādīt, ka tas ir īpaši bieži sastopams stereotipizācijas avots un stereotipizācijas darbība).

TĒZES

Iespējamie stereotipizācijas avoti var būt, piemēram, tautība, profesija, cilvēka izskats, dzimums, ienākumu līmenis, dzīvesvieta (pilsēta / lauki) u.c.

Darbības, kas norāda uz stereotipizāciju ir, piemēram:

- Vispārināšana (“visi latvieši ir...”, “visas sievietes ir / prot / neprot...”, “visi vīrieši ir / prot / neprot...”, “visi studenti ir...” utt.)
- Pamazināšana (pieaugušas personas saukšana par “mazo”, “meiteni”, “zēnu” utt.)

- Nirgāšanās, padarīšana par apsmieklā objektu
- Pārspīlēšana, kariķēšana (piemēram, kariķatūrās ebrejiem lielāki deguni)
- Kaut kā padarīšana par eksotisku (piemēram, sakot, ka sievietes no Āzijas izskatās "eksotiski", indiāņus atainojot kā allaž iesaistītus garīgos rituālos vai latgaliešus – visu laiku gatavojot un lietojot pašdarinātu alkoholu)
- Izslēdzoša valoda (piemēram, tiek norādīts, ka kāda cilvēku sociālā grupa nekad neiegūs augstāko izglītību vai nekad

nemaksā nodokļus u.tml.).

Cilvēki rada stereotipus gan paši, gan ietekmējoties no sabiedrības un medijiem. Stereotipi atvieglo pasaules uztveri, ļaujot to vienkāršot. Bet stereotipiska domāšana nespēj aptvert daudzās dažādās dzīves situācijas. Piemēram, sievietei var izcili braukt ar auto vai vadīt trolejbusu. Vīrietis var ļoti labi veikt manikīru skaistumkopšanas salonā. Stereotipi bieži aizved līdz aizspiedumiem. Savukārt kādas noteiktas identitātes var piešķirt varu sabiedrībā.



3. AKTIVITĀTE

5 min ⌚

Tagad palūkosimies uz to, kā raksturojam un identificējam paši sevi. Uzzīmēsim identitātes apli.

Izdaliet katram dalībniekiem identitātes apla darba lapu un lūdziet centrā ierakstīt "cilvēks". Pārējās apla iedaļās dalībniekiem ir jāieraksta grupas, ar kurām var sevi identificēt. Tās var būt ļoti dažādas – piemēram, dzimums, seksuālā orientācija, rase, tautība, profesija, reliģija, vecumgrupa, attiecību stāvoklis, loma

ģimenē (vīrs, meita utt.), profesionālā piederība, arī tādi vārdi kā "aktīvis", "mūziķis", "sportists" un citi, ar kuriem dalībnieks var sevi identificēt. Jāizvairās lietot īpašības vārdus, piemēram, čakls, gudrs u.c., koncentrējoties uz identificēšanos ar kādām grupām. Ir pieļaujami neaizpildīt kādu no apla sadaļām, ja šķiet, ka tajā vairs nav ko rakstīt.

Jautājumi

- Kuras identitātes jūs vēlaties izcelt un kuras – nē? Kāpēc?
- Kuras no tām jums liek justies neaizsargātām vai atstumtām?

TĒZES

Mums katram ir vairākas identitātes, kas mūs raksturo. Nereti mēs kādu cilvēku iedalām kādā kategorijā, ignorējot tos daudzus veidus, kā šis cilvēks pats raksturotu savu identitāti. Kādas noteiktas identitātes var piešķirt varu sabiedrībā, kamēr citas – mūs izstumt. Kad mēs stereotipizējam cilvēkus, par to pat neaizdomājamies. Kad stereotipi tiek atkārtoti atkal un atkal, mēs tos pārņemam kā savu pasaules uztveres veidu. Tagad kopīgi paskatīsimies uz veidiem, kā mediji lieto vārdus un attēlus, kas izplata stereotipus

un negatīvu attieksmi pret dažādām sabiedrības grupām. Ikviens no mums var būt "cits" kādai grupai, kurai nepiederam.

- Mediji bieži izmanto stereotipus, lai komunicētu ar savu auditoriju.
- Aizspriedumi ir negatīva attieksme, kas ir veidojusies, balstoties uz stereotipiem.
- Aizspriedumi veido kādas grupas vai indivīda diskriminācijas pamatu.

4. piemērs

Iespējamā atbilde: Stereotips par latgaliešiem kā izteiktiem alkohola lietotājiem, tostarp, nelegālā alkohola patērētājiem



Jautājumi

- Vai, jūsuprāt, šajos piemēros ir attaisnojama tautības, matu krāsas, apdzīvotā reģiona minēšana? Vai tieši otrādi – tas veicina stereotipu vairošanu?



5. piemērs

Iespējamā atbilde: Stereotips par romu tautības cilvēkiem kā potenciāliem krāpniekiem vai zagļiem

- Vai un ko jūs kā žurnālists / redaktors darītu citādāk, veidojot rakstus par 4. aktivitātē iekļautajiem piemēriem?

TĒZES

Ziņu virsraksti, apraksti, fotogrāfijas – tas viss var nemanāmi pastiprināt un veicināt stereotipus un aizspriedumus pret kādām sabiedrības grupām. No vienas puses, krāpnieku tautības norādīšana ziņā var palīdzēt citiem potenciālajiem upuriem to atpazīt un neļauties manipulācijai, bet, no otras puses, cik ētiski ir uzsvērt tautību, ja krāpnieka izskatu varētu raksturot, neminot konkrētu tautību? Žurnālisti un redaktori ik dienu pieņem daudzus šādu lēmumus, kas rezultējas mūsu priekšstatos par kādu cilvēku

grupu. Mediji var arī iekļaut stereotipus saturā ar nolūku tos lauzt. Piemēram, publicēt stāstu par sievieti, kas strādā par autobusa vai taksometra vadītāju. Šāds materiāls varētu tikt veidots tā, lai tas mazinātu stereotipisko izpratni par tā dēvētajām "sieviešu profesijām", taču vienlaikus netieši tas var arī pastiprināt šāda veida stereotipu, ka sievietē pie autobusa stūres ir kas neparasts.



3. DAĻA

Cīņa pret dezinformāciju

1. NODARBĪBA. RAKSTĪTA SATURA IZVĒRTĒŠANA UN INFORMĀCIJAS AVOTI

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies labāk noteikt savu uzticēšanos kādam mediju saturam
- Apgūs stratēģijas, kuras izmantot drukāto mediju uzticamības noteikšanai
- Spēs izskaidrot, kāpēc ir svarīgi doties uz oriģinālo informācijas avotu, vai uzklikšķināt un izlasīt oriģinālrakstu par tematu
- Apgūs ieradumu rakstu izvērtēšanā vispirms meklēt informācijas pirmavotu

MATERIĀLI

- Prāta vētras vajadzībām tāfele vai statīvs ar papīra lokšņu bloku
- Izdales materiāls "Atrodi pirmavotu!"
- Projektors attēlu rādīšanai
- Prezentācijas slaidi ar piemēriem

NEPIECIEŠAMAIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

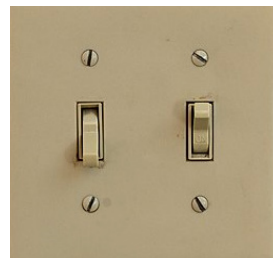
NODARBĪBAS NORISE

levads

5 min ⌚

Kā tu izvērtē, vai var uzticēties kādam drukāto mediju rakstam? Uzticēšanās nav kā gaismas slēdzis – vai nu tas ir ieslēgts, vai izslēgts. Tēlaini to labāk raksturotu, piemēram, spidometrs ar sadaļām no 0 līdz 100. Ir vairākas pazīmes, kas mums var palīdzēt noteikt, cik uzticama ir informācija. Vadoties pēc šīm pazīmēm raksta izvērtēšanā, varam secināt, aptuveni kur starp sadaļām 0 un 100 atrodas mērītājs. Vai mēs esam 80% pārliecināti, ka informācija ir uzticama? 50% pārliecības? Vai Uzticēšanās informācijai mērītājs

NAV ŠĀDS..



tikai 30%? Parasti mums nav pilnīgas un visaptverošas zināšanas dažādos tematos, tāpēc ir maz ticams, ka mēs par kādas informācijas uzticamību būsim 0% vai 100% pārliecināti.

Šajā nodarbībā runāsim par pamata pazīmēm, kas ļaus jums noteikt savu uzticēšanās līmeni kādai informācijai. Un noskaidrosim, kāpēc ir svarīgi vispirms doties uz pirmavotu, lai iepazītos ar informāciju, kas ir bijusi turpmāko publikāciju pamatā. Tas palīdzēs izvērtēt, cik lielā mērā varam uzticēties konkrētajam rakstam.

IR ŠĀDS!



TĒZES

Šie ir galvenie soļi, kas veicami, lai noteikti kāda rakstveida saturs tiešsaistē uzticamību.

Uzrakstiet tos uz tāfeles vai A2 formāta pierakstu papīra (jūs varat šo rakstu turēt pie sienas visu mācību laiku):

1. Pārbaudiet datumu
2. Ejjiet uz informācijas avotu
3. Izvērtējiet žurnālistikas standartus
4. Pārbaudiet avotus un citātus
5. Pārbaudiet pierādījumus
6. Pārliecinieties par informāciju pie faktu pārbaudītājiem

1. AKTIVITĀTE

7 min

“Uzticamības luksofors”

Pētnieciskās žurnālistikas centra “Re:Baltica” faktu pārbaudīšanas iniciatīva “Re:Chek” izmanto līdzīgu pieeju kā spidometrs brīdināšanai par informācijas uzticamību. Tikai šeit – ir četras krāsas, ar kurām tiek sniegts vērtējums par kādu informācijas vienību:

Tumši zaļa - patiesība (izteikums ir precīzs un faktoloģiski pierādāms)

Gaiši zaļa - tuvu patiesībai (apgalvojums ir lielākoties patiess, taču ir pieļautas sīkas neprecizitātes)

Oranža - drīzāk nav taisnība (apgalvojumā ir kriptas patiesības, taču nav ņemti vērā būtiski fakti un/vai konteksts, līdz ar to izteikums ir maldinošs vai ārpus konteksta)

Sarkana - nav taisnība (apgalvojums neatbilst patiesībai, tam nav pierādījumu, izteikuma autors melo vai neapzināti maldina)

Aiciniet dalībniekus savos mobilajos tālruņos, planšetēs vai datoros atvērt vietni <https://rebaltica.lv/recheck/>. Tie, kuriem pirmajā personvārdā ir 3-5 burti, - atrast vienu piemēru, kas marķēts ar gaiši zaļo krāsu, un ar to iepazīties. Tie, kuriem pirmajā personvārdā ir 6-7 burti, - atrast vienu piemēru, kas marķēts ar sarkano krāsu, un ar to iepazīties. Tie, kuriem pirmajā personvārdā ir 8 un vairāk burti, - atrast vienu piemēru, kas marķēts ar oranžo krāsu, un ar to iepazīties. Tā kā ir vairāki ar katru krāsu marķētie piemēri, dalībnieki var izvēlēties to, kurš vairāk interesē. Piemērs: ja mani sauc Laura, manā pirmajā personvārdā ir 5 burti. Piederu pie grupas, kurai jāatrod piemērs, kas marķēts ar gaiši zaļo krāsu.

Jautājumi

3 min.

- Cik lielā mērā bija palīdzīga šāda norāde par informācijas ticamību jau pirms raksta izlasīšanas?
- Vai tad, ja šādas norādes nebūtu, jūs būtu lasījuši rakstu citādāk?
- Kurus no nodarbības sākumā pārrunātajiem sešiem soļiem informācijas pārbaudei, jūsuprāt, “Re: Check” žurnālisti ir veikuši?



Iedodiet dalībniekiem izdales materiālu "Atrodi pirmavotu!" (raksts no "Latvijas Avīzes" portāla: <https://kokteilis.lv/keita-midltone-aizliegusi-saviem-trim-berniem-skatities-tel-evizoru>). Aiciniet ar to iepazīties un, izmantojot internetu viedtālrunos, planšetēs vai datoros, sameklēt informācijas pirmavotu, lai trenētos vairākkārt pārpublicētā informācijā atrast oriģinālo informācijas avotu un sniedzēju.



Jautājumi

- Vai "Latvijas Avīzes" portāla rakstā minētais informācijas avots – izdevums "Harper's Bazaar" – ir informācijas pirmavots? (Nē)
- Uz kādiem citiem informācijas avotiem atsaucas "Harper's Bazaar" publikācija? ("Vanity Fair's" karaliskās reportieres Keitijas Nikollas (Katie Nicholl) sniegtā informācija žurnālam "OK!")
- Par ko liecina tas, ka "Latvijas Avīzes" portāla publikācijā atsauce ir tikai uz "Harper's Bazaar"? (iespējams, uzticoties "Harper's Bazaar", netika veikta informācijas pārbaude



Šis ir raksts "Latvijas Avīzes" portāla minētajā izdevumā "Harper's Bazaar": <https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a32171283/kate-middleton-limiting-childrens-screen-time-quarantine/>

- pirmavotā (žurnālā "OK!") vai arī neizdevās to atrast, jo "Harper's Bazaar" publikācijā žurnāls bija tikai nosaukts, bet konkrētā publikācija nebija norādīta ar hipersaiti)
- Ierakstiet interneta meklētājā tekstu "Kate Middleton Is Limiting Her Children's Screen Time While in Quarantine" (tāds ir "Harper's Bazaar" publikācijas nosaukums)! Ko varat secināt? (daudzas citas interneta vietnes ir publicējušas šo rakstu ar tieši tādu vai līdzīgu nosaukumu. Ja dotos tālāk aplūkot šos rakstus, mēs redzētu, ka daļa no tiem ir identiski, bet daļa – atšķirīgi, piemēram, īsināti).

TĒZES

Kad viens ziņu avots citē otru, tas parasti atsaucas uz pirmo avotu un interneta rakstā iekļauj hipersaiti uz to. Tas nozīmē, ka šis avots paļaujas uz otru informācijas avotu, un nav pats veicis neatkarīgu šīs informācijas pārbaudi. Izlasīt oriģinālo rakstu (cik vien iespē-

jams tālu noskaidrot pašu pirmavotu) – tā ir laba doma, it sevišķi, ja informācija ir satraucoša vai raisa šaubas. Aplūkosim citu piemēru!

3. AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Jautājumi

- Ko jūs darītu, lai šajā gadījumā pārbaudītu informāciju? Kāpēc tas ir tik svarīgi?

TĒZES

Šajā rakstā žurnālists ir aizmirsis pielikt hipersaiti uz oriģinālo rakstu, bet viņš norāda, ka daļa no teksta balstās ziņu aģentūras "Reuters" informācijā. Ieliksīm interneta meklētāja fragmentu no tā: "Francis took off his shoes as he entered the huge mosque" un atradīsim oriģinālo "Reuters" rakstu (<https://www.reuters.com/article/us-pope-turkey/pope-francis-prays-in-istanbul-blue-mosque-idUSKCN0JD09U20141129>)



Pope Francis Says Christians Should Visit Mosques and Praise Allah

July 6, 2018 | By Baxter Dmitry | News, World | 0 Comments

Christians around the world should visit mosques and praise Allah, according to Pope Francis who led by example on his visit to Istanbul by entering the Blue Mosque, taking off his shoes, facing Mecca, and praising the Muslim god.

According to Reuters:

Francis took off his shoes as he entered the huge mosque, before bowing his head in prayer for several minutes, facing Mecca and standing next to Istanbul's Grand Mufti Rahmi Yaran, in what a Vatican spokesman described as a joint "moment of silent adoration" of God.

Jautājumi

- Vai "Reuters" ziņā ir teksts, kas dod pamatu izveidot tādu virsrakstu, kāds ir "Newspunch" portālā?

TĒZES

“Newspunch” stāstā ir veiktas dažas atkāpes no patiesības. Jā, pāvests Francisks lūdzās mošejā. Taču nav pierādījumu apgalvojumam, ka viņš lūdza Allāhu, un viņš nekad nav aicinājis kristiešus tā darīt.

Liela daļa no šajā vietnē publicētā stāsta ir safabricēta. Virsraksts

un pirmā ievadrinda ir nepatiesa un nepierādīta. Portāls vēlas radīt iespaidu, ka tas ir uzticams, izdarot atsauci uz ziņu aģentūru “Reuters” par korekto informācijas daļu. Pārējā informācija ir safabricēta!



SECINĀJUMI

5 min.

Pastāv virkne signālu, kas mums var atklāt to, cik lielā mērā mums vajadzētu uzticēties kādam rakstītam tekstam. Tos apskatīsim arī turpmākajās nodarbībās. Par savas uzticēšanās informācijai mērītāju domājiet kā par spidometru. Jūs vienmēr varat mainīt domas par to, cik daudz vai cik maz jūs uzticaties kādai informācijai. Turklāt, nav kategoriski jānosaka, ka kāda informācija ir pilnībā patiesa vai nepatiesa. Iespējams, kā spidometrā uzticamības rādītājs ir, piemēram, 50% vai 80%.

Pārbaudīt informācijas avotu ir ļoti svarīgi, jo nereti turpmākajos rakstos, kuri balstās uz šo pirmavotu, ir izkropļota informācija vai veiktas atkāpes no tās. Citos gadījumos manipulācijas nav, taču, iepazīstoties ar pirmavotu (pirmavotiem), jūs redzēsiet, kā žurnālists ir vācis informāciju. Parasti pirmavota atrašana neaizņem daudz laika, un tam būtu jābūt vienam no pirmajiem pārbaudes soļiem, kad izvērtējat tiešsaistē atrastas informācijas uzticamību.



2. NODARBĪBA. AVOTU, DOKUMENTU UN CITĀTU PĀRBAUDE

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Apgūs prasmes, kā noteikt mediājā lasīto, dzirdēto informācijas avotu un izmantoto dokumentu citātu uzticamību, kas palīdzēs spriest par mediā uzticamību kopumā.

MATERIĀLI

- Pildspalvas un papīrs
- Avotu un dokumentu pārbaudes darba lapa
- Izdales materiāls A – raksts “Krīzes iepirkumos piedāvātās lētās maskas nav izmantojamas medicīnā”
- Izdales materiāls B – raksts “Vērts izmēģināt! TOP7 padomu miega uzlabošanai”

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

levads

5 min ⌚

Šajā nodarbībā runāsim par informācijas avotiem un dokumentiem, ko žurnālisti izmanto savā darbā. Žurnālisti nevar vienlaikus atrasties vairākās vietās, kā arī nevar paši būt eksperti visos temas. Tāpēc viņi paļaujas uz cilvēkiem un dokumentiem, kas atklāj, kas ir noticis un kāpēc tas ir būtiski. Svarīgi ir izvēlēties avotus

un dokumentus, kas ir uzticami. Šajā nodarbībā aplūkosim, kā izvērtēt avotu un dokumentu citātus un tādējādi arī izdarīt secinājumu par ziņas vai mediā kvalitāti, kurā šos avotus un dokumentus esat pamanījuši.

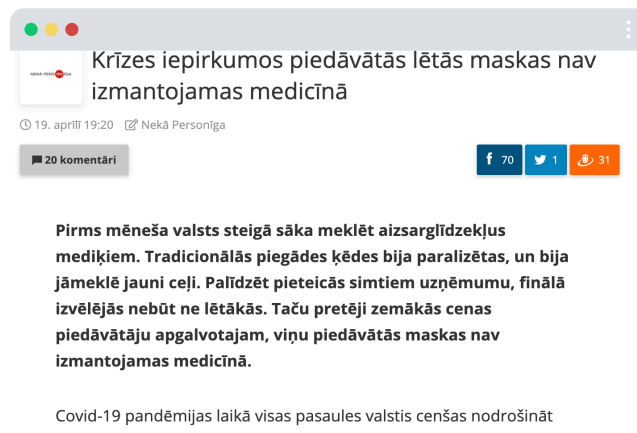
1. AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Šajā aktivitātē runāsim par galvenajiem veidiem, kā izvērtēt kādu rakstu, balstoties uz to, kādi avoti (cilvēki, ar kuriem žurnālists ir runājis raksta sagatavošanai) un dokumentu citāti (piemēram, kādu politikas plānošanas dokumentu, normatīvo aktu, e-pastu, video vai audio fragmenti) ir tikuši iekļauti rakstā. Strādājot ar darba lapa, apdomājiet, kad rakstam ir nepieciešami avoti un kad – dokumenti.

Izdaliet katram avotu un dokumentu citātu pārbaudes darba lapa, kā arī A un B izdales materiālus – analizējamās publikācijas.

Vispirms aplūkojiet šo rakstu “Krīzes iepirkumos piedāvātās lētās maskas nav izmantojamas medicīnā”: <https://skaties.lv/zinas/latvija/neka-personiga/krizes-iepirkumos-piedavatas-letas-maskas-nav-izmantojamas-medicina/>



Krīzes iepirkumos piedāvātās lētās maskas nav izmantojamas medicīnā

19. aprīlī 19:20 Nēka Personīga

20 komentāri

70 1 31

Pirms mēneša valsts steigā sāka meklēt aizsarglīdzekļus medīkiem. Tradicionālās piegādes ķēdes bija paralizētas, un bija jāmeklē jauni ceļi. Palīdzēt pieteicās simtiem uzņēmumu, finālā izvēlējās nebūt ne lētākās. Taču pretēji zemākās cenas piedāvātāju apgalvotajam, viņu piedāvātās maskas nav izmantojamas medicīnā.

Covid-19 pandēmijas laikā visas pasaules valstis cenšas nodrošināt

Aiciniet visus strādāt nelielās grupās, lai izvērtētu avotu un dokumentu citātu kvalitāti. Lūdziet brīvprātīgos dalīties ar saviem secinājumiem.

Jautājumi	Piezīmes
Raksta nosaukums	
Vai raksts atsaucas uz cilvēkiem, kas bijuši informācijas avoti? Vai tas šajā rakstā ir nepieciešams?	
Vai ir izmantoti dažādi informācijas avoti un dokumentu citāti, vai arī raksts balstās tikai uz vienu informācijas avotu vai dokumenta citātu?	
Vai izmantotie avoti ir uzticami – neatkarīgi un neizkropļo patiesību kādās savās interesēs?	
Vai informācijas avoti ir nosaukti? Vai arī ir izmantoti anonīmi informācijas avoti? Ja otrais variants, vai anonimitātei ir pamatots iemesls?	
Vai personai, kur tiek citēta, ir pierādījumi tam, ko tā saka? Vai varam teikt, ka šai personai piemīt autoritāte konkrētajā tematā?	

TĒZES

5 min.

Rakstā izmantota virkne avotu un dokumentu citātu. Rakstā ir precīzi raksturoti informācijas avotu un dokumentu citāti, ikviens no informācijas avotiem var tikt uzskatīts kā autoritāte konkrētajā tematā vai ar personīgo pieredzi tajā. Nav anonīmu informācijas avotu. Varētu pieņemt, ka daži no šiem avotiem varētu būt kādas savas intereses, taču tas neizmaina stāsta būtību. Piemēram, nav šaubu, ka Nacionālā veselības dienesta vadītājs vēlas sniegt skaidrojumu no sava skatpunkta, kāpēc medijiem trūkst materiālo rezervju. Tāpat arī intervētie uzņēmumu pārstāvji vēlas parādīt

savu uzņēmumu pozitīvi, kā arī aizsardzības ministrs – noņemt no ministrijas rīcības šaubu ēnu. Taču ir izmantoti vairāki informācijas avoti, nav pārstāvēts tikai viens skatpunkts.

Dalībnieku zināšanai nākotnē: Tas ne vienmēr uzskatāms par neprofesionālu rakstu, ja tajā netiek izmantoti dokumentu citāti. Gadās situācijas, kurās visa informācija tiek iegūta sarunās ar cilvēkiem, nevis no kāda veida dokumentiem. Taču, ja publikācija atsaucas uz kādiem rakstītiem vai ierakstītiem (audio, video) pierādījumiem, ticamība ir lielāka, ja tiek piedāvāti to fragmenti.

2. AKTIVITĀTE

7 min ⌚



Pēc izvēles – šis uzdevums var tikt atkārtots ar šo rakstu, kas ir izdales materiālā B “Vērts izmēģināt! TOP7 padomu miega uzlabošanai”:

<https://nra.lv/veseliba/311273-verts-izmeginat-top-7-padomi-miega-uzlabosanai.htm>

TĒZES

3 min.

Šajā rakstā ir tikai viens informācijas avots – noteiktas aptiekas farmaceite. Vēlams būtu nenorādīt konkrētu aptieku tīklu, kurā farmaceite strādā, citādi tā var tikt uztverta kā slēptā reklāma, pat ja šāda situācija radusies neapzināti. Tā kā pie raksta nav norādes par reklāmas projektu un konkrēti uztura bagātinātāji rakstā nav

minēti, var pieņemt, ka informācijas avots nav ietekmējis raksta saturu sev par labu. Tomēr papildu informācijas avotu izmantošana, iespējams, varētu ienest kādus jaunus aspektus sniegtajos padomos, kas vairāk vai mazāk atkārtojas tematiski līdzīgās publikācijās citviet.

3. AKTIVITĀTE

7 min ⌚

Viens no veidiem, kā izvērtēt interneta vietnes, ir veikt nelielu “WHO IS” izmeklēšanu. Šī iespēja ļauj redzēt, kurš ir reģistrējis mājaslapu un kādas ir kontaktpersonas. Tādējādi var noskaidrot, kurš ir atbildīgs par konkrēto domēna vārdu vai IP adresi. ASV reģistrētas lapas iespējams pārbaudīt, izmantojot <https://lookup.icann.org/>, taču Latvijā šo iespēju sniedz Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūta Tīkla risinājumu daļa (NIC), kas ir augstākā

līmeņa domēna .lv reģistra un elektroniskās numurēšanas sistēmas turētājs: <https://www.nic.lv/whois>.

Aiciniet dalībniekus apmeklēt <https://www.nic.lv/whois> un pārbaudīt, vai www.skola2030.lv ir oficiālā Valsts izglītības satura centra (VISC) īstenotā projekta “Kompetenču pieeja mācību saturā” mājaslapa? (Jā, pārbaudot redzams, ka domēna vārda lietotājs ir Valsts izglītības satura centrs)

TĒZES

5 min.

Latvijā reģistrētiem domēniem tas nav iespējams, taču ASV vietnē <https://lookup.icann.org/> iespējams arī noskaidrot, kad domēns ir reģistrēts. Pievērsiet tam uzmanību! Piemēram, www.ebay.com

reģistrēts 1995.gadā. Šādas ziņas var noderēt gadījumos, kad lapas, kas izskatās kā ziņu portāli vai uzņēmumu mājaslapas, patiesībā ir vien nesen veidoti pakalpojumi.

SECINĀJUMI

5 min.



Informācijas avotu un dokumentu citātu pārbaude ir viena no svarīgākajām medijpratības komponentēm. Tā var arī palīdzēt noteikt vispārēju raksta vai cita mediju satura uzticamības līmeni.

Var piebilst: Mēs saprotam, ka jūs nelasīsiet katru rakstu ar šodien

izmantoto darba lapu avotu un dokumentu citātu izvērtēšanai. Tomēr ceram, ka pēc šodienas nodarbības esat kļuvuši ziņošāki un vairāk pārliecināti atpazīt manipulāciju ar avotiem, padomāsiēt un pārbaudīsiet informāciju, pirms ar to dalīsieties sociālajos medijos.

Ieteikumi trenerim

Šīs nodarbības aktivitāšu veikšanai varat izvēlēties arī jebkuru citu iepriekšējās nodarbības aplūkotu rakstu. Kā alternatīvu variantu varat piedāvāt dalībniekiem pašiem izvēlēties rakstus no tiem, ko viņi atrod sociālo mediju jaunumu lentē.



Izdales materiāls A

Raksts "Krīzes iepirkumos piedāvātās lētās maskas nav izmantojamas medicīnā"

Krīzes iepirkumos piedāvātās lētās maskas nav izmantojamas medicīnā

19. aprīlī 19:20

Nekā Personīga

Pirms mēneša valsts steigā sāka meklēt aizsarglīdzekļus medīķiem. Tradicionālās piegādes ķēdes bija paralizētas, un bija jāmeklē jauni ceļi. Palīdzēt pieteicās simtiem uzņēmumu, finālā izvēlējās nebūt ne lētākās. Taču pretēji zemākās cenas piedāvātāju apgalvotajam, viņu piedāvātās maskas nav izmantojamas medicīnā.

Covid-19 pandēmijas laikā visas pasaules valstis cenšas nodrošināt medīķus ar maskām un citiem aizsarglīdzekļiem. Visur tas nenākas viegli. Taču ir simtiem uzņēmumu, kas apgalvo, ka var ātri un lēti Latvijai ar trūkstošo apgādāt.

Februāra sākumā Pasaules veselības organizācija brīdināja par globālu masku un respiratoru deficītu. Latvijas slimnīcas no piegādātājiem izpirka pēdējos krājumus.

Medīķu nodrošināšanai ar aizsarglīdzekļiem valstis ķērās pie paņēmieniem, kas vēl nesen bija neiedomājami un ar katru nedēļu kļuva arvien izmisīgāki. Vācija aizturēja Šveicei domātu masku sūtījumu. Kugis ar Vācijai paredzētu kravu pazuda pie Āfrikas krastiem. ASV aizliedza aizsarglīdzekļu ražotājam eksportēt. Kanādas sūtījums pazuda Šanhajas lidostā, turpat ASV apsolut trīsreiz augstāku cenu, pārpirka Francijai sagatavotus masku miljonus.

Atjaunot trūkstošo Latvijas materiālajās rezervēs valdība nolēma tikai mēnesi pēc Pasaules veselības organizācijas (PVO) brīdinājuma par globālu deficītu, marta vidū.

Edgars Labsvīrs, Nacionālā veselības dienesta vadītājs

Piegādes kļuva traucētas, kavējās, un pie tam tur ir grūti noreāģēt uzreiz. Parasti tās piegādes neatceļ, sāk viņas vienkārši pārcelt. Viņas kavējas, un ne vienmēr vari saprast, ka beigās vispār nekā nebūs.

Marta vidū bija skaidrs, ka lielākā daļa no piegādātājiem ir absolūti paralizēti un savas līgumsaistības izpildīt nevar.

Mums uzdots bija veikt centralizētos iepirkumus 17. martā, un uz to brīdi mums bija vairāki pieprasījumi no slimnīcām. Piemēram, konkrēti Stradiņu slimnīcā tie krājumi knapi pārsniedza nedēļas rezervi, attiecīgi līgumi bija jāslēdz patiešām zibenīgā ātrumā. Pirmā piegāde ir notikusi 29. martā. Lai ilustrētu, tā bija sestdiena, bet Stradiņu slimnīca negaidīja pirmdienu, lai brauca pakal, bet brauc jau svētdien, jo situācija patiešām ir bijusi

kritiska.

Uzņēmumu, kas piedāvāja sagādāt maskas, bija desmitiem. Pirmo piegādi nodrošināja tirgū mazpazīstamā kompānija "GP Nord", kas darbu sākusī tikai pagājušajā gadā.

Toms Zeltiņš, "GP Nord" vadītājs

Mēs tā visa komanda, kas ir "GP Nord" komanda, mēs strādājām Lielbritānijas uzņēmuma sastāvā. Mēs visi dzīvojam Anglijā, strādājām tur, un tad, kad mēs gribējām atgriezties Latvijā, domājām, ka jāatgriežas ar savu uzņēmumu. Tā tas arī notika. Uzņēmumu pamatdarbība, tiesa gan, ir medikamentu eksports uz Karību salām, uz Vidējiem Austrumiem, un uz Ķīnu. Ķīna ir viens no mūsu lielākajiem klientiem, viens no lielākajiem mūsu patērētājiem.

Kad mums atnāca tas pasūtījums, paralēli bija vēl četrām, manuprāt, četrām kompānijām, cik es zinu, bija iedots tāds pats uzdevums kā mums. Šobrīd izskatās no malas savādi, ka kompānija bez gada pārskata, par kuru neviens it kā nav dzirdējis ne sfērā, ir dabūjuši lielāko, grandiozāko "dilu" un kaut kādā brīnumainā kārtā ir izpildījuši. Par brīnumainā kārtā viņam ir taisnība, bet par to, ka dabūja – mēs bijām vairāki kopā tajā laikā, kad slēdza līgumus. Viņi nav atveduši, nav izdarījuši to, ko viņi solīja. Bet tās veiksmes pamatā ir latvieši, kas dzīvo Ķīnā.

Kas fiziski tur sēdēja, fiziski "čekoja" to "stoku". Fiziski sargāja, lai neviens nepārpērk viņu, lidoja līdz pa visu Ķīnu 4000 kilometrus no Džendžou uz Urumki.

Kravu pārvadājumi no Ķīnas kavējas. Lai maskas Latvijā nonāktu ātrāk, tās nogādāja uz Ķīnas Rietumiem un uz turieni tām pakal devās "airBaltic" lidmašīna. Par lidojumu samaksāja Nacionālais veselības dienests. To kompensēja, samazinot līguma summu ar "GP Nord". Pēc "GP Nord" nākamo masku līgumu slēdza ar Liepājas ražotāju "Lauma fabrics".

Edijs Egliņš, "Lauma Fabrics" ģenerāldirektors

Apmēram mēnesi atpakaļ, kad mēs redzējām, ka trūkst valstī maskas, mēs domājām uzsākt masku ražošanu. Diezgan ātri sapratām, ka, lai ražotu medicīniskās maskas, ir vajadzīgi speciāli materiāli vajadzīgi speciāli sertifikāti. Tādi mums nav, Latvijā tādu nav nevienam ražotājam, cik mums



ir informācija. Un tieši tāpēc mēs piedāvājam valstij savu palīdzību atvest no Ķīnas maskas, jo mums ir plašs sadarbības partneru loks visā pasaulē, tai skaitā arī Āzijā.

Ļoti svarīgi ir, lai tieši Ķīnā būtu savi uzticami cilvēki, jo uz doto brīdi Ķīnā ir saradušies apmēram 46 tūkstoši medicīnas masku ražotāju. Starp citu, lielākā daļa no viņiem tieši pēdējos mēnešos ir uzsākuši savu darbību. Tāpēc ir ļoti svarīgi izvērtēt, kurš patiešām ir speciālists, kurš nē. (Mūsu gadījumā mēs strādājam ar tādiem ražotājiem, kas jau sen ražo šīs maskas un respiratorus, viņiem ir visi nepieciešamie sertifikāti. Ir ļoti svarīgi, lai tajā galā būt mūsu uzticami cilvēki, kas visu to var pārbaudīt. Jo uz doto brīdi ir tik daudz tās kompānijas, un arī mēs redzam, piedāvājumi ir tiešām par abstraktām cenām un nav saprotams, kādos apstākļos tas viss tiek ražots.)

Vēl pēdējā laikā Ķīna ievieša jaunas prasības un visa eksportētā produkcija no Ķīnas šobrīd tiek pārbaudīta, lai, pirmkārt, ražotājam būtu eksporta atļaujas, jo arī Ķīna sāk saprast, ka Ķīna eksportē šobrīd tik daudz un dažādu produkciju, tāpēc pati Ķīna ir ieviesusi tādas prasības, ka pirmkārt ražotājam jābūt eksporta atļaujai, produkcijai jābūt sertificētai un pašam ražotājam jābūt arī attiecīgi sertificētam.

Nacionālā veselības dienesta slēgtie līgumi par masku un respiratoru piegādi:

- “GP Nord” – 849 482 eiro
- “Lauma fabrics” – 6 101 567
- “Sauls aptieka” – 1 320 000

Par maskām Nacionālais veselības dienests slēdzis līgumus astoņu miljonu eiro vērtībā. Par tiem nopirkti astoņi miljoni masku un 1,1 miljons respiratoru. To piegādes noslēgsies nākamajā nedēļā. Veselības dienesta vērtējumā šobrīd aizsarglīdzekļu pietiek aptuveni mēnesim, mērķis ir sagādāt rezerves vismaz trim.

Vēl pirms pāris mēnešiem vienkāršas vienreiz lietojamas medicīnas maskas cena bija divi centi. Tagad tās uzņēmumi pārdod par 55 līdz 66 centiem gabalā. Taču Veselības dienests saņēma pieteikumus arī par daudz zemākām cenām.

Edgars Labsvīrs, Nacionālā veselības dienesta vadītājs

Lielākā daļa no viņiem patiešām tic, ka viņi to var izdarīt un viņi ir gatavi to uzņemt darīt, bet tad, kad sāk izstrādāt jau konkrētus piedāvājumus,

taču tur izrādās, ka cilvēks nav ņēmis vērā, ka kurjerkompānijas, ar kurām viņš plānoja sūtīt, ir pusparalizētas un tās kravas piecu darbadienu vietā brauc mēnesi. Cits bija domājis, ka nofraktēt lidmašīnu tas ir vienkārši aizsūtīt epastu trim firmām un izvēlēties labāko piedāvājumu. Trešais, kad viņam prasa – atsūtiēt, lūdzu, atbilstības sertifikātus, viņš uzdod jautājumu: jūs nevarētu precizēt, kādus sertifikātus, un saproti, ka cilvēks vienkārši nesaprot, par ko ir runa, ko nozīmē sertificēta medicīniskā ierīce vai aizsarglīdzeklis.

Visbiežāk šie piedāvājumi arī sākas no lētākām cenām, bet pēc tam kļūst skaidrs, ka šī maska ir maska, bet tā nav tomēr medicīniskā ierīce, sāk meklēt medicīnisko ierīci un drošāku piegādātāju. Izrādās, ka tur cena tomēr ir pavisam cita.

Veselības dienests līdz šim publiskojis aptuveni 60 piedāvājumus, bet kopā to esot vairāk nekā simts. Viens no skaļākajiem krīzes iepirkumu kritiķiem ir Dāvids Zalāns. Viņa nesen dibinātā firma piegādājot maskas vairākām Eiropas valstīm, bet Latvijas iestādes uzņēmuma piedāvājumu ignorējušas.

Dāvids Zalāns, “International Laboratory” vadītājs

Viņi noslēdz līgumu pēc divām dienām par 66 centiem ar kādu citu. Mums ir 45 centu cena, mums ir cenā iekļauta piegāde un PVN.

Zalāna uzrādīts e-pasts gan liecina, ka norādītā cena bijusi bez piegādes. “Nekā personīga” noskaidroja, ka viņa piedāvātās maskas nav sertificētas lietošanai medicīnā. Zalāns aizrāda, ka Nacionālais veselības dienests nav brīdinājis, ka tam vajag medicīnas maskas.

Edgars Labsvīrs, Nacionālā veselības dienesta vadītājs

Arī šodien, ja jūs varat atvest 100 tūkstošus vai miljonu masku uz Latviju ar cenu 40 centi, es garantēju, ka tās tiks pārdotas stundas laikā.

Par aptuveni šādu cenu Latvijā tiek importētas maskas, kas nonāk aptieku plauktos par 60 centiem. Importētājs – Igaunijas uzņēmums – savā mājaslapā par šīm lētajām maskām norāda, ka to efektivitāte ir ap 80% un brīdina, ka tās nav līdzvērtīgas medicīnā izmantotajām.

Aprīļa sākuma valdība nolēma aizsarglīdzekļu centralizēto sagādāšanu uzdot Aizsardzības ministrijai. Pamatojums: bruņotajiem spēkiem visā Latvijā ir noliktavu tīkls, armija vajadzības gadījumā var piegādāt maskas reģionos un tai ir lielāka pieredze ar apjomīgiem iepirkumiem.

Artis Pabriks, Aizsardzības ministrs ("Attīstībai/Par")

Mēs pirms divām nedēļām saņēmām šo uzdevumu no Ministru kabineta rūpēties par iepirkumiem, rūpēties par šo iepirkumu uzkrāšanu, veidot arī valsts rezerves un palīdzēt ar sadali. Mēs neesam tie, kas nosaka, ko pirkt un cik daudz, jo tā ir civilā krīze, ārkārtas situāciju. Par to atbild VUGD un, protams, medicīnas dienesti, līdz ar to viņi mums iedod specifikāciju, viņi iedod apjomu, viņi iedod, kas viņiem ir vajadzīgs.

Pēc veselības dienesta ieteikuma Aizsardzības ministrija jau noslēgusi līgumus ar diviem uzņēmumiem. Singapūrā reģistrētais "Addi Trading" jau izpildījis miliona masku pasūtījumu. Līgumu uzņēmuma vārdā slēdzis Latvijas pilsonis Deivs Jukša. Viņš apgalvo, ka ir vienīgas uzņēmuma īpašnieks un patiesais labuma guvējs.

Uzņēmumam ir sava mājas lapa. Tagad tā tiek pārveidota, bet vēl īsi pirms iepirkuma informācija tajā liecināja, ka uzņēmums nodarbojas ar zivjaudzēšanas aprīkojuma tirdzniecību.

Deivs Jukša, "ADDI Trading" pārstāvis

Uzņēmums nodarbojas ar tirdzniecības operācijām, izmantojot tās priekšrocības, ko sniedz Singapūras jurisdikcija un Singapūras finanšu sektors. Uzņēmums līdz šim ir darbojies Eiropas Savienības un Izraēlas tirgū. Latvijā darbību uzņēmums līdz šim nav veicis. Mums ir vairāki sadarbības partneri Austrumāzijā, tai skaitā Ķīnā, kas ražo dažādus medicīnas vajadzībām paredzētos individuālos aizsardzības līdzekļus, tai skaitā ķirurģiskās maskas.

Arī turpmāk plānojam piegādāt ķirurģiskās maskas un citus individuālos aizsardzības līdzekļus Eiropas Savienības tirgū, tai skaitā Latvijā, un Izraēlā.

Firmas kontaktpersona saziņā ar Aizsardzības ministriju bijis Artūrs Migliniņš, kompānijas "Erst Finance" līdzīpašnieks. Otrs akcionārs ir Olafs Berķis, kurš partijai "Latvijas attīstībai" ziedojis ievērojamas summas. Jukša apgalvo, ka uz konsultāciju līguma pamata viņu piesaistījis atsevišķu darījumu strukturēšanā un finanšu instrumentu piesaistīšanā, ņemot vērā viņa pieredzi starptautisku darījumu finansēšanā.

Artis Pabriks, Aizsardzības ministrs ("Attīstībai/Par")

Nekā personīga: Jaunākais uzņēmums, ar ko slēgts līgums, Singapūrā reģistrēts ofšors, tur acīmredzot īpašnieki neizsekojami. Vai tas ir labs signāls?

Artis Pabriks: Es nezinu par šo konkrēto uzņēmumu, bet ir pilnīgi skaidrs, ka pasaulē ir daudz uzņēmumu, par kuriem mēs īpašniekus nezinām, bet kas piegādā maskas, un, ja šis uzņēmums, teiksim, mans personīgais vērtējums, ja šis uzņēmums var savlaicīgi piegādāt kvalitatīvas maskas par pieņemamu cenu, kas mums ir vajadzīgs, es nedomāju, ka mēs pavadīsim trīs mēnešus, domājot, kas ir patiesais labuma guvējs Singapūras uzņēmumam.

Nekā personīga: Par to neesat informēts?

Artis Pabriks: Es neesmu informēts par šo konkrēto uzņēmumu.

Masku cenas:

- "GP Nord" – 55 centi
- "Lauma Fabrics" – 57 centi
- "Saules aptieka" – 66 centi
- "ADDI Trading" – 66 centi

Portāls "Delfi" atklājis, ka Singapūras firmas piegādātās maskas ir zemākās klases medicīniskās maskas, kas nav piemērotas izmantošanai, piemēram, operāciju zālē. Taču to cena ir augstāka nekā "GP Nord" vai "Lauma Fabrics" nodrošinātā: 66 centi. Veselības dienests apgalvo, ka šaubu par citu masku kvalitāti nav.

Edgars Labsvīrs, Nacionālā veselības dienesta vadītājs

Mēs pieprasām sertifikātus un atbilstības deklarācijas. Un šīs maskas, ko mēs iepērkam, viņām ir jābūt tieši sertificētām kā medicīniskās ierīces nevis individuālais aizsardzības līdzeklis. Mēs, saņemot maskas, vienu partiju esam pārbaudījuši Stradiņa universitātes, nevis Stradiņa slimnīcas, ka bieži jāuc, bet Stradiņa universitātes Darba, drošības un vides aizsardzības institūtā, bijām pārbaudījuši respiratorus arī Tuberkulozes un plaušu slimību centrā.

<https://skaties.lv/zinas/latvija/neka-personiga/krizes-iepirkumos-piedavatas-letas-maskas-nav-izmantojamas-medicina/>

Izdāles materiāls B

Raksts "Vērts izmēģināt! TOP7 padomu miega uzlabošanai"

VĒRTS IZMĒĢINĀTI! TOP 7 padomi miega uzlabošanai

Santa Raita 16.apr

Ārkārtējā situācija mūsu valstī un pasaulē kopumā daudziem rada satraukumu un arī nepieciešamību mainīt ikdienas paradumus. Tas var būtiski ietekmēt pašsajūtu un veselību.

Satraukums un stress ir viens no nekvalitatīva miega cēloņiem, tādējādi tiek traucēti organisma atjaunošanās procesi - neatjaunojas muskuļu un ādas šūnas, neatpūšas centrālā nervu sistēma. Nākamajā dienā cilvēks jūtas slukti, kļūst nervozs, viegli aizkaitināms un viņam samazinās darba spējas. Jo ilgāk miegs ir nekvalitatīvs, jo lielāka ietekme uz veselību un pašsajūtu. Kā uzlabot miega kvalitāti, stāsta aptieku tikla Apotheke farmaceite Ivanda Krastiņa.

Par sliktu miega kvalitāti var liecināt grūtības iemigt - ja pirms aizmigšanas nākas grozīties pa gultu ilgāk par pusstundu. Tāpat arī saraustīts un nemierīgs miegs, vairākas atkārtotas pamošanās naktī, kā arī pamošanās agri no rīta un nespēšana atkārtoti iemigt. Ja tā ir viena atsevišķa epizode, varat nesatraukties, jo nākamajā naktī miegu var atgūt. Uzmanība jāpievērš, ja miega traucējumi atkārtojas trīs un vairākas naktis pēc kārtas, jo tad tie ir akūti traucējumi, kuri, laikus tos nekorģējot, var kļūt par hroniskiem traucējumiem, kas jau ir smagāki un grūtāk novēršami.

Miega traucējumi bieži ir psiholoģiska stresa izraisīti - tās ir bailes par saviem tuviniekiem, liela atbildība darbā, uztraukums par kādu gaidāmu notikumu. Tāpēc nav pārsteidzoši, ka tieši šobrīd, Covid-19 uzliesmojuma laikā, arvien vairāk iedzīvotāju piedzīvo miega traucējumus. Tāpat miega traucējumus var izraisīt fiziskas slimības, to izraisītas sāpes un atsevišķu medikamentu lietošana, piemēram, asinsspiedienu mazinošu līdzekļu vai antidepresantu lietošana. Arī miega un nomoda ritma traucējumi - darbs maiņās, neregulāra dienas rutīna, miega režīma neievērošana, kā arī miegu traucējošu vielu lietošana (kofeīns, alkohols, enerģijas dzērieni, treknu maltīšu ieturēšana) - ir iemesli nekvalitatīvam miegam.

1. **ESIET AKTĪVI VISAS DIENAS GARUMĀ.** Tas ir viens no priekšnosacījumiem labam miegam. Izvairieties no ilgās gulēšanas

no rītiem, kā arī snaušanas dienas vidū.

2. **IZVĒDINIET GUĻAMISTABU.** Vēsā telpā miegs ir kvalitatīvāks, tāpēc pirms miega ieteicams guļamistabu izvēdināt, lai temperatūra telpā būtu no 18 līdz 20 grādiem, bet ar nosacījumu, ka ir silta sega.
3. **IZVĒLIETIES ĒRTU MATRACI UN SPILVENU.** Ērts matracis un spilvens ir ne mazāk svarīgs faktors. Ja ir sirds vai plaušu saslimšanas, tad spilvenu vēlams novietot augstāk, lai elpošanas un sirdsdarbības sistēmai būtu vieglāk.
4. **IEVĒROJIET REŽĪMU.** Ir svarīgi iet gulēt un mosties vienā un tajā pašā laikā, jo tā iestrādājas aizmigšanas režīms. Tāpat svarīgi neignorēt pirmo organisma signālu par vēlēšanos gulēt - tas nozīmē, ka organismā ar tumsas iestāšanos ir izdalījies pietiekams daudzums miega hormona melatonīna un organisms ir gatavs iemigt. Ja organisma signāls doties gulēt tiek palaists garām, aizmigšanas režīms tiek traucēts un attālināts.
5. **ATTURĪETIES NO SĀTĪGĀM MALTĪTĒM.** Divas trīs stundas pirms naktsmiera nevajadzētu ieturēt sārtīgas maltītes, jo organismam miega laikā būs nepieciešams tās pārstrādāt. Tāpat nav ieteicams dzert daudz šķidruma, jo urīnpūslis nakts laikā piepildīsies, un tas ķermeni atmodinās no miega. Nav ieteicams dzert kafiju un citus dzērienus, kas satur kofeīnu, jo tie darbojas kā stimulantī, kā arī alkoholu, kas sākotnēji var maldīgi radīt sajūtu, ka iemigšana notiek ātrāk, taču tālākais miegs būs trausls un nekvalitatīvs.
6. **NELIETOJIET VIEDIERĪCES.** Pirms miega nevajadzētu lietot viedierīces un ilgstoši skatīties televizoru, jo ekrāna izdalītā zilā gaisma nomāc melatonīna sintēzi un aktivizē organismu, bet skatītais un lasītais var lieki satraukt.
7. **ATCERĪETIES, KA GULTA IR GULĒŠANAI.** Gultā nevajadzētu rakstīt darba e-pastus un skatīties filmas. Tāpat noteikti nevajadzētu gultā sākt

<https://skaties.lv/zinas/latvija/neka-personiga/krizes-iepirkumos-piedavatas-letas-maskas-nav-izmantojamas-medicina/>

3. NODARBĪBA. FAKTU PĀRBAUDE

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Apgūs prasmes, kas palīdzēs pārbaudīt faktus, piemēram, statistiku ziņu materiālos un citviet medijos
- Izpratīs, kāpēc faktu pārbaudītāju darbs ir tik nozīmīgs, un kā vērsšanās pie faktu pārbaudītāju paveiktā var ietaupīt dalībnieku laiku un pūles

MATERIĀLI

- Pildspalvas un papīrs prāta vētrai
- Datori ar interneta pieslēgumu (faktu pārbaudes veikšanai)
- Izdales materiāls "Faktu pārbaudes sešas taktikas"
- Izdales materiāls "Uzticami informācijas avoti"

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Vēl viens veids, kā pārbaudīt rakstveida informāciju, ir pārbaudīt tekstā norādītos faktus un argumentus. Tas iekļauj informācijas meklēšanu tādos avotos, par kuru uzticamību esat pārliecināti.

Dati un statistika nereti tiek sagrozīti, taču vienlaikus tie ir arī vienkārši pārbaudāmi. Jautājiet, vai dalībniekiem ir kāds piemērs par apšaubāmu statistiku, kas ir redzēta vai dzirdēta.

TĒZES

5 min.

Daži no nepatiesas, apšaubāmas statistikas piemēriem iekļauj statistiku par to, cik procentus no smadzeņu kapacitātes mēs patiesībā izmantojam, kāda ir noziegumu statistika, vai cik procentiem cilvēku ir, piemēram, palīdzējis kāds uztura bagātinātājs.

1. AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Aplūkosim vairākas taktikas, kuras varat izmantot, lai pārbaudītu informāciju (varat izmantot vienu vai vairākas):

1. Padomājiet par cipariem un skaitļiem, kas minēti tekstā. Vai tie ir jēgpilni?
2. Ja rakstā ir iekļauta saite uz informācijas avota dokumentu vai organizāciju, atveriet šo saiti vai arī izmantojiet Google meklētāju, lai atrastu dokumentu, kurš uzdots kā informācijas pirmavots.
3. Uzdodiet jautājumu, vai dokuments tiešām satur tādu apgalvojumu, kā tas ir norādīts rakstā, ko lasām?
4. Jautājiet, vai tiešām šis dokuments vai organizācija, kas sniedz informāciju, ir atbilstoši, lai sniegtu informāciju?

5. Ja rodas šaubas, mēģiniet atrast uzticamu avotu, lai paši pārbaudītu informāciju.
6. Meklējiet ar interneta meklētāja palīdzību organizācijas mājaslapu, lai iegūtu vajadzīgo informāciju.

Šeit ir daži no uzticamiem Latvijas un starptautiskiem avotiem par dažādiem tematiem:

- **Latvijas Republikas Centrālā statistikas pārvalde** – Latvijas statistika par ekonomiku un finansēm, iedzīvotājiem, sociālajiem procesiem, tūrismu un daudziem citiem tematiem. <https://www.csb.gov.lv>
- **Latvijas Nacionālā Enciklopēdija** – zinātnieku un dažādu jomu lietpratēju veidots populārs zinātnisks informācijas resurss par visdažādākajiem Latvijas un pasaules tematiem. www.enciklopedija.lv
- **Eiobarometri** – 2007. gadā Eiropas Parlaments uzsāka sabiedriskās domas pētījumu jeb Eiobarometra aptauju sēriju. Šis aptaujas attiecas uz plašu jautājumu loku, galveno uzmanību pievēršot iedzīvotāju priekšstatiem un gaidām attiecībā uz ES rīcību, kā arī galvenajām problēmām, ar kurām saskaras Eiropas Savienība. <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/lv/be-heard/eurobarometer>
- **Kantar Latvijā** – pētījumu kompānija, kas veic tirgus, sabiedriskās domas un mediju izpēti. Mājaslapā pieejami pētījumu rezultāti par televīzijas, radio, preses un interneta patēriņu. www.kantar.lv
- **Ministru kabinets** – Latvijas valdības mājaslapa, kurā iespējams skatīties valdības sēžu tiešraides, pēc kalendāra meklēt sēdēs izskatāmos jautājumus, tos pavadošos dokumentus un pēc tām – protokolus. <https://www.mk.gov.lv/>
- **Saeima** – Latvijas Republikas Saeimas mājaslapa, kurā redzama darba kārtība pa datumiem, informācija par Saeimas pieņemtajiem likumiem vai grozījumiem tajos. www.saeima.lv
- **Uzņēmumu reģistrs** – iespējams meklēt datus par uzņēmumu, organizāciju vai personu, piemēram, kad uzņēmums reģistrēts vai izslēgts no Uzņēmumu reģistra, vai uzņēmumam ir sāks maksātspējas process, kādi ir patiesie labuma guvēji u.tml. <https://info.ur.gov.lv/#/data-search>
- **VID valsts amatpersonu deklarācijas** – Valsts ieņēmumu dienesta Publiskojamā datu bāzē ir iespējams meklēt un aplūkot valsts amatpersonu deklarācijas. <https://www6.vid.gov.lv/VAD>
- **KNAB partiju finanšu datubāze** – partijas iesniedz un Korupcijas novēršanas un apkarošanas birojs publicē internetā informāciju par partiju saņemtajiem dāvinājumiem (ziedojumiem), iestāšanās naudām un biedru naudām, kā arī to vēlēšanu ieņēmumu un izdevumu deklarācijas un gada pārskatus. <https://www.knab.gov.lv/lv/db/>

- **NATO Stratēģiskās komunikācijas izcilības centrs** – piedāvā pētījumu rezultātus par dažādiem ar informācijas vides drošību saistītiem jautājumiem, tostarp, sociālo mediju ļaunprātīgu izmantošanu, propagandu, dezinformāciju u.c. <https://www.stratcomcoe.org/>
- **World Bank Open Data** – brīvpieejā lielam apjomam datu par globālo attīstību. Ir iespēja meklēt datus atsevišķi pa valstīm, piemēram, ir arī informācija par Latviju – iedzīvotāju skaita izmaiņām, iekšzemes kopproduktu, CO2 emisijām, paredzamo iedzīvotāju dzīves ilgumu, nabadzības rādītāju u.c. <https://data.worldbank.org/>
- **CIA World Factbook** – fakti par valstīm, to cilvēkiem, vēsturi, valdību, ekonomiku, kā arī valstu kartes un karogi. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

Sadaliet dalībniekus mazās grupās un apskatiet sekojošus piemērus. Katram no tiem dalībniekiem ir jānosaka, kurus no soļiem (ja tie nepieciešami) tie veiks, lai pārliecinātos par informācijas

patiesumu vai atrastu atbildi uz jautājumu. Izmantojiet izdales materiālu "Uzticami informācijas avoti".

Izdales materiāli

- "Faktu pārbaudes sešas taktikas"
- "Uzticami informācijas avoti"

Piemēri

1. Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija 2020. gada 28. aprīlī virzīja izskatīšanai Saeimā uz pirmo lasījumu likumprojektu, kas paredz aizliegt cilvēku uzturēšanos uz ielām darba dienās pēc pusnakts noziedzības samazināšanas nolūkā.
2. Lūdzu, noskaidrojiet, cik darbinieki ir norādīti biedrības "Latvijas Interneta asociācija" 2019. gada pārskatā.
3. 2016. gada statistika liecina, ka meži klāj 34% no Latvijas teritorijas.

TĒZES

5 min.

Lūk, kas dalībniekiem ir jāatrod augstāk minētajos piemēros:

1. Informācija NAV patiesa. Saeimas mājaslapā kalendārā un Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas sanāksmju dokumentos nav atrodams šāds apgalvojums.
2. Biedrības "Latvijas Interneta asociācija" 2019. gada pārskatā ir norādīti septiņi darbinieki.
3. Informācija NAV patiesa. World Bank Open Data var pārliecināties, ka tie ir 54%, nevis 34%.

2. AKTIVITĀTE10 min 

Kā paši redzējāt, faktū pārbaude pašu spēkiem var būt gandarījumu sniedzōša, taču tā var arī prasīt daudz laika. Tas padara tik nozīmīgu faktū pārbaudītāju darbu. Viņi izmeklē apgalvojumus un jūs ātri varat atrast atbildes.

Daudzi cilvēki faktū pārbaudītājus asociē ar politiku, taču viņi pārbauda un atmasko daudz plašāku informāciju nekā tikai politiķu izteikumi. Piemēram, zemāk ir saraksts ar faktū pārbaudītājiem, kas izpēta informāciju par slavenībām (Gossip Cop), zinātni (Sci-Check), un dažāda veida maldinošo informāciju (Snopes).

Faktū pārbaudītāju organizācijas ārzemēs, kuras izpēti:

- FactCheck.org (<https://www.factcheck.org/>)
- SciCheck (<https://www.factcheck.org/scicheck/>)
- Snopes (<https://www.snopes.com/>)
- PolitiFact (<https://www.politifact.com/>)
- Washington Post Fact Checker (<https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/>)
- Gossip Cop (<https://www.gossipcop.com/>)
- Unfakery (<https://www.facebook.com/unfakery/>)
- EUFACTCHECK (<https://eufactcheck.eu>)
- EUvsDisinfo (<https://euvsdisinfo.eu/>)

Sadaliet dalībniekus mazās grupās un aiciniet aplūkot zemāk uzskaitītās faktū pārbaudītāju saites. Dalībniekiem jāizvēlas viens no faktū pārbaudītājiem, kas tiem interesē. Jāizvēlas viens no rakstiem – apgalvojumiem, kas ir ticis pārbaudīts. Taču pirms iepazīšanās ar šo rakstu aiciniet dalībniekus savā starpā apspriest, kā viņi rīkotos, lai pārbaudītu apgalvojumu. Pēc tam, apskatot faktū pārbaudītāju izmantotās metodes, dalībnieki varēs secināt, cik lielā mērā tās sakrīt vai atšķiras no pašu sākotnējām idejām.

SECINĀJUMI

5 min.

Šajā nodarbībā, salīdzinot ar iepriekšējām, esam gājuši soli tālāk, pārbaudot dažādos tekstos minētos faktus. Šis process iekļauj vairākus etapus: informācijas kritisku izvērtēšanu, piemēram, attiecībā uz norādītajiem skaitļiem, lai saprastu, vai tiem var uzticēties; redzot, vai pirmavotā tiešām ir iekļauta informācija, par kuru izteikts apgalvojums; pārbaudot, cik uzticams ir informācijas avots, un, visbeidzot, pašiem veicot informācijas izpēti mājaslapā,

kurai var uzticēties.

Šāda veida informācijas pārbaude var būt atalgojōša, taču, lai to veiktu pilnībā, ir nepieciešams laiks. Tāpēc noder faktū pārbaudītāju paveiktais. Ir liela iespējamība, ka tekstu, ko lasāt vai dzirdat, faktū pārbaudītāji jau ir paguvuši izpēti, izmantojot šāda veida metodes.

4. NODARBĪBA. PUBLIKĀCIJAS DATUMA UN IZMAIŅU PĀRBAUDE

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies pārbaudīt sociālajos medijos publicēto ziņu datumus
- Apgūs prasmes publikācijas datuma noteikšanai, izmantojot arhīva rīkus, piemēram, "Wayback Machine".
- Iemācīsies izmantot arhīva rīkus, lai pārbaudītu, vai raksts laika gaitā ir izmainīts.

MATERIĀLI

- Projektors
- Dators ar internetu

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Šajā nodarbībā pārbaudīsim oriģinālos publikāciju datumus un iemācīsimies, kā lietot tiešsaistes arhīvus, lai atrastu raksta vecās

versijas. Tas ļaus secināt, vai rakstā laika gaitā ir tikušas veiktas kādas izmaiņas.

TĒZES

Mēs pieņemam, ka tas, ko redzam ziņās vai sociālo mediju jaunumu lentē, ir "jauns". Ja aplūkots notikums patiesībā ir noticis pirms vairākiem gadiem, tas varbūt vairs nav aktuāls (piemēram, nav pieņemti kādi likuma grozījumi, par kuriem pirms dažiem gadiem veidotas satraucošas publikācijas). Tāpat,

uzzinot, ka kāds negadījums ir noticis pirms vairākiem gadiem (nevis šodien), var izmainīties arī mūsu emocijas attiecībā uz to. Sociālajos medijos nereti tiek pārsūtīti novecojuši raksti un video, tāpēc pirmais solis ir pārbaudīt, kad konkrētais raksts patiesībā ir bijis publicēts.

2. AKTIVITĀTE

10 min ⌚

Aiciniet dalībniekus apskatīt sekojošus piemērus un vienlaikus – tos apspriest. Apskatot katru piemēru, rosiniet izmantot stratēģiju "nosauc vārdā emocijas, lai tās atpazītu".

Šīs stratēģijas 3 soļi:

1. **Pauze:** vērsiet galvu prom no ekrāna.
2. **Jautājiet:** ko es jūtu?

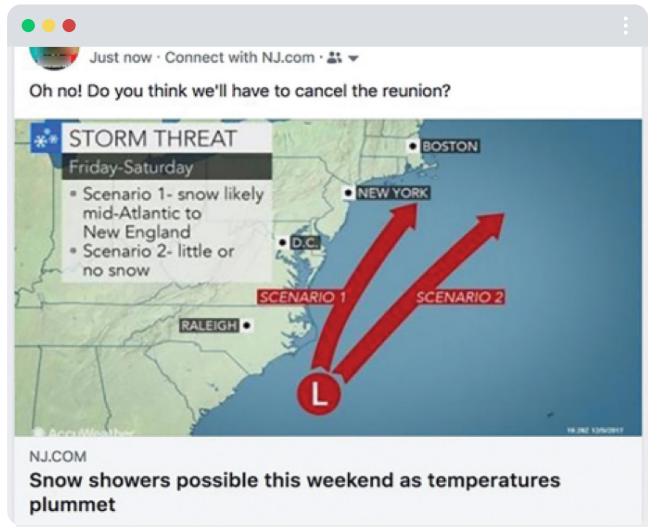
3. **Sakiet:** nosauciet vārdā emociju, ko jūtat.

Tad pa vienam piemēram atklājiet publikācijas datumu un jautājiet: kā tas maina jūsu emocijas, kad jūs atklājat, ka tā ir veca ziņa? Kā tas maina šīs pašas ziņas nozīmi?

1. piemērs

Iespējamā atbilde: Šī ziņa turpina ceļot sociālajos medijos, neraugoties uz to, ka aktrise devas mūžībā 2010.gadā.

<https://twitter.com/SarahDash/status/609069177974964224>



NAME IT TO TAME IT



2. piemērs

Iespējamā atbilde: Ja jūsu draugi dalās ar šādu stāstu sociālajos medijos, sākumā šķiet, ka ziņa ir aktuāla. Kad uzklikšķina uz ziņas, izrādās, ka tā patiesībā datēta ar 2017.gada 6.decembri.

2. AKTIVITĀTE

10 min

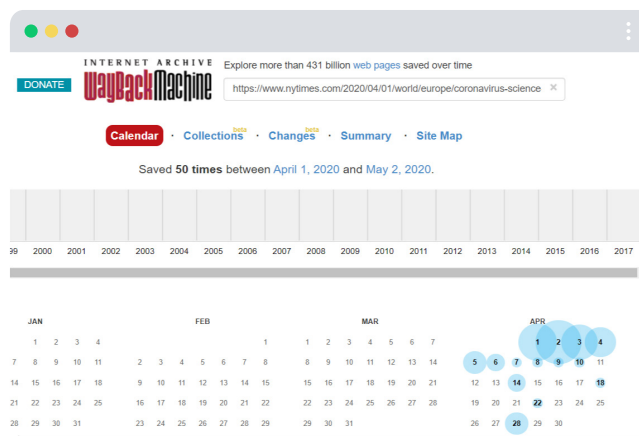
Nodemonstrējiet īsu demo piemēru, kā notiek informācijas meklēšanas process, izmantojot "Wayback machine" un "Archive.is" ar raksta saites palīdzību. Latvijas interneta vietnēs nav daudz piemēru, kuros informācija laika gaitā izmainīta. Nereti mediji paši to jau ir norādījuši raksta virsrakstā, piemēram, izmantojot vārdus –

"papildināta", "atjaunota" u.c. Piemēram, šis raksts "Kaķenīte Sima, kuru saimniece izmetusi uz ielas, steidzami meklē mājas (Papildināta ziņa – saimnieks atrasts!)" https://www.delfi.lv/mansdraugs/zveru-dzive/46080957_kaķenite-sima-kuru-saimniece-izmetusi-uz-ielas-steidzami-mekle-majas-papildinata-zina-saimnieks-atrasts

vai, piemēram, "Re:Baltica" žurnālistu vajāšanas lietā policija uzsākusi kriminālprocesu, ziņo sabiedriskie mediji (papildināts)" <https://www.delfi.lv/news/national/criminal/rebaltica-zurnalistu-vajasanas-lieta-policija-uzsakusi-kriminalprocesu-zino-sabiedriskie-mediji-papildinats.d?id=51734617>

Ielūdziet dalībniekiem izpētīt "Wayback Machine" <https://archive.org/web/> un "archive.is" pašiem – pārbaudīt dažādas saites un tematus, kas viņiem interesē. Nereti, veicot pārbaudi, parādās paziņojums, ka lapa nav arhivēta un tā joprojām ir pieejama tīmeklī. Tas, visticamāk, nozīmē, ka rakstā laika gaitā izmaiņas nav veiktas.

Jūs kā piemēru varat izmantot šo saiti uz "The New York Times" rakstu "Covid-19 Changed How the World Does Science, Together". Tas, kā liecina "Wayback Machine" informācija, laika posmā no 2020. gada 1. aprīļa līdz 2020. gada 2. maijam ir ticis saglabāts 50 reizes: <https://www.nytimes.com/2020/04/01/world/europe/coronavirus-science-research-cooperation.html>



SECINĀJUMI

5 min.

Pirmais solis – raksta datuma pārbaude. Ja izrādās, ka raksts nevēsta par jauniem notikumiem, vai tas ietekmē mūsu interpretāciju par šo stāstu, rakstu? Tiešsaistes arhīva rīki "Wayback Machine" un "Archive.is" var jums palīdzēt izpētīt rakstus, kuri tīmeklī vairs nav

atrodami (bet jums ir to sākotnējā saite) un arī aizvien pieejamu rakstu vēsturi. Tas var palīdzēt noteikt, kad kāds raksts ir ticis publicēts un vai / kad tam ir tikušas veikts izmaiņas. Faktu pārbaudītāji arī veic informācijas pārbaudi šādā veidā.

Ieteikumi trenerim

Droši izmantojiet citus piemērus vai nosakiet konkrētu tematu, kuru katrs dalībnieks izpētītu, izmantojot šos interneta arhīva rīkus.

3. daļa. Cīņa pret dezinformāciju. B. Foto, video un sociālie tīkli

1. NODARBĪBA. ATKĀRTOTI IZMANTOTI FOTO UN VIDEO

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies būt vērigi un neuzķerties uz pārpublicētiem foto un video
- Prātīs ērti izmanto reverso attēlu meklēšanas rīku, lai pārlicinātos, vai foto/video netiek pārpublicēts

MATERIĀLI

- Dators un ekrāns slaidiem
- Datori dalībniekiem

NEPIECIEŠAMAIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi. Palūdziet dalībniekus savos viedtālruņos ieinstalēt Chrome pārlūkprogrammu (Android telefoniem vajadzētu būt automātiski)

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

2 min ⌚

Dažas no mānīgākajām viltus ziņām internetā ir fotoattēlu un video veidā. Šajā nodarbībā mēs sāksim runāt par to, kā ar bildēm un video tiek manipulēts, cenšoties parādīt kaut ko citu, nekā patiesībā ir redzams. Mēs uzzināsim, kā šīs manipulācijas

var atklāt ar reverso attēlu meklēšanas palīdzību. Lai arī ne vienmēr efektīva, tā ir viena no ātrākajām un efektīvākām metodēm, lai pieķertu autoru nepatiesas ziņas radīšanā un novērstu tās tālāku izplatīšanos.

Jautājumi

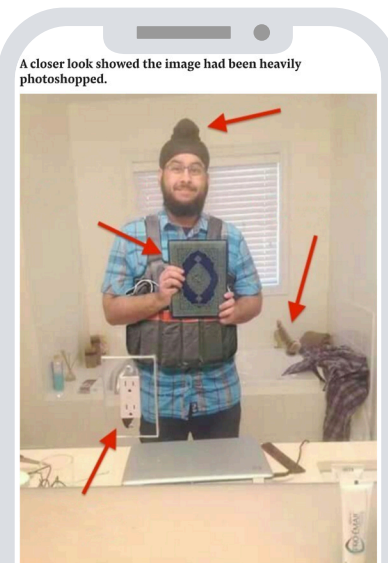
- Kādēļ fotoattēli un video ir īpaši bīstami nepatiesu ziņu avoti?

TĒZES

Bildes un video palielina cilvēku spēju iegaumēt un atcerēties informāciju. Cilvēki tic tam, ko redz. Tas attiecas gan uz patiesiem faktiem, gan viltus ziņām. Tādēļ ir svarīgi iegaumēt, ka cilvēki vieglāk uzķeras viltus ziņām, ja tajās ir pievienotas bildes vai video.

Ir daudzi veidi, kā fotoattēlus un video var izmantot manipulēšanai, lai sagrozītu patiesību. Zemāk minēti daži izplatītākie veidi:

1. Īsta kāda cilvēka, vietas vai situācijas bilde ir izmantota, lai to attiecinātu uz kādu citu cilvēku, vietu vai notikumu.
2. Attēla pārveidošana, izmantojot atbilstošu programmatūru,



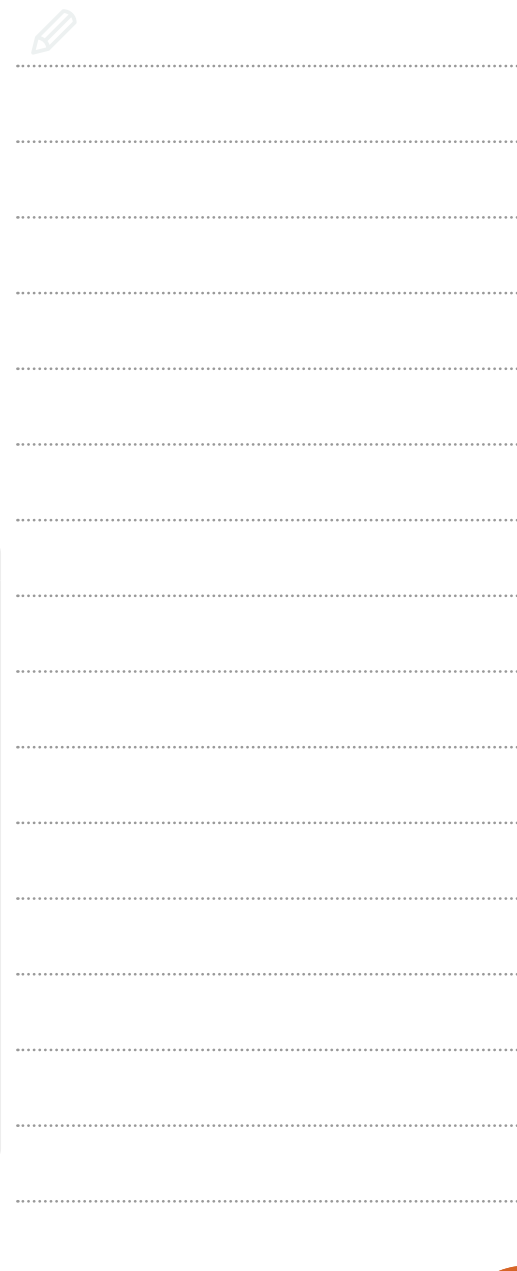
Un arī piemērs no Latvijas, kur jau tā nepatīsi izplatītai ziņai pievienota atkārtoti izmantota bilde.

<https://www.facebook.com/Valsts.policija/photos/a.159258540836726/923072934455279/?type=3>

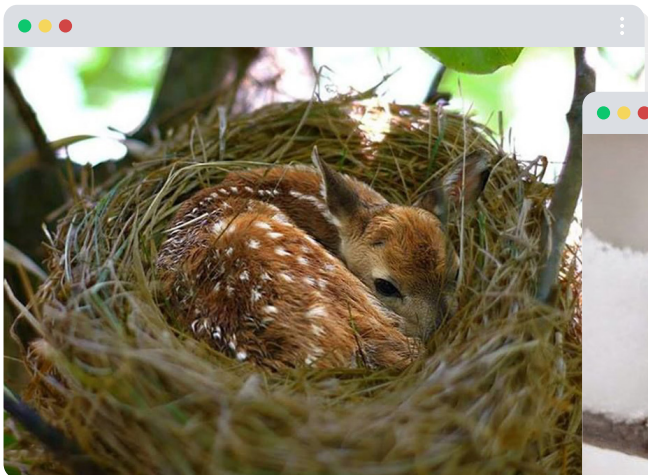


Ieteikumi trenerim

Droši izmantojiet citus piemērus vai nosakiet konkrētu tematu, kuru katrs dalībnieks izpēfītu, izmantojot šos interneta arhīva rīkus. Šo procesu mazliet sarežģī tas, ka daudzas pārveidotās bildes jau ir atšifrētas, tāpēc meklētājs bieži vien parādīs daudzus atšifrējumu gadījumus. Lieciet, lai dalībnieki turpina meklēt, līdz atrod pirmo šādas bildes izmantošanu.



- Šeit viens Pinterest kots, kurā reāli attēli mijas ar pārveidotiem <https://www.pinterest.com/pin/4011087154437199/>
- Arī šajā mājas lapā <https://hoaxeye.com/> ir daudz dažādu jau atšifrētu bilžu, kuras ir vai nu pārveidotas, vai arī atkārtoti izmantotas (zemāk attiecīgi piemēri).



AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Nodemonstrējiet dalībniekiem, kā veikt reverso attēlu meklēšanu, izmantojot divus populārākos rīkus.

1. Metode - GOOGLE CHROME

Reversā attēlu meklēšana ir vienkārša, ja tiek izmantots Google Chrome interneta pārlūks. Šī iemesla dēļ ir vērts uzstādīt Google Chrome pārlūku gan viedtālrunī, gan datorā. Tomēr šī metode neizdala reversās meklēšanas rezultātus pēc datumiem, tādēļ Tin-Eye izmantošana dažkārt ir lietderīgāka.

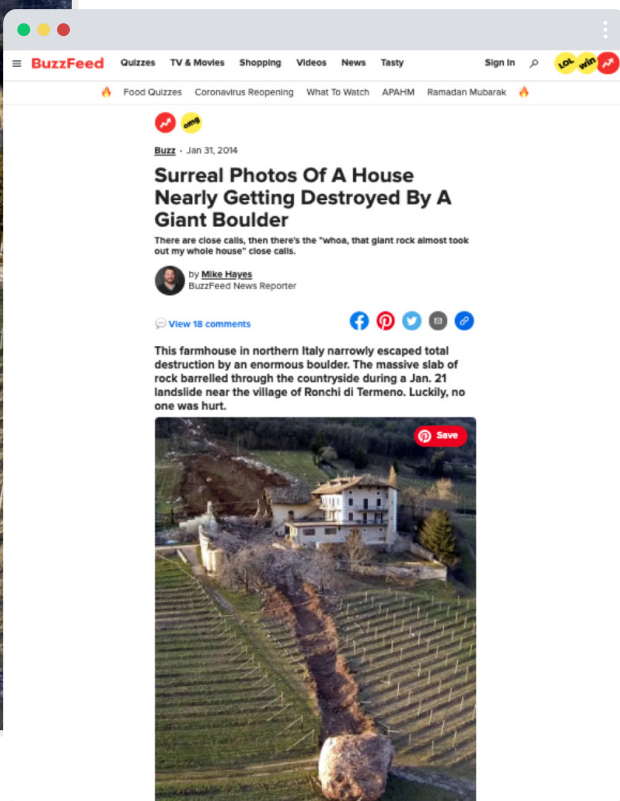
Soli pa solim:

1. Ar labo taustiņu uzklikšķiniet uz attēla. (Viedtālrunī jāuzspiež uz attēla, lai tas parādītos pilnā izmērā)
2. Izvēlieties opciju "Search Google for image." (Viedtālrunī ilgāku laiku turiet pirkstu uz attēla, līdz varat izvēlēties "Search Google for this image.")
3. Kad atvērsies meklēšanas rezultāti, zemāk būs rakstīts "Pages that include matching images".
4. Sameklē pašu senāko datumu ar šo bildi (meklēšanas rezultāti gan nebūs izkārtoti hronoloģiskā secībā) un centies atrast un atvērt uzticamus ziņu avotus.



A series of horizontal dotted lines for writing notes.

Paraugdemonstrējumam izmantojiet bildi ar akmeni, kas izriņojis cauri mājai <https://www.pinterest.com/pin/355010383098543655/>.
Zināšanai - bilde un notikums ir īsti.



2. Metode - TIN EYE

Šī metode nav atkarīga no interneta pārlūka, un tā piedāvā aplūkot arī pirmās publikācijas ar konkrēto attēlu.

1. Saglabā datorā bildi, kuru vēlies pārbaudīt. (Viedtālrunī spied uz bildes tik ilgi, līdz vari izvēlēties opciju saglabāt to telefonā.)
2. Atver interneta pārlūkā mājaslapu tineye.com.
3. Uzspied uz "upload image" un izvēlies attēlu, kuru saglabāji un vēlies pārbaudīt. Pēc tam, uzklikšķinot uz kādas no atrastajām bildēm, vari to ērti salīdzināt ar iesūtīto attēlu.
4. Izvēlies sakārtot attēlus pēc vecuma jeb "oldest".

stā minēt, kura gada vai vietas bilde ir izmantota. Piemēram, ziņā, kurā vēstīts par nesēn notikušu negaisu var tikt izmantota bilde no kāda cita negaisa, ko fiksējuši fotogrāfi.



SECINĀJUMI

Internets ir pilns ar atkārtoti izmantotām fotogrāfijām, kuras parāda vienu lietu, lai gan patiesībā attēlo pavisam ko citu. Nepatieso ziņu autori var censties apgalvot, ka tie ir uzņemti konkrētā vietā un laikā. Reversā attēlu meklēšana nav pilnīga droša, taču vairumā

gadījumu tā ļauj noteikt, ka attēls ir bijis izmantots agrāk vai arī ticis izmainīts. Par attēla pārveidošanu mēs runāsim nākamajā nodarbībā.



2. NODARBĪBA. ATTĒLU PĀRVEIDOŠANA

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies būt vērigi un neuzķerties uz pārveidotiem attēliem
- Prātis pārliecināties par teksta patiesumu, kas pielikts pie mēmēm.

MATERIĀLI

- Dators un ekrāns slaidiem
- Datori dalībniekiem (ja ir iespējams)

NEPIECIEŠAMĀS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādi datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi. Palūdziet dalībniekus savos viedtālrunos ieinstalēt Chrome pārlūkprogrammu (Android telefoniem vajadzētu būt automātiski)

NODARBĪBAS NORISE

levads

2 min ⌚

Vēl viena izplatīta parādība internetā ir fotoattēli, kas ir izmainīti, lai sagrozītu patiesību. Pie tiem pieskaita arī fotoattēlus vai mēmes, kas satur nepatiesu tekstuālu informāciju. Šajā nodarbībā mēs

apgūsim veidus, kā noteikt, vai fotoattēli ir mainīti un vai mēmes ir ar nepatiesu informāciju.

Ieskatam šeit ir piemērs, kurā starp dažādu valstu politiskajiem līderiem ir imontēts Krievijas prezidents Vladimirs Putins.

<https://www.businessinsider.com/fake-viral-photo-trump-putin-g20-2017-7>



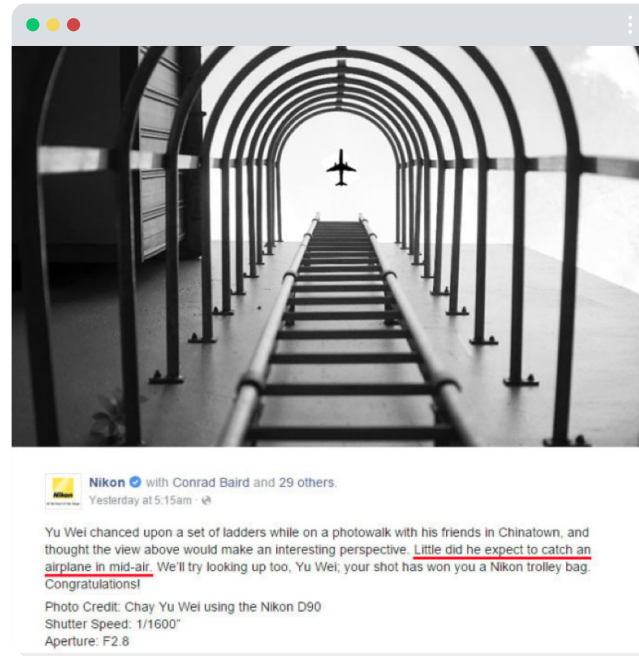
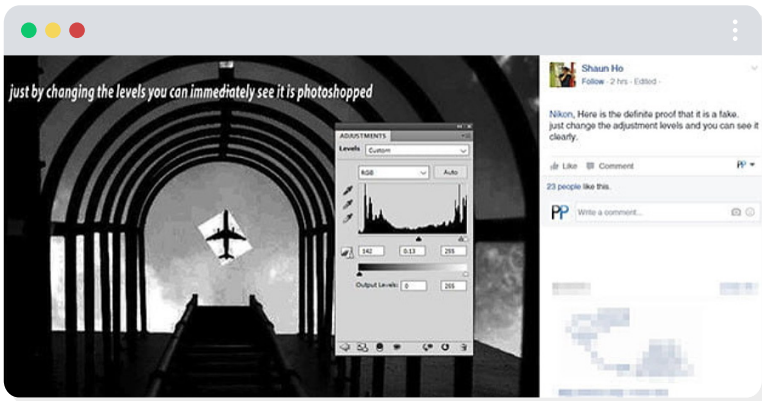
1. AKTIVITĀTE

15 min

Parādiet dalībniekiem šo attēlu

Jautājumi

- Šī fotogrāfija uzvarēja Singapūras Nikon konkursā.
- Vai ir kāds pamats to apšaubīt? Kādēļ jā vai kādēļ nē?



Tuvāk apskatot bildi un attēlu apstrādes programmās pamainot kontrastus un izgaismojumu, var viegli noteikt viltojumu, uz ko pēc konkursa uzvarētāju paziņošanas Nikon Facebook kontā norādīja daudzi fotokameru ražotāja lapas sekotāji.

TĒZES

Dalībniekiem jāatceras atpazīt savas emocijas, lai tās savaldītu. Ja internetā ir redzams kaut kas šokējošs, šī stratēģija jāizmanto, lai šādu informāciju uztvertu ar lielu piesardzību un skepsi. Solī, lai atpazītu emocijas un savaldītu tās.

1. Apstājies! Pagriez galvu prom no ekrāna.
2. Pajautā! Ko es tagad jūtu?
3. Pasaki. Sev iekšēji atbildi, kā sauc šo sajūtu.

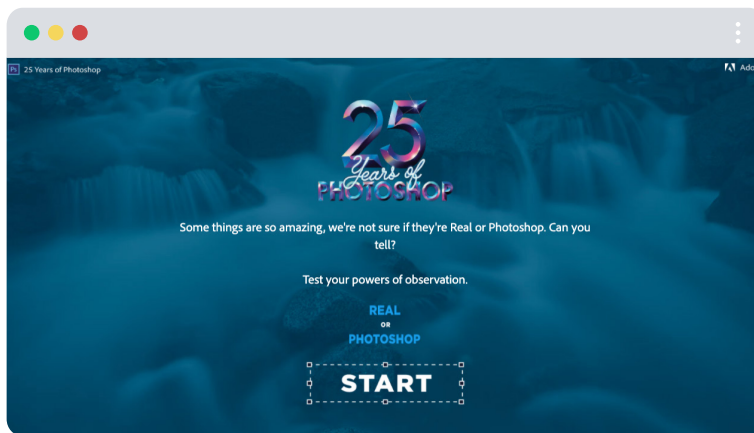
Jāpiebilst, ka daudzi viltojumi un mēmes parādās laikā, kad ir kāda ārkārtēja situācija.

2. AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Palūdziet dalībniekiem savos telefonos atvērt Adobe pārveidoto bilžu spēli. To var ērti atrast, interneta pārlūkā ierakstot "adobe real or photoshop".

<https://landing.adobe.com/en/na/products/creative-cloud/69308-real-or-photoshop/index.html>



TĒZES

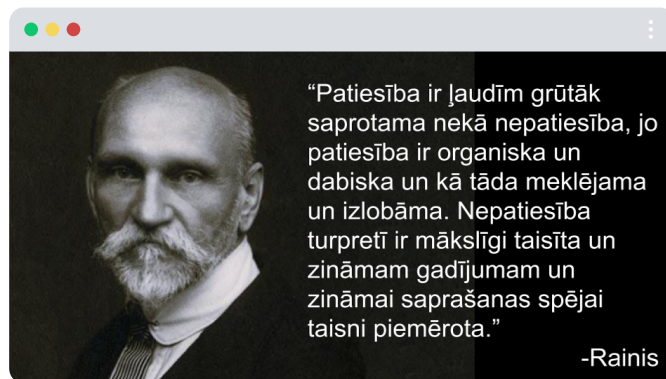
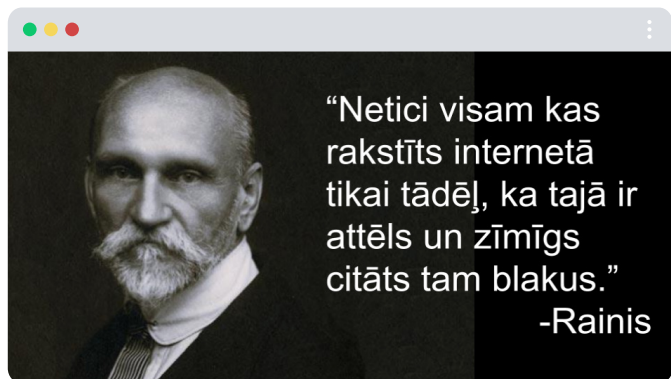
Šī spēle parāda, cik sarežģīti ir atpazīt īstu bildi no pārveidotās. Izcili mākslinieciski foto var izskatīties pārveidoti. Savukārt, šķietami īsti foto var izrādīties viltoti. Tāpēc ir vērts būt iesākumā

kritiskiem pret neticamiem fotoattēliem, jo viltus ziņu veidotāji darīs visu, lai jūs piemānītu ar pārveidotu bildi.

3. AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Viens no gadījumiem, kad ar pārveidotiem foto ir jābūt īpaši uzmanīgiem, ir mēmes ar tekstiem. Gandrīz jebkurš var salikt bildi kopā ar paša sacerētu tekstu un piedēvēt to personai, kas nekad šo tekstu nav teikusi.



Kā šādus nepareizus citātus atklāt?

1. metode - Quote Investigator

Vēsturiskiem citātiem angļu valodā var izmantot <https://quoteinvestigator.com/>. Tā ir neatkarīga pētnieka mājas lapa, kas iegulda daudz laiku, lai pārbaudītu un atklātu patiesību par vēsturisku personu citātiem.

2. metode - Google meklētājs

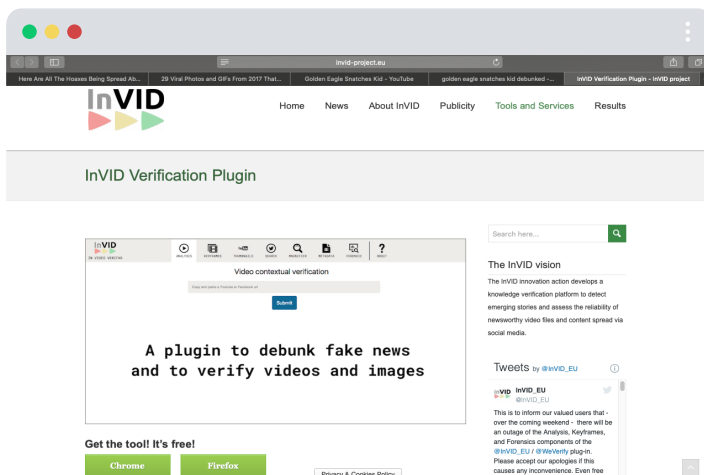
Ja autors ir no mūsdienām, tad ieraksti meklētājā citātu un autoru un apskati, vai šis citāts ir publicēts kādā respektabla medija publikācijā vai intervijā.

4. AKTIVITĀTE

15 min

Parādiet dalībniekiem video ar ērgli, kurš parkā pagrābj mazu bērnu. Video ir skafīts 46 miljonus reižu. Tas ir pārveidots video.

<https://www.youtube.com/watch?v=CE0Q904gtMI>



Tagad mums ir pieejama pilna informācija par video, ieskaitot, kad tas tika augšupielādēts, un zīmīgi komentāri par video. Spraudnis ļauj sadalīt video pa kadriem. **Tas ir noderīgi divu iemeslu dēļ:**

1. Ar attiecīgajām pogām ir iespējams veikt reverso attēlu me-



Iestādiet savā datorā īpašu video viltojumu atpazīšanas spraudni un palūdziet, lai dalībnieki to izdara savos datoros.

Visērtāk spraudni var atrast, ierakstot google meklētājā "invid verification plugin".

Kad izvēlētais YouTube video ir atvērts, uzklikšķiniet uz spraudņa un izvēlieties opciju "Open InVid".

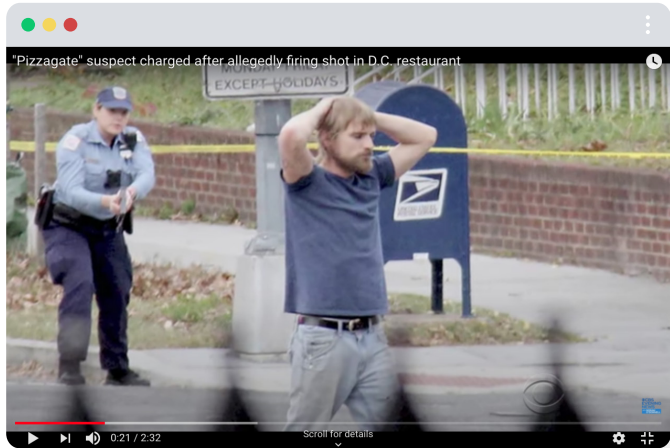
klēšanu, lai redzētu, vai kādreiz šāds attēls ir izmantots kaut kur citur;

2. Tu vari apskatīt kadrus atsevišķi, lai pārliecinātos, ka tajos nav viltojuma pazīmes.

Jautājumi

- Šīm video ir visi priekšnosacījumi, lai tas būtu ticams. Tas izskatās filmēts ar telefonu, filmētājam ir dabīga reakcija uz notiekošo. Kādas detaļas varētu liecināt par viltojumu?

Sadalot video pa kadriem, ir iespēja redzēt, ka uz kādu mirkli pazūd daļa no ērgļa spārniem. Tā ir video saglabāšanas (rendering) kļūda. Tāpat ir arī vairāki kadri, kuros ērgļa ēna parādās no nekurienes, turklāt nepareizā vietā.



SECINĀJUMI

Ir viegli izmainīt fotoattēlus un pat video tādā veidā, ka to saturs pilnībā mainās. Kad redzat neticamu bildi vai video, atcerieties atpazīt un savaldīt savas emocijas. Tā ir svarīgākā aizsardzības

sastāvdaļa. Reversā attēlu meklēšana var palīdzēt noteikt, vai bilde ir izmainīta. Un atcerieties - esi uzmanīgs, pirms dalies! Jūs esat tie, kas var kavēt nepatiesu ziņu izplatīšanos.

CARE BEFORE YOU SHARE

3. NODARBĪBA. ATTĒLU SELEKTĪVĀ IZVĒLE

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Sapratīs, ka bilde neatspoguļo visu realitāti, bet tikai mazu daļu no tās
- Iemācīsies kritiski novērtēt, ka attēla izvēle var ietekmēt attieksmi pret ziņā aprakstīto cilvēku vai notikumu pozitīvā vai negatīvā veidā

MATERIĀLI

- Dators un ekrāns slaidiem
- Fotogrāfijas, ko parādīt uz ekrāna vai izdalīt dalībniekiem

NEPIECIEŠAMĀS LAIKS

25 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi. Palūdziet dalībniekus savos viedtālruņos ieinstalēt Chrome pārlūkprogrammu (Android telefoniem vajadzētu būt automātiski)

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

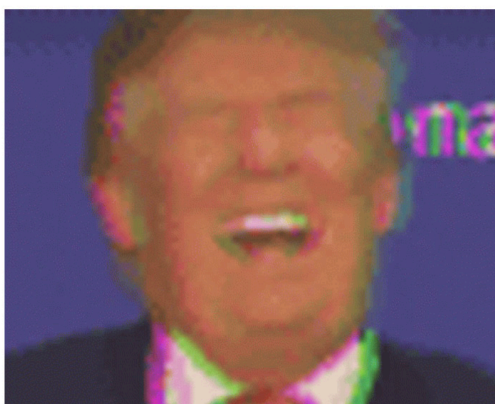
2 min ⌚

Šajā nodarbībā mēs apskatīsim dažādus attēlu manipulāciju veidus. Viens no tiem ir apcirpšana (cropping), kas attiecas gan uz kādas bildes detaļas selektīvu izcelšanu, gan mērķtiecīgu video montāžu, lai tas radītu maldīgu iespaidu. Līdzīgs rezultāts veidojas, ja situācijas atspoguļojumam izvēlas noteiktas bildes, kas

neatbilst situācijas būtībai.

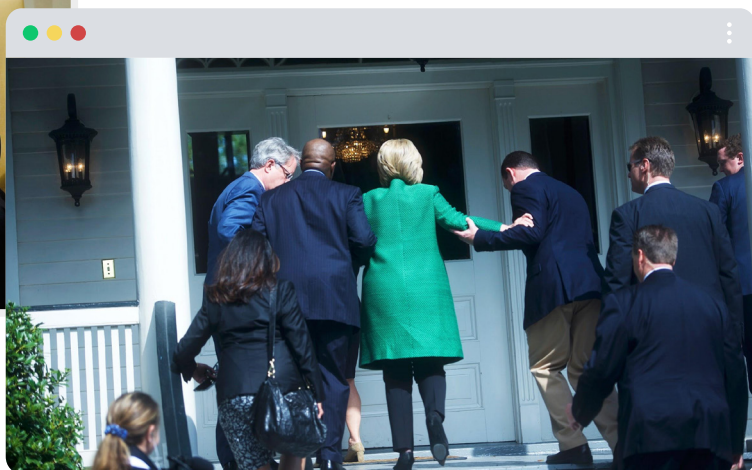
Šajā bildē redzami abi ASV prezidenta amata kandidāti smejamies. Vai dalībnieki var iedomāties kādus ziņu virsrakstus, kuru izraisītās emocijas pastiprina šie Donalda Trampa un Hilarijas Klintones smiešanās GIFi?

Piemēram ziņu virsraksts "ASV kļūst par Koronavīrusa visvairāk skarto valsti pasaulē" un tam pievienots viena vai otra kandidāta smiešanās GIFs notiekti viņus parādītu negatīvā gaismā.



Iesildīšanās

Palūdziet dalībniekus apskatīt šos divus fotoattēlus. Vienā ir redzams ASV prezidents Donalds Tramps tikšanās reizē ar Kanādas premjerministru Džastinu Trudo. Otrā ir redzama Hilarija Klintonē kādā no savas 2016.gada kampaņas pasākumiem.



Jautājumi

- Kas redzams šajās bildēs? Kādi ir citi izskaidrojumi šīm bildēm?

TĒZES

Kad cilvēki pirmo reizi redzēja šo Trampa un Trudo bildi, viņi paskatījās uz Trampa izstiepto roku un Trudo sejas izteiksmi un tūlīt izteica minējumu, ka Trudo atsakās paspiest Trampa roku. Līdzīgi atsevišķi mediji izmantoja Hilarijas Klintones attēlu, lai apšaubītu politiķes veselības stāvokli. Taču attēli, kuri ir iemūžinājuši kādu

darbību, var radīt maldīgu iespaidu par to, kas patiesībā notiek, jo tajos nav redzamas darbības pirms vai pēc šāda mirkļa. Trampa un Trudo rokas spiediena gadījumā pietiek noskatīties pilnu epizodes video <https://www.youtube.com/watch?v=OY6M3-n2-jE>



A series of horizontal dashed lines for writing notes.

Mēs varam izveidot nepareizu priekšstatu, skatoties uz attēliem un video, taču to vēl vairāk var paspilgtināt virsraksti un paraksti zem bildēm.

Palūdziet dalībniekiem apskatīt šīs bildes no ASV prezidenta Donalda Trampa un Japānas premjerministra Šinzo Abes tikšanās reizes, kurā abi stāv pie sarkanbalto koi karpu dīķa.



Jautājumi

- Kāds iespaids var rasties, apskatot šīs bildes kopā ar virsrakstiem un bildes parakstiem?

TĒZES

Šī bilde ātri radīja priekšstatu par to, ko Tramps dara. Viņa pretiniekiem likās, ka Tramps rīkojas muļķīgi, bezjūtīgi un neatbildošā situācijai, piemērot visu koi karpu dīķi ar zivju barību, un ka Japānas premjerministrs netic pats savām acīm. Pat daži respektējami ziņu izdevumi uzķērās uz šo maldīgo priekšstatu. Tas tikai

vēlreiz atgādina, cik mums visiem, arī žurnālistiem, ir svarīgi nolikt malā savus uzskatus un stereotipus. Virsraksti un bildes paraksts paspilgtina vai apstiprina sabiedrības stereotipus, bet pati ziņa (teksts) iedodot vēstījumu, kurā konkrēto attēlu vai video ietilpināt.

Tagad parādiet video ar to, kas notika patiesībā.

<https://www.snopes.com/fact-check/did-trump-impatiently-dump-fish-food-in-japanese-koi-pond/>

Jautājumi

- Kas patiesībā notika? Kāda bija Japānas premjerministra reakcija? Kā selektīva attēlu izmantošana pārvērš realitāti?



SECINĀJUMI

Ir viegli nepareizi interpretēt daļu no video vai arī fotogrāfiju, ja tajā nav ietverts konteksts un apkārt notiekošais. Atcerieties, ka darbības un sejas izteiksmes ne vienmēr ir tādas, kā pirmajā mirklī izliekas. Turklāt mums patīk saredzēt attēlos to, kas sakrīt ar mūsu priekšstatiem.

Ir svarīgi būt kritiskiem pret to kā tiek izvēlēti ilustratīvi attēli, jo medijiem var būt ekonomiska vai politiska interese tādu vai citādu notikumu vai cilvēku attēlot labākā vai sliktākā gaismā. Izteikti šādu tehniku lieto mediji, kuri nodarbojas ar politiķu vai uzņēmumu apmelošanu pretī par to saņemot samaksu.



Series of horizontal dotted lines for writing notes.

4. NODARBĪBA. ATTĒLU PĒDAS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Nostiprinās savas zināšanas par atkārtoti izmantotām, pārveidotām un selektīvi izvēlētām fotogrāfijām
- Nostiprinās fotogrāfiju izmeklēšanas prasmes

MATERIĀLI

- Žetoni konkursu uzvarētājiem
- Datori, ko sadalīt pa komandām, ar jau iepriekš augšupielādētiem attēliem

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

30-40 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādi datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi. Iepriekšējās nodarbībās tika apskatīti dažādi manipulācijas veidi ar fotoattēliem. Šajā nodarbībā būs iespēja pārbaudīt iegūtās zināšanas.

1. AKTIVITĀTE

Sadaliet dalībniekus grupās pa divi vai trīs. Iedodiet katram pa vienam šo attēlu piemēram, lai dalībnieki tos pārbauda un atšifrē. Dodiet laiku, līdz pirmais no viņiem ir to izdarījis visātrāk.

1.piemērs:

Šajā tviterkontā tiek apspriesti Amerikas labējie (right-wing) un kreisie (left-wing) politiskie spēki. Katra no pusēm apvaino vienu otru vardarbībā un šajā gadījumā vardarbībā tiek vainota Antifa organizācija. Bet vai pati bilde ir uzņemta Amerikā?

Šī bilde ir pārveidota (pielikts kreiso organizācijas Antifa logo) un atkārtoti izmantota.

Bildes oriģināls: <https://www.gettyimages.com.au/event/violent-clashes-in-athens-mark-the-first-anniversary-of-police-killing-94074846#greek-youths-clash-with-riot-police-during-a-demonstration-the-fatal-picture-id94075260>



**2.piemērs:**

Vai šis ir upuris teroraktam Mančestras arēnā, kurš notika 2017.gadā dziedātājas Arianas Grandes koncerta laikā?

Lielu negadījumu, sprādzieni, teroraktu laikā sociālajos medijos sarosās cilvēki, kas uzdodas par upuru radniekiem un lai pievērstu uzmanību izmanto internetā brīvi atrodamas fotogrāfijas. Šeit ir stāsts par bildes oriģinālu https://www.buzzfeed.com/jimwaterson/manchester-arena-fake-news?utm_term=.oeX6eNygG#.bgn-zN6nr0. Šis cilvēks ir YouTube lietotājs IReportOfTheWeek, un Mančestras terorakta laikā viņš atradās ASV.

3.piemērs:

Vai ASV Valsts sekretāre Hilarija Klintonē sarokojas ar savulaik meklētāko teroristu Osamu bin Ladenu?

Šāda patiesa fotogrāfija, kurā sarokojas ASV politiskā līdere un terorists, kurš tika vainots 11.septembra lidmašīnu teroraktos 2001.gadā būtu šokējoša. Tomēr šis ir pārveidots foto, kurš radīts konkursam. Ieliekot šo attēlu TinEye meklētājā, agrākais rezultāts parādās ar vietnes nosaukumu "Freaking-News.com". Atlasot visus rezultātus ar šo vietni, ir iespēja nonākt pie konkursa lapas, kurā bilde iesniegta.

Šeit arī stāsts par bildes viltojumu: <https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-meets-osama-bin-laden/>

Apbalvojiet ar žetoniem to grupu, kas atšifrēja visvairāk piemēru.



TĒZES

Ja nepieciešams, varat dalībniekiem atgādināt par divām reverso attēlu meklēšanas metodēm:

1. metode - GOOGLE CHROME

1. Ar labo taustiņu uzklikšķiniet uz attēla. (Viedtālrunī jāuzspiež uz attēla, lai tas parādītos pilnā izmērā.)
2. Izvēlieties opciju "Search Google for image." (Viedtālrunī ilgāku laiku turiet pirkstu uz attēla, līdz varat izvēlēties iespēju "Search Google for this image.")
3. Kad atvērsies meklēšanas rezultāti, zemāk būs rakstīts "Pages that include matching images".
4. Sameklējiet pašu senāko datumu ar šo bildi (meklēšanas rezultāti gan nebūs izkārtoti hronoloģiskā secībā) un centieties atrast un atvērt uzticamus ziņu avotus.

2. metode - TIN EYE

Šī metode nav atkarīga no interneta pārlūka, un tā piedāvā aplūkot arī pirmās publikācijas ar konkrēto attēlu.

1. Saglabājiet datorā bildi, kuru vēlaties pārbaudīt. (Viedtālrunī spiediet uz bildes tik ilgi, līdz varat izvēlēties iespēju saglabāt to telefonā.)
2. Atveriet interneta pārlūkā mājaslapu tineye.com.
3. Uzspiediet uz "upload image" un izvēlieties attēlu, kuru saglabājāt un vēlaties pārbaudīt. Pēc tam, uzklikšķinot uz kādas no atrastajām bildēm, varat to ērti salīdzināt ar iesūfīto attēlu.
4. Izvēlieties sakārtot attēlus pēc vecuma jeb "oldest".



SECINĀJUMI

Attēlu viltotāju vai to atkārtoti izmantotāju motivācija var būt dažāda. Šādi var tik izkrāpta nauda (uzdoties par upuru radniekiem) vai nomelnoti politiskie konkurenti (Klintones un bin Ladena bildes piemērs) un sabiedrības grupas (Antifa bilde).

3. daļa. Cīņa pret dezinformāciju. B. Foto, video un sociālie tīkli

5. NODARBĪBA. VILTUS SOCIĀLO MEDIJU PROFILI

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies kritiski izvērtēt sociālo mediju profilu autentiskumu
- Apgūs galvenās viltus profilu pazīmes

MATERIĀLI

- Izdales materiāli ar piemēriem
- Dators ar ekrānu

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

35 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

Liela daļa nepatiesas informācijas internetā tiek izplatīta ar viltus sociālo mediju kontu palīdzību, kas izliekas par to, kas patiesībā tie nav. Reizēm šos kontus uztur reāli cilvēki, bet dažreiz tos vada

boti jeb roboti - speciāli rakstītas datorprogrammas, kas tiek uzdoti par cilvēkiem.

Jautājumi

- Kādēļ sociālie mediji ir auglīga vide nepatiesu ziņu izplatīšanai?
- Kādēļ kāds varētu vēlēties izveidot viltus sociālo mediju kontu?

Parādiet dalībniekiem šo video

<https://www.youtube.com/watch?v=q1HI9bRzwEs>

Ieteikumi trenerim

Pēc video noskatīšanās palūdziet dalībniekus rezumēt tā galvenos punktus. Esi gatavs pārrunāt video saturu un izskaidrot politisko kontekstu, jo ne visiem dalībniekiem var būt pietiekami labas angļu valdoas zināšanas vai izpratne par starptautisko politiku. Plašāk par Krievijas iejaukšanos ASV prezidenta vēlēšanās var izlasīt šeit https://en.wikipedia.org/wiki/Russian_interference_in_the_2016_United_States_elections



TĒZES

Sociālie mediji ir ļoti ērts nepatiesas informācijas izplatīšanas rīks, jo tas ir viegli pieejams un apgūstams - ikviens var tajos publicēt jebkādu informāciju. Turklāt sociālajos medijos ziņas izplatās zibenīgi, un tajos pastāv arī zināma anonimitāte. Profesionālie un ētikas standarti, pēc kuriem vadās žurnālisti, sociālo mediju lietotājiem nepastāv. Dezinformācija sociālajos medijos izplatās ātrāk nekā šo nepatieso ziņu atspēkojumi. Tāpēc ir svarīgi katram

pašam pielikt pūles, lai apturētu dezinformācijas izplatību, cik vien ātri tas ir iespējams.

Vai ir iespējams noteikt, ko sociālo mediju konts pārstāv un vai to pārvalda reāls cilvēks? To var izdarīt ar vairākiem paņēmieniem. Šajā nodarbībā mēs apskatīsim dažas efektīvākās metodes. Tomēr ir jāpatur prātā, ka precīzu atbildi iegūt nav iespējams.

1. AKTIVITĀTE

Sadaliet dalībniekus grupās. Katra grupa savā starpā apspriež katru no tālāk piedāvātajiem viltus sociālo mediju kontu atpazīšanas soļiem.

1. "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās." Šī joprojām ir pati svarīgākā darbība pašā sākumā, lai spētu ar kritisku pieeju izvērtēt informāciju un veikt nepieciešamos soļus visaptverošai pārbaudei. Atgādinām "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās" soļus:
 - Apstājies! Pagriez galvu prom no ekrāna.
 - Pajautā! Ko es tagad jūtu?
 - Pasaki. Sev iekšēji atbildi, kā sauc šo sajūtu.
2. Apskati sociālo mediju kontu. Vai tas ir pievienots tikai nesen? Vai profila bilde sakrīt ar vārdu un uzvārdu? Var gadīties, ka vīrieša vārdam ir pielikta sievietes bilde. Turklāt, ja bilde nav pievienota vispār, tad lielāka varbūtība, ka kontu darbina robots.
3. Apskati konta nosaukumu ļoti rūpīgi. Piemēram, vai vari atrast atšķirību starp @realDonaldTrump un @RealDonaldTrump?

Otrajā variantā mazais "L" ir attēlots kā mazais "i" burts.

4. Izmanto reverso attēlu meklētāju, lai pārlicinātos par profila fotogrāfijas patiesumu. Daudzi viltus sociālo mediju konti izmanto internetā atrastas cilvēku fotogrāfijas. Kad mēs dalāmies ar nepatiesu informāciju, mēs varam nodarīt pāri arī šiem nevainīgajiem bilžu zagļu upuriem.
5. Vai pārbaudāmais konts seko tūkstošiem lietotāju, vai arī ar tā rakstīto daudzi ir dalījušies, bet kontam nav daudz draugu vai sekotāju? Tā ir pazīme, ka var būt darīšana ar robotu.
6. Vēl viens paņēmieni, kā noteikt robotu tviterī, ir lietojot Indianas universitātes izstrādāto algoritmu, kas pēc dažādiem parametriem parāda, cik liela varbūtība, ka tvitera kontu darbina robots. Jo lielāks ir reitings, jo lielāka varbūtība, ka tas tiešām ir robots. Algoritms ērtai lietošanai pieejams šeit: <https://botometer.iuni.iu.edu/>
7. Atceries! Esi piesardzīgs, pirms dalies! Ja neesi drošs, tad labāk nedalies!

2. AKTIVITĀTE

Pēc tam dalībnieki grupās, izmantojot šo virtuālo rīku, mēģina noteikt kāda populāra politiķa vai medija viltus tvitersekotājus. Pēc kādām 15 minūtēm katra grupa izstāsta par savu labāko atradumu, kas līdzinās tvitera robotam.

Līdzīgi var darīt Facebook, kur politiķi, kas vēlas iegūt labākas pozīcijas vēlēšanās un kuru mērķauditorija ir cilvēki, kuri ir aktīvi sociālo mediju lietotāji, var "algot" viltus profilus, kas komentē, dalās un spiež patīk uz politiķa ierakstiem.

TĒZES

Viltus sociālo mediju konti bieži vien ir radīti ar mērķi panākt kādu konkrētu rezultātu. Līdzīgi kā ar viltus ziņām, šie mērķi var būt dažādi:

1. Politisks motīvs. Lai atbalstītu kādu konkrētu kandidātu vai politisku partiju, tiek izveidota sociālo mediju kontu armija, kas robotizēti spiež patīk vai dalās ar ierakstiem. Reizēm ar šiem kontiem operē viens vai vairāki cilvēki, lai rakstītu atbalstošus komentārus, tādējādi radot iespaidu, ka konkrētā politiķa viedoklim daudzi piekrīt. Savukārt politisko oponentu lapā šie paši konti var rakstīt noliedzošus vai pat apmelojošus komentārus.
2. Peļņas motīvs. Sociālo mediju konti - roboti var izplatīt ierakstus par kādu produktu, lai palielinātu tā popularitāti. Visbiežāk nepatiesas ziņas tiek radītas, lai pievērstu uzmanību saturam un palielinātu klikšķu skaitu mājaslapām, kas savukārt nozīmē lielākus ienākumus no reklāmu izvietošanas mājaslapā. Viltus sociālo mediju kontus pērk arī tā saucamie influenceri, lai radītu iespaidu par lielu sekotāju skaitu. Sekotāju skaits tiešā veidā palielina influenceru ieņēmumus no produktu popularizēšanas.
3. Destabilizēšanas un uzmanības novēršanas motīvs. Viltus sociālo mediju kontus var izveidot un pārvaldīt arī konkurējošo valstu drošības dienesti, lai panāktu kādu vēlamu rezultātu, piemēram, ietekmējot ASV prezidenta vēlēšanu iznākumu.
4. Krāpniecības motīvs. Varbūt esat ievērojuši, ka reizēm jūs uzaicina draudzēties pilnīgi nepazīstami cilvēki, kuri dzīvo citās pasaules valstīs un ar kuriem jums nav ne kopīgu daugu, ne interešu? Ir liela varbūtība, ka šādi "draudzēšanās" piedāvājumi ir saistīti ar vēlmi izkrāpt naudu vai arī kādu citu informāciju par jums.

Jautājumi

- Kurš no šiem četriem mērķiem attiecas uz pirmīt rādīto video?

6. NODARBĪBA. VILTUS ČATI UN ĪSZIŅAS

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Uzzinās, ka čatu un īsziņu ekrānšāviņi var būt viltoti
- Prātis kritiski izvērtēt, vai čatu un īsziņu ekrānšāviņi nav viltojums
- Uzzinās, ka arī atsauksmes par vietām un produktiem var būt viltotas
- Iegūs prasmes, lai noteiktu atsauksmju patiesumu

MATERIĀLI

- Dators ar ekrānu
- Izdales materiāli - darba lapas

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

Mēs bieži lasām atsauksmes par produktiem, lai pieņemtu lēmumu pirkt vai nepirkt. Taču atsauksmes tiešsaistes pārdošanas vietnēs var būt viltotas. Tās var veikt gan cilvēki, kuriem produktu pārdevēji samaksā, gan arī pašu produktu ražotāji. Mēs kļūsim par gudrākiem pircējiem, ja sapratīsim, kā strādā šī krāpnieciskā sistēma.

Arī viltus čata ziņas (piemēram, no Messenger vai WhatsApp) ir vēl viens nepatiesu ziņu veids, kas kļūst arvien izplatītāks. Nereti

šādi viltojumi ir veidoti, uzdodot kādu no sarakstes dalībniekiem par slavenību vai politiķi. Vai ir iespējams pārliecināties par šādu ekrānšāviņu un ziņapmaiņu patiesumu?

Viens no iemesliem viltus sarakstēm āzēšanās vai kāda politiķa vai slavenības nomelnošana, taču visbiežāk sms tiek izmantots krāpnieciskos nolūkos, lai iegūtu piekļuvi bankas kontiem vai parolēm un personīgajiem datiem.

You received 3 bitcoins (\$14,242 USD) in your account. Register to accept the transfer: <https://bitcoinmine/232qq.com>

Hello. We detected fraudulent activity on your Apple iCloud account. To reset password: www.123applesupport/1234ds.com

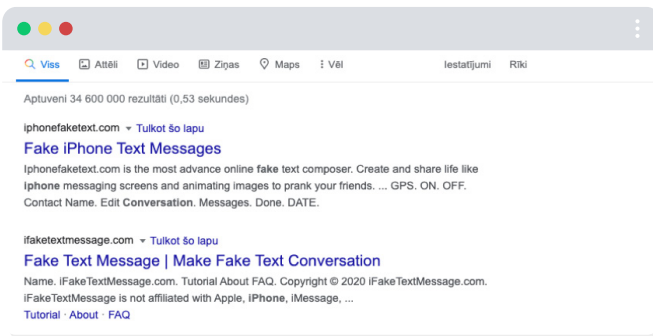
1. AKTIVITĀTE

Palūdziet dalībniekiem savos viedtālruņos Google meklētājā ierakstīt "fake iPhone chat".

Šeit var redzēt, ka parādās vairākas iespējas izveidot viltus ziņapmaiņu. Tās ir viegli izveidot, tāpēc no viltojumiem sociālajos medijos ir grūti izvairīties.

Jautājumi

- Kad šīs ziņapmaiņas ir patiesas un kad - viltotas? Vai ir atšķirība starp ziņapmaiņām, kas klejo internetā un ar kurām dalās sociālo mediju lietotāji, un ziņapmaiņām, kas ir, piemēram, dalībnieku viedtālruņos?
- Kas jāpajautā sev, lai neuzķertos uz viltojumiem?



TĒZES

Lai neuzķertos uz viltus ziņapmaiņu, dalībniekiem vajadzētu atcerēties par šādām darbībām:

1. "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās." Ja ziņapmaiņā lasītais izraisa stipras emocijas, tad ir vērts būt piesardzīgam. Atgādinām "Atpazīsti emocijas, lai savaldītu tās" soļus:
 - Apstājies! Pagriez galvu prom no ekrāna.
 - Pajautā! Ko es tagad jūtu?
 - Pasaki. Sev iekšēji atbildi, kā sauc šo sajūtu.
2. Ziņapmaiņa, kas ir katra dalībnieka telefonā, visticamāk, būs

īsta, ja vien jūs esat saglabājis sūtītāja kontaktus. Krāpnieki to nevar ietekmēt. Bet, ja redzat internetā saraksti starp diviem citiem cilvēkiem (visbiežāk, kad sūtītājs ir kāda slavenība), ir pamats aizdomām.

3. Pajautā sev, kādā veidā šāda ziņapmaiņa varētu nonākt kāda cita rokās?
4. Vai tās ir lietas, ko tiešām šis cilvēks varētu kādam rakstīt?
5. Atceries, cik vienkārši ir šādu viltus ziņapmaiņu izveidot.

Ieteikumi trenerim

Dalībnieki var kādā brīdī neizpratnē jautāt, vai vispār ir iespējams ticēt kaut kam, kas ir rakstīts internetā? Atgādiniet viņiem, ka šajās nodarbībās viņi apgūs prasmes, lai varētu atšķirt patiesību no viltojumiem. Visticamāk, par ekrānšāviņiem ar ziņapmaiņām 100% drošs nevarēs būt neviens, tāpēc ir svarīgi šādu informāciju meklēt uzticamos ziņu medijos, kas rūpīgi pārbauda informāciju pirms publicēšanas. Tajā pašā laikā ir jā saglabā nelielas šaubas par jebkuru interneta saturu.



TĒZES

Viltotas var būt ne tikai sarakstes, bet arī atsauksmes dažādos interneta veikalos.

Jautājumi

- Kādas ir viltus atsauksmju pazīmes?

Ieteikumi trenerim

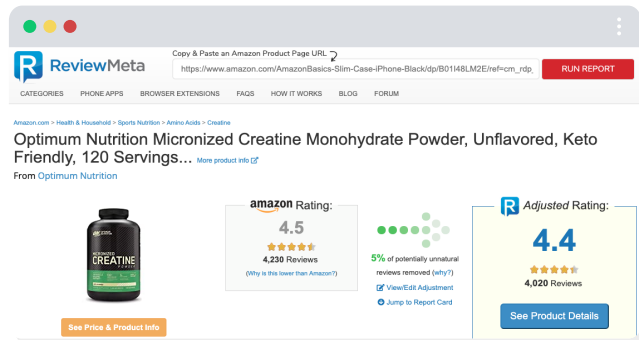
Nākamā sadaļa būs kā papildinājums dalībnieku izteiktajām atbildēm.

TĒZES

Ne visas atsauksmes ir viltojumi. Lielākajām tiešsaistes pārdošanas platformām (kā, piemēram, Amazon) ir speciālas komandas, kas izķer viltus atsauksmes. Tomēr ir vairākas pazīmes, kas var liecināt par neīstām produktu atsauksmēm. Šīs ir dažas no tām:

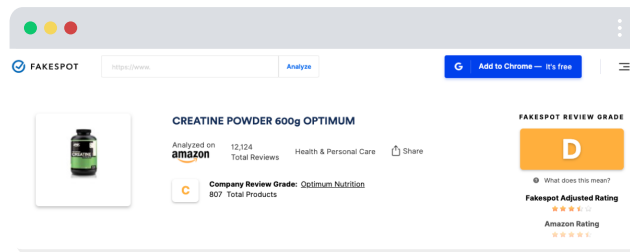
1. Pajautā sev: Vai atsauksmē lietotā valoda ir dabiska vai arī vairāk līdzinās mārketinga kampaņas tekstam?
2. Vai vairumā atsauksmju ir lietoti vieni un tie paši reti sastopami īpašības vārdi?
3. Vai pozitīvās atsauksmes atrodas vienkopus un ir uzrakstītas aptuveni vienā un tajā pašā laika posmā?
4. Vai vairumu atsauksmju ir rakstījuši nesen izveidoti lietotāju profili?
5. Vai vienā laika posmā rakstītas atsauksmes ir pārsvarā tikai pozitīvas vai tikai negatīvas?
6. Uzticies tādām produktam, kuram ir daudz 4 un 5 zvaigžņu atsauksmes, nevis tādām, kam ir maz un tikai 5 zvaigžņu atsauksmes. Tāpat jāatceras, ka cilvēki ir motivētāki rakstīt negatīvas atsauksmes, tāpēc arī negatīvās atsauksmes ir jāaplūko ar zināmu devu skepses.
7. Visbeidzot, esi piesardzīgs un nepieņem lēmumu, tikai balstoties uz atsauksmēm internetā. Vai ir vērts riskēt un pirkt uztura bagātinātāju tikai tāpēc, ka 70 nepazīstami cilvēki to atzinuši par labu?
8. Uzticamākas būs arī tās atsauksmes, kurās cilvēki ir nofotografējuši produktu pēc izņemšanas no iepakojuma. Vai tās ir lietas, ko tiešām šis cilvēks varētu kādam rakstīt?

Vēl viena metode ir produkta ierakstīšana speciālos atsauksmju rīkos. Šeit ir trīs šādi rīki:

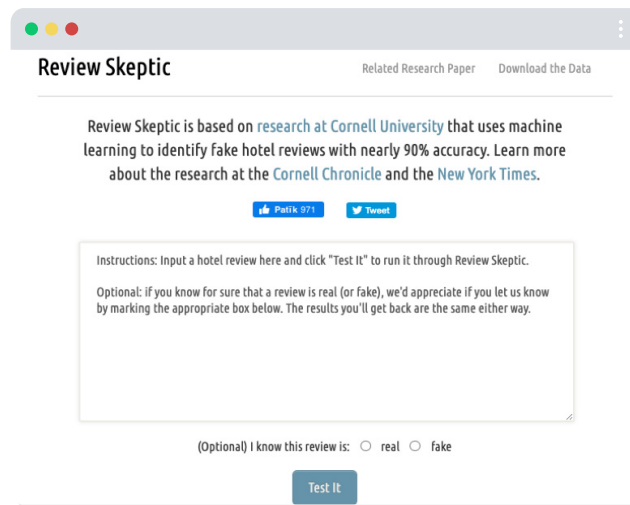


a) <https://reviewmeta.com/>

Šie rīki nav perfekti, tomēr to algoritmiem ir zināmas spējas noteikt un izsijāt šaubīgas atsauksmes.



b) <https://www.fakespot.com/>

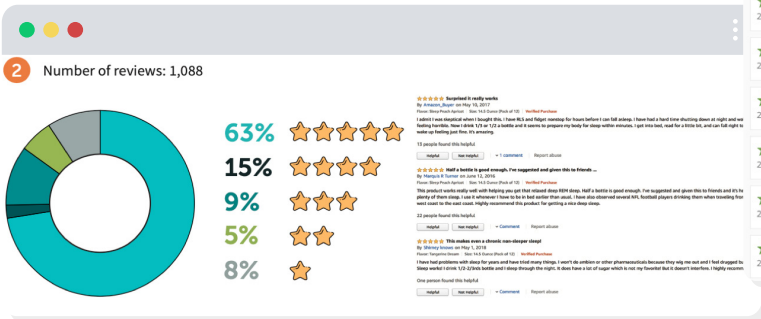
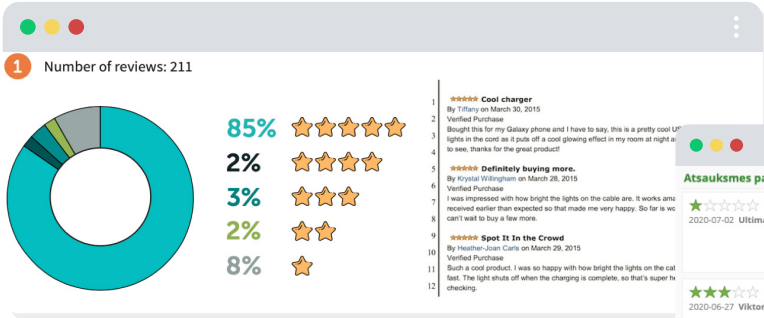


c) <http://reviewskeptic.com/>

2. AKTIVITĀTE

Sadaliet dalībniekus grupās pa divi vai trīs. Palūdziet viņiem apskatīt trīs atsauksmju variantus par telefonu, iemigšanas ierīci un vienu Latvijas tiešsaistes veikalu un izdarīt savus secinājumus par katru no tiem uz trim darba lapām. Vispirms iedodiet vienu

atsauksmju lapu un, kad darbs ir pabeigts, palūdziet dalībniekus padalīties ar saviem secinājumiem. Pēc tam iedodiet otru un trešo atsauksmju lapu un lieciet aizpildīt pārējās darba lapas.



Atsauksmes par veikalu 220.lv

★★★★★	2020-07-02	Ultimat	15.06.2020 была заказана детская горничная. Получение в тот же день. Как бы не так! 16.06 после уточнений сообщили, что машина задержалась и товар будет доставлен до вечера. Ну-ну, 18.06 пришло смс о том, что товар ещё задержится на пару дней. Хорошо... заказу проверить статус заказа 20.06 я вдруг выясняется что он был отмечен в одностороннем порядке 19.06. Класс, так держать - ребёнок остался без развлечения как раз в жаркие дни! Цена с купоном (10 eur) была 44 eur. В итоге купили за 72 eur в другом магазине и в заявленный срок. Верните разницу!!!
★★★★★	2020-06-27	Viktorija Galle	Veikals nav ierīstiesis par preču piegādi pasūtītājam. Ir izvēlēta piegādes firma Eksprespasts, kuras piegādes laiks ir līdz pat 16. Ja esi strādājošs, rodas nevēlamas problēmas.
★★★★★	2020-05-28	Algars	Melo par preces esamību uz vietas vai noliktavā. Pārceļ piegādi. Neaizpilda garantijas talonus
★★★★★	2018-12-11	Andris	Preci nepiegādā laicīgi! Apsola vienu datumu, bet piegādā 8 dienas vēlāk
★★★★★	2018-02-23	Kristīne	Pasūtīju savas mīļākās smaržas un saņēmu jau nākošajā dienā! Lietiski, ko var teikt vairāk!
★★★★★	2018-02-23	Artūrs Nikitins	ātra apkalpošana, lielisks serviss
★★★★★	2018-02-23	Krista	Iepirkos bieži un vienmēr viss ir kārtībā! https://220.lv/v/
★★★★★	2018-02-22	Artis Upeniaks	Esmu iepircies šajā veikalā vairākas reizes. Vienmēr preces ir tikušas piegādātas norādītajā laikā un nav bijušas nekādas problēmas ar pasūtījumu.

Vai ir redzama kāda no šīm pazīmēm:	Jā	Neesmu drošs	Nē
Nedabiska valoda (līdzīga mārketinga kampaņas tekstam)			
Vieni un tie paši reti sastopamie īpašības vārdi			
Pozitīvās atsauksmes uzrakstītas nelielā laika posmā			
Vairums atsauksmju ir ar zemāko vai augstāko vērtējumu			
Neliels kopējais atsauksmju skaits			
Vai lēmuma pieņemšanai par šo produktu (pārsvārā veselības) ir nepieciešami labāki argumenti par pircēju atsauksmēm?			

Jautājumi

- Vai šīs bija viltus atsauksmes?

1. NODARBĪBA. VESELĪBA UN ZINĀTNE

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Apzināsies, ka zinātnē joprojām pastāv daudz neskaidrību
- Iemācīsies novērtēt zinātnieku apgalvojumus, balstoties uz pierādījumu stiprumu
- Iepazīsies ar pazīmēm, kas atšķir informējošas zinātnes ziņas no maldinošām

MATERIĀLI

- Rakstāmais papīrs
- Pildspalvas vai zīmuļi
- Dators ar ekrānu
- Izdales materiāli - darba lapas

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiet datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

levads

Šajā nodarbībā mēs runāsim par to, kā zinātne veido zināšanu kopumu un kā šis process tiek vai netiek atspoguļots medijos. Mēs pamēģināsim arī paši būt zinātnieki un novērot, kā veidojas zināšanas.

Parādiet dalībniekiem pirmās 7:25 minūtes no šī TED Talk.

<https://www.youtube.com/watch?v=h4MhbkWJzKk>

Jautājumi

- Pajautājiet dalībniekiem, kā viņi jūtas, kad sastopas ar šādām "zinātnes" ziņām.



TĒZES

Dažbrīd šķiet, ka interneta portāli katru dienu paziņo jaunus atklājumus par veselību. Tas var radīt lielu apjukumu, jo, kā redzējām video - vienu un to pašu problēmu kafija var gan izraisīt, gan

arī novērst. Tas pieder pie zinātnes, jo tā attīstās un pētniecības pamatā ir darbs ar neskaidriem jautājumiem. Bet, ja kaut kam ir pietiekami daudz pierādījumu, tas, visticamāk, būs patiess. Tomēr

mediji atšķirībā no zinātnies nepievērš tik lielu vērību pētniecības procesam vai arī vienprātībai zinātnieku starpā kā sulīgiem virsrakstiem un potenciāliem klikšķiem. Arī visrespektablākie mediji mēdz izraisīt paniku vai jaunākos pētījumus neapskatīt kontekstā

ar citiem līdzīgiem pētījumiem. Par laimi, ir vairākas pazīmes, kas pasaka priekšā, vai mēs lasām labu un informējošu zinātnes apskatu un kad mums labāk būt skeptiskiem.

Bet, pirms mēs sākam analizēt zinātnes ziņas, mums vajadzētu saprast, kā darbojas pati zinātne.

1. AKTIVITĀTE

Kad zinātnieki vēlas kaut ko izskaidrot, viņi veido teorijas. Pati teorija uzreiz nenozīmē, ka tā ir abstrakta un neskaidra. Piemēram, gravitātes teorija ļoti skaidri pasaka, ja ābols krīt no ābeles, tad tas nokritīs uz zemes.

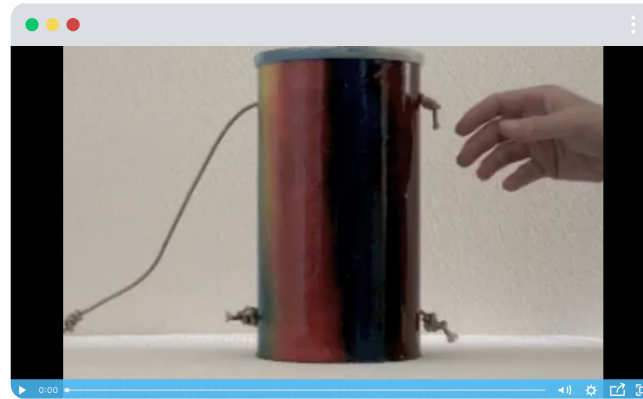
Sadaliet dalībniekus mazās grupās un atveriet mājas lapu http://nextgenpet.sdsu.edu/movies/movies_mse/movies_mse_um_11.html

Dalībnieki veidos zinātnisku modeli noslēpumainajam cilindram. No tā ārpusē iznāk četras auklas. Mēs centīsimies noskaidrot, kā auklas ir izvietotas cilindra iekšpusē, ņemot vērā to, kas ar auklām, tās pavelkot, notiek ārpusē.

Parādiet dalībniekiem četrus video un pēc katra demonstrējuma uzdodiet jautājumus.

1. Parādiet pirmo video.
Kā auklas ir izvietotas cilindra iekšpusē? Uzzīmējiet savu pirmo modeli. Kas notiks ar auklām, ja tiks pavilkta kreisā apakšējā aukla?
2. Parādiet otro video, kur tiek pavilkta kreisā apakšējā aukla.
Vai dalībnieku uzzīmētie modeļi bija pareizi? Vai tie paredzēja to, kas notiks, pavelkot kreiso apakšējo auklu? Ja nē, tad palūdziet dalībniekus pārzīmēt auklu modeli iekšpusē un pava-

šajā aktivitātē dalībnieki paši varēs iejusties zinātnieku ādā, lai pārbaudītu idejas, mazinātu neskaidrības un uzbūvētu paši savu zinātnisko modeli.



- icājiet, kas notiks, ja tiks pavilkta labā apakšējā aukla?
3. Parādiet dalībniekiem trešo video, kur tiek pavilkta labā apakšējā aukla.
Vai dalībnieku uzzīmētie modeļi bija pareizi? Vai tie paredzēja to, kas notiks, pavelkot labo apakšējo auklu? Ja nē, tad palūdziet dalībniekus pārzīmēt auklu modeli iekšpusē.
4. Visbeidzot, parādiet ceturto video, kurā tiek pavilkta vairākas auklas vienlaicīgi.
Vai kādam ir uzzīmēts modelis, kurš izskaidro, kas notiek cilindra iekšpusē?



A series of horizontal dotted lines for taking notes, starting from the top right of the page and extending downwards.

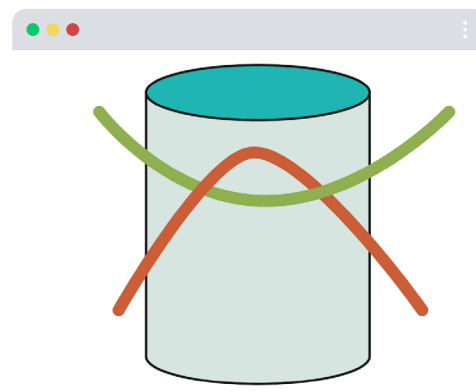
Parādiet dalībniekiem pareizo auklu modeli.

Jautājumi

- Kā šis uzdevums ilustrē zinātnisko procesu? Vai zinātnieki jau no paša sākuma ir droši par saviem modeļiem un atklājumiem?

TĒZES

Zinātniekiem ir jānovēro un jāpārbauda kāds noteikts fenomens daudz reižu, pirms to var pietiekami labi izskaidrot un aprakstīt. Medijos mēs lasām tikai par rezultātu vai pētījuma noslēdzošo fāzi. Visbiežāk tas notiek publikācijās par medicīniskiem atklājumiem, kur atšķirībā no fizikas joprojām ir daudz jautājumu un atklājamā. Nenovēršami arī zinātnieki mēdz kļūdīties, kā to labi pierāda steiga, kādā tiek pēfīts jaunais koronavīruss un tā izraisītā slimība COVID-19, un zāles vai vakcīna pret to. Tomēr kļūdas pieder pie zinātniskā procesa, lai atklātu zinātnisko patiesību.



Sadaliet dalībniekus grupās un izdaliet viņiem vairākus veselības un zinātnes rakstus. Daži piemēri iekopēti zemāk:

<https://www.la.lv/zales-vezim>

Melanoma – agresīva un viltīga

Latvijā ar melanomu jeb ādas vēzi jeb ik gadu saslimst aptuveni 200 cilvēku jeb 10 uz 100 000 iedzīvotāju, liecina Slimību profilakses un kontroles centra (SPKC) dati. Visbiežāk slimo 40-60 gadu vecumā, turklāt sievietes – uz pusi biežāk nekā vīrieši. Nereti saslimst arī gados jauni cilvēki.

„Melanoma ir ļoti viltīga. Cilvēkam ilgstoši var nebūt nekādu sūdzību, un tikai padziļināti izmekējumi atklāj, ka audzējs jau izplatījis organismā jeb attīstījies metastāzēs,” stāsta Eva Vecvagare, Latvijas Onkoloģijas centra onkoloģe-ķīmijterapeite.



Diemžēl metastātiskā formā melanoma ir viens no agresīvākajiem audzējiem, tā ātri progresē un prognoze, nesākot ārstēšanu, ir bēdīga: vienu gadu izdzīvo vien ceturtdaļa pacientu, bet kopējā dzīvildze ir seši mēneši. Latvijā, pēc SPKC datiem, 2017.gadā uzskaitē bija 108 pacienti ar metastātisku ādas melanomu. Pirmreizēji metastātiskā melanoma ik gadu tiek noteikta 15-20 cilvēkiem.

No ratiņkrēsla atkal dzīvot

Par laimi, laiks, kad melanoma bija audzējs ar minimālām ārstēšanas iespējām, ir pagātne. Pēdējo desmit gadu laikā melanomas terapijā pasaulē

ir notikusi īsta revolūcija. „Ir radīti tiešām unikāli imūnterapijas un mērķterapijas medikamenti, kas mērķtiecīgi iznīcina vēža šūnas un ievērojami pagarina dzīvildzi. Tas ir pilnīgs pretstats tradicionālajai ķīmijterapijai, uz kuru reģēja tikai 10% pacientu un terapijas efekts bija tuvu nullei,” stāsta E.Vecvagare.

Pērn arī Latvijā metastātiskas melanomas ārstēšanai valsts kompensējamo zāļu sarakstā tika iekļautas ilgi gaidītās modernās zāles: sākotnēji pacientiem ar pozitīvu BRAF gēna mutāciju, bet rudenī – arī BRAF negatīvas melanomas ārstēšanai.

„Ārstēšanas rezultāti ir tiešām iepriecinoši. Ja ikdienā pati ar šiem pacientiem nestrādātu, būtu grūti noticēt,” stāsta E.Vecvagare. Piemēram, pacients ar kakla ādas melanomu mēneša laikā pēc jauno zāļu lietošanas no bezcerīgi slimā cilvēka ratiņkrēsliā atgriezies dzīvē.

„Viņam bija metastāzes ādā, gļotādā, limfmezglos, zarnās. Tika veiktas vairākas operācijas un cerību praktiski nekādu. Pēc pirmā zāļu kursa tas, ko redzēju, bija kā brīnums – visi veidojumi uz ādas, kakla bija pazuduši, cilvēks pats pie auto stūres ieradās uz vizīti, atkal enerģisks un gatavs dzīvot,” stāsta E.Vecvagare.

Dzīvo ilgāk un labāk

Pateicoties jaunajām zālēm, vidējā dzīvildze metastātiskās melanomas pacientiem sasniedz 22-25 mēnešus, bet ir pacienti, kas dzīvo arī ilgāk. Piemēram, kāda jauna sieviete, kas jaunās zāles sākusī lietot jau pirms pieciem gadiem zāļu ražotāju apmaksātās līdzības programmas ietvaros, joprojām turpina terapiju, vada savu biznesu un sapņo par ģimenes pieaugumu, stāsta E.Vecvagare. Būtiski, ka jaunajām zālēm ir daudz mazākas blaknes nekā ķīmijterapijai, kas ārstēšanas laikā ļauj cilvēkam būt

2. AKTIVITĀTE

<https://jauns.lv/raksts/par-veselibu/307984-zales-kas-iznides-tikai-veza-sunas-bet-veselas-atstas-neskartas-tuva-nakotne>

Zāles, kas iznīdēs tikai vēža šūnas, bet veselās atstās neskartas - tuva nākotne?

Līdz šim klīniski izmantotās metodes joprojām ir neefektīvas daudzu vēža veidu gadījumos vai pat ir toksiskas pacientam un rada neatgriezeniskus bojājumus viņa organismam.

Vēža veidošanās galvenokārt saistīta ar nepareizu gēnu darbību ģenētisku izmaiņu dēļ cilvēku šūnās. Cēlonis var būt iedzimts vai arī saistīts ar vides apstākļiem, taču visbiežāk pie vainas ir organisma novecošanās, jo vairāk nekā 75 % vēžu pacientu ir cilvēki, kas vecāki par 65 gadiem.

Patlaban jau eksistē vairākas zāles, kas ļauj regulēt šīs gēnu darbības, lai ārstētu vēzi, taču lielākā problēma ir šo zāļu nogādāšana līdz vēža šūnām tā, lai tās nenokļūtu pie veselajām šūnām un neradītu blakusefektus. Mākslīgās zāļu nogādes sistēmas, kas veidotas līdz šim, ir saskārušās ar dažādām grūtībām, kas liedz tām nokļūt līdz pacientiem.

Alternatīvs veids varētu būt jau dabā eksistējošs mehānisms, kas atgādina pasta sistēmu starp šūnām. Mūsu organisma šūnas izmanto šo mehānismu, lai sarunātos un nogādātu dažādas vielas savā starpā, kas var ietekmēt to uzvedību par labu vai par sliktu mūsu organismam.

Dr. biol. Artūrs Ābols no Latvijas Biomedicīnas pētījumu un studiju centra savā zinātniskajā pētnieciskajā darbā pēta, kā izmantot šo dabā eksistējošo pasta sistēmu starp šūnām mērķētai zāļu nogādāšanai vēža šūnām. Paredzēts izveidot metodi, ar kuru būs iespējams izmantot šo pasta sistēmu, lai iepakotu dažādas zāles un adresētu tās tikai vēža šūnām. Tas nākotnē uzlabotu vēža pacientu izredzes un samazinātu zāļu toksisko

Sešas kulinārijas kļūdas, kas palielina vēža saslimšanas risku

Ēdiena pagatavošana ir neatņemama ikkatra cilvēka dzīves sastāvdaļa. Neskatoties uz to, daudzi ikdienā savās kulinārajās darbībās pieļauj kļūdas, kurām var būt patiesi nepatīkamas sekas, vēsta portāls "Postimees".

[Apollo.lv](https://www.apollo.lv)

Daudzi pēc kāda produkta cepšanas izlemj nemazgāt pannu un izmanto trauku, lai pagatavotu nākamās sastāvdaļas, labākajā gadījumā to vienkārši noslaukot. Tas ir nepareizi, jo panna, pat ja vizuāli tā izskatās tīra, visticamāk ir klāta ar termiski apstrādātās eļļas daļiņām un ēdiena paliekām - vidēm, kur var veidoties kancerogēni savienojumi, piemēram, benzpirēns. Nākamajā gatavošanas reizē ēdiena paliekas daudz vieglāk piedeg, kas tikai paaugstina kancerogēno vielu veidošanās risku.

Pārtikas cepšana dūmojošā eļļā

Mūsdienīgu augu eļļas gandrīz vienmēr ir rafinētas, tātad, tajās ir maz piemaisījumu, kas var izraisīt dūmošanu. Ja taukvielas jau dūmo, tas norāda uz vismaz 200 grādu augstu temperatūru, kas ne tikai iznīcina vairumu ēdienā sastopamo vērtīgu vielu, bet arī rada negatīvas izmaiņas olbaltumvielās, taukos un ogļhidrātos - šādā pārtikā ir lielāka kancerogēno vielu koncentrācija. Labs padoms - izvēlēties piemērotu eļļu un liet to uz jau uzkarstētas pannas.

Tvaika nosūcēja izslēgšana uzreiz pēc gatavošanas vai tā

<https://www.apollo.lv/7003648/sesas-kulinarijas-kludas-kas-palieldina-veza-saslimšanas-risku>

Sadaliet dalībniekus grupās un izdaliet viņiem vairākus veselības un zinātnes rakstus. Daži piemēri iekopēti zemāk:



	Slikti	Viduvēji	Labi
Vai tas ir jaunums un vai tas ir labs?			
Vai ir pieminēti citi pētījumi?			
Kāds ir pētījumā iekļauto cilvēku skaits?			
Vai pētītas peles vai cilvēki			
Korelācija vai cēloņsakarība?			
Vai minēta cena un pieejamība?			
Vai pieminēti ieguvumi un blaknes?			
Vai slimība ir pārspilēta?			
Vai publicēts istā zinātnes žurnālā?			
Kurš finansēja pētījumu?			

- 1. Cik nozīmīgs un labs ir atklājums?** Vai ziņā lietotā valoda netiek pārspilēta, izmantojot vārdus "šokējoši", "brīnumains", "revolucionārs"? Kā iepriekš apskatījām, zinātne veidojas pa maziem soliņiem un nozīmīgi atklājumi medicīnā veidojas pakāpeniski.
- 2. Vai ir bijuši arī kādi citi pētījumi?** Zinātniski pētījumi nedzīvo vakuumā. Tie tiek būvēti uz iepriekšējo pētījumu pamatiem. Labs zinātnes raksts jaunāko pētījumu ieliks kontekstā ar citiem līdz tam veiktiem atklājumiem. Šis ir īpaši svarīgi gadījumos, kad ir atklāts kas tāds, kas ir pretrunā ar iepriekš izpēti, piemēram, ka smēķēšana izraisa vēzi.
- 3. Kāds ir pētījumā iekļauto cilvēku skaits?** Jo lielāks pētījumā

- iekļauto cilvēku skaits, jo mazāka ir kļūdas iespēja. Pētījumi ar dažiem desmitiem cilvēku parasti ir pilotpētījumi, kuri var dot priekšnojautu par galīgajiem rezultātiem, taču zinātnē uz šādiem pētījumiem nebalsta nopietnus apgalvojumus.
- 4. Vai pētījumi ir izdarīti uz dzīvniekiem (pelēm) vai cilvēkiem?** Parasti medicīniskie pētījumi sākotnēji tie pārbaudīti uz grauzējiem, lai tas dotu pamatu tālākiem pētījumiem ar cilvēkiem. Taču, ja kaut kas izrādās efektīvs uz pelēm, tas uzreiz vēl nenozīmē, kas tas iedarbosies arī uz cilvēkiem.
- 5. Vai pētījumā tiek runāts par korelāciju vai cēloņsakarībām?** Piemēram, datos var atrast korelāciju - kad pieaug saldējuma pārdošanas apjomi, pieaug arī ūdeņos noslikušo skaits. Dati

atbilst patiesībai, bet vai tāpēc var apgalvot, ka saldējums izraisa noslikšanu? Nē, visticamāk, iemesls būs gaisa temperatūras paaugstināšanās un pieaugošais cilvēku daudzums, kas siltā laikā dodas nopeldēties.

6. **Vai ziņā ir pieminēta cena un pieejamība?** Daudzi jaunatklātie medikamenti, kas tiek raksturoti kā daudzsoļi dažādu slimību ārstētāji, var būt dārgi. Ja tie ir cilvēkiem nepieejami, tad no šādas ziņas lielas jēgas nav. Iespējams, ka ziņā nemaz nav pieminēts, ka šīs zāles būs iespējams iegādāties.
7. **Vai šī ziņa piemin ne tikai ieguvumus, bet arī trūkumus un blaknes?** Ir neskaitāmi pētījumi, kas slavina sarkanvīna pozitīvās īpašības. Tajā pašā laikā alkoholam, tai skaitā vīnam, piemīt arī virkne negatīvu īpašību, kas var izraisīt slimības.
8. **Vai slimība tiek pārspīlēta?** Reizēm, lai ziņu vai pētījumu padarītu nozīmīgāku, kāda slimība vai cilvēka stāvoklis tiek

pārspīlēts, piemēram, nogurums vai skumjas. Tad sanāk, ka zāles ir atklātas normāla cilvēka stāvokļa ārstēšanai.

9. **Vai pētījums vai atklājums ir publicēts zinātniskā žurnālā?** Pat ja pētījums ir publicēts žurnālā, tad tam ir jābūt ne tikai zinātniskam ("Ilustrētā zinātne" pieder pie parastiem preses izdevumiem), bet arī augstu novērtētam. Arī zinātniskie žurnāli līdzīgi kā augstskolas tiek klasificēti pēc ranga. Diemžēl pastāv arī tādi zinātniski žurnāli, kas publicē vājus vai pat neīstus pētījumus. Vietnē <https://beallslit.net> ir apkopoti simtiem šādu neīstu zinātnisku žurnālu.
10. **Kas finansēja pētījumu?** Šeit var būt bažas par interešu konfliktu. Piemēram, tabakas industrija varētu sponsorēt zinātniskus pētījumus, kas izceltu kādu tabakas pozitīvu īpašību. Līdzīgi rīkoties varētu gribēt arī citas industrijas, kuras vēlas saviem produktiem papildu mārketingu, cenšoties izcelt tā pozitīvās īpašības.

Jautājumi

- Kad dalībnieki apskatījuši rakstu piemērus, pajautājiet viņiem, vai veselības ziņas viņiem šķita kvalitatīvas un kas noteica viņu novērtējumu?

SECINĀJUMI

Dažreiz ir grūti saprast, kad zinātnes un veselības ziņas ir ticamas. Tomēr šie padomi un piezīmes par zinātnes rakstiem var palīdzēt tos kritiski izvērtēt.

3. daļa. Cīņa pret dezinformāciju. C. Ziņas par zinātņi un veselību

2. NODARBĪBA. INFORMĀCIJAS AVOTI PAR VESELĪBU

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iemācīsies pārbaudīt informāciju uzticamās interneta vietnēs, kas informē par veselības jautājumiem.
- Pārliecināsies, ka par uztura bagātinātājiem sniegtā informācija var nebūt drošticama un saskaņota ar Pārtikas un veterināro dienestu.

MATERIĀLI

- Pildspalvas un papīrs prāta vētras procesam
- Projektors un dators piemēru demonstrēšanai
- Līmlapiņas un tāfele (ar statīvu vai pie sienas)

NEPIECIEŠAMAIS LAIKS

50 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiēt datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

Ievads

5 min ⌚

Dažādu apgalvojumus par veselību un ieteikumus tās uzlabošanai redzam gan ziņās un sociālajos medijos, gan dzirdam no draugiem un ģimenes locekļiem. Bieži vēlamies pārbaudīt šo informāciju un pārliecināties, vai tā ir patiesa. Diemžēl, ja mēs

nelietojam kvalitatīvus un uzticamus avotus, varam tikt maldināti. Šajā nodarbībā runāsim par to, kur meklēt kvalitatīvu informāciju par veselības jautājumiem.

IESILDĪŠANĀS

5 min ⌚

Jautājiēt dalībniekiem: kur jūs meklējat informāciju par veselību un zinātņi? Ja jūs vai kāds no jums tuvajiem cilvēkiem justu kādus slimības simptomus, kur jūs meklētu informāciju?

Dalībnieki uzrakstīs savas atbildes uz līmlapiņām – iespējams izmantot tik līmlapiņas, cik ir nepieciešamas, lai uzskaitītu visus atbilžu variantus. Uz vienas līmlapiņas vēlams rakstīt tikai vienu atbildi. Aiciniet dalībniekus savas līmlapiņas izvietot uz tāfeles

(vai tāfeles uz statīva, sienas vai kādas citas pieejamas virsmas). Katru dalībnieku, kurš uz tāfeles pielīmē savas līmlapiņas, lūdziet nolasīt savu rakstīto. Pārējie dalībnieki, kuriem ir līdzīgas atbildes, arī dodas uz auditorijas priekšu un sagrupē līmlapiņas ar līdzīgām idejām vienkopus. Šādā veidā ļaujiet izskanēt visām dalībnieku atbildēm.

Jautājumi

- Kuri no izskanējušajiem informācijas avotiem šķiet uzticami un kuri – nē?
- Vai informācijas meklēšana, izmantojot interneta meklētāju,

piemēram, Google, ir labākā pieeja informācijas meklēšanai par veselības jautājumiem?

- Kad ir labāk doties pie ārsta, nevis meklēt informāciju internetā?

TĒZES

10 min.

Internetā ir pieejams daudz nepatiesu un neprecīzu ziņu par veselības jautājumiem. Cilvēki labprāt dalās ar informāciju, kas ir palīdzējis viņiem izvesēties vai uzlabot pašsajūtu, neraugoties uz to, cik šāda pieeja ir potenciāli riskanta. Ir arī daļa cilvēku, kas gūst ienākumus no tā, ka tiek izplatīta neprecīza vai nepatiesa informācija par veselību. Piemēram, tiek izplatīti uztura bagātinātāji bez medicīniska pamatojuma par to efektivitāti un pozitīvo iedarbību. Neuzticamu informācijas avotu par veselības jautājumiem internetā ir vairāk nekā to, kuru sniegtai informācijai var droši uzticēties. Tomēr pastāv arī informācijas avoti, kurus varam rekomendēt izmantot.

- **Cochrane Library** – sniedz lakonisku izvērtējumu par tūkstošiem zinātnisku pētījumu veselības jautājumos.
- **World Health Organization** – Pasauls Veselības organizācija. Pēta infekciju slimību izplatību visā pasaulē.
- **Zāļu valsts aģentūra** - Latvijas Republikas Veselības ministrijas pārraudzībā esoša valsts iestāde. Viens no tās darbības mērķiem ir vērtēt un reģistrēt zāles, veikt zāļu kvalitātes ekspertīzi, veidot un aktualizēt Latvijas zāļu reģistru, kas

ir publiski pieejams šeit: <https://www.zva.gov.lv/zvais/zalu-registrs/?lang=lv>. Taču uztura bagātinātājus reģistrē Pārtikas un veterinārais dienests.

- **Pārtikas un veterinārais dienests (PVD)** – Latvijas Republikas Zemkopības ministrijas pārraudzībā esoša valsts iestāde, kas seko līdzī pārtikas ražošanas ciklam. Pārtikas un veterinārā dienesta darba galvenais mērķis ir droša un nekaitīga pārtika patērētājiem, veseli un pienācīgi aprūpēti dzīvnieki. Būtiski, ka PVD pieņem lēmumu reģistrēt uztura bagātinātāju vai par reģistrācijas atteikumu. Ja uztura bagātinātājs ir reģistrēts, tad tas ir pietiekami drošs lietošanai uztura papildināšanai. PVD veidots Uztura bagātinātāju reģistrs publiski pieejams mājaslapā www.pvd.gov.lv.
- **Slimību profilakses un kontroles centrs** – Latvijas Republikas Veselības ministrijas pārraudzīta valsts iestāde, kuras mērķis ir īstenot valstī sabiedrības veselības politiku epidemioloģiskās drošības un slimību profilakses apakšjomās, kā arī nodrošināt veselības veicināšanas politikas īstenošanu un koordināciju.

Jautājumi

- Kā jūs varat noteikt, ka šie ir uzticami avoti?

1. AKTIVITĀTE

15 min

Sadaliet dalībniekus mazās grupās pa 3-4. Katrai no tām iedodiet vienu no piemēriem (tā var gadīties, ka dažām grupām būs vienādi piemēri). Tad lūdziet dalībniekiem atrast atbildes uz piemēru jautājumiem. Pirmkārt, mēģiniet atrast atbildi, izmantojot teju automātisku pieeju, kā tiek meklēta informācija par veselības jautājumiem (kā to izrunājām nodarbības sākumā). Otrkārt, izmantojiet piemērotāko uzticamo informācijas avotu, un salīdziniet, kā šī informācija abos

gadījumos atšķiras.

Kad dalībnieki to ir paveikuši, aiciniet dalīties ar saviem atklājumiem grupas biedru starpā: kādu informācijas avotu viņi izmantoja vispirms, kādi bija atklājumi, kā citi dalībnieki mainīja savu meklēšanas stratēģiju un ko viņiem izdevās atrast otrajā meklēšanas mēģinājumā?

1. PIEMĒRS

Tava draudzene Sabīne ilgstoši jūtas nomākta. Viņas māsiņa ieteica viņai lietot uzturā divšķautņu asinszāles tabletes, kuras ir bezrecepšu zāles. Sabīne ir vērsusies pie tevis pēc padoma. Ko Tu viņai atbildētu?

Iespējamā atbilde: Izmantotu "Cohrane library" mājaslapas sadaļu "Plain language summary". Tajā ir teikts, ka ir izmēģinājuma

pētījumi, kas parāda, ka divšķautņu asinszāle var būt tik efektīva kā ķīmiski radīti antidepresanti. Tomēr šo pētījumu trūkumu dēļ šos rezultātus nevar vispārināt. Turklāt divšķautņu asinszāli saturošie produkti savā starpā atšķiras. Un, lietojot vienlaicīgi ar citām zālēm, var radīt blakusparādības. "Cohrane library" iesaka – ja ir vēlme lietot divšķautņu asinszāles preparātus, vispirms nepieciešams konsultēties ar ārstu.

2. PIEMĒRS

Pēc pāris ziemas mēnešu pārtraukuma tu aizbrauc uz savu vasaras māju laukos. Ieraugi, ka plauktā stāv kafija paka un vēlies pagatavot uzmundrinošo dzērienu, taču uz iepakojuma ir norāde "ieteicams līdz..." un datums, kas bija pirms divām nedēļām. Vai tu to lietoši?

Iespējamā atbilde: Internetā pieejami gan Zemkopības ministrijas, gan Pārtikas un veterinārā dienesta ekspertu skaidrojumi par atšķirībām starp derīguma termiņa norādēm "izlietot līdz..." un "ieteicams līdz...". Protī, norāde "izlietot līdz" attiecas uz pārti-

kas produktiem, kuriem ir īss derīguma termiņš un kuri ātri bojājas (piemēram, piens, jogurts). Norādītais konkrētais datums ir pēdējais derīguma termiņa datums. Tā kā kafija nav pārtikas produkts, kas ātri bojājas, tai ir norāde "ieteicams līdz". Turpretī minimālais derīguma termiņš "ieteicams līdz..." ir datums, līdz kuram pārtikas produkts saglabā tam raksturīgās īpašības, ja tiek ievērotas uzglabāšanas prasības. Ja kafija nav zaudējusi smaržu un izskatās kā parasti, to ir iespējams lietot.

3. PIEMĒRS

Tavs draugs Facebook vietnē raksta, ka Baltijā, tostarp, Latvijā šogad ir vērojama saslimstība ar Zikas vīrusu, sevišķā riska grupā ir grūtnieces. Vai tā ir patiesība?

Iespējamā atbilde: Labākais informācijas avots par pašreizējām un potenciālām epidēmijām ir Pasaules veselības organizācija (globālā mērogā) un Slimību profilakses un kontroles centrs (at-

tiecībā uz situāciju Latvijā). Kad pārbaudāt informāciju, piemēram, Pasaules veselības organizācijas lapās, pārliecinieties, vai, izmantojot interneta meklētāju, tiešām esat nonākuši šīs organizācijas vietnē (kā apgūvām iepriekš, to var izdarīt ar who.is meklētāja palīdzību, pārbaudot attiecīgo saiti). Savukārt, lai pārliecinātos par Zikas vīrusa jaunatklātajiem gadījumiem Latvijā, būtu jādodas uz www.spkc.gov.lv.

4. PIEMĒRS

Tavs draugs Edijs vēlas zināt, kādi simptomi varētu liecināt par insultu, lai viņš zina, kā to nesajaukt ar panikas lēkmi. Kur tu ieteiksi viņam meklēt informāciju?

Iespējamā atbilde: Meklējot interneta resursos, ir svarīgi izvērtēt vietnes uzticamību. Par insultu raksta gan "Latvijas Avīzes" un žurnāla "Santa" portāli, arī vairākas vietnes, kur konsultācijas sniedz ārsti.

Piemēram, uzticama vietne, kur iepazīties ar insulta simptomiem, ir Rīgas Austrumu klīniskās universitātes slimnīcas publicēts informatīvs materiāls, ko sagatavojusi Latvijas Ārstu biedrība un Latvijas Neirologu biedrības insulta panelis: https://www.aslimnica.lv/sites/default/files/satura_faili/insults.pdf

2. AKTIVITĀTE

10 min

TĒZES

Pēdējā laikā vairāki influenceri ir ieteikuši izmantot CBD eļļu dažādā veselības problēmu, tostarp depresijas, ārstēšanai. sk. attēlu zemāk. Šim Instagram profilam, kura īpašniece video izklāstā iepazīstina ar šo eļļu un skaidro, kāpēc to ievietoja savā interneta veikalā, 2020.gada maijā ir 16 300 sekotāju. Viņa

stāsta, ka CBD eļļa uzlabo miega kvalitāti, paātrina iekaisumu pārvarēšanu, uzlabo ādas izskatu, mazina saspringumu muskuļos un sniedz citus pozitīvus efektus. Tostarp, izskan arī vārdi, ka šī eļļa "strādā kā medikaments".

Jautājumi

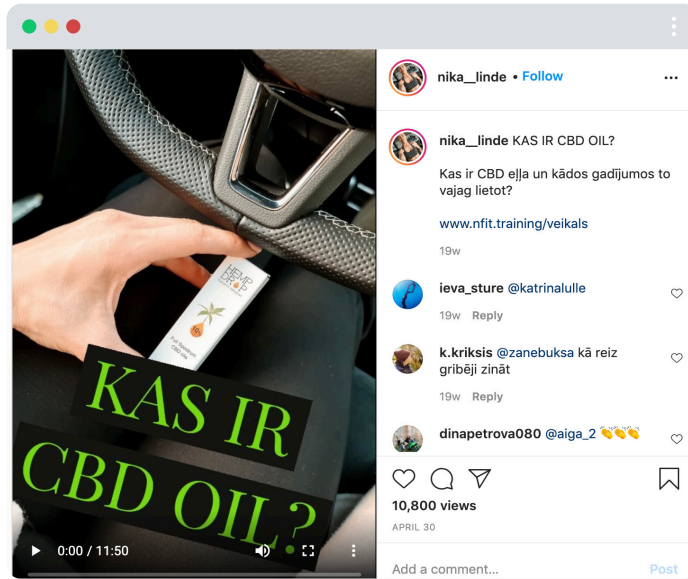
- Vai šo konkrēto produktu "Hemp Drop" lietot uzturā ir droši? Kādā veidā to noskaidrosiet?

Atbilde

Latvijas Zāļu reģistrā nav ieraksta, kas ietvertu vārdu "hemp". Turklāt, ja tās būtu zāles, tās varētu tirgot tikai aptiekās. Produkts ar nosaukumu "Hemp drops" nav atrodams arī Pārtikas un veterinārā dienesta uztura bagātinātāju reģistrā. Uzticams medijs "Delfi" (un arī citi mediji, piemēram, Santa.lv) ir veidojuši skaidrojošus rakstus, ka CBD eļļu lietošana uzturā ir nedroša un nekontrolēta.

<https://www.delfi.lv/vina/veseliba/vesela-un-laimiga/tas-nav-kanepju-sviests-cbd-ellu-lietosana-uztura-nedrosa-un-nekontrolēta.d?id=51816423>

Šajā nodarbībā aplūkojām dažus informācijas avotus, kuros meklēt uzticamu informāciju veselības jautājumos. Šajās vietnēs varat pārbaudīt informāciju, ko izlasāt ziņās vai draugu, influenceru sociālo mediju ierakstos. Tāpat arī noskaidrojām, ka ar pāris vienkāršiem soļiem ir iespējams pārbaudīt, vai kāds produkts, kam piedēvē medicīniskas īpašības, vispār ir reģistrēts zāļu vai uztura bagātinātāju reģistros. Attiecīgi varam pieņemt



lēmumu, cik ir/nav droši to iegādāties un lietot. Ir svarīgi allaž būt skeptiskam, ieraugot dažādas it kā uztura bagātinātāju reklāmas vai citus publicitātes materiālus, kas sola viegli atrisināt veselības problēmas, jo šādas informācijas izplatīšana nav stingri regulēta. Neskaidrību gadījumā vai tad, ja ir radušās veselības problēmas, labāk ir konsultēties ar ārstu nekā mēģināt tās risināt saviem spēkiem ar internetā atrastas informācijas palīdzību.

3. NODARBĪBA. MEDIJU IETEKME UZ PAŠSAJŪTU

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Atpazīs un labāk izpratīs dažādas mediju un viedierīču lietojuma ietekmes uz fizisko un mentālo pašsajūtu
- Izvērtēs savus digitālos ieradumus
- Uzzinās, kā uzlabot mediju un viedierīču lietošanas paradumus, lai izvairītos no negatīvām ietekmēm uz paša vai tuvu cilvēku veselību

MATERIĀLI

- Dators ar interneta pieslēgumu video demonstrēšanai

NEPIECIEŠAMĀIS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādiēt datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

levads

5 min ⌚

Teju ikvienai darbībai var būt kādi nevēlami efekti. Sportojot var iegūt kādu traumu, neuzmanīgi gatavojot tēju, var aplieties ar verdošu ūdeni. Tā arī mediju lietošanai var būt efekti, kas sākumā varbūt nav manāmi, bet laika gaitā atstāj spēcīgu iespaidu uz to, kā jūtamies. Gan fiziski, gan emocionāli. Ne vienmēr tas ir saistīts ar pārāk intensīvu mediju lietojumu. Mediju ietekmi tādā vai citādā veidā varam just ikviens no mums. Organizācijas "Reviews.org" 2020.gadā veiktais pētījums liecina, ka 75% no 500 aptaujāta-

jiem amerikāņiem uzskata sevi par atkarīgiem no viedtālruna. Gandrīz 66% pārbauda mobilo telefonu 160 reizes dienā (tas nozīmē – vidēji reizi 9 minūtēs). Gandrīz 88% jūtas neomulīgi, kad ir atstājuši mobilo telefonu mājās un 55% lieto telefonu paralēli auto vadīšanai. Šajā nodarbībā runāsim par to, kā mediji un mobilās ierīces ir izmainījuši mūsu pašvērtējumu un veselību, lai šādas situācijas varam atpazīt savā un/vai tuvu cilvēku dzīvēs.

1. AKTIVITĀTE

25 min ⌚

Noskatieties šo Beilijas Parnellas (Bailey Parnell) TEDx runu par to, vai sociālie mediji ietekmē mūsu mentālo veselību. Vispirms skatieties līdz laika atzīmei 8:20..

https://www.youtube.com/watch?v=Czg_9C7gw0o



Jautājumi

- Pēc video noskatīšanās līdz laika atzīmei 8.20 uzdodiet dalībniekiem šos jautājumus, aicinot brīvprātīgi atbildēt, komentēt, sniegt savu viedokli:
- Kādas sociālo mediju lietošanas problēmas / sekas runas autore norādīja? (pašvērtējuma pazemināšanās (sevis salīdzināšana ar to, kā izskatās citi, ar citu materiāļajām iespējām

utt.), izsmiešana un kibermobings interneta vidē, depresija, trauksme par nepieciešamību nemitīgi pārbaudīt epastu un sociālo mediju paziņojumus u.c.).

- Kuras no tām, jūsuprāt, visvairāk skar jūsu vienaudžus?
- Varbūt ir kāda problēma, kas līdz šim runā netika pieminēta, bet kuru jūs nosauktu līdzās jau apspriestajām sekām?

**TĒZES**

Šī TEDx runa, tāpat kā vairāki pēdējo gadu pētījumi, aktualizē svarīgu jautājumu – kā mediju un sociālo mediju saturs ietekmē mūsu pašvērtējumu, priekšstatus par veiksmīgu dzīvi, atbildību sabiedrības gaidām. Paceliet roku, kurš, kaut ko publicējot sociālajos medijos, pēc tam nepārbauda, cik daudz “patik” novērtējumu ieraksts vai fotogrāfija ir saņēmusi? Kāpēc tas mums šķiet / nešķiet svarīgi? Sociālie mediji, kurus nereti lietojam vairāk

nekā trīs stundas dienā, ir kļuvuši par neatņemamu ikdienas daļu. Vai risinājums ir izdzēst sociālo mediju profilu? Nebūt nē! Noskatīsimies video līdz beigām, kur TEDx runas autore Beilija Parnella piedāvā risinājumu apzinātākam un sabalansētākam sociālo mediju lietojumam.

Turpiniet ar video skatīšanos līdz beigām (kopējais ilgums 14:44).

Jautājumi

- Vai un kurus no piedāvātajiem risinājumiem, kā labāk “sadzīvot” ar sociālajiem medijiem, jūs jau ievērojat vai varētu mēģināt to darīt pēc šodienas nodarbības?

- Ja šāda runa būtu jāsaka jums, ko par šo tematu jūs gribētu piebilst?

2. AKTIVITĀTE**10 min** ⌚

Sadaliet dalībniekus nelielās grupās līdz 4 cilvēkiem. Katrai no tiem iedaliet vienu no divām problēmsituācijām (tas nekas, ja tās grupām atkārtosies).

Situācijas:

1. Ekrānlaika un pārējās dzīves balanss. Tavs draugs Arvis nodarbību laikā mēdz aizmigt, regulāri nokavē pirmo stundu

/ lekciju, viņam ir pasliktinājušās sekmes. Kad tu viņam jautā, kas ir noticis, Arvis atbild, ka viss ir kārtībā, viņš tikai naktī ilgi skatījis Youtube izaicinājumu video un spēlējis spēles. Ko tu viņam atbildēsi un kā vari viņam palīdzēt?

2. Sapņu darbs – influenceris. Gandrīz trešdaļa Latvijas jauniešu vēlētos kļūt par influenceriem, atklāts iniciatīvas

“Samsung skola nākotnei” un Kultūras ministrijas pētījumā. Jauniešus motivē vēlme sadarboties ar slaveniem zīmoliem, saņemot bezmaksas produktus un dāvanas, kā arī iespēja dalīties ar savu viedokli. Tava draudzene Elīna plāno atteik-

ties no klavierspēles nodarbībām, lai brīvajā laikā vairāk nodotos vizuāli pievilcīgu fotogrāfiju radīšanai, kurās redzama lietojot kādus produktus, lai gan viņai neviens sadarbības piedāvājums vēl nav bijis. Ko tu viņai teiksi?



TURN OFF YOUR AUTOPILOT

Dodiet grupām 5 minūtes pārrunāt iespējamo atbildi un rīcības variantus. Pēc tam par katru situāciju (vispirms par vienu, pēc tam – par otru) aiciniet grupu pārstāvjus piedāvāt iespējamās atbildes (pēc brīvprātības principa). Uz piedāvātajām situācijām nav vienas pareizas atbildes, tās ir domātas dalībnieku domāšanas rosināšanai un izpratnes veicināšanai par to, ka mediju ietekme var izpausties ikdienišķās situācijās (lai gan sākotnēji var nebūt acīmredzamas tiešas saistības) un var veicināt pieņemt kādus dzīves lēmumus, tostarp, iespējams, nepamatotus. Pirmajā situācijā palīdzība draugam, iespējams, būtu empātiska saruna par to, vai intensīvs mediju lietojums nakts stundās nav jau kļuvis

par atkarību un rosinājums par šo tematu aprunāties, piemēram, ar skolas psihologu vai meklēt palīdzību pie ģimenes ārsta, jo naktsmiera stundas ir ļoti svarīgas labai pašsajūtai un arī veselībai. Otrajā situācijā viens no iespējamiem ieteikumiem varētu būt kārtīgi apsvērt šo lēmumu un mēģināt sākumā savienot abas nodarbes (ja interesē arī klavierspēle), jo nav garantijas, ka visi, kas vēlas kļūt par influenceriem, par tādiem kļūst un ar to pelna naudu. Tāpat ir arī nepieciešams laiks, lai attīstītu foto un video veidošanas talantu (un saprastu, vai tāds piemīt), lai sadarbības partneriem varētu nodrošināt vizuāli pievilcīgu viņu produktu / pakalpojumu parādīšanu auditorijai.

SECINĀJUMI

Mediji un sociālie mediji var atstāt iespaidu uz mūsu pašsajūtu divējādi – pirmkārt, fiziskā veidā. Piemēram, ir savilkti kakla muskuļi, apsārtušas acis no saspringtas un ilgstošas lūkošanās ekrānā, var būt traucēts miega režīms un attiecīgi – grūtības pamosties. Saturs, ko patērējam, var būt tik saistošs, ka ziedojam miega stundas, ar sevi mēģinot vienoties, ka iesim gulēt, kad, piemēram, sagaidīsim nākamos desmit “patīk” novērtējumus savam vakarā publicētajam pašattēlam (selfijam). Otrkārt, sākotnēji nemanāmāks, taču laika gaitā arvien izteiktāks var būt mediju iespaids uz mūsu stresa,

trauksmes līmeni, pašapziņu, apmierinātību ar dzīvi. Tas nenozīmē, ka no medijiem un sociālajiem medijiem ir jāatsakās. Ir tikai jāpatur prātā, ka nevis mēs esam sociālo mediju un viedtelefona kontrolē, bet tieši otrādi – varam noteikt sociālo mediju lietošanas laiku, saturu, ko patērējam un to, cik lielu nozīmi tam piešķiram mūsu pašvērtības noteikšanai. Ja jūtam, ka paši vairs nevaram kontrolēt mediju un viedierīču ietekmi (vai tādas grūtības ir mūsu tuvajiem cilvēkiem), ir speciālisti (psihologi, psihoterapeiti), kas var palīdzēt! Nav jākaunas pie tiem vērsties labākas pašsajūtas atgūšanai.

3. daļa. Cīņa pret dezinformāciju. D. Kopsavilkums

1. NODARBĪBA. NĀKOTNE: JŪS RĀDĀT CEĻU

NODARBĪBAS MĒRĶI

Dalībnieki:

- Iegūsiet priekšstatu, kā nepatiesas informācijas veidotāji izmanto jaunākās tehnoloģijas
- Pārliecināsies, ka šajā kursā viņi ir apguvuši paradumus, kas viņus pasargās no lielas daļas nepatiesas informācijas un palīdzēs viņiem adaptēties līdz ar informācijas ekosistēmas attīstību
- Izmantos praksē to, ko ir apguvuši šajā kursā, un apdomās savu mediju lietojumu un ieradumus sociālajos medijos dalīties ar informāciju

MATERIĀLI

- Pildspalvas un papīrs prāta vētras procesam
- Projektors un dators piemēru demonstrēšanai
- Darba lapa "Padomā, pirms dalies ar informāciju internetā"

NEPIECIEŠAMĀS LAIKS

45 min ⌚

Trenera sagatavošanās

Uzstādi datoru un ekrānu (projektoru), ja tiek izmantoti prezentācijas slaidi.

NODARBĪBAS NORISE

levads

5 min ⌚

Šajā nodarbībā aplūkosim dažus jaunus veidus, kā cilvēki izplata neprecīzu vai pilnībā nepatiesu informāciju. Jauni nepatiesas informācijas veidi var šķist uztraucoši, tomēr šajā kursā jūs esat apguvuši prasmes, kuras izmantot jaunās un izaicinošās situāci-

jās, patērējot mediju saturu. Nodarības otrajā daļā apkoposim visu, ko esam iemācījušies – jūs tagad zināt, kā izvērtēt saturu un kā pēc tam rīkoties. Ar reālu piemēru palīdzību trenēsimies šīs zināšanas un prasmes izmantot praksē.

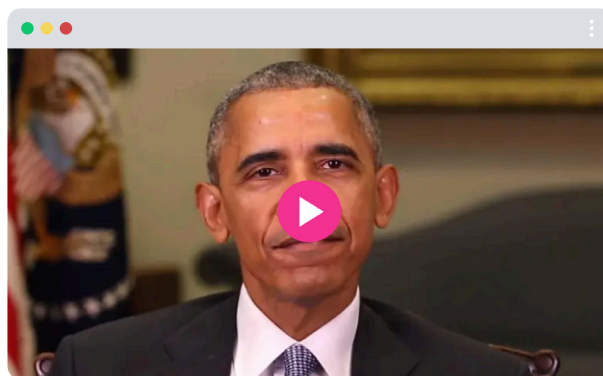
IESILDĪŠANĀS

5 min ⌚

Skatieties šo video, bet apstājieties pie laika atzīmes 0:30:

<https://www.buzzfeednews.com/article/davidmack/obama-fake-news-jordan-peepe-psy-video-buzzfeed#.muLPYV1ym>

BRĪDINĀJUMS: video skan rupja valoda.



Jautājumi

- Vai kaut kas šajā video šķiet neparasts? Kas un kāpēc?

Noskatieties video līdz beigām.**TĒZES**

5 min.

Persona, kas runāja video, nav ASV kādreizējais prezidents Baraks Obama. Tas bija komiķis Džordans Pīls (Jordan Peele). Šis bija viens no piemēriem, kā var tikt radīta nepatiesa informācija, izmantojot tehnoloģiskos sasniegumus un mākslīgo intelektu. Šāda video izveide digitālo mediju kompānijai "BuzzFeed" prasīja kādu laiku, taču rīki, ko viņi izmantoja, ir pieejami publiski. Šāda

veida video saturu sauc par dziļvilttojumiem (deepfake), un ir pieejami arī viltus audio, kas tiek izplatīti, piemēram, Whatsapp vidē. Pastāv uzskats, ka, iespējams, viens no nākamajiem dezinformācijas laukiem varētu būt virtuālā realitāte (piemēram, kā spēle "Pokemon Go"), kurā izmantota reālo un virtuālo attēlu sapludināšana.

Jautājumi

- Ņemot vērā to, ko esam apguvuši, kāda būtu atbilstošākā reakcija, ieraugot šādus jaunus viltus informācijas veidus?
- Kā šī video noskatīšanās lika jums justies? Kā jūs domājat – vai jums ir pietiekamas prasmes, ko šajā kursā esat apguvuši nepatiesas informācijas atpazīšanai? Ko jūs varat darīt, lai sagatavotu sevi dažādām tehnoloģiju izmaiņām?

TĒZES

Cerams, jūs jūtaties pietiekami pārliecināti par prasmēm atpazīt dezinformāciju un pārbaudīt to pirms pārsūtīšanas sociālajos medijos. Tas ir skaidrs – tehnoloģijas turpinās attīstīties. Bet tagad jūs esat veselīgu informācijas lietošanas paradumu vēstnieki un

varat palīdzēt citiem apgūt medijpratību. Jūs zināt, kā nepakļauties informācijas emocionālai manipulācijai, izmantojot pieeju "nosauc vārdā savas emocijas, lai tās atpazītu". Jūs arī zināt par jauniem dezinformācijas veidiem.

1. AKTIVITĀTE

15 min ⌚

Prāta vētras veidā apspriediet dažādas taktikas un resursus, kurus dalībnieki varētu izmantot, sastopoties ar jaunām nepatiesas informācijas formām. Ja pašiem dalībniekiem idejas nerodas, piedāvāriet vienu vai vairākus uzvedinošus jautājumus.

1. Jūs dzirdat audio failu, kuru draugs ir atsūtījis Whatsapp lietotnē. Ierakstā populāra slavenība atzīst, ka ir krāpis savu draudzeni. Ko jūs darītu?
2. Jūs redzat video, par kuru apgalvots, ka tajā redzams poli

1. cists, kurš šauj uz neapbruņotu cilvēku. Ko jūs darītu?
2. Jūs savā viedtelefonā spēlējat virtuālās realitātes spēli ar vēsturisku tematiku. Kad jūs, izmantojot telefona kameru,

skatāties uz skolu netālu no savas mājas, ekrānā parādās uzraksts, ka šajā vietā notika viena no nozīmīgākajām Latvijas brīvības cīņu kaujām. Vai tā ir patiesība?



TĒZES



Svarīgākais, kas jāatceras, sastopoties ar līdzīgām situācijām kā augstāk minētajos piemēros, ir kritiskā domāšana. Divas no taktikām, kuras esam apguvuši šī kursa laikā:

“Nosauc vārdā savas emocijas, lai tās atpazītu”

1. **Pauze:** vērsiet galvu prom no ekrāna.
2. **Jautājiet:** ko es jūtu?
3. **Sakiet:** nosauciet vārdā emociju, ko jūtat.

Daži ieteikumi augstāk minētajiem specifiskiem gadījumiem.

Audio fails Whatsapp lietotnē – atceries, ka mūsdienās arī audio ierakstus ir ļoti viegli viltot. Ja tā ir ārzemju slavenība, pārbaudi informāciju kādā faktu pārbaudītāju organizācijā, piemēram, “Gossip Cop”. Noteikti pārbaudi, vai par šo raksta kāda ziņu organizācija, kas strādā, ievērojot žurnālistikas profesionālos standartus.

1. Otrs gadījums ar video redzamo policistu – arī šoreiz var sākt ar informācijas meklēšanu kādā faktu pārbaudītāju organizācijas mājaslapā vai uzticamā ziņu portālā. Policijas veiktās apšaudes parasti tiek plaši iztirzātas. Varat arī mēģināt iegūt video ekrānšāviņus un pārbaudīt ar reverse attēlu meklēšanas palīdzību (reverse image search), lai



Un otra “Padomā, pirms dalies ar informāciju internetā”

1. Nosauc vārdā savas emocijas, lai tās atpazītu
2. Uzņemies atbildību. Zini, ka tu esi informācijas vārtu sargātājs. Neizplati nepatiesu informāciju!
3. Atzīsti, ja kaut ko nezini.
4. Ja Tev ir laiks, pārbaudi informāciju! Dari to, kas tavos spēkos, lai pārbaudītu informāciju.
5. Ja joprojām neesi pārliecināts, ka tā ir patiesība, nedalies ar to sociālajos medijos.

pārliecinātos, vai tiešām šis video ir jauns un nav pirmoreiz publicēts, piemēram, 2012.gadā. Visbeidzot, varat instalēt spraudni InVid, kas atklās, kad Youtube video ir ticis augšupielādēts. Skaties turpmākās instrukcijas nodarbībā 3B2.

2. Piemērs ar brīvības cīņu vietu – jums ir nepieciešams atrast pierādījumus kādā uzticamā avotā. Pats vienkāršākais - tā var būt pilsētas vai novada, vai vietējā muzeja mājaslapas vēstures sadaļa, kurā, ja būtu noticis šāds notikums, visticamāk, būtu atrodamas kādas ziņas par to. Tāpat var apskatīt Latvijas Nacionālajā enciklopēdijā šķirklī “Latvijas Neatkarības karš”, interesēties bibliotēkā par grāmatām un pētījumiem saistībā ar šo Latvijas vēstures periodu.

Jautājumi

- Kā jūs jūtaties par savām prasmēm atpazīt dezinformāciju un manipulāciju? Ko jūs teiktu draugiem vai ģimenes locekļiem, kas neļūtas droši savās prasmēs noteikt, kura informācija ir fakts un kura – maldinoša vai izdomāta? Kura varētu būt tā viena vienkāršā prasme, kuru esat apguvuši un kuru iemācītu vēl kādam citam?

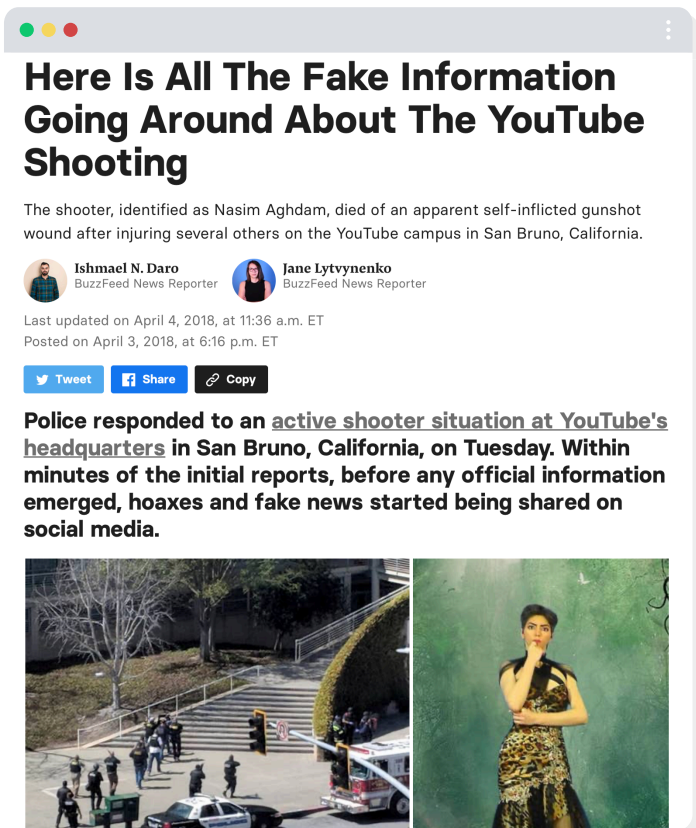
2. AKTIVITĀTE

20 min

Aplūkojiet rakstā A minētos dezinformācijas piemērus auditorijā visi vienlaikus. Jautājiet dalībniekiem, kādus soļus tie veiktu katra piemēra izvērtēšanai un kā izlemtu turpmāko rīcību. Pēc tam apskatiet arī rakstu B.

Raksts A:

<https://www.buzzfeednews.com/article/ishmaeldaro/roundup-of-misinformation-on-youtube-shooting#.mppm0p-Z9P>



Here Is All The Fake Information Going Around About The YouTube Shooting

The shooter, identified as Nasim Aghdam, died of an apparent self-inflicted gunshot wound after injuring several others on the YouTube campus in San Bruno, California.

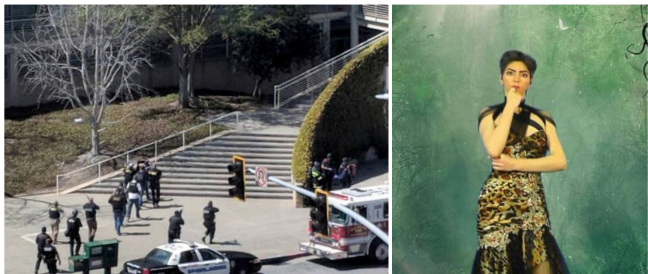
Ishmael N. Daro
BuzzFeed News Reporter

Jane Lytvynenko
BuzzFeed News Reporter

Last updated on April 4, 2018, at 11:36 a.m. ET
Posted on April 3, 2018, at 6:16 p.m. ET

Tweet Share Copy

Police responded to an active shooter situation at YouTube's headquarters in San Bruno, California, on Tuesday. Within minutes of the initial reports, before any official information emerged, hoaxes and fake news started being shared on social media.



headquarters in California is woman wearing headscarf

APR 3, 2018 5:35 PM BY ROBERT SPENCER

SECOND UPDATE: KGO has removed the detail that the shooter was wearing a headscarf from [its report](#), without explanation.

UPDATE: [The shooter has reportedly killed herself](#), making this unlikely to be a jihad attack: jihadis generally do not turn their guns upon themselves after they've shot Infidels.

A jihad attack? There is no way to tell at this point, but the headscarf is an interesting detail. The establishment media will no doubt soon inundate us with photos of "right-wing extremist" women wearing headscarves.

"WATCH LIVE: Active shooting underway at YouTube in San Bruno," [KGO](#), April 3, 2018:

" SAN BRUNO, Calif. (KGO) — Several people have reportedly been injured and rushed to Bay Area hospitals after an active shooting situation at YouTube's San Bruno headquarters Tuesday afternoon.

Raksts B:

<https://web.archive.org/web/20180713143431/https://www.jihadwatch.org/2018/04/active-shooter-at-youtube-headquarters-in-california-is-woman-wearing-headscarf>

TĒZES

Dalībnieki, iespējams, piedāvās iepriekšējās nodarbībās un iepriekšējā aktivitātē apgūtās taktikas:

“Nosauc vārdā savas emocijas, lai tās atpazītu”

1. **Pauze:** vērsiet galvu prom no ekrāna.
2. **Jautājiet:** ko es jūtu?
3. **Sakiet:** nosauciet vārdā emociju, ko jūtat.

Kāda veida saturs tas ir – informācija vai pārliecināšana?

Stereotipu un aizspriedumu atpazīšana – vai šajā saturā ir vērojama, iespējams, neapzināta cilvēkiem jau piemītošo aizspriedumu veicināšana?

Satura izvērtēšanas veidi:

1. Pārbaudiet datumu
2. Dodieties uz oriģinālo avotu
3. Izvērtējiet žurnālistikas standartus
4. Pārbaudiet informācijas avotus un citātus
5. Pārbaudiet argumentus un pamatojumu
6. Pārliecinieties, ko par šo tematu raksta fakti pārbaudītāju organizācijas.

Foto pārbaude: Varat izmantot reverso attēlu meklēšanu (reverse image search). Pārliecinieties, vai foto nav izmainīti, attiecināti uz citu, nesaisītu notikumu.

Un otra taktika “Padomā, pirms dalies ar informāciju internetā”

1. Nosauc vārdā savas emocijas, lai tās atpazītu!
2. Uzņemies atbildību. Zini, ka tu esi informācijas vārtu sargātājs. Neizplati nepatiesu informāciju!
3. Atzīsti, ja kaut ko nezini.
4. Ja Tev ir laiks, pārbaudi informāciju! Dari to, kas tavos spēkos, lai pārbaudītu informāciju.
5. Ja joprojām neesi pārliecināts, ka tā ir patiesība, nedalies ar to sociālajos medijos.

Izdaliet dalībniekiem darba lapu “Padomā, pirms dalies ar informāciju” un to kopīgi apspriediet. Jautājiet: ko jūs darītu katrā solī?

Ļaujiet dalībniekiem piedāvāt dažas idejas.

SOĻI	KO UN KĀ ES VARĒTU DARĪT
Nosauc vārdā savas emocijas, lai tās atpazītu	
Uzņemies atbildību. Zini, ka tu esi informācijas vārtu sargātājs. Neizplati nepatiesu informāciju!	
Kāds ir pētījumā iekļauto cilvēku skaits?	
Atzīsti, ja kaut ko nezini.	
Ja Tev ir laiks, pārbaudi informāciju! Dari to, kas tavos spēkos, lai pārbaudītu informāciju.	
Ja joprojām neesi pārliecināts, ka tā ir patiesība, nedalies ar to sociālajos medijos.	

3. AKTIVITĀTE

10 min



Tagad jautājiet dalībniekiem uzrakstīt dažus teikumus (var arī uzskaitījuma veidā), pabeidzot šādus apgalvojumus:

- “Par saviem kādreizējiem paradumiem informācijas patērēšanā un daloties ar to sociālajos medijos esmu sapratusi/sapratis, ka”

Jautājumi

- Vai pārņemsiet kādas idejas, kuras ir piedāvājuši jūsu grupas biedri? Kas attiecībā uz šiem diviem apgalvojumiem ir viegli izdarāms un kas – grūti? Kā grūtākos soļus varētu padarīt

- “Turpmāk es reaģēšu uz informāciju un ar to dalīšos citādi, jo es...”

Pēc tam lūdziet dalībniekiem brīvprātīgi dalīties ar savām atbildēm.

vieglākus, vienkāršākus?

- Vai pēc šīs sarunas varat nosaukt vienu lietu, ko jūs tagad darīsiet citādāk?

Sarīkojiet īsu prāta vētru, kā varētu praktiskā veidā jaunās zināšanas un prasmes likt lietā (lai tās neaizmirstos). Piemēram, pie datora var pielikt līmlapīņu ar apgūto taktiku “Nosauc vārdā savas emocijas, lai tās atpazītu” vai “Padomā, pirms dalies ar informāciju internetā” soļiem.

SECINĀJUMI

5 min.

Mūsu katra spēkos ir noteikt, kādus medijus patērējam un ar kādu saturu dalāmies sociālajos medijos. Izdarot pārdomātus un pamatotus lēmumus par informācijas lietošanu, kļūstam medijpratīgāki un pārliecināmies, ka patērējam, atbalstām un dalāmies ar kvalitatīvu, uzticamu mediju saturu. Jums ir prasmes un zināšanas rūpīgāk izvērtēt informāciju, ar ko ik dienu sastopaties.

Atgādiniet dalībniekiem, ka viņi ir medijpratības nākotne. Un tagad viņiem ne tikai pašiem ir prasmes un zināšanas mediju satura izvērtēšanā, bet viņi var arī tās likt lietā, kļūstot par informācijpratības, medijpratības vēstniekiem un izglītojot citus. Tas nenozīmē, ka šai ceļā ir jādodas vieniem – mēs esam jau krietns skaits ar tiem, kuri varam stiprināt medijpratību mūsu sabiedrībā.



