LV

> MEDIA LAB

ROSINOŠIE TRENERI

Metodiskais materiāls medijpratības treneriem

teorija + spēles metodes

01

New East Culture Institute
For new education, engaged citizens and positive change

Saturs

Medijpratības nozīme un loma mūsdienu pasaulē **04**

Kas ir medijpratība un kāpēc tā ir nepieciešama? **06**

Teorētiskais pamats medijpratībai **09**

Mediju loma sabiedrībā **10**

Mūsdienu mediju telpas izaicinājumi **11**

Kādus prasmju un kompetenču veidus attīsta medijpratība? **12**

Terminoloģijas apguve **17**

Medijpratības bingo **20**

Mediji un masu informācijas līdzekļi **32**

6 satura veidi **37**

Skatupunktu spektrs **40**

Viedokļu termometrs **44**

Informācijas burbulis **49**

Informācijas tīkls **51**

Eksperta pārbaude **55**

Aktivitāte - Uzmanību. Gatavību. Starts. **58**

Emocijas kā lēmumu pieņemšanas faktors **62**

Antidiskriminācijas kartītes **67**

Forum-teātris **96**

Sociāli emocionālās kompetences **101**

Noslēguma vārdi iedvesmojošiem treneriem **105**

Medijpratības nozīme un loma mūsdienu pasaulē

Mūsdienu pasaulē, kur informācija izplatās zibenīgi, medijpratība kļūst par nepieciešamu prasmi ikvienam. Tā nav tikai spēja lasīt ziņas vai skatīties televīzijas programmas – tā ir prasme kritiski izvērtēt informāciju, saprast, kas to veido, ar kādu mērķi un kādas sekas tā var radīt. Medijpratība palīdz cilvēkiem neiekrist manipulāciju un viltus ziņu slazdos, kā arī aizsargā pret propagandas un dezinformācijas ietekmi.

Eiropā un Baltijas reģiona valstīs, īpaši Latvijā, Lietuvā un Igaunijā, medijpratībai ir vēl lielāka nozīme. Reģions ir pakļauts pastāvīgam ārējam spiedienam no tādām valstīm kā Krievija, Baltkrievija un Ķīna, kuras aktīvi izmanto medijus propagandas un manipulāciju izplatīšanai. Šīs valstis cenšas ietekmēt sabiedrisko domu, graut uzticību vietējām institūcijām un sēt šķelšanos sabiedrībā. Šādos apstākļos medijpratība kļūst par vairogu, kas palīdz cilvēkiem labāk orientēties informācijas telpā – gan internetā, sociālajos tīklos, gan tradicionālajos medijos.

Mēs, **New East**, redzam medijpratības attīstību kā svarīgu noturības veidošanas elementu vietējām kopienām. Mūsu mērķis ir palīdzēt ikvienam cilvēkam Baltijas reģionā attīstīt kritiskās domāšanas un informācijas analīzes prasmes, lai viņi spētu pieņemt pārdomātākus lēmumus. Tas ir īpaši nozīmīgi tām iedzīvotāju grupām, kuras bieži paliek ārpus uzmanības loka, piemēram, senioriem, lauku iedzīvotājiem un neaizsargātām kopienām. Medijpratības attīstīšana visos sabiedrības segmentos veidos noturīgāku, informētāku un saliedētāku sabiedrību, kas spēj pretoties dezinformācijai un ārējiem draudiem.

Mūsu mācību materiālā mēs piedāvājam pārskatīt medijpratību no dažādiem skatpunktiem, ar kuriem jūs sastopaties savā darbības jomā. Piemēram, veselības aprūpes jomā nav iespējams efektīvi izglītot, neiedziļinoties mītos un neanalizējot dezinformācijas piemērus, kas saistīti ar vakcināciju, ārstēšanu vai veselīgu dzīvesveidu. Kultūras jomā jūs bieži saskaraties ar dažādiem naratīviem, no kuriem daudzi var būt piemēri maldinošai vai kaitīgai informācijai, kas sagrozītas ar nolūku manipulēt sabiedrību (**malinformation**). Pat uzņēmējdarbībā un finanšu pratībā, kur mūsdienās plaukst dažādas krāpnieciskas shēmas, ir svarīgi attīstīt prasmi kritiski analizēt saturu, lai pasargātu cilvēkus no maldināšanas un finansiāliem zaudējumiem.

Mēs tiecamies piedāvāt universālus materiālus, kas palīdzēs attīstīt medijpratību un kritisko domāšanu visdažādākajos kontekstos. Neatkarīgi no tā, vai strādājat ar jauniešiem, pieaugušajiem vai senioriem, mūsu resursi palīdzēs efektīvāk mācīt medijpratību un pielietot šīs zināšanas konkrētās jomās — veselībā, kultūrā, uzņēmējdarbībā vai sabiedriskajā darbībā.

Viss, ar ko dalīsimies šajos materiālos, ir vienkārši un efektīvi instrumenti, kas pārbaudīti praksē. Mēs strādājam medijpratības jomā vairāk nekā 8 gadus, un šajā laikā esam izmēģinājuši daudz metožu. Šeit apkopotas tās, kas izrādījušās interesantākās, saistošākās vai vienkārši saprotamākās, lai jūs varētu tās izmantot savā darbā. Mēs ticam, ka pieejamība ir atslēga veiksmīgam un aizraujošam mācīšanās procesam.

Īpašu uzmanību mēs pievēršam spēļu formātam, kas kļuvis par vienu no spēcīgākajiem instrumentiem dažādu auditoriju iesaistīšanai, īpaši tām, kuras ir vairāk pakļautas dezinformācijai. Spēles palīdz noturēt uzmanību un interesi gan jauniešiem, gan senioriem. Tāpēc mūsu materiālā nebūs sarežģītu teoriju — tā vietā jūs atradīsiet maksimāli vienkāršas un saprotamas formas, kuras viegli pielāgot darbam jūsu kopienās.

Medijpratība ir ilgtermiņa prasme, kas ne tikai palīdz atšķirt patiesību no meliem, bet arī māca aktīvi iesaistīties sabiedriskajā dzīvē, radot drošāku informācijas telpu visiem.

Kas ir medijpratība un kāpēc tā ir nepieciešama?

Medijpratība ir spēja kritiski uztvert, analizēt un novērtēt informāciju, ko saņemam no dažādiem medijiem: interneta, televīzijas, sociālajiem tīkliem, avīzēm un citiem avotiem. Tā ietver izpratni par to, kā informācija tiek radīta, kas to rada, ar kādu mērķi un spēju atšķirt uzticamus datus no nepatiesiem vai manipulējošiem. Medijpratība palīdz orientēties sarežģītajā informācijas pasaulē, kas pārpildīta ar datiem, kuri ne vienmēr ir patiesi.

Kāpēc tā ir vajadzīga?
Mūsdienās, kad informācija izplatās acumirklī un ir pieejama ikvienam, medijpratība kļūst par vienu no svarīgākajām prasmēm. Internetā un sociālajos tīklos var viegli sastapties ar viltus ziņām, dezinformāciju un propagandu, kas var manipulēt ar cilvēku uzskatiem un ietekmēt viņu lēmumus. Bez kritiskās domāšanas un mediju satura analīzes prasmēm mēs riskējam kļūt par dezinformācijas upuriem, kas var novest pie nepareiziem secinājumiem un rīcības.

Medijpratība ir svarīga dažādās dzīves jomās

Lēmumu pieņemšanai	Būt medijpratīgam nozīmē spēt pieņemt pamatotus un apzinātus lēmumus, balstoties uz pārbaudītu informāciju. Tas attiecas gan uz personīgiem, gan sabiedriskiem jautājumiem — no veselības līdz politikai.
Aizsardzībai pret manipulācijām	Medijpratība palīdz atpazīt propagandu, viltus ziņas un manipulācijas, kuru mērķis var būt sagrozīt realitāti vai veicināt slēptus interešu mērķus.
Sabiedrības iesaistei	Demokrātiskā sabiedrībā ir būtiski, lai iedzīvotāji spētu analizēt mediju saturu, kritiski izvērtēt ziņas un piedalīties sabiedriskajās diskusijās. Tas stiprina demokrātiju un pasargā sabiedrību no autoritārisma draudiem.
Pašaizsardzībai internetā	Sociālie tīkli un digitālās platformas bieži vien ir kiberuzbrukumu, krāpniecības un dezinformācijas avoti. Medijpratība palīdz atpazīt aizdomīgu saturu un pārbaudīt avotus, tādējādi pasargājot sevi no šiem draudiem.

Medijpratības nozīme sabiedrībā

Medijpratībai ir ne tikai personiska, bet arī globāla nozīme. Tā palīdz veidot noturību (**resilience**) sabiedrībā, stiprinot tās spēju pretoties ārējām un iekšējām informācijas draudiem. Mūsdienās propaganda bieži tiek izmantota kā instruments sabiedrības šķelšanai, etniskā naida veicināšanai, ksenofobijas un radikalizācijas izplatīšanai. Medijpratības prasmes spēlē būtisku lomu šo procesu ierobežošanā, palīdzot cilvēkiem atpazīt manipulācijas un veidot objektīvāku un kritiskāku informācijas uztveri.

Medijpratības attīstīšana nav tikai individuālas drošības jautājums, bet arī **sociāla nepieciešamība**. Kad sabiedrība spēj kritiski novērtēt informāciju, tā kļūst mazāk ievainojama propagandai, dezinformācijai un naidīgiem naratīviem. Tas savukārt palīdz uzturēt sociālo vienotību, novērst konfliktus un aizsargāt demokrātiskās vērtības. Tas ir īpaši svarīgi globālu krīžu laikā, piemēram, Ukrainas kara vai konflikta Izraēlā gadījumā, kur informatīvie kari papildina reālās militārās darbības, pastiprinot polarizāciju un bailes.

Šo izaicinājumu kontekstā īpaša uzmanība jāpievērš kritiskās domāšanas un medijpratības programmām vidēja un vecāka gada gājuma cilvēkiem, kā arī senioriem. Šīs auditorijas bieži ir īpaši ievainojamas propagandas un dezinformācijas priekšā, tāpēc tās kļūst par galveno mērķi izglītojošām iniciatīvām. Medijpratības attīstība šajās grupās ne tikai uzlabo viņu spēju orientēties informācijas telpā, bet arī veicina noturīgākas un saliedētākas sabiedrības veidošanos.

Medijpratība kā dzīves nepieciešamība

Tādējādi medijpratība nav tikai prasme — tā ir neatņemama mūsdienu dzīves sastāvdaļa. Tā palīdz mums labāk saprast apkārtējo pasauli, aizsargāt sevi un pieņemt pārdomātākus lēmumus, vienlaikus veidojot drošāku un ilgtspējīgāku informācijas telpu visiem.

Teorētiskais pamats medijpratībai

Galvenās medijpratības koncepcijas

Medijpratība ir cilvēka spēja analizēt un kritiski izvērtēt mediju ziņojumus, izprast, kā un ar kādu nolūku tie tiek veidoti, kā arī spēja pretoties manipulācijām. Tālāk sniegti galvenie termini un jēdzieni, kas palīdzēs izprast medijpratību:

Viltus ziņas (fake news)	Viltus ziņas ir pilnībā vai daļēji nepatiesi paziņojumi, kas izplatīti, lai manipulētu ar sabiedrisko domu vai gūtu kādu labumu. Parasti tās tiek pasniegtas kā uzticami fakti, padarot to atpazīšanu sarežģītu. Viltus ziņas bieži ir sensacionālas, lai izraisītu spēcīgas emocijas lasītājiem.
Dezinformācija (disinformation)	Tā ir apzināta nepatiesas informācijas izplatīšana, lai maldinātu auditoriju. Atšķirībā no viltus ziņām, dezinformācija ir tīša mēģinājuma manipulēt ar cilvēku uztveri, bieži vien ar politiskiem vai ekonomiskiem mērķiem.
Malinformācija (malinformation)	Malinformācija ir patiesa, bet sagrozīta informācija, kas tiek izmantota tādā kontekstā, kur tā var nodarīt kaitējumu vai radīt maldīgu iespaidu. Tā var būt faktu nepilnīga atspoguļošana vai izraušana no konteksta, lai izmainītu notikumu uztveri.
Propaganda	Propaganda ir sistemātiska ideju, uzskatu un informācijas izplatīšana ar mērķi ietekmēt cilvēku viedokļus un mobilizēt tos konkrētu mērķu sasniegšanai. Tā var būt gan pozitīva, gan negatīva, taču bieži vien tiek izmantota politiskai vai sociālai manipulācijai.
Faktu pārbaude (fact-checking)	Faktu pārbaude ir process, kura laikā tiek pārbaudīta informācijas patiesība. Ir svarīgi izprast, kā atšķirt uzticamus avotus un pārbaudīt informāciju no tiem. Faktčekošanas prasmju iekļaušana izglītības programmās palīdz cilvēkiem pašiem izvērtēt informāciju un atšķirt patiesību no meliem.
Nepatiesa informācija (misinformation)	Informācija, kas izplatīta bez tīša nolūka maldināt (piemēram, žurnālistu nejaušas kļūdas vai baumas un tenkas, ko tev pastāsta draugi). Galvenā atšķirība starp nepatiesu informāciju un dezinformāciju ir nolūks. Nepatiesa informācija nav radīta ar mērķi maldināt vai manipulēt, bet tās izplatīšanās var radīt negatīvas sekas, ja cilvēki to uztver kā patiesību.

Mediju loma sabiedrībā

Mediji spēlē nozīmīgu lomu sabiedriskās domas veidošanā. Tie ne tikai informē cilvēkus par aktuāliem notikumiem, bet arī ietekmē pasaules uztveri. Svarīgi saprast, ka mediji var būt gan objektīvas informācijas avots, gan manipulācijas rīks:

Informēšana	Mediji izplata svarīgu informāciju, kas var ietekmēt cilvēku dzīvi (ziņas, analītiskie raksti, reportāžas). Tomēr ne visa informācija, ko saņemam, ir neitrāla – tā vienmēr tiek interpretēta un atspoguļota caur autoru vai redakciju filtru.
Darba kārtības veidošana (agenda-setting)	Mediji bieži nosaka, kuras tēmas sabiedrībai šķiet svarīgas. Piemēram, ja kāds ziņu kanāls pastāvīgi runā par migrāciju, šī tēma kļūst nozīmīgāka skatītājiem. Tas ne vienmēr ir slikti, taču svarīgi saprast, kā mediji ietekmē mūsu viedokli par notikumiem.
Sociālā polarizācija	Tā saucamās "atbalss kameras" (echo chambers) sociālajos tīklos veido situāciju, kur cilvēki saņem informāciju tikai no avotiem, kas atbalsta viņu esošos uzskatus. Tas var veicināt sabiedrības polarizāciju un apgrūtināt dialogu.

Mūsdienu mediju telpas izaicinājumi

Digitālajā laikmetā mediju telpa kļūst arvien sarežģītāka un daudzšķautņaināka. Galvenie izaicinājumi ir šādi:

Algoritmi un atbalss kameras	Sociālo tīklu algoritmi pielāgo saturu lietotāja interesēm, izveidojot "atbalss kameras". Tas nozīmē, ka cilvēki redz tikai tādu informāciju, kas atbilst viņu uzskatiem, tādējādi ierobežojot kritisko domāšanu un spēju uztvert atšķirīgus viedokļus.
Dezinformācija un COVID-19 pandēmija	Pandēmija spilgti parādīja, kā dezinformācija var apdraudēt cilvēku dzīvības. Nepatiesas teorijas par vīrusa izcelsmi, vakcināciju un ārstēšanu izplatījās visā pasaulē, apgrūtinot pandēmijas apkarošanu. Tas uzsver kritiskās analīzes prasmju nozīmi globālas krīzes apstākļos.
Politiskā un ekonomiskā manipulācija	Autoritārie režīmi, piemēram, Krievijā, Baltkrievijā un Ķīnā, izmanto medijus propagandai un sabiedrības manipulācijai. Viņu mērķis ir graut uzticību demokrātiskām institūcijām un radīt haosu sabiedrībā. Šādi mediju uzbrukumi var būt daļa no hibrīdkara, kur informācija tiek izmantota kā ierocis. Mūsdienu mediju telpa piedzīvo nepieredzētas pārmaiņas, kur politiskā un ekonomiskā manipulācija kļūst par spēcīgiem instrumentiem ietekmēšanai. Īpaši populistiski un ultra noskaņotie politiskie spēki bieži izmanto dezinformāciju, pārspīlētus vēstījumus un polarizējošu retoriku, lai šķeltu sabiedrību un nostiprinātu savu ietekmi. Ekonomiskā manipulācija izpaužas kā korporatīvu interešu slēpta virzīšana, nereti izmantojot sponsorētas ziņas vai viltus faktus, lai maldinātu patērētājus. Kritiskā domāšana ir būtisks ierocis šādu manipulāciju atklāšanai un izpratnei. Tā palīdz analizēt informācijas avotus, atšķirt faktus no interpretācijām un atmaskot slēptos motīvus. Attīstot šo prasmi, mēs kļūstam noturīgāki pret propagandu, ļaunprātīgu ietekmi un viltus informāciju, spējot pieņemt apzinātus un informētus lēmumus, kas balstīti uz patiesiem datiem un ētiskiem principiem.

Kādus prasmju un kompetenču veidus attīsta medijpratība?

Medijpratības un kritiskās domāšanas apguve palīdz attīstīt plašu prasmju un kompetenču klāstu, kas noder ne tikai darbā ar medijiem, bet arī ikdienas dzīvē. Šīs prasmes ļauj uztvert informāciju apzināti, pieņemt pārdomātus lēmumus un pasargāt sevi no manipulācijām. Medijpratība ir būtiska, lai palielinātu sabiedrības noturību pret mēģinājumiem to manipulēt. Dezinformācijas mērķis bieži vien ir šķelt sabiedrību, izraisīt neuzticību un veicināt konfliktus. Attīstot medijpratību, mēs veidojam izglītotu, kritiski domājošu sabiedrību, kas spēj ne tikai atpazīt, bet arī efektīvi reaģēt uz šādām manipulācijām, tādējādi stiprinot demokrātijas pamatus un saliedētību.

Tālāk aplūkoti galvenie prasmju un kompetenču veidi, kas attīstās, mācoties medijpratību:

Kritiskās domāšanas prasmes

- Informācijas analīze: spēja sadalīt ziņojumus pa sastāvdaļām, izdalot galvenās un otršķirīgās idejas, kā arī noteikt slēptos nolūkus un mērķus.
- Avotu izvērtēšana: prasme pārbaudīt, cik uzticams un autoritatīvs ir informācijas avots. Tas ietver arī analīzi par to, kas ir avota radītājs un kādas varētu būt tā intereses.
- Loģiskā domāšana: spēja saskatīt cēloņsakarības, izvērtēt argumentus un atklāt loģikas kļūdas, piemēram, jēdzienu aizstāšanu, maldīgus secinājumus vai manipulācijas.
- Skeptiska attieksme: prasme uzdot jautājumus un nepieņemt informāciju uzreiz par patiesu bez tās pārbaudes un analīzes.

Mediju prasmes

- Mediju vides izpratne: spēja saprast, kā darbojas dažādi mediju veidi, kādas tehnoloģijas tiek izmantotas satura veidošanai un kā mediji ietekmē auditoriju.
- Faktu pārbaude (fact-checking): prasme ātri un efektīvi pārbaudīt informācijas patiesumu, izmantojot uzticamus avotus un verifikācijas rīkus.
- Dezinformācijas un viltus ziņu atpazīšana: spēja atpazīt dažādu veidu manipulācijas, piemēram, dezinformāciju, malinformāciju un propagandu.
- Ētiskas mediju kompetences: spēja izvērtēt mediju prakses ētiskumu un analizēt, kā saturs ietekmē sabiedrību un personīgos uzskatus.

Starppersonu un sociālās kompetences

- Komunikācija un diskusija: prasme veidot argumentētus dialogus un piedalīties diskusijās, aizstāvot savu viedokli, vienlaikus cienot oponentu viedokli.
- Starpkultūru sapratne: spēja atpazīt un ņemt vērā kultūras īpatnības, kas ietekmē informācijas uztveri un interpretāciju dažādās valstīs un sabiedrībās.
- Sociālā empātija: prasme saprast dažādus skatpunktus un kontekstus, kas veicina dialogu starp dažādām sociālām un vecuma grupām.

Digitālā pratība

- Darbs ar digitālajiem rīkiem: prasme izmantot mūsdienu tehnoloģijas informācijas meklēšanai, analīzei un apstrādei, ietverot gan tehniskos aspektus, gan drošības un konfidencialitātes izpratni tiešsaistē.
- Satura radīšana: spēja veidot kvalitatīvu mediju saturu, kas ir ētisks, uzticams un interesants auditorijai.
- Informācijas plūsmu pārvaldība: prasme efektīvi pārvaldīt datu plūsmu, filtrēt nevajadzīgu informāciju un atrast būtisku un noderīgu saturu.

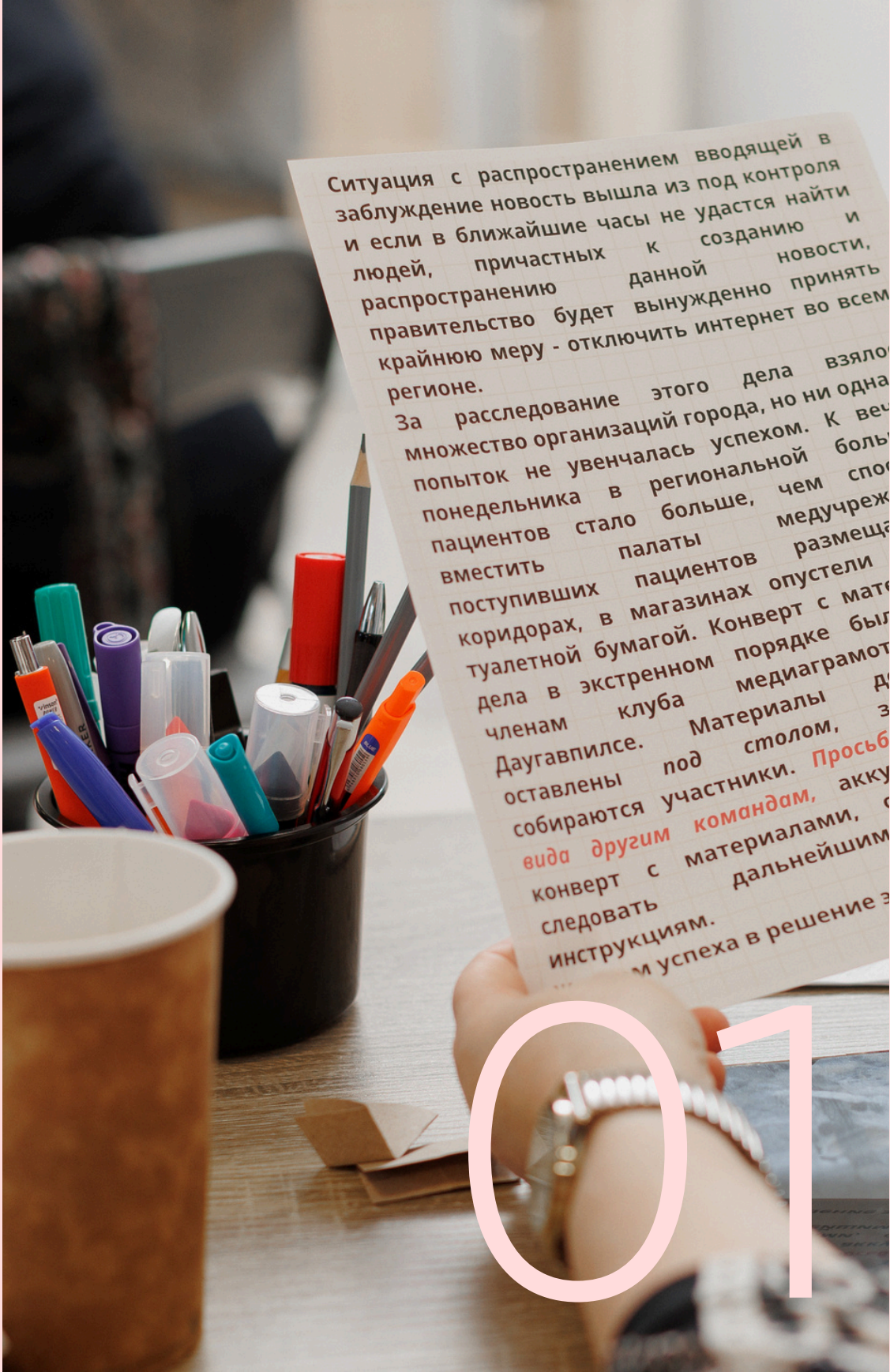
Prasmes aizsardzībai pret manipulācijām

- Manipulatīvo tehniku atklāšana: prasme atpazīt emocionālos un retoriskos paņēmienus, ko izmanto manipulācijām, piemēram, baiļu raisīšanu, stereotipu veidošanu vai apelēšanu pie viltus autoritātēm.
- Izpratne par kognitīvajiem aizspriedumiem: izpratne par to, kā personīgie aizspriedumi un uztveres izkropļojumi var ietekmēt mūsu lēmumus un viedokļus, kā arī par to, kā šie izkropļojumi tiek izmantoti manipulācijām.
- Emocionālās reakcijas kontrole: spēja pretoties emocionālai ietekmei, ko bieži izmanto propaganda vai viltus ziņas, lai manipulētu ar cilvēku domāšanu.

Sociālā atbildība un ētika

- Ētiska uzvedība tiešsaistē: izpratne par atbildīgu rīcību ar informāciju un citiem cilvēkiem internetā, ievērojot digitālo etiķeti un komunikācijas normas.
- Pilsoniskā atbildība: prasme novērtēt informācijas ietekmi uz sabiedrību un savu uzvedību kā demokrātiskajos procesos iesaistītam pilsonim.

Šīs prasmes un kompetences ne tikai palīdz cilvēkiem labāk izprast apkārtējo pasauli, bet arī veido viņus par aktīvākiem, informētākiem un atbildīgākiem sabiedrības locekļiem. Tās pasargā no propagandas un dezinformācijas ietekmes, stiprina demokrātiju un veicina sabiedrisko saliedētību.



TERMINOLOĢIJAS APGUVE

Terminoloģijas apguve

Mērķi un uzdevumi bloka ietvaros

Mērķi:
- Attīstīt prasmes izmantot mediju, informācijas un digitālās kompetences.
- Nodrošināt kopīgu izpratni par galvenajiem medijpratības jomas terminiem.

Uzdevumi:
- Iepazīstināt dalībniekus ar galvenajiem terminiem, piemēram: mediju, informācijas un digitālās kompetences, fake news (viltus ziņas), disinformation (dezinformācija), malinformation (malinformācija), propaganda, fact-checking (faktčekošana).
- Veicināt kopīgas terminoloģijas lietošanu turpmākām diskusijām.

Teorija

Šajā nodarbībā iepazīstināsim dalībniekus ar medijpratībai svarīgākajiem terminiem. Izpratne par šiem terminiem ir būtiska, lai dalībnieki varētu pārliecinoši diskutēt par medijiem, kritiski izvērtēt informāciju un pieņemt pamatotus lēmumus.
Tālāk ir sniegti īsi galveno terminu skaidrojumi:

- Medijpratība: Spēja analizēt, izvērtēt un radīt mediju ziņojumus.
- Fake news (viltus ziņas): Maldinoši vai nepatiesi informācijas materiāli, kuru mērķis ir manipulācija vai dezinformācija.
- Disinformation (dezinformācija): Apzināti izplatīta nepatiesa informācija ar mērķi manipulēt.
- Malinformation (malinformācija): Faktos balstīta informācija, kas izmantota, lai nodarītu kaitējumu.
- Propaganda: Sistemātiska noteiktu ideju izplatīšana ar mērķi ietekmēt sabiedrisko domu.
- Fact-checking (faktčekošana): Fakta un informācijas ticamības pārbaudes process.

Praktiskais uzdevums

Forma: Grupas darbs.

Metode: Sadaliet dalībniekus mazās grupās. Katrai grupai izsniedziet iepriekš sagatavotas kartītes ar terminiem (kartītēs norādīti termini un to definīcijas).

Uzdevuma soļi:

1. Katras grupas dalībnieki nejauši izvēlas vienu kartīti ar terminu.
1. Dalībnieki, neizmantojot tālruņus vai datorus, mēģina paši izskaidrot izvēlēto terminu, balstoties uz savām zināšanām un intuīciju.
2. Pēc diskusijas grupa sagatavo īsu (līdz 3 minūšu) prezentāciju par terminu, ietverot savu skaidrojumu un piemērus no ikdienas dzīves.
3. Katra grupa prezentē savus rezultātus pārējiem dalībniekiem.

Materiāli treneriem

- Kartīšu komplekti ar terminiem un to definīcijām (10–15 kartītes katrai grupai).
- Papīrs un marķieri definīciju un piemēru pierakstīšanai.

Jautājumi dalībniekiem

Bērniem:
- Kas ir fake news (viltus ziņas), ar kurām saskaries ikdienā?
- Kāpēc ir svarīgi zināt, kas ir dezinformācija?

Jauniešiem:
- Kā tu izproti terminu "kritiska uztvere"? Kā tas var palīdzēt ikdienas dzīvē?
- Kāpēc ir jāveic informācijas pārbaude? Miniet piemērus.

Senioriem:
- Kā jūs uztverat informāciju no ziņām? Ar ko visbiežāk saskaraties?
- Ko jums nozīmē būt medijpratīgam? Kā tas ietekmē jūsu ikdienu?

Novērtēšanas metodes

1. Novērošana: Treneris vēro, kā dalībnieki piedalās grupas darbā un cik aktīvi iesaistās diskusijās.
2. Grupu prezentācijas: Treneris izvērtē, cik kvalitatīvi un skaidri ir grupu skaidrojumi, kā arī vai izmantoti atbilstoši piemēri.
3. Atgriezeniskā saite: Nodarbības beigās treneris veic aptauju par to, cik saprotami bija termini un kurus no tiem dalībnieki vēlētos apgūt detalizētāk.

"Informācijas laikmets no mums prasa ne tikai prasmi lasīt un rakstīt, bet arī spēju saprast to, kas notiek ārpus vārdiem."

Patriks Fogarts, medijpratības eksperts.

BINGO

Praktiskais uzdevums

Forma: Grupas darbs.

Metode: Sadaliet dalībniekus mazās grupās. Katrai grupai izsniedziet iepriekš sagatavotas kartītes ar terminiem un piemēriem.

Dalībniekiem tiek dots komplekts (16 izgriezti termini) un lapa ar 16 piemēriem (uz 2 lpp.) Dalībnieku uzdevums ir atrast atbilstošos terminus piemēriem.

Viena no terminu kartītēm ir tukša, jo viens no piemēriem neattiecas ne uz vienu no minētajiem terminiem un ir cilvēka teiktais bez manipulācijām, dezinformācijas vai meliem.

BOTS

LIKUMA PĀRKĀPUMS

VIEDOKLIS

CENZŪRA

NEUZTICAMS EKSPERTS

FAKTS

KĻŪDA

NAV AVOTA

ŽURNĀLISTISTA SUBJEKTIVITĀTE

ĒTIKAS PĀRKAPUMS

DEZINFORMĀCIJA

KOGNITĪVAS NOSLIECES

NAIDA RUNA

TROLLIS

MANIPULĀCIJA

1

MANS VĀRDS IR AIJA MIGLE ES ESMU NO VĀCIJAS, MAN IR 35 GADI, TAGAD ES DZĪVOJU FRANCIJĀ, ES RAKSTU JUMS PAR DARBA PIEDĀVĀJUMU, JO DOMĀJU, KA ESMU PIEMĒROTS KANDIDĀTS.

2

SNIEGS PIEKDIEN APGRŪTINA SATIKSMI UZ VALSTS GALVENAJIEM UN REĢIONĀLAJIEM AUTOCEĻIEM LIELĀKAJĀ LATVIJAS DAĻĀ.

5

KĀ VIŅAI IZDEVĀS 15 MINŪTĒS UZRAKSTĪT 55 KOMENTĀRUS? VAI VIŅA VISPĀR KĀDREIZ GUĻ? BET DĪVAINĀKAIS IR TAS, KA VIŅAS BILDĒS IR TIKAI KAĶI...

6

ES IEROSINU NEPAKLAUTIES UN VIENKĀRŠI IZSMIDZINĀT ŠIEM CILVĒKIEM ACĪS GĀZES BALONIŅUS! ES DOMĀJU, KA ES
NEESMU VIENS, TAISNĪGUMS IR AUGSTĀKS PAR LIKUMU!!!

9

VISGARŠĪGĀKIE KONDITOREJAS IZSTRĀDĀJUMI IR GATAVOTI PĒC MĀJĀS RECEPTES.

10

ĶĪNĀ TIEK IZMANTOTAS IZSEKOŠANAS TEHNOLOĢIJAS UN ORGANIZĒTAS KAMPAŅAS INTERNETĀ, LAI NOROBEŽOTU NEATKARĪGO PRESI.

13

ELTONS DŽONS APGALVOJA ,KA NEKUSTAMĀ ĪPAŠUMA CENAS SĀKS STRAUJI PIEAUGT 2024. GADA OTRAJĀ CETURKSNI.

14

VIKE-FREIBERGA IR BIJUSI LATVIJAS PREZIDENTE NO 1999. LĪDZ 2007. GADAM.

3

VAI LIKUMS PATIEŠĀM IR TIK LABS? MANA ŽURNĀLISTA PIEREDZE LIECINA, KA VIŅI CENŠAS MŪS PADARĪT PAR MUĻĶIEM.

4

POPULĀRAIS DZIEDĀTĀJS ARTEMS BAIGA TIKA PAMANĪTS LIDOSTĀ AR PILNU SOMU ZELTA STIEŅU, KO VIŅŠ ESOT NOZADZIS AUTORITĀRAM UZŅĒMĒJAM.

7

DRAUDZENE PĀRSTĀJA CETURTDIENĀS MAZGĀT TRAUKUS, JO HOROSKOPOS IZLASĪJA, KA NEBŪS NAUDAS.

8

VISI LATGALIEŠI IR NOZIEDZNIEKI, UN TIE IR JĀIZDZEN NO MŪSU VALSTS. VIŅI TIKAI BOJĀ MŪSU KULTŪRU UN NĀKOTNI.

11

IRINA, TEV SEIT NAV KO DARĪT, TEV TU SĀKAS SERIALS.
HAHA, UN TEV, SERGEJ, VAJADZĒTU KLUSET, TAVS VĀRDS IR TIK STULBS. TEV IR KAUT KAS MAN SAKAMS?

12

TIEM, KAS NEPARAKSTISIES PRET PARTNERATTIECĪBU LIKUMU, BŪS VAINĪGI PAR SABIEDRĪBAS VISATĻAUTĪBU.

15

MŪSU KORESPONDENTS PIRMAIS IERADAS NOTIKUMA NORISES VIETĀ UN KLĀTIENE INTERVĒJA BANKAS DARBINIEKUS, KURUS LAUPĪTĀJI BIJA FIZISKI IEVAINOJUŠI.

16

ANONIMS AVOTS NORĀDA, KA VILTUS RAKSTU UN FOTOGRĀFIJU AUTORS MŪSU PILSĒTAS PORTĀLOS IR JĀNIS S.

Pārbaudiet sevi! Ja nezināt pareizās atbildes, tās varat atrast nākamajā lapā.

Materiāli treneriem

MANS VĀRDS IR AIJA MIGLE ES ESMU NO VĀCIJAS, MAN IR 35 GADI, TAGAD ES DZĪVOJU FRANCIJĀ, ES RAKSTU JUMS PAR DARBA PIEDĀVĀJUMU, JO DOMĀJU, KA ESMU PIEMĒROTS KANDIDĀTS.

1

SNIEGS PIEKDIEN APGRŪTINA SATIKSMI UZ VALSTS GALVENAJIEM UN REĢIONĀLAJIEM AUTOCEĻIEM LIELĀKAJĀ LATVIJAS DAĻĀ.

2

KĻŪDA

VAI LIKUMS PATIEŠĀM IR TIK LABS? MANA ŽURNĀLISTA PIEREDZE LIECINA, KA VIŅI CENŠAS MŪS PADARĪT PAR MULĶIEM.

3

ŽURNĀLISTISTA SUBJEKTIVITĀTE

DRAUDZENE PĀRSTĀJA CETURTDIENĀS MAZGĀT TRAUKUS, JO HOROSKOPOS IZLASĪJA, KA NEBŪS NAUDAS.

7

KOGNITĪVAS NOSLIECES

VISI LATGALIEŠI IR NOZIEDZNIEKI, UN TIE IR JĀIZDZEN NO MŪSU VALSTS. VIŅI TIKAI BOJĀ MŪSU KULTŪRU UN NĀKOTNI.

8

NAIDA RUNA

VISGARŠĪGĀKIE KONDITOREJAS IZSTRĀDĀJUMI IR GATAVOTI PĒC MĀJĀS RECEPTES.

9

VIEDOKLIS

ELTONS DŽONS APGALVOJA ,KA NEKUSTAMĀ ĪPAŠUMA CENAS SĀKS STRAUJI PIEAUGT 2024. GADA OTRAJĀ CETURKSNI.

13

NEUZTICAMS EKSPERTS

VIKE-FREIBERGA IR BIJUSI LATVIJAS PREZIDENTE NO 1999. LĪDZ 2007. GADAM.

14

FAKTS

MŪSU KORESPONDENTS PIRMAIS IERADAS NOTIKUMA NORISES VIETĀ UN KLĀTIENE INTERVĒJA BANKAS DARBINIEKUS, KURUS LAUPĪTĀJI BIJA FIZISKI IEVAINOJUŠI.

15

ĒTIKAS PĀRKAPUMS

Materiāli treneriem

POPULĀRAIS DZIEDĀTĀJS ARTEM BAIGA TIKA PAMANĪTS LIDOSTĀ AR PILNU SOMU ZELTA STIEŅU, KO VIŅŠ ESOT NOZADZIS AUTORITĀRAM UZŅĒMĒJAM.

4

DEZINFORMĀCIJA

KĀ VIŅAI IZDEVĀS 15 MINŪTĒS UZRAKSTĪT 55 KOMENTĀRUS? VAI VIŅA VISPĀR KĀDREIZ GUĻ? BET DĪVAINĀKAIS IR TAS, KA VIŅAS BILDĒS IR TIKAI KAĶI...

5

BOTS

ES IEROSINU NEPAKLAUTIES UN VIENKĀRŠI IZSMIDZINĀT ŠIEM CILVĒKIEM ACĪS GĀZES BALONIŅUS! ES DOMĀJU, KA ES
NEESMU VIENS, TAISNĪGUMS IR AUGSTĀKS PAR LIKUMU!!!

6

LIKUMA PĀRKĀPUMS

ĶĪNĀ TIEK IZMANTOTAS IZSEKOŠANAS TEHNOLOĢIJAS UN ORGANIZĒTAS KAMPAŅAS INTERNETĀ, LAI NOROBEŽOTU NEATKARĪGO PRESI.

10

CENZŪRA

IRINA, TEV SEIT NAV KO DARĪT, TEV TU SĀKAS SERIALS.
HAHA, UN TEV, SERGEJ, VAJADZĒTU KLUSET, TAVS VĀRDS IR TIK STULBS. TEV IR KAUT KAS MAN SAKAMS?

11

TROLLIS

TIEM, KAS NEPARAKSTISIES PRET PARTNERATTIECĪBU LIKUMU, BŪS VAINĪGI PAR SABIEDRĪBAS VISATĻAUTĪBU.

12

MANIPULĀCIJA

ANONIMS AVOTS NORĀDA, KA VILTUS RAKSTU UN FOTOGRĀFIJU AUTORS MŪSU PILSĒTAS PORTĀLOS IR JĀNIS S.

16

NAV AVOTA

Mediji un masu informācijas līdzekļi

Teorija

Masu informācijas līdzekļi (MIL) ir sistēmas un platformas, kas paredzētas plaša informācijas un satura izplatīšanai. Tajos ietilpst televīzija, radio, avīzes, žurnāli un interneta platformas (mājaslapas, sociālie tīkli, blogi). MIL lomai sabiedrībā ir vairākas dimensijas – informēšana, izglītošana, izklaidēšana, sabiedriskās domas veidošana un ietekme uz dažādu parādību uztveri.

Saskaņā ar LR likumu prese un citi masu informācijas līdzekļi ir avīzes, žurnāli, biļeteni un citi periodiskie izdevumi (iznāk ne retāk kā reizi trīs mēnešos, vienreizējā tirāža pārsniedz 100 eks.), kā arī elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, kinohronika, informācijas aģentūru paziņojumi, audiovizuāli ieraksti, kas paredzēti publiskai izplatīšanai. Interneta vietni var reģistrēt kā masu informācijas līdzekli. Likuma noteikumi neattiecas uz valsts varas un pārvaldes institūciju instrukcijām, mācību un zinātnisko iestāžu izdotajiem materiāliem un pašvaldību informatīvajiem izdevumiem.

Mediji un masu informācijas līdzekļu funkcijas:

- Informējošā: aktuālu ziņu un notikumu nodošana sabiedrībai reāllaikā.
- Izglītojošā: sabiedrības zināšanu līmeņa paaugstināšana un apziņas veicināšana.
- Izklaidējošā: satura radīšana, kas piesaista un izklaidē auditoriju.
- Sabiedriskās domas veidošana: ietekme uz notikumu, cilvēku un parādību uztveri, izmantojot redakcionālo politiku un satura atlasi.
- Sociāli politiskā: ietekme uz politiskajiem procesiem un līdzdalība valsts politikas un sabiedriskās kārtības veidošanā.

Mediju īpašnieki un to ietekme:

Privātie īpašnieki:	Šos medijus pārvalda uzņēmumi vai privātpersonas ar mērķi gūt peļņu. Piemēram, lielie mediju holdingi. Privātie īpašnieki bieži spēcīgi ietekmē saturu, publicēšanas politiku un informācijas interpretāciju.
Sabiedriskie mediji:	Tos finansē un pārvalda valsts vai sabiedriskās organizācijas. Šo mediju mērķis nav peļņa, bet sabiedrības interesēm kalpojoša informācijas sniegšana, nodrošinot viedokļu daudzveidību un objektivitāti. Piemērs – BBC.
Nevalstiskā žurnālistika:	Neatkarīgi un nekomerciāli mediji, kuru galvenais uzdevums ir kvalitatīvas žurnālistikas veicināšana un sabiedrības interešu aizstāvēšana. Piemēri – ProPublica vai līdzīgi vietējie portāli.

Trīs galvenie mediju īpašnieku veidi – sabiedriskie, nevalstiskie un privātie – atšķiras pēc finansēšanas avotiem, mērķiem un ietekmes metodēm, radot unikālu dinamiku informācijas telpā. Sabiedriskie mediji tiek finansēti no sabiedrības līdzekļiem, piemēram, ar nodokļiem vai abonentmaksām, un to galvenais mērķis ir sabiedrības informēšana, izglītošana un izklaidēšana, nevis peļņas gūšana. Sabiedriskie mediji, piemēram, Latvijas Sabiedriskais medijs (LSM), ir vērsti uz sabiedrības kopējo labumu, nodrošinot objektīvu, daudzveidīgu un kvalitatīvu saturu. Tie arī bieži kalpo kā platforma mazākumtautību vai marginalizēto grupu balsīm.

Nevalstiskie mediji darbojas kā neatkarīgas organizācijas, kuras finansē dažādas nevalstiskās organizācijas (NVO), starptautiski fondi vai ziedojumi. To mērķis bieži vien ir aizstāvēt demokrātijas vērtības, veicināt cilvēktiesības vai cīnīties pret dezinformāciju. Piemēram, Re:Baltica ir pētnieciskās žurnālistikas centrs, kas bieži apskata jautājumus, kuri citos medijos varētu palikt ēnā. Šāda veida mediji palīdz stiprināt medijpratību, kritisko domāšanu un sociālo taisnīgumu.

Privātie mediji pieder individuāliem uzņēmējiem, uzņēmumiem vai investoriem, un to galvenais mērķis bieži vien ir gūt peļņu. Šie mediji cenšas piesaistīt auditorijas uzmanību, piedāvājot saturu, kas atbilst tirgus pieprasījumam. Latvijā, piemēram, TVNET un Gorod.lv ir privātie mediji, kuru saturs nereti tiek pielāgots auditorijas interesēm vai reklāmdevēju prasībām. Tomēr šī komerciālā pieeja dažkārt var novest pie sensacionālisma vai informācijas vienpusīguma.

Kā noteikt, kam pieder medijs?

Saprotot, kas kontrolē mediju, iespējams novērtēt tā uzticamību un objektivitāti. Šeit ir daži veidi, kā pārbaudīt mediju īpašniekus:

Mājaslapas sadaļas pārbaude:	Daudzi uzticami mediji norāda īpašniekus un redaktorus sadaļās "Par mums" vai "Kontakti".
Mediju reģistrs:	Dažās valstīs pastāv publiski pieejami reģistri, kuros atrodama informācija par mediju īpašniekiem, licencēm un reģistrāciju.
Interneta resursi:	Tādi projekti kā Media Ownership Monitor apkopo datus par lielo mediju īpašniekiem un ietekmes avotiem.
Autorības pārbaude:	Uzticami mediji norāda savu rakstu autorus un nodrošina kontaktinformāciju vai saites uz viņu profiliem.

Ko darīt, ja īpašnieki vai autori nav norādīti?

Informācijas trūkums par īpašniekiem vai autoriem var liecināt par medija neuzticamību.

Brīdinājuma zīmes:

- Īpašnieku un autoru anonimitāte.
- Liela daļa sponsoru materiālu vai klikšķu pievilināšanas taktikas (klikbaits).
- Nepārbaudītu ziņu izplatīšana vai satura veidošana, kas izraisa sabiedrības paniku.

Praktiskais uzdevums

- Sadaliet dalībniekus grupās pa 2-4 cilvēkiem.
- Piedāvājiet 5-10 mediju sarakstu (piemēram, Baltijas Balss, TVNET, Gorod.lv, LSM+, Divu Krastu Radio, Radio Marija, THT, Chayka, Re:Baltica).

Grupu uzdevums:

- Grupu uzdevums: atrast informāciju par izvēlēto plašsaziņas līdzekļu vadītāju un galveno redaktoru.
- Pārbaudīt, vai ir pieejama informācija par tajos strādājošajiem žurnālistiem (vārdi, kontakti, sociālo mediju profili).

Uzdevuma rezultāts būs īsa grupu prezentācija:

- Kādus datus bija iespējams atrast?
- Vai bija mediji, kuros šī informācija nebija pieejama?
- Ko tas varētu nozīmēt attiecībā uz mediju uzticamību?

Šis uzdevums attīsta kritiskās analīzes prasmes un palīdz dalībniekiem novērtēt plašsaziņas līdzekļu pārredzamību.

Metodes, kā trenēt medijpratību:

Analizēt piemērus:	Pētīt dažādu MIL īpašnieku ietekmi uz saturu, salīdzinot, piemēram, privātos un valsts medijus.
Grupu diskusijas:	Dalīt auditoriju grupās, kurām jānoskaidro konkrētu MIL īpašnieki un jādiskutē par satura objektivitāti.
Kritiskās domāšanas apmācība:	Mācīt, kā izvērtēt informāciju, pārbaudīt faktus un izmantot dažādus avotus, lai iegūtu pilnīgāku priekšstatu.
Intervijas ar žurnālistiem:	Rīkot tikšanās ar žurnālistiem, kas var paskaidrot profesionālos standartus un mediju caurspīdīguma nozīmi.

Šādas aktivitātes veicina auditorijas spēju kritiski vērtēt informāciju un uzticēties uzticamiem avotiem.

04

6 satura veidi

Mērķi un uzdevumi bloka ietvaros

- Iepazīstināt dalībniekus ar sešiem satura veidiem: reportāža, komentārs, reklāma, sociālā reklāma, PR (sabiedriskās attiecības), propaganda.
- Attīstīt kritiskās domāšanas un mediju prasmes, kas palīdz analizēt un atpazīt dažādus satura veidus.
- Mācīt lietot ar medijpratību saistītus terminus diskusijās.

Teorija

Saturs, ko ikdienā redzam medijos un internetā, tiek iedalīts vairākos veidos. Katram no tiem ir sava funkcija un mērķauditorija. Šo veidu izpratne palīdzēs labāk orientēties informācijas vidē:

Reportāža
- Sniedz faktus par notikumiem, aprakstot tos objektīvi un patiesi.
- Mērķis: informēt auditoriju bez emocionālas vai subjektīvas interpretācijas.

Komentārs
- Izsaka viedokli vai analizē notikumus, bieži vien subjektīvi vai interpretēti.
- Mērķis: palīdzēt auditorijai izprast notikumu, piedāvājot autoru redzējumu vai perspektīvu.

Reklāma
- Veidota, lai popularizētu preces un pakalpojumus, bieži izmantojot spilgtus vizuālos un tekstuālos elementus, kas piesaista uzmanību.
- Mērķis: veicināt pārdošanu un patērētāju interesi.

Sociālā reklāma
- Pievērš sabiedrības uzmanību sociāli nozīmīgiem jautājumiem un problēmām, lai mainītu cilvēku uzvedību vai domāšanu.
- Mērķis: veicināt pozitīvas pārmaiņas sabiedrībā.

PR (sabiedriskās attiecības)
- Ietver stratēģijas, kas vērstas uz organizācijas vai indivīda pozitīva tēla veidošanu un uzturēšanu.
- Mērķis: izveidot uzticību un labvēlību sabiedrības acīs.

Propaganda
- Informācija, kas tiek izmantota konkrētu ideju vai viedokļu popularizēšanai, bieži vien ar manipulācijas nolūku.
- Mērķis: ietekmēt auditorijas uzskatus un viedokļus, lai sasniegtu ideoloģiskus vai politiskus mērķus.

6 satura veidi

SATURA VEIDS	Reportāža	Reklāma	Sabiedriskās attiecības (PR)	Propaganda	Komentārs	Sociālā reklāma
Forma	Informēšana	Pārliecināšana	Pārliecināšana	Pārliecināšana	Pārliecināšana	Pārliecināšana
Kādam nolūkam?	Informēt	Ietekmēt (ko pirkt)	Ietekme (ko un kā domāt par kompāniju)	Ietekme vai piespiešana (jūsu politiskie uzskati, ideoloģiskā izvēle)	Ietekme (kam ticēt)	Ietekme (kāda uzvedība ir jūsu labā vai labā sabiedrības labā)
Kādas emocijas, priekšstatus vai ietekmi tas izraisa?	Interese, izpēte	Vēlme, prieks, rūpes	Pozitīvas jūtas/ attieksme pret uzņēmumu	Lepnums, piederības sajūta, bailes, vēlme rīkoties. Dusmas, naids un šausmas.	Bailes, dusmas, satraukums	Altruisms, bailes, aizdomas
Kā tas darbojas (ar kādiem mehānismiem)	Apraksts, salīdzinājums, attēls	Aicina uz vēlmēm, rosina (vai bloķē) iztēli	Aicina uz pozitīvām emocijām, asociācijām	Apvainojumi, mājieni, pārspīlējumi, uzmanības novēršana, apelēšana pie autoritātēm, faktu viltošana, manipulēšana ar simboliem un stereotipiem un pastāvīga atkārtošana.	Argumenti, apraksts, salīdzinājums, apelācija pie emocijām	Aicinājums uz morāli, līdzjūtību, atbildības sajūtu, vēlmi pilnveidoties.
Attieksme pret tematu	Neitrāls	Pozitīvs	Pozitīvs	Pozitīvs vai negatīvs	Pozitīvs vai negatīvs	Pozitīvi (kā profilakse, rīcība problēmas risināšanai) un/vai negatīvi (par problēmu).
Izmantotie fakti vai viedokļi	Pārsvarā fakti. Viedokļi ir atļauti no citētiem avotiem, nevis no satura veidotā	Viedokļi, ka jums "palīdz" iegādāties produktu vai izmantot pakalpojumu.	Viedoklis par uzņēmumu.	Viedokļi, bieži par politiku, pasaules uzskatiem.	Autors pauž savu viedokli. Labākas domas ir pamatotas ar faktiem.	Viedokļi par to, kādai būtu jābūt uzvedībai.

Praktiskais uzdevums

Metodiskais materiāls: Sagatavojiet tabulu, kurā norādīti 6 satura veidi un 5 raksturlielumi: fakts vai viedoklis, mērķis, kādas emocijas izraisa, ietekmes mehānismi, attieksme pret subjektu.

Komandu veidošana: sadaliet dalībniekus 3 komandās. Katrai komandai tiek piešķirta viena tēma:

- Komanda 1 — Reportāža
- Komanda 2 — Propaganda
- Komanda 3 — Reklāma

Uzdevuma posmi:

1. Atrodiet piemērus savam satura veidam (video, raksti, attēli utt.).
2. Atbildiet uz šādiem jautājumiem:
   - Uz kuru auditoriju ir vērsts šis saturs? Kam tas ir adresēts?
   - Kāds ir tā mērķis?
   - Kādas emocijas, uztveri vai efektus tas izraisa?
   - Kā tas darbojas (kādi mehānismi tiek izmantoti)?
   - Kāda ir attieksme pret tēmu šajā tekstā/saturā?
   - Kāda ir ietekme uz auditoriju (mediju lietotāju)?
3. Prezentācija: Katras komandas pārstāvji prezentē savus rezultātus pārējiem dalībniekiem, daloties ar atrastajiem piemēriem un apspriežot atbildes uz jautājumiem.

Jautājumi dalībniekiem

Jauniešiem:
- Kādi sociālās reklāmas piemēri jums ir zināmi un kā tie jūs ir aizķēruši?
- Kāpēc, jūsuprāt, propaganda ir svarīga mūsu sabiedrībā?

Senioriem:
- Kā jūs saprotat atšķirību starp PR un reklāmu?
- Kādi satura veidi visbiežāk parādās ziņās, un kā tie ietekmē jūsu viedokli?

Novērtēšanas metodes

- Novērošana dalībniekiem, veicot uzdevumu (aktivitāte, iesaiste).
- Diskusijas grupās un noslēguma prezentācija (spēja izskaidrot un dalīties ar viedokli).
- Dalībnieku aptauja beigās par to, kādus satura veidus viņi tagad spēj atpazīt un izprast.

Skatupunktu spektrs

Spēles mērķis

Demonstrēt dažādu skatpunktu un pieeju daudzveidību vienām un tām pašām lietām, attīstīt kritisko domāšanu un radošumu.

Praktiskais uzdevums

Materiālu sagatavošana:

- Izveidojiet vienādus komplektus ar apmēram 12 priekšmetiem katrā.
- Piemēri: kancelejas piederumi (saspraudes, pildspalvas, bloknoti), lentītes, gaisa baloni, virtuves piederumi (karotes, dakšiņas), saldumi, bukleti, karodziņi.

Dalībnieku sadale:

- Sadaliet dalībniekus komandās pa 3-5 cilvēkiem.

Instrukcija spēles vadīšanai

Uzdevuma apraksts:

1. Izdaliet katrai komandai vienu komplektu ar priekšmetiem.
2. Uzdevums: grupēt priekšmetus no sava komplekta, balstoties uz jebkādiem loģiskiem vai neparastiem kritērijiem. Dalībnieki var izmantot jebkādu pieeju, kas viņiem šķiet radoša vai interesanta.
3. Uzdevuma izpildei tiek atvēlētas 5–7 minūtes.

Rezultātu apspriešana:

- Katra komanda prezentē savu priekšmetu grupēšanas veidu un izskaidro, kāpēc izvēlēti konkrētie kritēriji.
- Vadītājs uzdod jautājumus:
  - Kāpēc jūs izvēlējāties šo principu?
  - Vai bija grūti vienoties komandā?
  - Kā jūs domājat, ar ko jūsu grupēšana atšķiras no citu komandu pieejas?

Jautājumi dalībniekiem

Vai grupā bija dažādi viedokļi?

- Tā ir iespēja ļaut dalībniekiem paust, ka viņu viedokļi ir atšķirīgi un viņu idejas bija ļoti dažādas, ne vienmēr līdzīgas.

Vai pārsteidza citu grupu piemēri?

- Tā ir iespēja pamanīt mūsu domāšanas atšķirības. Parasti dažādās grupās piedāvātie varianti ir ļoti atšķirīgi, un tas dod dalībniekiem iespēju apspriest viedokļu un uzskatu dažādību.

Vai diskusiju laikā radās kādas jaunas idejas?

- Bieži vien diskusiju laikā dalībnieki var nākt klajā ar jaunām idejām, kā sadalīt priekšmetus - dodiet viņiem iespēju pastāstīt par savām idejām.

Kāpēc tas ir svarīgi?

Tā ir spēja ne tikai analizēt informāciju, bet arī apsvērt dažādas perspektīvas. Tā palīdz:

- Novērtēt datu uzticamību.
- Saprast, kā emocijas, konteksts vai personīgā pieredze ietekmē mūsu uztveri.
- Meklēt alternatīvus skatpunktus.

Noslēgums:

Spēle ar priekšmetiem nav tikai izklaide, bet arī lielisks veids, kā praksē novērot, cik dažādi mēs skatāmies uz pasauli. Diskusijas laikā dalībnieki sapratīs, ka mūsu uztveri veido individuālā pieredze un konteksts. Šī atziņa kalpo kā tilts uz sarežģītāku medijpratības jautājumu apspriešanu, piemēram, ziņu, attēlu vai video interpretāciju.

Metodiskie akcenti

Daudzveidīgi skatpunkti:

- Dalībnieki sapratīs, ka viņu grupēšanas kritēriji (pēc krāsas, materiāla, funkcionalitātes utt.) nav vienīgie iespējamie.

Pāreja uz medijpratību:

- **Informācija un uztvere:** Līdzīgi priekšmetiem, arī ziņas vai attēli dažādiem cilvēkiem rada atšķirīgas interpretācijas.
- Svarīgi saprast, ka viens un tas pats teksts, virsraksts vai attēls dažādos kontekstos vai individuālā pieredzē var izraisīt dažādas reakcijas.

Kritiskā domāšana:

- Šī spēle uzskatāmi parāda, ka kritiskā domāšana ir spēja aplūkot lietas no dažādiem skatpunktiem.
- Dalībnieki iemācās uzdot jautājumus un analizēt: **Kāpēc es uztveru to šādi, bet citi citādi?**

Refleksija:

Apspriediet ar grupu novērojumus:

- Kā vieni un tie paši priekšmeti var tikt uztverti atšķirīgi.
- Cik daudzveidīgas ir mūsu pieejas apkārtējās pasaules organizēšanai un izpratnei.

"Medijpratība nav tikai mediju izpratne – tā ir spēja apzināties, kā mediji ietekmē mūsu dzīvi, mūsu viedokļus un izvēles."

Džeimss Šarps, mediju pedagoģikas pētnieks.

Viedokļu termometrs

Uzdevuma mērķis

- Attīstīt kritisko domāšanu, argumentācijas prasmes un spēju izteikt savu viedokli.
- Parādīt, cik daudzveidīgi ir dalībnieku skatījumi uz dažādiem jautājumiem.
- Veicināt komandas saliedētību caur viedokļu apmaiņu.

Sagatavošanās un noteikumi

Telpas iekārtojums:

- Iedomājieties vai iezīmējiet telpā līniju.
- Vienu līnijas galu apzīmējiet kā **"Viennozīmīgi JĀ"**, otru — kā **"Viennozīmīgi NĒ"**.

Sagatavošanās un noteikumi

Instrukcija dalībniekiem:

1. Vadītājs izsaka tēzi, piemēram, "Es vienmēr pārbaudu ziņu avotus pirms dalos ar informāciju sociālajos tīklos."
2. Dalībniekiem jāizvēlas sava pozīcija uz līnijas, atbilstoši viņu viedoklim:
   - Ja pilnībā piekrīt – jāstāv pie "JĀ" gala, ja nepiekrīt – pie "NĒ".
   - Ja viedoklis ir vidējs, var stāvēt tuvāk līnijas centram. **Neitrāla pozīcija nav atļauta.**

Diskusija:

1. Vadītājs aicina dalībniekus izteikt viedokli:
   - Vispirms tos, kuri izvēlējušies galējās pozīcijas ("Viennozīmīgi JĀ" vai "Viennozīmīgi NĒ").
   - Tad tos, kuri atrodas tuvāk centram, lai parādītu dažādo viedokļu spektru.
2. Vadītājam jāuzsver, ka viedokļi netiek kritizēti – galvenais ir izprast dalībnieku argumentus.

Tēžu piemēri diskusijām

Emocionālais noskaņojums un gatavība:	• "Es jūtos labi un esmu gatavs šodien daudz uzzināt."
Informācijas patēriņa ieradumi:	• "Es periodiski atslēdzos no informācijas plūsmas." • "Es vienmēr pārbaudu informācijas avotus pirms dalos ar to sociālajos tīklos." • "Es uzticos valsts ziņu medijiem." • "Es zinu, kas ir boti un troļļi."
Mediji un cenzūra:	• "Valstī ir nepieciešama cenzūra, lai dezinformētāji nevarētu izplatīt melus." • "Es vienmēr ticu vietējiem medijiem." • "Es uzskatu, ka mediju ekspertiem jābūt lielākai kontrolei pār interneta saturu."
Sociālās un pilsoniskās tēmas:	• "Es uzskatu, ka katrs cilvēks spēj pats atšķirt patiesu informāciju no manipulācijas." • "Es domāju, ka sociālajiem tīkliem vajadzētu aktīvāk cīnīties ar viltus ziņām."

Metodiskie akcenti

Grupas aktivizēšana:
- Dalībnieki uzreiz tiek iesaistīti diskusijā, kas palīdz mazināt barjeras un veicina dialogu.

Dažādu viedokļu diapazons:
- Dažādās pozīcijas parāda, cik pretrunīgi ir viedokļi par medijiem un informāciju. Tas ilustrē kritiskās domāšanas nozīmi līdzsvara meklējumos.

Viedokļa maiņa:
- Ja diskusijas laikā dalībnieki maina savu pozīciju, tas ir pozitīvs rezultāts. Vadītājs var lūgt viņus paskaidrot, kāpēc viņi mainīja domas.
- Tas parāda domāšanas elastību un spēju pieņemt jaunus argumentus.

Saistība ar medijpratību:
- Dalībnieki sāk izprast, kā personīgie uzskati ietekmē informācijas uztveri.
- Diskusijas par uzticēšanos, avotiem un datu pārbaudi veido pamatu dziļākam informācijas analīzes darbam.

Ieteikumi treneriem

- **Veiciniet dalību:** Mudiniet izteikties ikvienu, kas vēlas.
- **Radiet drošu vidi:** Uzsveriet, ka visi viedokļi ir svarīgi un dalībniekiem jāciena citu viedoklis.
- **Kontrolējiet laiku:** Ja diskusija ieilgst, apkopojiet galvenos punktus un pārejiet pie nākamās tēzes.
- **Izvēlieties daudzveidīgas tēzes:** Izmantojiet formulējumus, kas rosina atšķirīgus viedokļus.

Noslēgums:
Šī aktivitāte palīdz dalībniekiem atklāties, aktīvi analizēt informāciju un trenēt argumentācijas prasmes. Turklāt diskusijas veido saikni ar medijpratību, ļaujot dziļāk izprast jautājumus par uzticēšanos, avotiem un informācijas analīzi.

“Kritiskā domāšana — tā ir māksla šaubīties par to, ko dzirdi, ko lasi un ko tev stāsta.”

Ričards Pols, filozofs un pedagogs.

07

INFORMĀCIJAS BURBULIS: KĀ TAS VEIDOJAS UN IETEKMĒ MŪS

Informācijas burbulis

Teorija

Informācijas burbulis ir slēgta vide, kurā cilvēks patērē tikai tādu informāciju, kas atbilst viņa jau esošajiem uzskatiem. Tas ierobežo alternatīvo viedokļu uztveri un kropļo realitātes izjūtu.

Cēloņi informācijas burbuļa veidošanai

Algoritmi
- Sociālie tīkli un meklētājprogrammas personalizē saturu, balstoties uz lietotāja interesēm un uzvedību.

Piemērs: ja biežāk lasāt noteiktas tematikas rakstus, algoritms piedāvā līdzīgu saturu.

Lietotāju izvēles
- Cilvēki izvēlas sekot tādiem avotiem, kas atbalsta viņu uzskatus, un izvairās no tiem, kas tiem iebilst.

Piemērs: sekot tikai tādiem ziņu kanāliem, kas atbilst politiskajiem uzskatiem.

Kognitīvie aizspriedumi
- **Apstiprinājuma efekts**: tendence meklēt informāciju, kas apstiprina esošos uzskatus.
- **Filtrēšanas efekts**: tendence ignorēt datus, kas tiem iebilst.

Informācijas burbuļa ietekme

Uzskatu polarizācija
- Stiprināts dalījums "savējos" un "svešajos".

Piemērs: politiskajās diskusijās grupas nostiprina savas pozīcijas, ignorējot pretējos argumentus.

Grūtības dialogā
- Trūkst sapratnes starp grupām ar atšķirīgām ideoloģijām.

Piemērs: nespēja rast kompromisu dažādu notikumu interpretācijā.

Uztveres kropļojumi
- Vienpusīga informācija veido nepareizu priekšstatu par pasauli.

Piemērs: pārāk liels uzsvars uz negatīvām ziņām rada iespaidu, ka "pasaulē viss ir slikti".

Kā pārvarēt informācijas burbuli?

Avotu dažādošana
- Sekojiet avotiem, kas pārstāv pretējus skatpunktus.

Piemērs: lasīt gan valsts, gan neatkarīgos medijus.

Kritiskā domāšana
- Analizējiet katru saņemto informāciju.

Piemērs: pārbaudiet datus vairākos avotos, pirms tiem uzticaties vai dalāties.

Atvērtība jaunām idejām
- Esiet gatavi apsvērt un apspriest alternatīvus skatpunktus.

Piemērs: piedalieties diskusijās, cienot dažādus viedokļus.

Informāciju tīkls

Mērķi un uzdevumi bloka ietvaros

- Attīstīt prasmes atšķirt faktus no viedokļiem medijos.
- Stiprināt kritisko informācijas uztveri.
- Veidot spēju analizēt un novērtēt informācijas avotu uzticamību.
- Paaugstināt izpratni par subjektivitātes lomu notikumu interpretācijā.

Teorija

Kas ir fakts?	• Apgalvojums, ko iespējams pārbaudīt un pierādīt, balstoties uz objektīviem pierādījumiem.
Kas ir viedoklis?	• Personīgs spriedums, sajūtas vai pārliecība, kas bieži balstās uz subjektīvu uztveri.
Kā atpazīt faktu?	• Tas ir balstīts uz datiem, pētījumiem, dokumentiem vai pierādījumiem. • To var pārbaudīt citos uzticamos avotos.
Kā atpazīt viedokli?	• Tajā izmantoti vārdi, kas pauž sajūtas, piemēram, "es domāju", "šķiet", "manuprāt". • Parasti tam nav pārbaudāma pamatojuma.

Praktiskais uzdevums

Materiālu sagatavošana:
Sagatavojiet kartītes ar dažādiem apgalvojumiem, piemēram:

- "Saule lec austrumos" — fakts.
- "Saulrieti ir viskrāšņākais dabas skats pasaulē" — viedoklis.
- "Egils Levits tika ievēlēts par Latvijas prezidentu 2019. gadā" — fakts.
- "Cilvēki emigrē no Latvijas, jo šeit ir grūti nopelnīt pienācīgu iztiku" — viedoklis.

Iekļaujiet sarežģītākus un aktuālus piemērus, piemēram:

- "Pavasaris ir mīļākais laiks Baltijas jūras piekrastes iedzīvotājiem" — viedoklis.
- "Rīts nevar būt veiksmīgs, ja tas nesākas ar kafiju" — viedoklis.

Norise:

1. Dalībnieki strādā individuāli vai komandās (līdz 3 cilvēkiem).
2. Katrai grupai tiek izsniegta tabula ar uzrakstiem "Fakts" un "Viedoklis".
3. Treneris nolasa vai parāda vienu apgalvojumu vienlaicīgi.
4. Dalībnieki paceļ kartīti "Fakts" vai "Viedoklis" atkarībā no tā, ko viņi uzskata par pareizo atbildi.
5. Pēc tam dalībnieki argumentē savu izvēli un paskaidro, kāpēc konkrētais apgalvojums ir fakts vai viedoklis.

Jautājumi dalībniekiem

Ja dalībnieki ir bērni:

- Kā jūs domājat, kas visbiežāk runā tikai faktus? (piemēram, zinātnieki, skolotāji).
- Vai varat nosaukt kādu faktu, ko nesen uzzinājāt?

Ja dalībnieki ir jaunieši:

- Kāpēc ir svarīgi atšķirt faktus no viedokļiem sociālajos tīklos?
- Vai viedokļi var būt kaitīgi? Kāpēc?

Ja dalībnieki ir seniori:

- Vai pamanāt, ka ziņās biežāk ir viedokļi, nevis fakti?
- Cik bieži pārbaudāt informāciju, pirms ar to dalāties?

Vērtēšanas metodes

Kartīšu klasifikācija:

- Novērtējiet, cik precīzi grupas spēja klasificēt katru apgalvojumu kā faktu vai viedokli.

Mini aptauja:

- Pajautājiet dalībniekiem, vai viņi jūtas pārliecinātāki par spēju atšķirt faktus no viedokļiem pēc nodarbības.

Piemēri no dzīves:

- Aiciniet dalībniekus dalīties ar pieredzi, kurā viņu viedoklis izrādījās kļūdains, jo viņi to bija pieņēmuši par faktu.

Šī spēle palīdz dalībniekiem attīstīt kritisko domāšanu, stiprinot spēju atšķirt objektīvu informāciju no subjektīviem spriedumiem, kas ir būtiska prasme mūsdienu mediju pasaulē.

09

EKSPERTA PĀRBAUDE: KĀ ATPAZĪT KOMPETENTU SPECIĀLISTU?

Eksperta pārbaude

Mērķi un uzdevumi bloka ietvaros

- Apgūt prasmes kritiski analizēt informāciju par ekspertiem.
- Iemācīties noteikt speciālistu kompetenci konkrētās jomās.
- Attīstīt spēju pārbaudīt paziņojumu ticamību, kas publicēti medijos vai sociālajos tīklos.

Teorija

Kāpēc ir svarīgi pārbaudīt ekspertus?

- Nepārbaudīti apgalvojumi no "viltus" ekspertiem var maldināt sabiedrību.
- Nepareiza ekspertu izvēle publikācijām grauj uzticību medijiem.

Piemērs:

"Šveices biologs Vilsons Edvardss"

- Facebook platformā tika atklāts un dzēsts 500 kontu tīkls, kas bija saistīts ar Ķīnu un izplatīja nepatiesu informāciju, it kā no šveiciešu biologa Vilsona Edvardsa.
- Vilsons Edvardss, kura patiesībā nemaz neeksistēja, tika izmantots, lai apgalvotu, ka ASV iejaucas Covid-19 izcelsmes izpētē.
- Šie nepatiesie apgalvojumi tika publicēti Ķīnas valsts medijos, pirms atklājās, ka "eksperts" ir izdomāts tēls.

Eksperta pārbaudes galvenās metodes

Izglītība un kvalifikācija:
- Noskaidrojiet eksperta izglītības līmeni.
- Vai viņa izglītība atbilst apspriežamajai tēmai?

Darba pieredze:
- Vai ekspertam ir praktiska pieredze attiecīgajā jomā?

Publikācijas un sasniegumi:
- Vai eksperts ir publicējies zinātniskos izdevumos?
- Vai viņam ir atzinība profesionālajā vidē?

Reputācija un atsauksmes:
- Kā ekspertu vērtē viņa kolēģi vai klienti?

Aktivitāte medijos un sociālajos tīklos:
- Kādas tēmas eksperts apskata?
- Kāda ir reakcija uz viņa publikācijām?

Praktiskais uzdevums

Uzdevuma norise

1. Dalībnieki sadalās grupās pa 2–5 cilvēkiem.
2. Katras grupas uzdevums ir pārbaudīt noteikta eksperta kompetenci, izmantojot piedāvātos kritērijus.

Jautājumi grupām

1. grupa: Jurijs Perevoščikovs
- Ar ko viņš nodarbojas?
- Vai viņš ir kompetents izteikties par vakcīnām?

2. grupa: Andris Ambainis
- Kāda ir viņa izglītība?
- Vai viņam varētu uzticēties jautājumos par pērtiķu bakām?

3. grupa: Igors Rajevs
- Kāda ir viņa profesionālā pieredze?
- Vai viņš ir uzticams informācijas avots par dabas saglabāšanu Latvijā?

4. grupa: Ivars Kalviņš
- Vai viņa pieredze atbilst tēmai par Latvijas modes industriju?

Rezultāti:
Katra komanda sagatavo īsu prezentāciju ar secinājumiem un paskaidro, kāpēc izvēlētais eksperts var (vai nevar) tikt uzskatīts par kompetentu konkrētajā jomā.

Jautājumi treneriem

Bērniem:
- Kāpēc ir svarīgi zināt, kas ir eksperts?
- Kā mēs varam saprast, vai eksperts runā patiesību?

Jauniešiem:
- Kāpēc žurnālistiem vajadzētu pārbaudīt ekspertu kvalifikāciju?
- Kādu ietekmi uz sabiedrību var atstāt "viltus" eksperts?

Senioriem:
- Vai jums ir bijuši gadījumi, kad apšaubījāt speciālista viedokli?
- Kā var atšķirt īstu ekspertu no pašpasludināta?

Vērtēšanas metodes

Atgriezeniskā saite pēc uzdevuma:
- Kuri eksperta pārbaudes kritēriji šķita visnoderīgākie?
- Vai bija grūtības meklēt informāciju?

Praktiskā vērtēšana:
- Dalībnieki pārbauda jaunus piemērus (papildus "ekspertus").

Rakstiska refleksija:
- Ko jaunu jūs uzzinājāt par ekspertu pārbaudi?
- Kā jūs plānojat pielietot šo prasmi ikdienas dzīvē?

Šis uzdevums palīdz attīstīt prasmi kritiski izvērtēt ekspertu kompetenci, kas ir būtiski, lai izvairītos no maldināšanas medijos un sociālajos tīklos.

Uzmanību. Gatavību. Starts.

Spēles mērķis

- Uzsvērt, cik svarīgi ir pievērst uzmanību instrukcijām un detaļām.
- Parādīt, kā cilvēks var tikt maldināts, ja viņš neizlasa tekstu rūpīgi.

Saistība ar medijpratību

- Medijos un saturā bieži slēpjas manipulācijas vai izkropļojumi.
- Spēja uzmanīgi analizēt informāciju palīdz šādas lamatas atpazīt.

Norādījumi spēles vadīšanai

Materiālu sagatavošana:

- Izdrukājiet tekstu ar uzdevumiem uz A4 formāta lapām (1 eksemplārs katram dalībniekam).

Dalībnieku sagatavošana:

- Izdaliet uzdevumu lapas, lūdzot nelasīt tekstu pirms sākuma signāla.
- Paziņojiet, ka spēlei ir laika ierobežojums – katram dalībniekam būs 3 minūtes, lai pareizi izpildītu visus uzdevumus.
- Motivējiet dalībniekus, piemēram, piedāvājot nelielu balvu (piemēram, pierakstu blociņu, pildspalvu vai kādu našķi) pirmajam, kurš uzdevumu izpildīs pareizi.

Spēles sākums:

- Dodiet signālu uzdevumu veikšanai.
- Uzraugiet, lai dalībnieki ievēro instrukcijas un nepalīdz cits citam.

Spēles noslēgums:

- Pabeidziet spēli pēc 3 minūtēm vai ātrāk, ja redzat, ka daudzi dalībnieki ir pabeiguši uzdevumus.
- Sāciet diskusiju ar dalībniekiem.

Diskusijas jautājumi:

- Cik uzdevumus jūs izpildījāt?
- Kāda bija jūsu stratēģija - vispirms visu izlasīt un pēc tam sākt pildīt uzdevumus vai lasīt un pildīt uzdevumus vienu pēc otra?
- Vai pamanījāt slēptās instrukcijas vai manipulācijas tekstā?
- Kā tas attiecas uz reālās dzīves situācijām un mediju satura patēriņu?

Galvenie secinājumi:

- Ne vienmēr uzticieties pirmajam iespaidam vai acīmredzamajai informācijai.
- Esiet modri un rūpīgi, īpaši lasot instrukcijas vai ziņas.

Šī spēle ir lielisks vingrinājums, lai attīstītu kritisko domāšanu un prasmi rūpīgi analizēt informāciju, kas ir būtiskas prasmes mūsdienu digitālajā vidē.

“Uzmanība pret informāciju ir pirmais solis, lai atšķirtu faktus no manipulācijām. Bez kritiskas analīzes mēs kļūstam par citu cilvēku nodomu gūstekņiem.”

Karls Seigans, astronoms, astroķīmiķis, zinātnes popularizētājs un zinātniskās fantastikas rakstnieks.

Jums ir 3 minūtes, lai izpildītu šo testu. Izlasiet visus uzdevumus un veiciet katru no tiem pēc iespējas ātrāk. Tas, kurš visus uzdevumus izpildīs ātrāk par pārējiem, saņems balvu!

- Jūs varat komunicēt ar citiem dalībniekiem, lai saņemtu informāciju uzdevuma izpildei, bet nevarat apspriest uzdevuma izpildes gaitu. Tas ir ļoti svarīgi.
- Pierakstiet trīs dalībnieku vārdus, kas sēž blakus jums. Nav svarīgi, vai jūs viņus pazīstat vai nē.
- Pierakstiet, kāds ir jūsuprāt viņu aptuvenais vecums.
- Atrodiet dalībnieku, kurš prot spēlēt kādu mūzikas instrumentu, un pierakstiet viņa vārdu.
- Saskaitiet, cik zālē ir sieviešu. Pierakstiet skaitli.
- Pierakstiet dažus dalībnieku vārdus, kuriem ir mājdzīvnieki.
- Pierakstiet viņu mājdzīvnieku vārdus.
- Atrodiet trīs dalībniekus ar zilām acīm un pierakstiet viņu vārdus.
- Uzziniet, kuram dalībniekam ir tāds pats dzimšanas mēnesis kā jums. Pierakstiet viņa/viņas vārdu.
- Pierakstiet dalībnieka vārdu, kurš nedzer kafiju.
- Pasniedziet roku trenerim.
- Nesteidzieties, ja vēl neesat sākuši veikt uzdevumus. Visus iepriekšējos punktus var izlaist - tie nav obligāti. Balvas nebūs - tas ir joks. Lūdzu, pievērsiet uzmanību nākamajiem trim punktiem.
- Lūdzu, turpiniet izlikties, ka lasāt uzdevumus.
- Tiklīdz treneris teiks: “Laipni lūdzam nodarbībā,” piecelieties un pasakiet: “Es māku uzmanīgi lasīt.”
- Paldies, ka izlasījāt visus punktus līdz galam, pirms uzsākat uzdevumu izpildi.

Emocijas kā lēmumu pieņemšanas faktors

Mērķi:

- Izprast, kā emocijas ietekmē informācijas uztveri un lēmumu pieņemšanu.
- Uzzināt, kā mediji izmanto emocijas, lai piesaistītu uzmanību un radītu vīrusa efektu saturam.
- Attīstīt spēju apzināties savas emocijas un pārvaldīt tās.

Praktisks uzdevums

Instrukcija:

- Dalībniekiem pēc kārtas tiek parādītas trīs fotogrāfijas vai attēli, kas izraisa spēcīgas emocijas.
- Pie katra attēla:
  - Dalībnieki uzraksta uz uzlīmēm 5 vārdus vai emocijas, ko izjūt, skatoties uz attēlu.
  - Pēc katra attēla tiek veikta īsa diskusija:
    - Kādas emocijas izraisīja attēls?
    - Kāpēc tieši šīs emocijas?
    - Kāds varētu būt satura autora nodoms?

Attēlu piemēri (var aizstāt):

- **Katastrofa vai negadījums** (piemēram, apgāzta automašīna uz ceļa).
- **Politisks notikums** (piemēram, protesta akcijas vai konflikta foto).
- **Sociāla kampaņa** (piemēram, kara cietušais bērns vai piesārņota daba).

Teorija – Kā emocijas ietekmē mūs

Kāpēc emocijas ir svarīgas?

- Emocijas vada mūsu uztveri un reakciju uz informāciju.
- Spēcīgas emocijas paātrina lēmumu pieņemšanu, taču bieži samazina racionalitāti.

Emociju ietekme uz medijiem un informāciju:

- Vīrusa efekta satura radīšana:
  - Emocijas kā dusmas, bailes, līdzjūtība vai pārsteigums mudina klikšķināt, dalīties vai diskutēt.
  - **Piemērs:** Emocionāli piesātināti virsraksti un attēli piesaista lielāku uzmanību.

Manipulācija ar emocijām:

- Mediji izmanto spēcīgas emocijas, lai ietekmētu auditoriju.

Piemēri:

- **Ceļu satiksmes negadījumi:**

Emocionāli uzrunājoši foto vai dramatisks stāstījums piesaista uzmanību un izraisa dusmas vai līdzjūtību, kā rezultātā pieaug klikšķu un kopīgošanas skaits.

- **Politiskie notikumi:**

Politiskā reklāma un ziņas bieži rada bailes vai sašutumu, piemēram, izmantojot izteikumus par potenciāliem krīzes draudiem. Tas rosina lielu interesi un diskusijas.

- **Sociālās kampaņas:**

Organizācijas, kas risina sociālās problēmas (piemēram, vidi vai cilvēktiesības), bieži izmanto emocionālus stāstus, lai izceltu problēmas nopietnību, balstoties uz cilvēku personīgo pieredzi.

Praktiskais darbs ar virsrakstiem

Uzdevums:

- Parādiet vairākus ziņu virsrakstus ar attēliem.
- Diskusija:
  - Kāpēc izvēlēts tieši šis attēls?
  - Kādas emocijas tas izraisa?
  - Kā tas pastiprina informācijas ietekmi?

Piemērs analīzei:

- Virsraksts: "Šokējošā patiesība par mežu izciršanu!"
- Foto: tukša meža ainava ar nocirstiem kokiem.
- Emocijas: skumjas, dusmas, nemiers.
- Secinājums: attēls pastiprina virsraksta efektu, mudinot lasītāju reaģēt.

Emociju pārvaldība

Apziņas par emocijām loma:

Palīdz saglabāt kontroli pār savu reakciju:

- Izveidojiet pauzi: pēc satura, kas izraisa spēcīgas emocijas, uz brīdi novērsieties.

Uzdodiet sev jautājumus:

- Ko es pašlaik jūtu?
- Kāpēc es tā reaģēju?

Nosauciet emociju:

- Piemērs: "Es jūtu dusmas, bet saprotu, ka tā ir tikai reakcija uz attēlu.

Rezultāts:

palīdz atgūt emocionālu kontroli.

Emociju ritenis

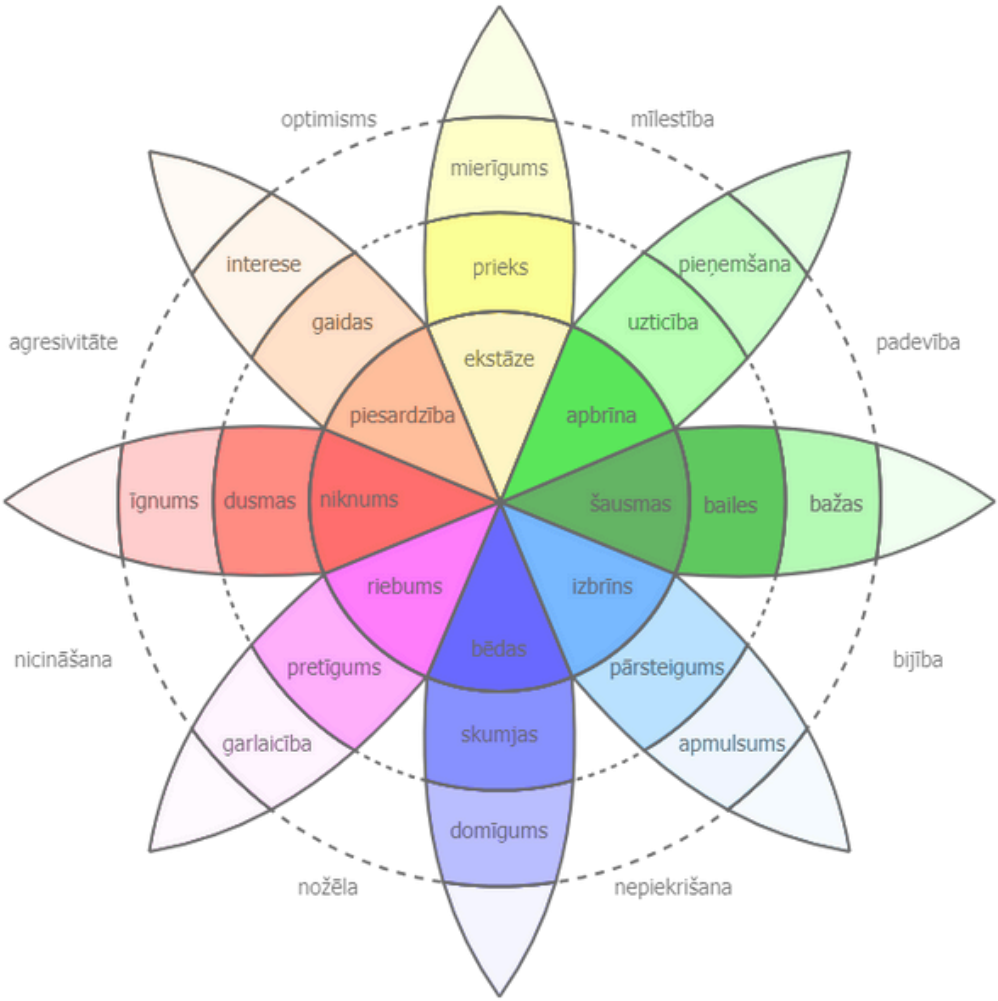
Darbs ar emociju riteni:

- Parādiet dalībniekiem emociju riteni (vizuāla karte ar emociju spektru: no prieka un mīlestības līdz dusmām un bailēm).

Diskusija:

- Kā emociju identificēšana palīdz labāk saprast savas reakcijas?
- Kuras emocijas visbiežāk izmanto mediji?

Emociju ritenis



Secinājumi un refleksija

Galvenie secinājumi:

- Emocijas ir spēcīgs ietekmes instruments, ko aktīvi izmanto mediji.
- Apziņa par savām emocijām palīdz izvairīties no manipulācijām.
- Kritiska pieeja palīdz adekvāti uztvert informāciju.

Diskusijas jautājumi:

1. Kuras emocijas visbiežāk izjūtat, skatoties ziņas?
2. Vai esat pamanījuši, ka emocijas ietekmē jūsu reakciju uz virsrakstiem?
3. Kādas stratēģijas jums palīdz saglabāt objektivitāti?

Antidiskriminācijas kartītes

Kas tas ir?

Antidiskriminācijas kartītes ir 12 infografiku komplekts, kas izskaidro galvenos psihosociālos mehānismus, kas rodas starpgrupu attiecībās. Katras kartītes uzmanības centrā ir viena no šīm tēmām:

- Mēs/viņi
- Stereotipi
- Aizspriedumi
- Izslēgšana
- Diskriminācija
- Naida runa
- Naida piramīda
- Dehumanizācija
- Grēkāzis
- Konspirācijas teorija
- Novērotāja efekts
- Etnocentrisms

Kāpēc tas ir nepieciešams?

Kartītes palīdz:

- Izprast diskriminācijas un starpgrupu konfliktu mehānismus.
- Analizēt vēsturiskos un mūsdienu sociālos procesus.
- Pārdomāt savus uzskatus un attieksmi attiecībās ar citām grupām.

Kad izmantot?

Kartītes ir noderīgas:

- Vēstures notikumu analīzei (piemēram, vairākuma un mazākuma grupu attiecībām).
- Mūsdienu sociālo konfliktu vai notikumu interpretācijai.
- Vēstures, sociālo zinātņu stundās vai kritiskās domāšanas veicināšanas treniņos.

Kā izmantot?

Sagatavošanās treneriem:

- Iepazīstieties ar visām kartītēm pirms nodarbības.
- Izvēlieties materiālu un kartītes, kuras izmantosiet analīzei.
- Sagatavojiet piemērus un papildinformāciju (piemēram, runājot par geto, apspriediet stereotipus par ebrejiem Polijā, antisemītismu, liecinieku lomu u.tml.).
- Iepazīstiniet grupu ar kartītēm, paskaidrojiet, ka mehānismi ietekmē mūs visus un ka cilvēks vai grupa dažādās situācijās var atrasties dažādās lomās – privilēģētos, diskriminētos vai lieciniekos.

Kartīšu ieviešana darbā ar grupu:

- Izskaidrojiet psihosociālo mehānismu nozīmi un ietekmi uz cilvēku uzvedību.
- Pārskatiet kartītes, liekot dalībniekiem uzminēt mehānisma nosaukumu pēc apraksta vai otrādi.
- Paskaidrojiet mehānismus un atbildiet uz jautājumiem.

Notikumu vai procesu analīze ar kartītēm:

Dalībnieki izmanto kartītes, lai identificētu mehānismus apspriežamajā situācijā:

- Individuāls darbs: dalībnieki patstāvīgi analizē notikumus.
- Darbs mazās grupās: apspriešana pāros vai grupās, piemēru meklēšana konkrētiem mehānismiem.
- Grupas diskusija: sarežģītu tēmu, piemēram, vienlīdzības, diskriminācijas vai naida valodas, analīze.

Piemēri pielietojumam:

- Individuāls darbs: dalībnieki patstāvīgi izmanto kartītes, lai analizētu vēsturiskus procesus vai attiecības starp divām sociālām grupām.
- Darbs mazās grupās: dalībnieki meklē piemērus konkrētam mehānismam vēsturiskos notikumos vai apspriež izvēlēto kartīšu piemērotību konkrēta notikuma izskaidrošanai.
- Darbs ar visu klasi: kartītes tiek izmantotas kā diskusijas sākumpunkts, piemēram, vienlīdzības gājienu apspriešanai, izmantojot kartītes "stereotips", "aizspriedumi", "diskriminācija", vai runājot par "naida piramīdu" Holokausta stundā.

Vadlīnijas

- Diskusijas par izslēgšanu un diskrimināciju prasa delikātu pieeju. Novērtējiet savstarpējās uzticības līmeni grupā.
- Kartīte "novērotāja efekts" ir īpaši svarīga, runājot par atbildību pret naida valodu, stereotipiem un mākslīgi veidotiem "mēs" un "viņi" dalījumiem.

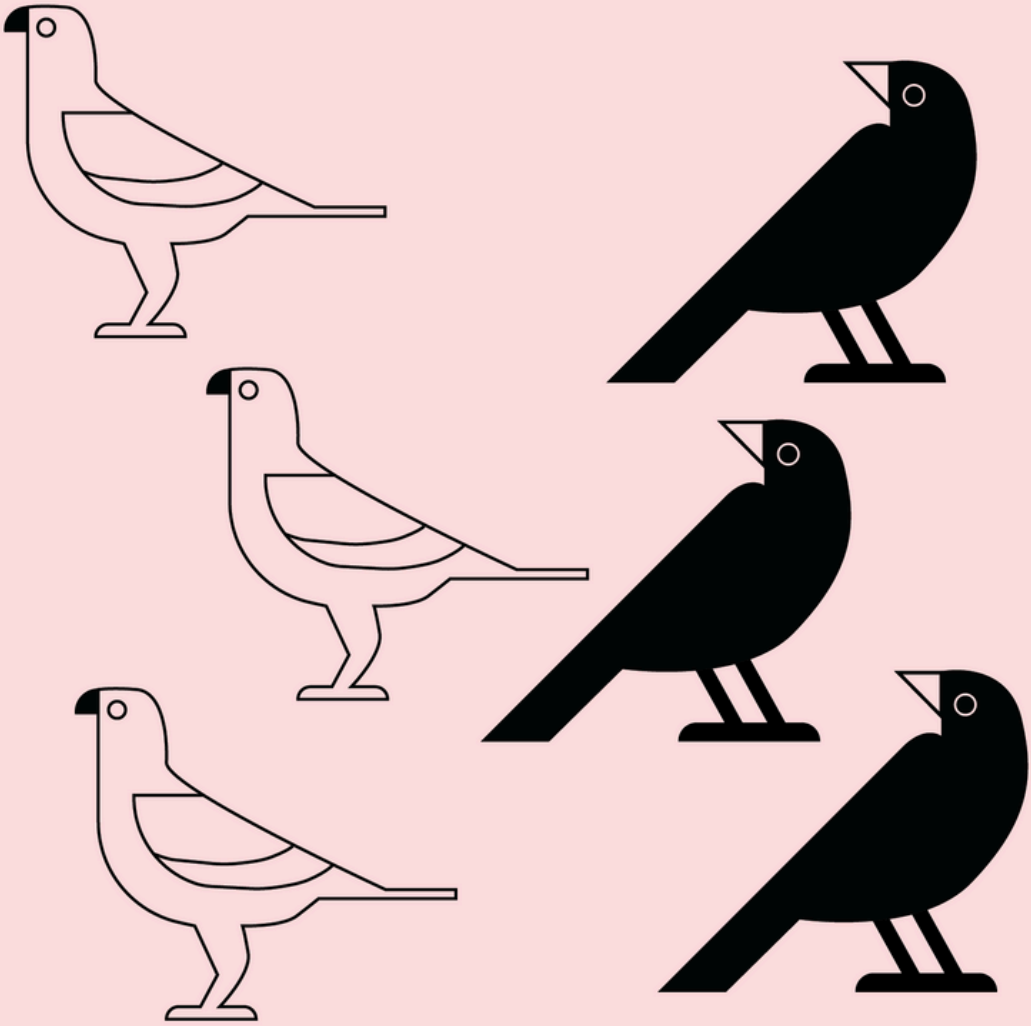
Kāpēc tas ir svarīgi?

Kartītes palīdz:

- Dziļāk izprast sociālo konfliktu cēloņus un sekas.
- Ieraudzīt mehānismus, kas veicina aizspriedumus un diskrimināciju.
- Veicināt kritisko domāšanu un atbildības sajūtu starpgrupu attiecībās.

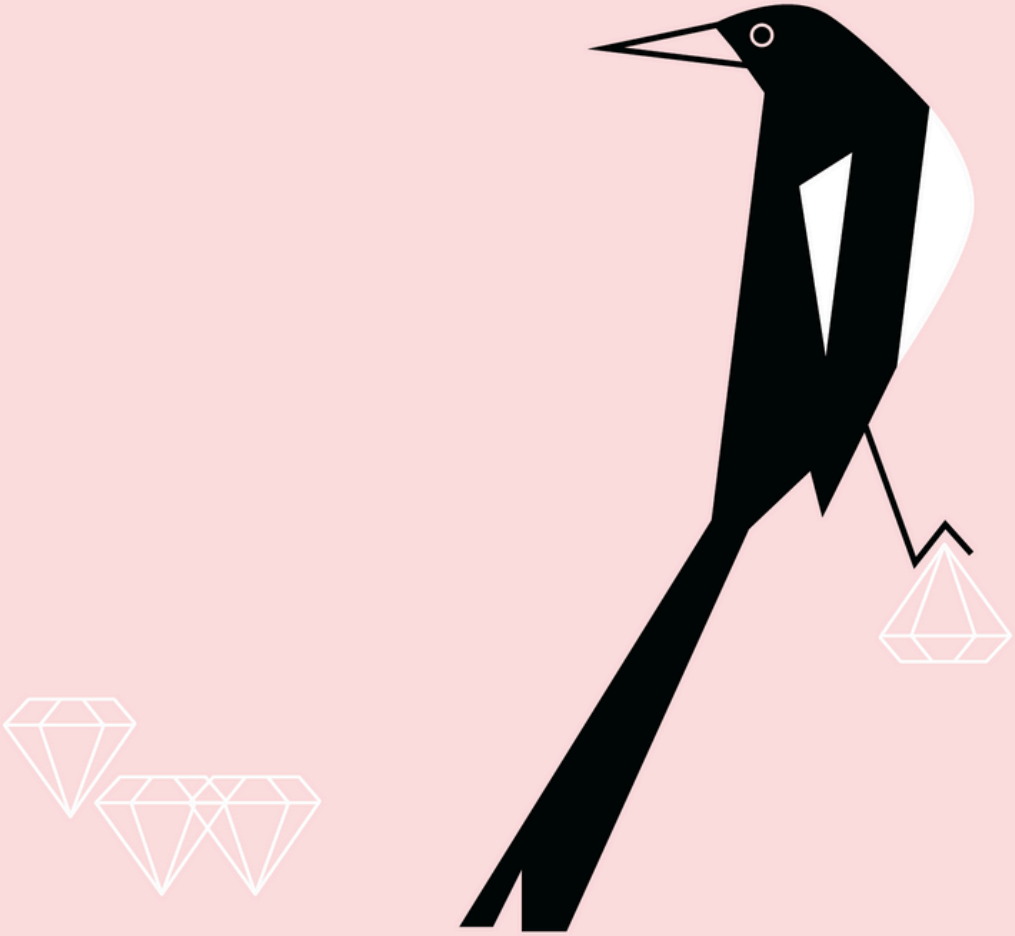
Kritiska avotu analīze
Pieci vienkārši jautājumi

1. **Kas ir autors un kāds ir viņa/viņas mērķis?**
2. **Kādas metodes tiek izmantotas, lai piesaistītu un noturētu auditorijas uzmanību?**
3. **Kādi dzīvesveidi, vērtības un skatupunkti ir attēloti?**
4. **Kā dažādi cilvēki to var interpretēt?**
5. **Kas palicis ārpus uzmanības loka?**



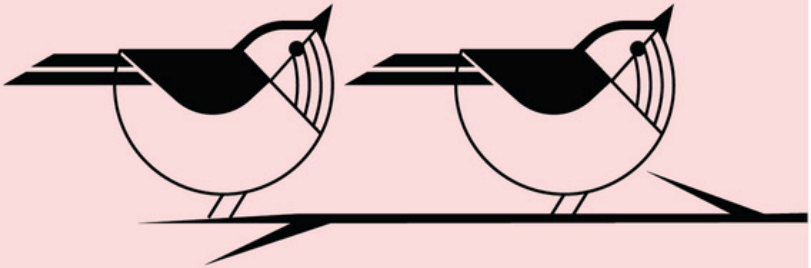
[mēs/viņi]

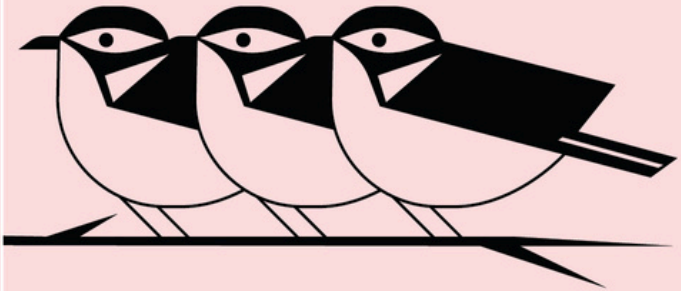
Spēcīgas atšķirības radīšana starp savu grupu (uztverta kā labāka) un svešo grupu (nepilnvērtīga), bieži balstoties uz acīmredzamām atšķirībām. Šī nošķiršana bieži tiek pastiprināta īpašos, piemēram, politiskos nolūkos.



[stereotips]

Vienkāršots priekšstats par citu grupu vai cilvēkiem, kas tai pieder. Stereotips piedēvē noteiktas īpašības vai uzvedību visai grupai (visiem tās locekļiem). Tajā pašā laikā tas neatbilst patiesībai, jo izlīdzina atšķirības starp grupas locekļiem. Stereotipi tiek izmantoti, kad mums trūkst zināšanu – tie "sakārto" realitāti un pastiprina dalījumu "mēs" un "viņi".



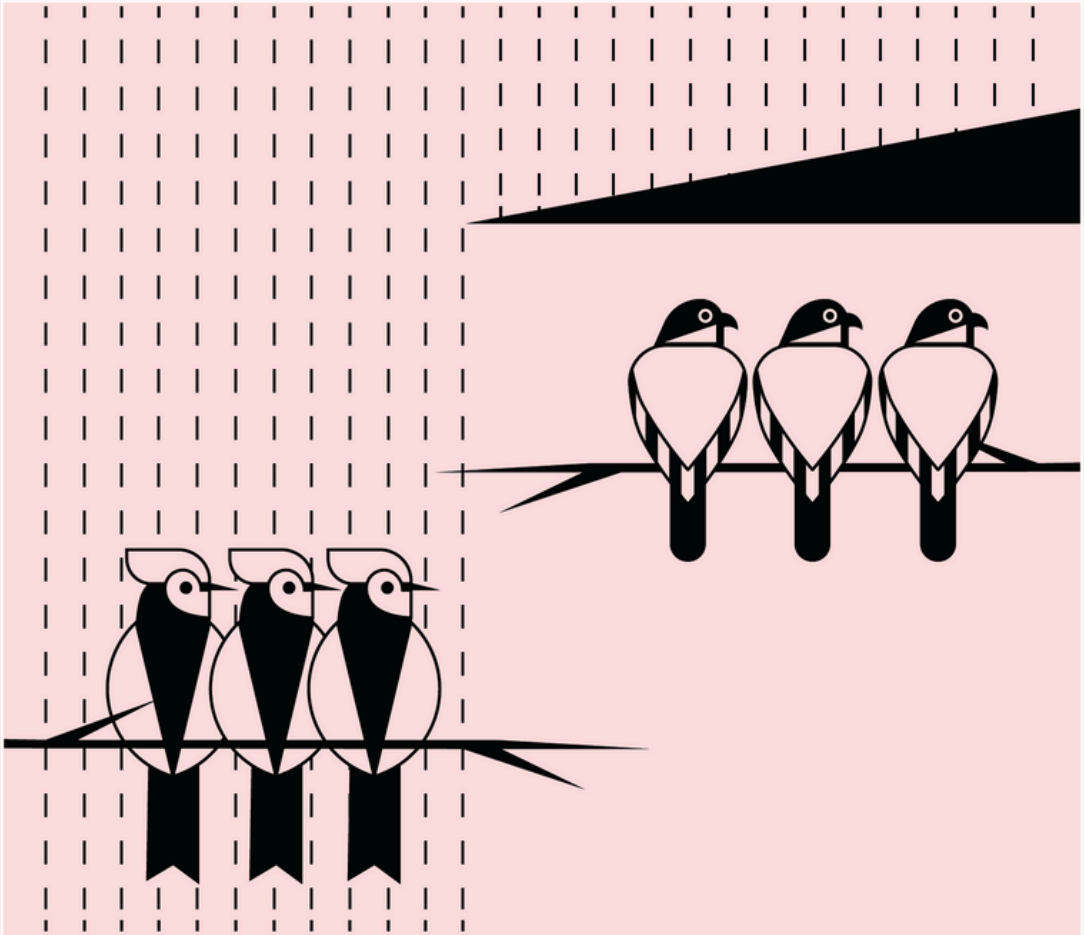


[aizspriedumi]

Negatīva attieksme pret noteiktu grupu un tās locekļiem (piemēram, nicinājums, naids, riebumS). Aizspriedumi ir noturīgi, tos ir grūti mainīt, un tie bieži vien ir saistīti ar spēcīgām emocijām, piemēram, bailēm vai dusmām. Bieži vien tie balstās uz stereotipiem.

[izslēgšana]

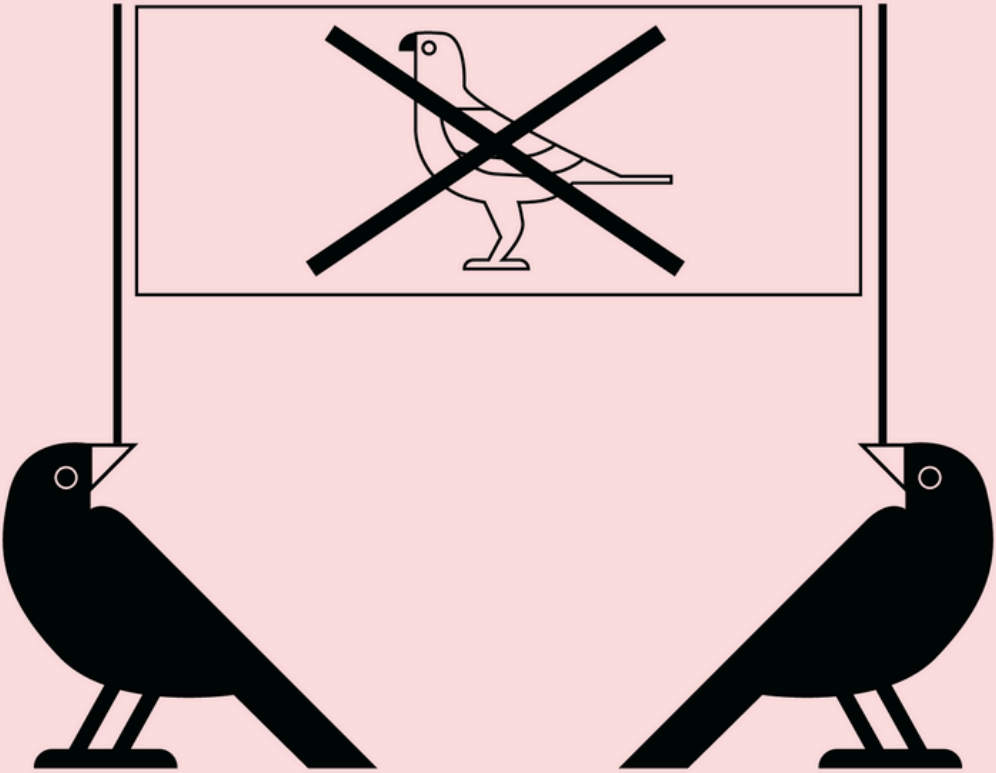
Mēs runājam par izslēgšanu, kad cilvēks nevar - ne pēc savas gribas - piedalīties noteiktas grupas dzīvē. Izslēgšana var arī skart veselu mazākumtautību grupu sabiedrībā. Tā var izpausties dažādās formās: separācija (fiziska šķiršanās), marginalizācija (pastāvīga noteiktas grupas vajadzību un tieksmju ignorēšana), segregācija (grupu dalīšana "labākajās" un "sliktākajās", kur "sliktākajām" ir mazāk tiesību).
Izslēgšana var skart dažādas dzīves jomas - izglītību, ekonomiku, kultūru, politiku. Tā pastiprina stereotipus un padziļina starpgrupu nesaskaņas.



[diskriminācija]

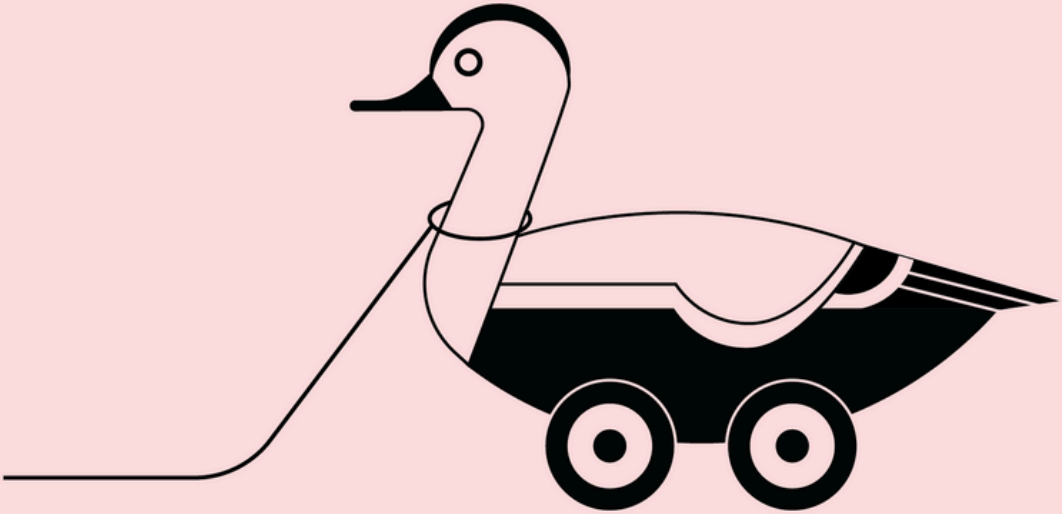
Diskriminācija tiek definēta kā rīcība – nevienlīdzīga attieksme pret cilvēku, sliktākā veidā, pamatojoties uz viņa identitāti (kas viņš ir un/vai kā viņu uztver citi), viņa piederību noteiktai sociālajai grupai. Diskriminācija bieži rodas no stereotipiem un aizspriedumiem.

To veicina starpgrupu dalījumi: mēs/viņi, mazākums/ vairākums, kā arī vienas grupas vara pār citu. Diskriminācija var būt gan atsevišķu cilvēku uzvedība, gan institūciju, organizāciju un valstu rīcība.



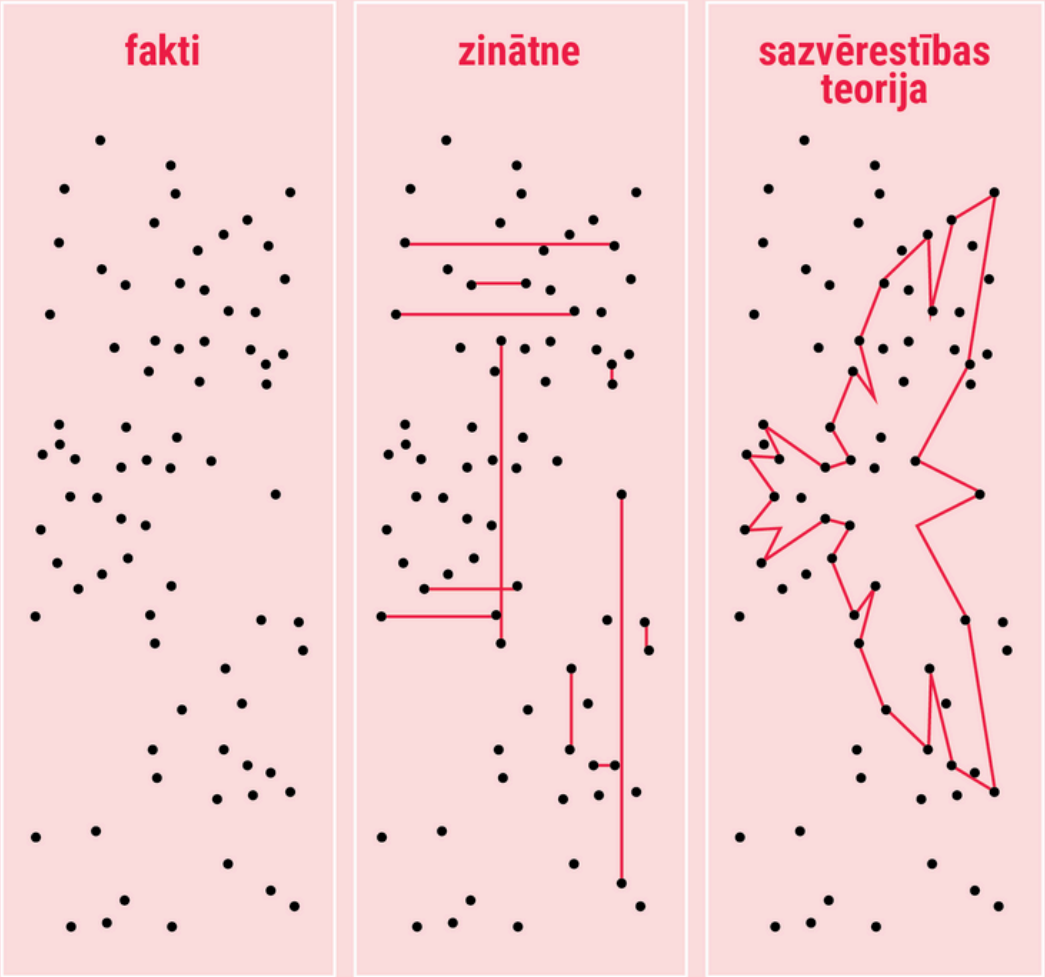
[grēkāža mehānisms]

Izvēlētas personas vai grupas apsūdzēšana sarežģītos, negatīvos sociālajos procesos. Šis mehānisms bieži tiek aktivizēts spēcīgu krīžu laikā (piemēram, ekonomisku vai politisku krīžu laikā). To pastiprina stereotipi un aizspriedumi, tāpēc grēkāža lomā bieži tiek izvirzīta mazākumtautību grupa, kas tiek uztverta kā sveša un kurai tiek piedēvētas negatīvas īpašības. Šis mehānisms pastiprina starpgrupu pretrunas.
Tas var pastāvēt arī mazākās grupās (piemēram, klase, draugu grupa).



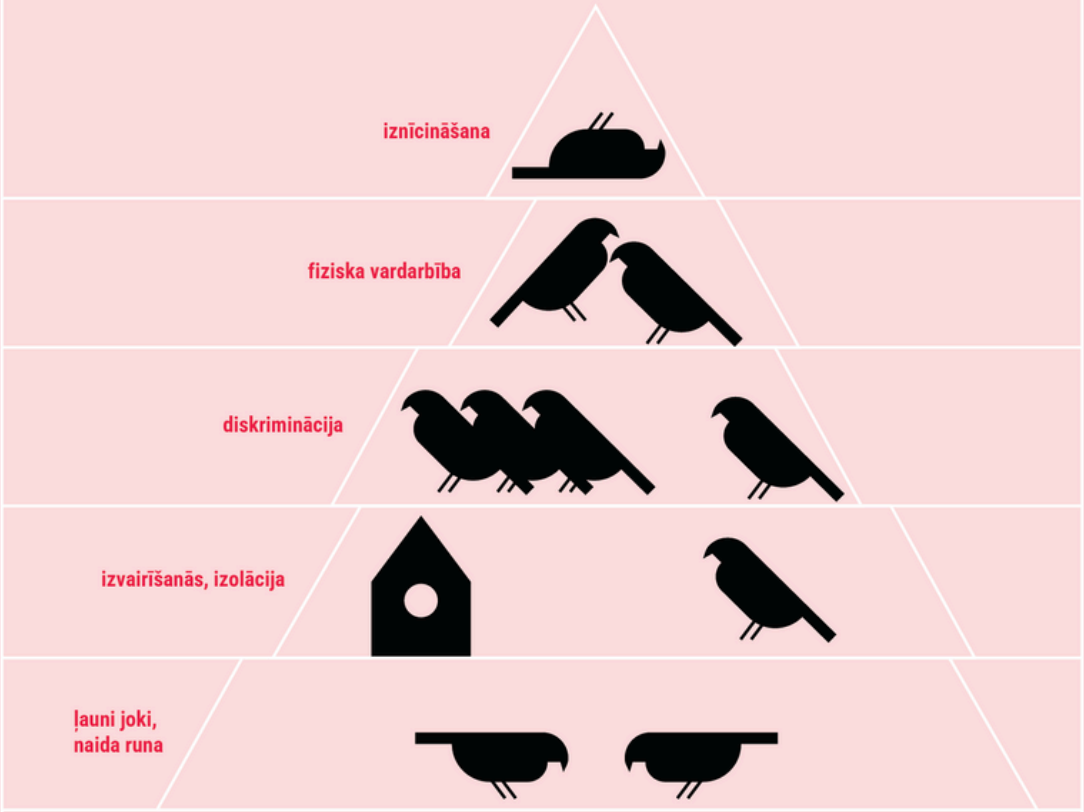
[dehumanizācija]

Pazīstama arī kā cilvēkiskuma atņemšana. Tā nozīmē konkrētas personas vai cilvēku grupas cilvēcības noliegšanu. Dehumanizācija noved pie tā, ka mēs sākam uztvert otru cilvēku kā nepilnvērtīgu būtni, ne pilnīgi cilvēku – kā dzīvnieku vai priekšmetu, kas ir atņemts cieņas, jūtu un emociju, garīgās spējas. Dehumanizācija ir īpaši bīstama, jo ar tās palīdzību ir vieglāk attaisnot vardarbību vai nevienlīdzīgu attieksmi pret to, kuru uztver kā nepilnvērtīgu.



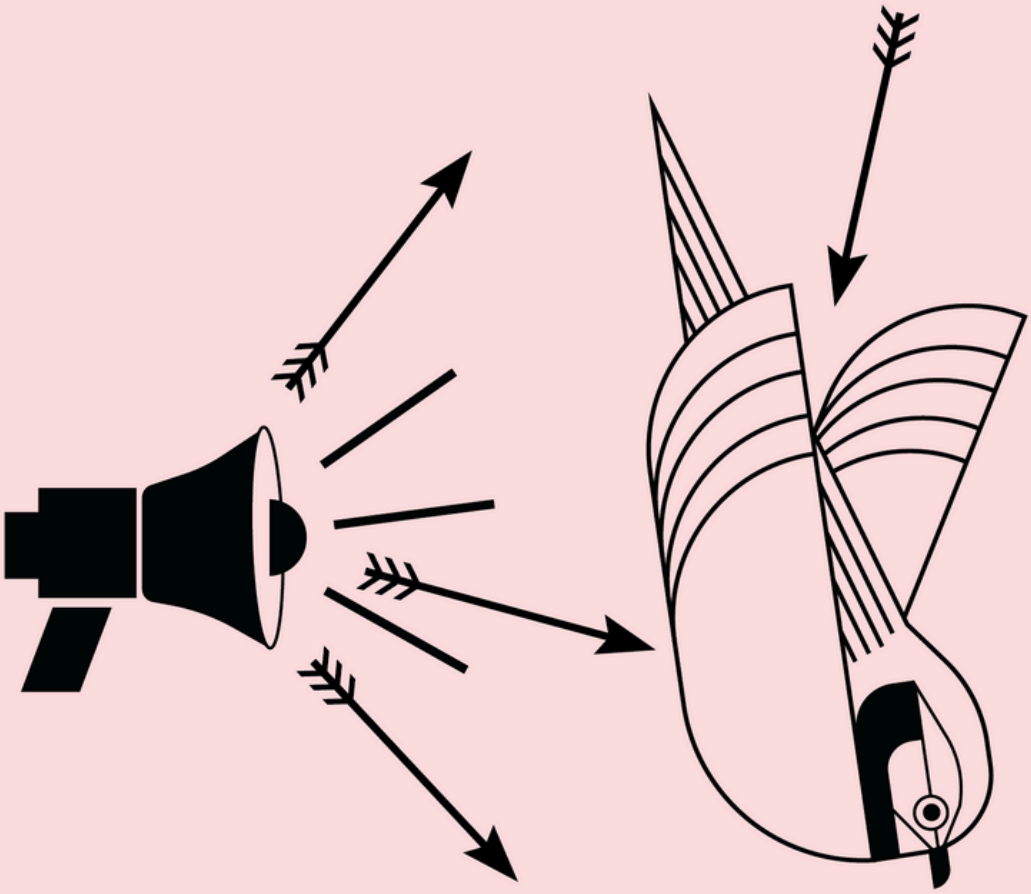
[sazvērestības teorija]

Mēģinājums izskaidrot sarežģītus notikumus vai parādības, pieņemot, ka pastāv sazvērestība – it kā slepena cilvēku grupas darbība, kas darbojas kopā, parasti uz sabiedrības kaitējumu. Sazvērestības domāšanas avots ir, īpaši, vajadzība pēc vienkāršiem risinājumiem sarežģītām problēmām.



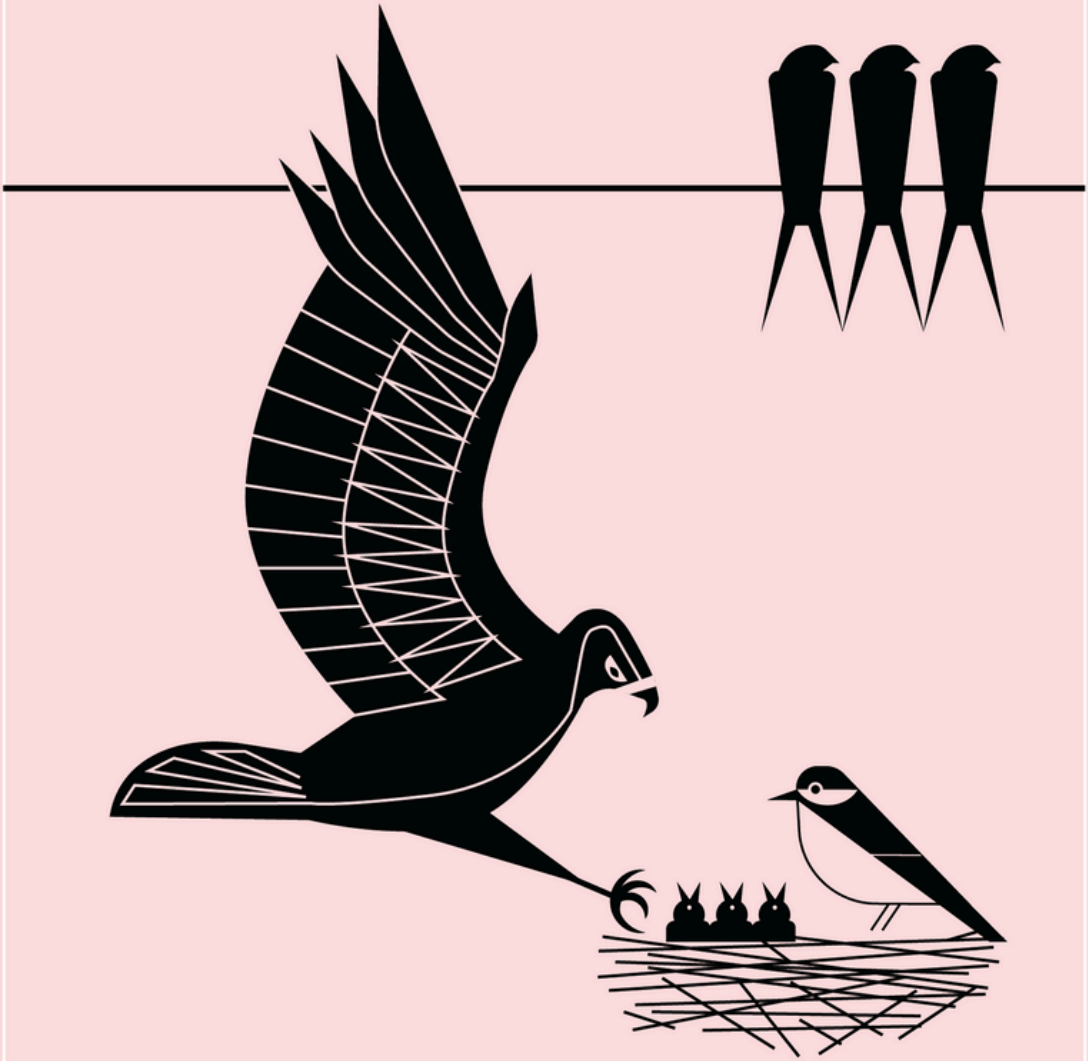
[naida piramīda]

Modelis, kuru izstrādājis amerikāņu psihologs Gordons Olports, attēlo vardarbības eskalācijas procesu attiecībā uz noteiktu grupu un tās locekļiem. Tas parāda, ka genocīds nenotiek uzreiz, bet ir saistīts ar virkni iepriekšējo parādību. Šo, šķietami, nevainīgo parādību, piemēram, naida komentāru, ignorēšana ļauj vardarbībai pieaugt. Katru no secīgajiem posmiem – naida runa, izvairīšanās, diskriminācija, fiziski uzbrukumi un iznīcināšana – kļūst arvien grūtāk pārtraukt, līdz process galu galā kļūst gandrīz neapturams.



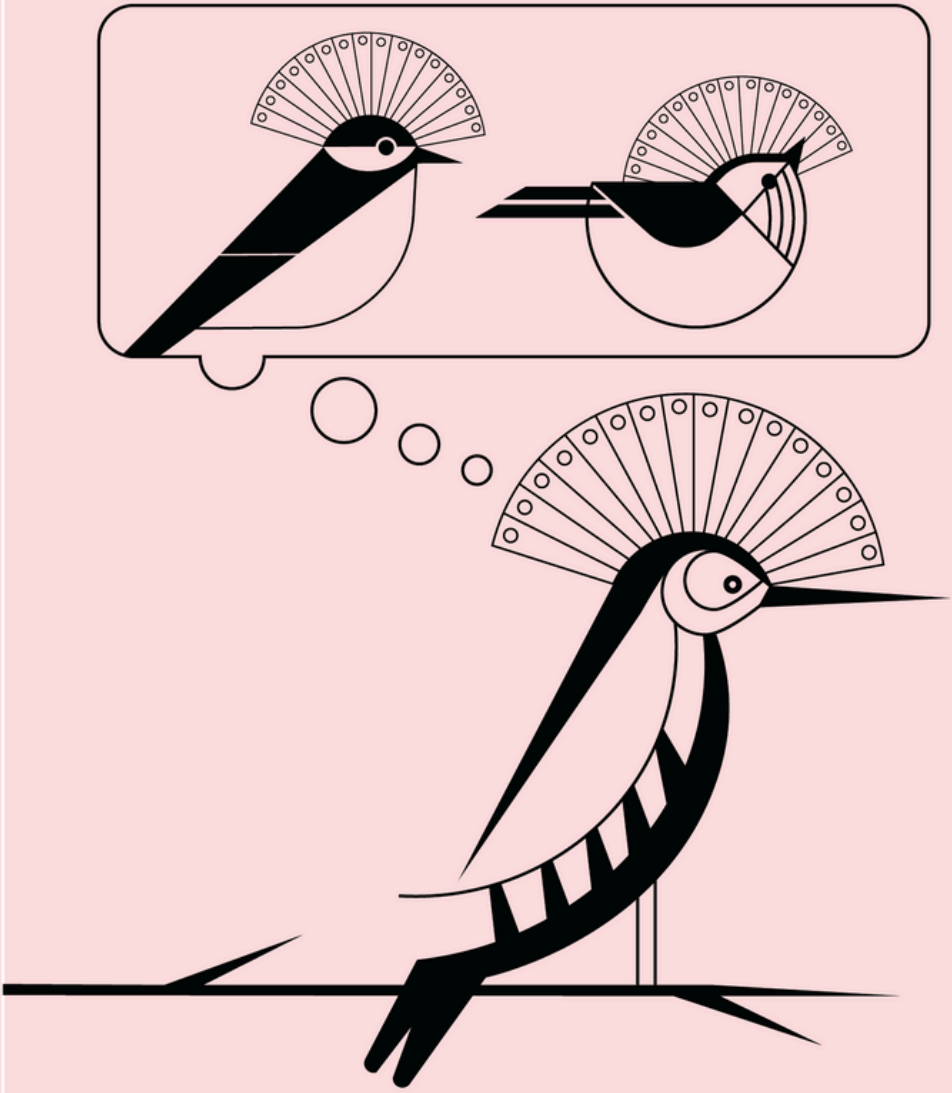
[naida runa]

Paziņojumi un attēli, kas izplata un attaisno nicinājumu, ienaidnieku attieksmi un naidu pret cilvēku vai cilvēku grupu kādas viņu personības iezīmes dēļ. Naida runa balstās uz stereotipiem, dehumanizē un tādējādi noved pie diskriminācijas un vardarbības. Naida runā ietilpst arī izteikumi, kas tieši aicina uz vardarbību.



[skatītāja efekts]

Atbildības sadales mehānisms, kas izpaužas tajā, ka jo vairāk liecinieku situācijai, jo mazāka ir iespēja, ka kāds cilvēks reaģēs. Psiholoģijā šī pasivitāte tiek skaidrota ar to, ka, kad kaut kas slikts notiek pārāk lielā liecinieku klātbūtnē, katrs no viņiem jūtas atbrīvots no atbildības par rīcību.



[etnocentrisms]

Savas grupas (piemēram, nacionālās, etniskās) izvirzīšana uzmanības centrā – attieksme pret tās normām un vērtībām kā atsauces punktu realitātes interpretācijai. Uztverot to, kas ir "mūsu", kā objektīvi "normāli", "labāki", "cilvēciski", bet to, kas ir cits, svešs – kā "nepilnvērtīgu", "draudīgu".

"Toleranci nevar reducēt tikai uz pacietību pret citu pārliecībām – tā ir gatavība mācīties no citiem, cienīt viņu skatījumus un vērtības."

Karls Poppers, filozofs.

Forum-teātris

Kas ir forum-teātris?
Foruma teātris ir metode, ko izveidojis brazīliešu dramaturgs Augusto Boals kā daļu no apspiesto teātra sistēmas. Tā tiek izmantota, lai apspriestu sarežģītus sociālos jautājumus, ļaujot dalībniekiem caur lomu spēlēm un kolektīvu sadarbību atrast risinājumus reālām problēmām.

Galvenie principi:

- Nav nepieciešamas aktiera prasmes: Svarīgs ir nevis talants, bet vēlme dalīties pieredzē un analizēt to.
- **Droša vide:** Atmosfēra, kurā katrs dalībnieks jūtas kā daļa no kopienas un var brīvi paust savas domas.
- **Aktīva līdzdalība:** Skatītāji kļūst par dalībniekiem un ietekmē notikumu gaitu.

Nodarbības struktūra

1. Tēmas izvēle

Izvēlieties galveno tēmu, kas ir aktuāla jūsu auditorijai. Piemēri:

- Propagandas ietekme ģimenē.
- Telefonkrāpnieki.
- Dezinformācija kā sabiedrības polarizācijas metode.
- Naida runa.
- Varat izmantot arī tēmas no Antidiskriminācijas kartītēm.

2. Ideju vētra

Lūdziet dalībniekus dalīties asociācijās, stāstos vai piemēros, kas saistīti ar tēmu. Uzdevums – izveidot kopīgu izpratni par problēmu.

3. Darbs komandās

- Sadaliet dalībniekus mazās grupās (3–5 cilvēki).
- Katra grupa dalās pieredzē par situācijām, kurās ir sastapusi šo problēmu dzīvē.
- Grupa izvēlas vienu stāstu, ko atspoguļos īsā izrādē.

4. Izrāžu sagatavošana

Grupas sagatavo īsu epizodi (3–5 minūtes), kas atspoguļo galveno situāciju:

- Kurš ir galvenais varonis?
- Kurš ir antagonists?
- Kā notikumi attīstās?

Izrādei jāparāda konflikts vai problēma, kas saistīta ar izvēlēto tēmu.

5. Pirmais priekšnesums

Katra grupa demonstrē savu izrādi no sākuma līdz beigām.
Pēc izrādes treneris rosina diskusiju:

- Kurš ir varonis?
- Kurš ir antagonists?
- Kādas emocijas raisīja situācija?

6. Interaktīvais priekšnesums

Otrā priekšnesuma laikā jebkurš skatītājs var pacelt roku, apturēt darbību un iziet uz skatuves, lai aizstātu galveno varoni.

- Jaunais uzdevums: piedāvāt savu risinājumu situācijai, paliekot konflikta ietvaros.
- Antagonista rīcība paliek nemainīga. Dalībnieks maina tikai galvenā varoņa reakciju un rīcību.

7. Diskusija

Pēc katra priekšnesuma apspriediet piedāvātos risinājumus:

- Kas mainījās?
- Vai šie risinājumi bija efektīvi?
- Kādas alternatīvas varētu piedāvāt?

8. Refleksija

Noslēdziet sesiju ar kopīgu diskusiju:

- Kā foruma teātris palīdzēja citādāk paskatīties uz problēmu?
- Kādi ieskati radās dalībniekiem?
- Kā iegūto pieredzi var pielietot reālajā dzīvē?

Foruma teātra priekšrocības

- **Empātijas attīstība:** Dalībnieki iemācās saprast dažādus viedokļus.
- **Risinājumu meklēšana:** Metode ļauj droši eksperimentēt ar pieejām konfliktu risināšanā.
- **Rīcības seku apzināšanās:** Dalībnieki redz, kā viņu izvēles ietekmē situācijas attīstību.
- **Kritiskās domāšanas treniņš:** Problēmu analīze palīdz dziļāk izprast to būtību un iespējamos risinājumus.

Ieteikumi treneriem

- **Izveidojiet drošu vidi:** Sākumā izskaidrojiet noteikumus, lai neviens nejustos nosodīts vai neaizsargāts.
- **Veiciniet aktivitāti:** Mudiniet dalībniekus uzdot jautājumus, piedāvāt alternatīvas un mainīt lomas.
- **Esi elastīgs:** Ja diskusijas ieilgst, pielāgojiet laiku katram posmam.
- **Fokusējieties uz mācīšanos:** Atgādiniet, ka mērķis nav atrast "pareizo atbildi", bet izpētīt dažādas pieejas.

Forumteātra metode ir īpaši efektīva tādēļ, ka tā ne tikai piedāvā iespēju analizēt sarežģītas sociālās situācijas, bet arī aktīvi iesaista dalībniekus šo problēmu risināšanā. Drošā un radošā vidē dalībnieki var eksperimentēt ar dažādām pieejām un rīcības scenārijiem, nebaidoties no kļūdām vai kritikas. Šis process veicina dziļāku izpratni par problēmu cēloņiem un sekām, kā arī palīdz atrast risinājumus, kas balstīti uz līdzdalību un kolektīvo domāšanu.

Forumteātris bieži tiek izmantots, lai risinātu jutīgus un sarežģītus jautājumus, piemēram, diskrimināciju, vardarbību, dzimumu nevienlīdzību, dezinformāciju vai sabiedrības šķelšanos. Tas sniedz iespēju dalībniekiem analizēt un saprast, kā šīs problēmas ietekmē viņu ikdienu un sabiedrību kopumā, vienlaikus praktizējot empātiju, kritisko domāšanu un konfliktu risināšanas prasmes.

Īpaša nozīme šai metodei ir sociālo un emocionālo kompetenču attīstīšanā. Dalībnieki mācās sadarboties, izteikt savu viedokli, pieņemt citu perspektīvas un rast kompromisus. Piemēram, izspēlējot situāciju, kurā tiek izplatīta dezinformācija, dalībnieki var pētīt, kā tā ietekmē attiecības starp cilvēkiem, un trenēt prasmes, kā šādā situācijā rīkoties, lai mazinātu negatīvās sekas.

Šī metode ir arī lielisks veids, kā stiprināt noturību pret polarizāciju un manipulācijām, jo tā ļauj dalībniekiem "izspēlēt" sarežģītus jautājumus un atrast ētiskus un praktiskus risinājumus, kurus var izmantot reālajā dzīvē. Forumteātris kļūst par platformu, kur cilvēki ne tikai runā par problēmām, bet arī aktīvi piedalās to risināšanā.

“Medijpratība ir spēja ne tikai saprast informāciju, bet arī izprast, kā tā tiek radīta, kas to rada un kādam nolūkam.”

Pīters Hofmans, mediju eksperts.

Sociāli emocionālās kompetences

Sociāli emocionālās kompetences ir būtiskas prasmes, kas palīdz cilvēkiem apzināties savas emocijas, vadīt tās un efektīvi sadarboties ar apkārtējiem. Tās ir pamats veiksmīgām attiecībām un veiksmīgai adaptācijai sociālajā vidē. Medijpratības un kritiskās domāšanas mācību ietvaros mūsu piedāvātie uzdevumi veicināja šo prasmju attīstību, palīdzot pieņemt apzinātus un ētiskus lēmumus, sadarboties ar dažādiem cilvēkiem un aizsargāties no manipulācijām mediju vidē.

Pašapziņa

Spēja izprast savas emocijas, domas un vērtības, kā arī to ietekmi uz pašvērtējumu un rīcību dažādās situācijās. Izmantojiet emociju kartes, lai analizētu savas izjūtas dzīves dažādās jomās. Spēja izprast savas reakcijas uz informāciju no medijiem ļauj kritiskāk novērtēt šo informāciju un izvairīties no manipulācijām.

Atbildīga lēmumu pieņemšana

Spēja pieņemt atbildīgus un ētiskus lēmumus attiecībā uz savu rīcību. Krīzes situāciju simulācijas palīdzēja dalībniekiem pārdomāt pieņemtos lēmumus. Mediju kontekstā ikviena izvēle – vai tas būtu pārpublicējums, komentārs vai ieraksts – ietekmē apkārtējo cilvēku uztveri un informācijas izplatību. Antidiskriminācijas kartītes un forums teātris veicina izpratni par atbildīgu rīcību, palīdzot izvairīties no dezinformācijas izplatīšanas un uzturēt veselīgas attiecības gan tiešsaistē, gan ārpus tās.

Sociālā apzināšanās

Spēja saprast citu cilvēku skatpunktus, izrādīt uzmanību, empātiju un līdzjūtību. Mediju vidē ir būtiski ņemt vērā dažādu viedokļu daudzveidību un saprast, kā sociālie un kultūras konteksti ietekmē informācijas uztveri. Empātija un spēja pieņemt dažādus skatījumus veicina konstruktīvu dialogu un palīdz izvairīties no aizspriedumiem un stereotipiem. Foruma teātris ir bijis efektīvs rīks empātijas attīstīšanā.

Attiecību veidošanas prasmes

Spēja veidot un uzturēt veselīgas un produktīvas attiecības ar dažādiem cilvēkiem un grupām. Efektīva komunikācija, sadarbība un konfliktu risināšana ir būtiskas prasmes digitālajā pasaulē. Uzticības veidošana tiešsaistē un sociālajā vidē palīdz labāk izprast citus un aizsargāties no manipulācijām vai agresīvas uzvedības. Grupas uzdevumi, piemēram, kopīga problēmu risināšana vai bingo spēles, veicina dialogu, sadarbību un mācīšanos no citiem.

Pašvadība

Spēja vadīt savas emocijas, domas un uzvedību (piemēram, stresu, kārdinājumus, uzmanības novēršanu), lai sasniegtu nospraustos mērķus. Informācijas pārbagātības apstākļos ir svarīgi filtrēt un pārvaldīt to, ko uztveram no medijiem. Mediju piemēri un termini var palīdzēt palikt fokusētam, izvairīties no emocionālām reakcijām uz nepatiesām vai manipulatīvām ziņām un rīkoties apzināti un kritiski.

Šīs prasmes ir pamats medijpratības, kritiskās domāšanas un pretestības dezinformācijai attīstīšanai. Tās palīdz pieņemt apzinātus un ētiskus lēmumus, sadarboties ar cilvēkiem un veidot veselīgas attiecības gan tiešsaistē, gan reālajā dzīvē.

Noslēguma vārdi rosinošiem treneriem

Mēs esam centušies piedāvāt ērtākās un radošākās metodes kritiskās domāšanas un medijpratības mācīšanai, lai mācību process būtu ne tikai efektīvs, bet arī aizraujošs. Ir svarīgi atcerēties, ka medijpratība nav tikai zināšanu kopums, bet gan prasme, kas jāpilnveido visa mūža garumā. Tā ir ilgtermiņa pieeja, kurā iesaistās gan skolotāji, gan skolēni.

Drošas un dialogam atvērtas telpas radīšana, kurā ikviens var mācīties no otra, ir medijpratības veiksmīgas apgūšanas pamats. Šis materiāls var kļūt par lielisku papildinājumu lekcijām un treniņiem jebkurā tēmā, jo medijpratība skar visas mūsu dzīves jomas. Neatkarīgi no tā, vai strādājam ar jauniešiem, bērniem vai vecāka gadagājuma cilvēkiem, spēja kritiski izvērtēt informāciju un atšķirt patiesību no manipulācijām ir būtiska mūsdienu izglītības procesa sastāvdaļa.

Mēs ceram, ka piedāvātās metodes un rīki būs noderīgi un palīdzēs veidot ilgtspējīgas un apzinātas kopienas. Interneta un informācijas laikmeta izaicinājumu apstākļos medijpratība kļūst par vienu no spēcīgākajiem līdzekļiem sabiedriskā dialoga stiprināšanai un manipulāciju novēršanai.

Paldies jums par ieguldījumu un dalību šajā procesā! Jūsu darbs palīdz dalībniekiem ne tikai apgūt jaunas prasmes, bet arī veidot izpratni un drosmi rīkoties sarežģītās situācijās. Atcerieties, ka katrs jautājums, diskusija un praktiskais uzdevums veicina pozitīvas pārmaiņas un attīsta sabiedrību, kurā dzīvojam. Jūsu entuziasms un empātija iedvesmo, un tas ir būtisks solis ceļā uz mērķtiecīgu un noturīgu kopienu!

Veiksmi!
Ar cieņu,
New East komanda

Materiāla izstrādi atbalsta
European Health and Digital Executive Agency
projekts: Baltic Engagement Centre for Combating Information Disorders

Baltic Centre for Media Excellence

Baltic Engagement Centre for Combating Information Disorders

Funded by the European Union

Baltijas informācijas traucējumu apkarošanas centrs (BECID) ir ekspertu tīkls, kas strādā, lai cīnītos pret informācijas traucējumiem un veicinātu plašsaziņas līdzekļu lietotprasmi Igaunijā, Latvijā un Lietuvā.

Finansēts no Eiropas Savienības. Tomēr izteiktie viedokļi un uzskati ir tikai autora(-u) un ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai viedokļus. Ne Eiropas Savienība, ne piešķiršanas iestāde nevar tikt turēta atbildīga par tiem.

Projektu līdzfinansē
Sabiedrības integrācijas fonds no Kultūras ministrijas piešķirtajiem Latvijas valsts budžeta līdzekļiem. Projekts: 2024.LV/NVO_LIDZFIN/008/L6

Sabiedrības integrācijas fonds

Kultūras ministrija

Metodiskais materiāls medijpratības treneriem
ROSINOŠIE TRENERI

Izdevējs:
New East

Autori
Joren Dobkiewicz
Alina Hačetlova

Redaktors
Viktors Andruškevičs

Dizains un maketēšana
Anna Jureviča

Fotogrāfijas
Ivars Utināns, New East
Džeina Saulīte, New East
Bartłomiej Sawka, New East
Edīte Janena, New East

Izmantoti materiāli
Prasmju Laboratorija (New East)
Media Lab > Junior (New East, Irex)
Szkoła Tolerancji (CEO)
Media Lab (New East)

Vairāk informācijas par mums
www.neweasteurope.com

Pirmais izdevums
2024. g. Novembris

www.neweasteurope.com

www.becid.eu

Viss, ar ko dalīsimies šajos materiālos, ir vienkārši un efektīvi instrumenti, kas pārbaudīti praksē. Mēs strādājam medijpratības jomā vairāk nekā 8 gadus, un šajā laikā esam izmēģinājuši daudz metožu. Šeit apkopotas tās, kas izrādījušās interesantākās, saistošākās vai vienkārši saprotamākās, lai jūs varētu tās izmantot savā darbā. Mēs ticam, ka pieejamība ir atslēga veiksmīgam un aizraujošam mācīšanās procesam.

NEW EAST