



Kultūras ministrija

Kā Tu lieto MEDIJUS?

VĀRDNĪCA

Medijpratība -

cilvēka prasme lietot medijus, meklēt un analizēt informāciju, kritiski izvērtēt mediju vēstījumus un piedalīties mediju satura veidošanā.

Viltus ziņas -

apzināti izplatīta nepatiesa vai ļoti sagrozīta informācija, visbiežāk, lai sasniegtu kādu politisku mērķi, biznesa intereses (piemēram, savāktu vairāk klikšķu rakstam internetā) vai īslaicīgu popularitāti. Viltus ziņas nav jauns fenomens, tās izmantotas jau pirms gadsimtiem, piemēram, lai manipulētu par kara sākšanas iemeslu. Taču mūsdienās sociālo mediju popularitāte ļauj šīm ziņām izplatīties daudz ātrāk un plašāk.

Vai Tu skaties televīziju, klausies radio, lasi avīzes un žurnālus?

Jā Nē

Vai Tu esi meklējis/-usi informāciju internetā?

Jā Nē

Vai Tu lieto vismaz vienu sociālo tīklu mediju internetā?

Jā Nē

Vai Tu esi kādreiz noticējis/-usi baumām?

Jā Nē

Ja vismaz uz vienu jautājumu atbildēji ar „jā”, pievērs uzmanību:

Vai visa informācija, ko dzirdam, redzam vai izlasām, ir uzticama? Diemžēl nē. Informācija ir ierocis, kas var tikt izmantota gan cīņā par cilvēku makiem (par ko tērēsim naudu), gan par cilvēku prātiem, vēloties ietekmēt mūsu domas, uzskatus, vērtības un rīcību.

KVALITĀTĪVAM MEDIJAM IR:

- redakcionālā atbildība;
- ētikas kodekss;
- augsti profesionālie žurnālistikas standarti.

Taču mūsdienās tiek veidotas interneta vietnes, kas izskatās kā mediji, tomēr tādas nav.

Vai zināji, ka dažkārt šādos medijiem līdzīgos interneta portālos publicētā informācija tiek izdomāta vai veidota, pamatojoties uz baumām?

Ir attīstījies pat tāds viltus ziņu veids kā pseidozinātne. Tās noliedz visus līdzšinējos pētījumus un piedāvā kādus maģiskus brīnumlīdzekļus veselības kaitēm, skaistuma uzlabošanai.

Lai arī izklausās vilinoši, vispirms rūpīgi jāpārlicinās, vai ieteikums ir pamatots. Varbūt tas ir izdomāts, kā, piemēram, šis raksts.

LAI NEIEKRISTU INFORMĀCIJAS LAMATĀS, PIEVĒRS UZMANĪBU:

- Medijam – vai tas šķiet uzticams? Vai tam ir norādīta redakcija, raksta/sižeta autors/e?
- Argumentiem – vai tiek izmantoti racionāli argumenti vai arī tikai emocijas, raisītas bailes?
- Reklāmas solījumiem – vai tie ir reāli? Vai ir iespējams apgūt svešvalodu vienā dienā un notievēt par 30 kg nedēļas laikā?
- Vai attēls, kas tiek uzdots kā aculiecinieka redzētais no negadījuma vietas, patiesībā nav fragments no mākslas filmas vai cita notikuma?
- Vai attēls / video nostiprina aizspriedumus par kādu sabiedrības grupu – sievietēm, vīriešiem, noteiktas tautības cilvēkiem?

Vēlies uzlabot savu vielmaiņu? Sāc lietot džinu!

Ja Tu vēlies veicināt vielmaiņu, sāc patērēt džinu.

ZEE Zee mediji

Informācija atjaunota 16 aprīlī, 2017, 15:18

Komentāri |



Londona: ja tu vēlies veicināt vielmaiņu, sāc patērēt džinu. Jaunā pētījumā ir atklāts, ka džins palielina organisma spējas sadedzināt kalorijas stundas ilgumā pēc dzēriena lietošanas.

Pētnieki no Siguldas Universitātes Latvijā norāda, ka džins ir radīts no kadiķu ogām, kas ir bagātas ar antioksidantiem un sekmē vielmaiņu. Pelēm, kurām tika dotas regulāras šī alkoholiskā dzēriena devas, tika novērota vielmaiņas paātrināšanās par 17 procentiem.

Džins ir alkoholiskais dzēriens ar vienu no zemākajām enerģētiskajām vērtībām – tikai 97 kalorijas vienā glāzē.

Tagi: Veselība Džins Vielmaiņa Kalorijas Dzēriens Siguldas Universitāte

Mums katram ir savi mediju lietošanas un informācijas izvērtēšanas paradumi.

KĀDI IR TAVI?

ANDRIS (37): „Esmu ļoti aizņemts, tāpēc avīzēs vai interneta portālos izlasu tikai virsrakstus un esmu par visu informēts.”

Andri, no virsrakstiem uzzinām tikai īsus satura fragmentus. To, ko redakcija ir izvēlējusies kā svarīgāko vai uzmanību saistošāko. Zinām, ka kaut kas ir noticis, bet – kā un kāpēc? Kādas būs sekas? Turklāt, dažkārt virsraksts tiek pārspīlēts vai parāda tikai vienpusēju ainu – tikai vienu no pārstāvētajiem viedokļiem vai notikuma aspektiem. Tāpēc, ja tēma interesē, izlasi rakstu līdz beigām. Iespējams, ka situācija nav tik dramatiska vai notikums – sensacionāls, kā var šķist pēc virsraksta.

ELĪNA (16): „Rakstot var daudz ko pārspīlēt, nepateikt. Savām acīm gan var ticēt, tāpēc domāju, ka video ir uzticamāki.”

Elīna, arī video vai attēls var paust spēcīgu vēstījumu un manipulēt ar Tavām emocijām, Tev to pat neapziņoties. To var panākt, papildinot sižetu ar dramatisku fona mūziku, izvēloties noteiktu filmēšanas leņķi vai, piemēram, kādu cilvēku filmējot ar „drebošu” kameru, lai radītu nepatīkamu iespaidu. Ar montāžas programmu palīdzību video var tikt iekļauts citāts, ko intervētais ir teicis pavisam citā kontekstā vai sarunā. Tāpēc kritiski izvērtē arī televīzijas un radio sižetus, un jo sevišķi – video Youtube vidē!

ANNA (62): „Esmu labsirdīga un, lai gan man nav daudz naudas, vēlos palīdzēt nelaimē nonākušajiem. Tāpēc Facebook labprāt dalos ar ziņām, kurās ir lūgums ziedot vai aicinājums palīdzēt atrast pazudušu kaķīti.”

Anna, tas, ka neesi vienaldzīga, ir apsveicami. Tomēr, lai neizplatītu ziņu, kas vairs nav aktuāla, apskaties oriģinālo ieraksta datumu pat tad, ja kāds draugs ar šo ierakstu tikko dalījās. Varbūt kaķis jau sveiks un vesels ir mājās! Savukārt, lai savu ziedojumu nepārskaitītu krāpniekam, izpēti lūdzēja izveidoto profilu un rūpīgi izvērtē, vai šis cilvēks varētu būt īsts. Krāpnieki mēdz izveidot viltus profilus, izmantojot reāla cilvēka attēlu, kurš par to var arī neko nezināt.

DĀVIS (25): „Ceru, ka arī man paveiksies interneta izlozēs. Lasīju komentāros, ka kāds tā vinnējis stilīgu telefonu, cits – ceļojumu uz Ameriku. Sociālajos medijos tikai jāpārsūta citiem ieraksts par akciju un jāgaida rezultāti.”

Dāvi, ne vienmēr sociālajos medijos izplatītās izlozes patiesi notiek, it īpaši, ja tiek solīta ļoti dārga balva. Dažkārt to mērķis ir vien piesaistīt uzmanību vai iegūt informāciju par Tevi. Pirms izmēģini veiksmi, pārliecinies, ka izlozes organizētājs ir īsts uzņēmums, nevis izveidots viltus profils.