

MEDIJ PRATĪBAS PAMATI

bibliotēku speciālistiem

SATURS

PRIEKŠVārds	2
IEVADS	4
KO SEVĪ IETVER MEDIJPRATĪBA	5
MEDIJI UN INFORMĀCIJAS VIDE	7
INFORMĀCIJAS PĀRBAUDE UN OFICIĀLIE AVOTI	12
MEDIJPRATĪBA BIBLIOTĒKU DARBĀ	16
DARBS AR DAŽĀDĀM AUDITORIJĀM	19
NĀKOTNES TENDENCES UN IZAICINĀJUMI	23
PIELIKUMI	26

Satura autori: Zane Steprāne, Emīls Rotgalvis
Literārā redaktore: Andžela Berķe
Dizains/makets: Jānis Vēvers

Materiāls tapis ar Latvijas Republikas Kultūras ministrijas atbalstu. Par izdevuma saturu atbild Latvijas Nacionālās bibliotēkas Bibliotēku attīstības centrs.

ISBN 978-9934-610-82-0

PRIEKŠVārds

2024. gada oktobra beigās Pasaules medijpratības un informācijpratības nedēļas ietvaros pēc vairāku gadu pārtraukuma tika prezentēts jauns, visaptverošs pētījums par Latvijas iedzīvotāju medijpratību, kas bija izstrādāts Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes paspārnē. Viena no būtiskākajām atziņām šī pētījuma prezentācijā nāca ne par konkrētiem rādītājiem, ne par Latvijas iedzīvotāju mediju lietošanas paradumiem, bet par pieeju, kura dažādu krīžu rezultātā bija kļuvusi par ikdienas praksi tieši medijpratību veicinošo organizāciju darbā. Proti, ka, “dzenoties pakal” krīzēm, tostarp Covid-19 pandēmijai, Krievijas pilna mēroga iebrukuma Ukrainā izraisītajai dezinformācijai un citiem informatīvās vides izaicinājumiem, otrajā plānā palikuši medijpratības pamatprasmju jautājumi.

Esam radījuši šo materiālu, lai palīdzētu bibliotēku speciālistiem, kuri ikdienā vēlas pilnveidot savu medijpratību vai arī integrēt to savā darbā ar lasītājiem. Tajā atbildes uz būtiskākajiem pamatjautājumiem par medijpratību un tās daudzajām šķautnēm varēs gūt gan pieredzējušie, gan iesācēji, gan vienkārši jebkurš interesents. Ļoti ceram, ka šis materiāls būs labs “mugurkauls” un pamats, kā arī papildinājums jau tapušajiem Latvijas Nacionālās bibliotēkas izdotajiem medijpratības atbalsta materiāliem “Ceļazīmes mediju lietošanā”, “Datpratība ikdienai”, “Ar viedumu medijpratībā” un “Jaunieši un bibliotekāri – kopīgs ceļš medijpratībā”. Īpaši priecājos, ka šī materiāla tapšana ir notikusi lieliskā un ciešā sadarbībā ar Zani Steprāni – neformālās kompetenču pilnveides programmas “Medijpratības meistari” absolventi un ļoti aktīvu medijpratības darba popularizētāju bibliotēku nozarē!

Turpināsim attīstīt Latvijas bibliotēkas kā mazās “gaismas pilis”, kurās ikviens var gūt uzticamu un pārbaudītu informāciju, rast atbildes uz jautājumiem un mācīties!

Emīls Rotgalvis, LNB medijpratības nozares eksperts

Veidojot izdevumu "Medijpratības pamati bibliotēku speciālistiem", vadījos pēc savas personīgās pieredzes šajā jomā. Jau no pirmajām dienām, uzsākot darbu bibliotēkā, esmu aktīvi pievērsusies medijpratības jautājumiem darbā ar dažādām lietotāju auditorijām, mērķtiecīgi papildinot savas zināšanas, lai spētu to veikt kvalitatīvi. Lai gan ikreiz, tiekoties ar kolēģiem no visas Latvijas, atkal un atkal saskaros ar to, cik dažādi esam mēs un mūsu pārstāvētās bibliotēkas, pastāv izaicinājumi, ar kuriem sastopamies visi, piemēram, kā atrast laiku un motivāciju piepildītājā ikdienā, lai apzināti tajā iekļautu medijpratības jautājumus, un kā orientēties pieejamo materiālu pārbagātībā, kad laiks beidzot ir atrasts. Ceru, ka izdevumā iekļautās norādes būs praktisks palīgs un atbalsts brīžos, kad tas visvairāk nepieciešams.

Lai par katra bibliotekāra motivāciju kļūst zinoša un medijpratīga sabiedrība!

Zane Steprāne, Pļaviņu bibliotēkas Bērnu apkalpošanas nodaļas vadītāja

Medijpratība bibliotēkās ir būtiska, jo tā palīdz sabiedrībai orientēties arvien sarežģītākajā informācijas vidē, kuru ietekmē dezinformācija, digitālo platformu dominance un mākslīgā intelekta radītie riski.

Bibliotēkas veicina iedzīvotāju spēju izvērtēt informācijas avotus, saprast manipulācijas metodes un izmantot digitālos medijus atbildīgi, tādējādi stiprinot demokrātiju, zināšanu līdzdalību un sabiedrības noturību pret maldināšanu. Šī iemesla dēļ LNB Bibliotēku attīstības centrs turpina veidot informatīvus izdevumus bibliotekāru profesionālajai pilnveidei, lai medijpratības jautājumu uzturētu aktuālu un sniegtu atbalstu darbā ar vietējo kopienā. Pirms pievērsties jauniem tematiem un padziļinātai analīzei, svarīgi ir atskatīties uz paveikto, nostiprināt iegūtās zināšanas un gūt ierosmi turpmākajai darbībai. Tāpēc tapis izdevums "Medijpratības pamati bibliotēku speciālistiem", kas kalpos kā profesionāls ceļvedis un praktisks padomdevējs tiem bibliotekāriem, kuri vēlas aktīvāk iesaistīties medijpratības izglītojošajās aktivitātēs. Īpaši jāuzsver neformālās kompetenču pilnveides programmas "Medijpratības meistari" absolventes Zanes Steprānes ieguldījums, sniedzot profesionālu atgriezenisko saiti par programmas pievienoto vērtību, ietekmi un praktiskos ieteikumus no nozares speciālistes skatupunkta. Pateicība arī LNB medijpratības nozares ekspertam Emīlam Rotgalvim par ieguldījumu izdevuma tapšanā un profesionālo mentoringu bibliotekāriem.

Lai šis izdevums iedvesmo jaunām idejām, veicina profesionālo izaugsmi un nostiprina medijpratības zināšanas Latvijas bibliotēkās!

Evija Vjaterē, LNB Bibliotēku attīstības centra vadītāja

IEVADS

Šis materiāls izstrādāts kā praktisks un pārskatāms ceļvedis bibliotēku speciālistiem, kuri vēlas padziļināt izpratni par medijpratību un iekļaut to savā ikdienas darbā ar dažādām auditorijām. Mūsdienu dinamiskajā informācijas vidē medijpratība kļuvusi par būtisku 21. gadsimta caurviju kompetenci – prasmi, kas palīdz ne tikai orientēties pieejamās informācijas daudzveidībā, bet arī stiprināt sabiedrības noturību pret maldinošu saturu, manipulāciju un tehnoloģiju radītiem riskiem.

Materiāls veidots kā "vienas pieturas" resurss, kas piemērots gan bibliotēku darbiniekiem bez priekšzināšanām, gan speciālistiem, kuri jau aktīvi strādā ar medijpratības tēmām. Tajā apkopotas teorētiskās zināšanas, praktiski rīki un piemēri, kā arī plašs noderīgu resursu klāsts.

Materiālā ietvertas sešas cieši saistītas sadaļas. Sākumā skaidrots, ko nozīmē medijpratība un kā tā sasaucas ar informācijpratību un digitālajām prasmēm. Turpinājumā aplūkota mediju un informācijas vide, dažādi mediju tipi un sociālo tīklu algoritmu ietekme, sniegti praktiski paņēmieni informācijas pārbaudei un uzticamu avotu atpazīšanai. Atsevišķa sadaļa veltīta medijpratības integrēšanai bibliotēku darbā un ikdienas pakalpojumos, dots ieskats darbā ar atšķirīgām auditorijām – bērniem, jauniešiem, senioriem un jauktām grupām –, akcentējot to vajadzības un efektīvākās pieejas. Savukārt noslēgumā apkopotas būtiskākās nākotnes tendences un izaicinājumi, īpaši saistībā ar tehnoloģiju attīstību un mākslīgā intelekta radītajiem jaunajiem jautājumiem. Materiāla pielikumos atrodama arī terminoloģija un papildu resursi tālākai izziņai. Vairāku nodaļu beigās pievienota jautājumu un atbilžu sadaļa.

KO SEVĪ IETVER MEDIJPRATĪBA

Uzmeklējot medijpratības definīciju tīmeklī, varam atrast vairākas dažādi traktētas medijpratības definīcijas, tomēr to vispārējā ideja neatkarīgi no izmantotajiem terminiem ir līdzīga. Apskatīsim divas definīcijas, uz kurām visprecīzāk varam atsaukties Latvijas kontekstā.

Apvienoto Nāciju Izglītības, zinātnes un kultūras organizācija (UNESCO) medijpratību skata kopā ar informācijpratību:

- *Medijpratība ir cilvēku prasme lietot medijus, meklēt un analizēt informāciju, kritiski izvērtēt mediju vēstījumus un piedalīties mediju satura veidošanā.¹*

Tomēr visbiežāk Latvijā atsaucamies uz Kultūras ministrijas izstrādātajām mediju politikas pamatnostādņēm, kurās medijpratība definēta šādi:

- *Medijpratība ir cilvēku prasmes un zināšanas lietot medijus, meklēt un analizēt informāciju, kritiski izvērtēt mediju vēstījumus un piedalīties satura veidošanā efektīvā un drošā veidā, kā arī pieņemt pamatotus lēmumus, lai veicinātu dzīves kvalitāti.²*

Medijpratību bieži dēvē par 21. gadsimta prasmi, jo tās aktualitāte ir pieaugusi līdz ar mūsdienu tehnoloģisko iespēju un sociālo vajadzību attīstību. Vienlaikus to dēvē arī par caurviju prasmi, tāpēc ka medijpratība sasaucas ar ļoti daudziem tematiem un saistītām prasmēm. Tādēļ varam runāt, piemēram, par medijpratību finanšu, klimata, aizsardzības, kultūras, veselības un daudzos citos jautājumos. Teju katrā tematā, par kuru varam lasīt ziņās un sociālajos medijos, lieti noder medijpratība.

Termiņš “medijpratība” savieno vārdus “mediji” un “pratība” (indivīdam piemītoša prasme (kādā jomā), izpratne (par kaut ko), spēja izmantot, piemēram, informāciju, zināšanas). Vārds “pratība” bieži tiek izmantots, lai runātu par zināšanām specifiskās jomās un to izmantojumu. Ikdienā dzirdam, piemēram, par finanšu pratību, veselības pratību, vizuālo pratību un citām. Tomēr būtiski atzīmēt: lai arī tās var būt savā starpā saistītas, katra pratība ir atsevišķa un patstāvīga. Medijpratība visbiežāk tiek saistīta ar informācijpratību un digitālo pratību, tāpēc būtiski saprast, kādos aspektos tās ir saistītas un kādos – nošķirtas.

- *Informācijpratība – spēja atrast, atlasīt, novērtēt, pārvaldīt un izmantot informāciju.³*

Pamatā tā tiek izmantota, runājot par jebkāda veida informācijas atrašanu

1 UNESCO. Medijpratība un informācijpratība: <https://www.unesco.lv/lv/medijpratiba-un-informacijpratiba> [skatīts 23.10.2025.]

2 Latvijas mediju politikas pamatnostādnes 2024.–2027. gadam: <https://likumi.lv/ta/id/355321-latvijas-mediju-politikas-pamatnostadnes-2024-2027-gadam> [skatīts 23.10.2025.]

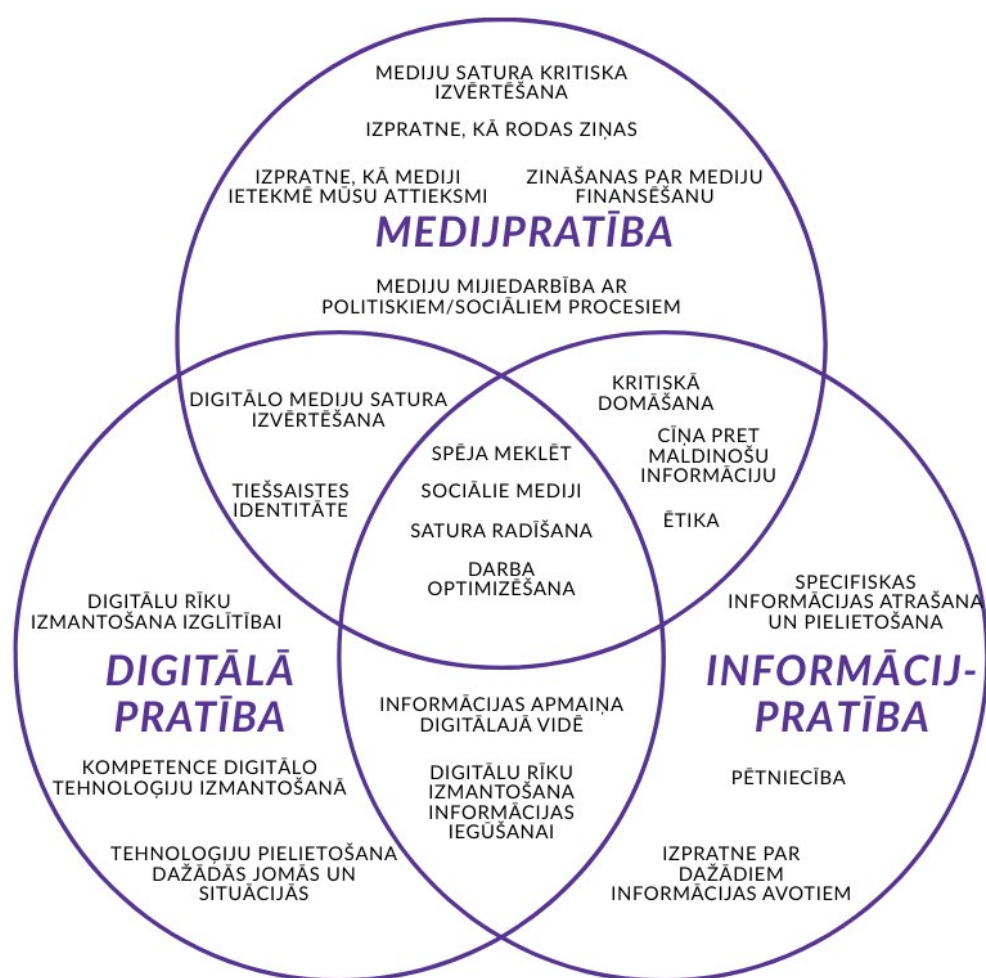
3 Tezaurs. Informācijpratība: <https://tezaurs.lv/inform%C4%81cijprat%C4%ABba:1> [skatīts 23.10.2025.]

un atlasi. Lielā mērā informācijpratība ir bibliotekāra darba pamats. Varam apgalvot, ka medijpratība ir informācijpratības paveids, jo to ierobežo vide, kurā informāciju atrodam (tradicionālie un digitālie mediji, reklāmas).

- *Digitālās prasmes ir prasmju kopums, kas ļauj brīvi un droši uzturēties digitālajā vidē. Šīs prasmes var iedalīt piecās grupās: informācijas patērēšana, digitālā satura izveide un izmantošana, informācijas pārsūtīšana un uzglabāšana, informācijas meklēšana un mācīšanās tiešsaistē.*⁴

Mediji var būt digitāli, bet pamatā digitālās prasmes apzīmē ikviena spēju līmeni strādāt ar digitālajām tehnoloģijām un to lietojumprogrammām.

Triju iepriekšminēto prātību individuālās izpausmes, kā arī saskarsmes punkti apvienoti šajā diagrammā:



1.1. attēls

⁴ Labs of Latvia. 5 digitālās prasmes, kas var uzlabot ikdienu: <https://labsoflatvia.com/aktuali/5-digital-as-prasmes> [skatīts 23.10.2025.]

MEDIJI UN INFORMĀCIJAS VIDE

Jēdziens *medijs* latviešu valodā tiek skaidrots vairākās nozīmēs; šajā izdevumā ar jēdzienu “medijs” tiek apzīmēti plašsaziņas līdzekļi – televīzija, radio, prese, kā arī tiešsaistes plašsaziņas līdzekļi.⁵

Visi mediji ar savu darbību rada un izplata informāciju, tomēr dažādu mediju uzdevumi un mērķi ir atšķirīgi:

- Valsts mediju darbību regulē *Oficiālo publikāciju un tiesiskās informācijas likums*, kas nosaka, ka VSIA “Latvijas Vēstnesis” nodrošina piekļuvi oficiālajai publikācijai un tiesību aktiem, attīsta tiesisko domu, veicina tiesībpratību. Valsts mediji Latvijā ir “Latvijas Vēstnesis” un tā vietne vestnesis.lv; likumi.lv; lvportals.lv; juristavards.lv.
- Sabiedriskais medijs jeb VSIA “Latvijas Sabiedriskais medijs” kalpo sabiedrības interesēm, tā mērķis ir veidot sabiedrībai būtisku saturu. Kopš 2021. gada Latvijas sabiedriskajos medijos netiek pārraidītas vai publicētas reklāmas. Kopš 2025. gada 2. janvāra šajā valstij piederošajā kapitālsabiedrībā apvienoti VSIA “Latvijas Radio” (LR) un VSIA “Latvijas Televīzija” (LTV). Šobrīd “Latvijas Sabiedriskais medijs” nodrošina 8 televīzijas kanālus un platformas un 6 radio programmas.⁶
- Privāto jeb komerciālo mediju galvenais mērķis ir peļņas gūšana, tā saturs ir galvenokārt izklaidējošs.
- Sociālo mediju galvenais mērķis ir radīt pēc iespējas vairāk mijiedarbības starp to lietotājiem. Atšķirībā no pārējiem mediju veidiem sociālo mediju saturu visbiežāk veido nevis profesionāli žurnālisti, kuriem ir saistošs žurnālistu profesionālās ētikas kodekss, bet gan jebkurš lietotājs. Saturu sociālajos tīklos piedāvā arī valsts medijs, sabiedriskais medijs un daudzi komercmediji.

5 Tezaurs. Medijs: <https://tezaurs.lv/medijs:2> [skatīts 26.10.2025.]

6 Latvijas Sabiedriskais medijs: <https://lsm.lv> [skatīts 26.10.2025.]

MEDIJU FINANSĒJUMA AVOTI	Valsts medijs	Sabiedriskais medijs	Komermedijs	Sociālais medijs
Valsts budžets	X	X		
Abonēšanas maksa, tostarp maksa par papildus pakalpojumiem	X		X	X
Reklāmas izvietošana			X	X
Pirkumi lietotnē				X
Dotācijas no dažādiem projektiem un konkursiem		X	X	
Ieņēmumi un peļņa no saimnieciskās darbības veikšanas		X	X	X
Ziedojumi		X	X	X

2.1. tabula. Mediju finansējuma avoti Latvijā

JAUTĀJUMS: Kādi instrumenti ir izstrādāti, lai nodrošinātu sabiedrisko mediju neatkarību?

ATBILDE: Latvijā sabiedrisko mediju uzraudzībai ir izstrādāts īpaši šim nodomam paredzēts likums (Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likums) un izveidota tos pārtraucošā institūcija SEPLP (Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome). SEPLP ievēl neatkarīgu tiesībsargu jeb ombudu, kurš izskata cilvēku iesniegtās sūdzības; sabiedriskajiem medijiem ombuda atzinumi jāņem vērā.

J: Kur es varu iesniegt savu sūdzību par Sabiedrisko mediju darbību?

A: Lai aizpildītu iesnieguma formu, apmeklē šādu vietni: <https://www.seplp.lv/lv/par-mums/iesniegums-ombudam>.

J: Kas pārtrauga privāto jeb komercmediju vidi?

A: Latvijas elektronisko plašsaziņas līdzekļu vidi uzrauga Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP). Savukārt visiem plašsaziņas līdzekļiem, tostarp drukātajiem, saistošs ir likums "Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem".

J: Kur es varu iesniegt sūdzību par komercmediju darbību?

A: Par pamanītiem pārkāpumiem mediju darbībā iespējams ziņot NEPLP: <https://www.neplp.lv/lv/ka-zinot-neplp>. Arī biedrība "Latvijas Mediju ētikas padome", kurā šobrīd ir vairāk kā 100 biedri – turklāt gatavību ievērot ētikas kodeksu deklarējuši vēl vairāki mediji –, izskata sūdzības un iesniegumus par mediju darba iespējamo neatbilstību ētikas principiem. Sūdzības iesniegšanai biedrības mājaslapā pieejama forma: <https://www.lmepadome.lv/iesniegt-sudzibu/>.

MEDIJU DIENASKĀRTĪBA

Mediju dienaskārtības teorija skaidro: jo lielāku uzmanību kādam notikumam pievērš mediji, jo svarīgāks šis notikums kļūst sabiedrības acīs.⁷ Tāpēc ir tik svarīgi, lai mediji neatkarīgi un bez ārējas iejaukšanās noteiktu, kuri jautājumi ir būtiski un tiks atspoguļoti mediju radītajā saturā.

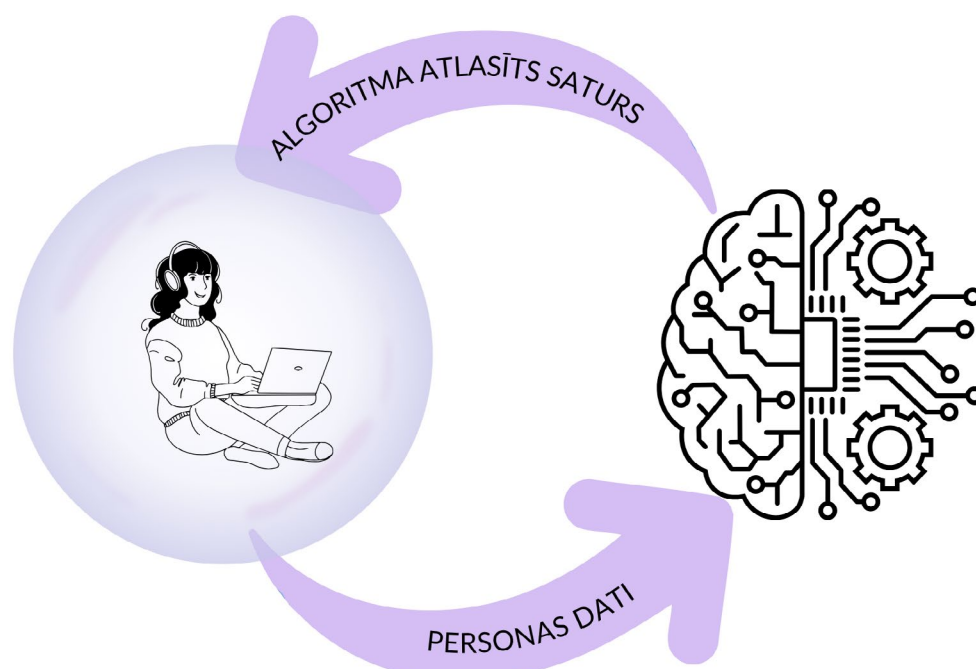
Faktori, kas ietekmē, vai notikums iekļūs mediju dienas kārtībā, ir šādi:

- lasītāju intereses un vēlme mijiedarboties ar saturu;
- sabiedriskais nozīmīgums;
- notikuma lokālā aktualitāte (reģiona, valsts, pašvaldības ietvars);
- kultūras un vēsturiskie aspekti;
- unikalitāte;
- konflikti un drāmas;
- notikuma ietekmes apmērs;
- slaveni un ietekmīgi cilvēki;
- mediju savstarpējā konkurence;
- materiāla ekskluzivitāte;
- ziņas savlaicīgums;
- audiovizuālo materiālu pieejamība;
- izklaides potenciāls;
- paša medija izvēlēta dienaskārtība – kāds temats, ko medijs uzstādījis par sev prioritāru (var būt gan kampaņveida, gan ilglaicīgi temati).

Lai arī mediju redakcijas sastāv no daudzām un dažādām pozīcijām, piemēram, vadība un administrācija, dizaina speciālisti, digitālā satura veidotāji un redaktori, reklāmas speciālisti un žurnālisti, gala lēmumu, vai ziņa tiks publicēta, pieņem redaktori un producenti.

⁷ Latvijas Nacionālā enciklopēdija. Dienas kārtības teorija: <https://enciklopedija.lv/skirklis/103135-dienas-k%C4%81rt%C4%ABas-teorija> [skatīts 26.10.2025.]

FILTRI UN ALGORITMI



2.1. attēls

Sociālo tīklu algoritmi vāc lietotāju datus un, pamatojoties uz tiem, personalizē gan reklāmas, ko indivīds redz, gan saturu, kuru piedāvā skatīt. Lietotāja dati un darbības, kuras izmanto algoritmi, ir šādi:

- meklēšanas vēsture;
- skatīšanas vēsture (tostarp katra video skatīšanas ilgums – vai lietotājs noskatījies to līdz galam);
- saturs, ar kuru lietotājs mijiedarbojies – komentējis, reaģējis vai dalījies;
- lapas, kurām tiek sekots;
- audio izvēle – gan patērējot, gan radot saturu.

Algoritmu mērķis ir pēc iespējas ilgāk noturēt lietotāju konkrētajā platformā, tāpēc tiek rādīts personalizēts saturs, kas balstīts uz lietotāja uzvedības analīzi. Šādi veidojas t. s. *informācijas burbulis*, kurā lietotājs redz saturu, kas atbilst līdzšinējiem uzskatiem un atbalsta indivīda esošās pārliecības, un rodas maldinoša pārliecība, ka *visi citi domā tāpat kā es*. Informācijas burbulis nepiedāvā alternatīvus viedokļus un neērtas patiesības; tajā atrodies, samazinās spēja kritiski domāt, – sašaurinoties piedāvātās informācijas daudzveidībai, lietotājs pamazām iemidzina savu vērību un kļūst uzņēmīgāks pret dezinformāciju un propagandu.

J: Vai ir kāds veids, kā izkļūt no sava sociālo mediju burbuļa?

A: Lai izkļūtu no sociālo mediju burbuļa, iespējams veikt vairākas vienkāršas darbības.

- Izmanto meklēšanas funkciju, lai atrastu saturu, kuru gribi vairāk iekļaut savā laika joslā.
- Apzināti dažādo saturu, kuru redzi ikdienā, – meklē jaunus ekspertus, apskati sev neierastas tēmas un viedokļu līderus. Jo daudzveidīgāku saturu izvēlies, jo labāk.
- Regulāri caurskati lietotājus un lapas, kam tu seko, kritiski izvērtējot, vai tie ir objektīvi un uzticami informācijas avoti (sk. 3. nodaļu).
- Ievēro kiberhigiēnu (iztīri pārlūkošanas vēsturi, pārvaldi lietotņu piekļuvi personīgajiem datiem un citas lietotņu atļaujas).

J: Kur pārbaudīt, kāpēc man rāda tieši šīs reklāmas, un kā mainīt savus reklāmu iestatījumus?

A: Google kontā: <https://myadcenter.google.com/>.

Facebook kontā: Klikšķini uz lejupvērsto trijstūra ikonu pie savas profila bildes (sākumlapas labajā augšējā stūrī) → Iestatījumi un privātums → Iestatījumi → Reklāmu izvēles, tostarp abonements bez reklāmām → Reklāmu preferences.

Instagram kontā: Klikšķini uz savas profila bildes sākumlapas apakšējā labajā stūrī → Klikšķini uz labajā stūrī redzamo izvēlnes ikonu (trīs svītriņas) → Kontu centrs → Reklāmu preferences.

Mūsdienās dzīvojam vidē, kurā informācijas apjoms pieaug neaptveramā ātrumā. Ik dienas mūs sasniedz neskaitāmi ziņu virsraksti, sociālo tīklu ieraksti, reklāmas un

INFORMĀCIJAS PĀRBAUDE UN OFICIĀLIE AVOTI

citi vēstījumi, kas cīnās par mūsu uzmanību. Šādā informācijas pārpilnībā ir viegli apmaldīties, pieņemt maldinošu vai nepilnīgu informāciju kā patiesu un galu galā pieņemt lēmumus, kas balstīti uz kļūdainiem priekšstatiem. Tāpēc informācijas un faktu pārbaude, lai arī ne vienmēr ērta un ātra, var ļoti noderēt ikviena mediju vides patērētāja ikdienā.

Īpaši nozīmīga šī prasme ir bibliotēku darbā. Mūsdienās tieši bibliotēku jomas profesionāļiem ir nepieciešamās prasmes un resursi, lai sniegtu atbalstu saviem lasītājiem dažnedažādas informācijas izvērtēšanā, sākot no ziņu rakstiem, beidzot ar pētījumiem.

Tomēr informācijas pārpilnībā, tēmu dažādībā un situācijās, kad izdomājumus kļūst grūti nošķirt no patiesības un faktiem, ikvienam var rasties šaubas par to, kā informāciju pārbaudīt. Dažubrīd arī bibliotekāri – profesionāļi, kuri specializējas informācijas pārvaldībā, atrašanās un analizē, – piedzīvo šīs šaubas. Attiecībā uz meclijiem svarīgi ir atcerēties par pieciem jautājumiem, kurus ikviens var izmantot ikdienā un sastopoties ar dažādu informāciju, lai pārbaudītu tās izcelsmi un bieži arī patiesumu⁸:

- 1. Kas šo ziņu/informāciju ir radījis?** Vai ir norādīts autors, avots, redakcija, vai informācija ir anonīma? Ja norādīts avots, vai tas ir pārbaudāms?
- 2. Kas rakstā/ziņā piesaista uzmanību?** Vai informācija cenšas ietekmēt mūsu emocijas, varbūt izmantots humors? Varbūt raksts saistīts ar sabiedrībā zināmu personību? Vai virsraksts un izvēlētais ilustratīvais attēls saskan ar tālākā tekstā lasāmo?
- 3. Vai dažādi cilvēki šo informāciju var interpretēt citādi?** Vai informācija ir pasniegta tikai kā faktu izklāsts, vai arī cilvēki ar atšķirīgu sociālo, politisko vai cita veida fonu vienu un to pašu vēsti var uztvert citādi un nonākt pie atšķirīgiem slēdzieniem?
- 4. Kādas vērtības vai skatupunkti informācijā ir iekļauti vai izlaisti?** Vai viens ziņu raksts apskata notikumu no visu iesaistīto skatupunktiem, vai visa dotā informācija ataino tikai vienas puses viedokli? Kādas vērtības konkrētā informācija popularizē vai noliedz, un vai pamatoti?
- 5. Kāpēc šī informācija tiek izplatīta?** Kā lasītājs varētu censties izprast ziņas izplatītāja (ja tas ir identificējams) motīvus? Vai tas ir, piemēram, godprātīgs žurnālists, pelnīt grībošs influenceris, ietekmi kārojošs politiķis?

⁸ Common Sense Education. 5 questions students should ask about media: <https://www.common-sense.org/education/articles/5-questions-students-should-ask-about-media> [skatīts 23.10.2025.]

Papildus tam noderīgi pārbaudīt arī citus informācijas aspektus un uzdot jautājumus⁹:

- 6. Vai informācija nav novecojusi?** Vai informācijai/ziņai ir pievienots publicēšanas datums?
- 7. Kas maksā par šo informāciju?** Vai tas ir medija ikdienas ziņu cikla ieraksts, varbūt projekta materiāls, apmaksāta reklāmas informācija? Varbūt medijs pieder kādam ietekmīgam cilvēkam?
- 8. Kā šī informācija ietekmē mani?** Nereti kliekdoši virsraksti var izsaukt reakciju un emocijas mūsos, tomēr svarīgi ir saglabāt vēsu prātu un saprast, vai šī informācija patiešām mūs ietekmē tik ļoti, kā sākotnēji var likties.

Tiešsaistes vidē ir pieejami arī dažādi rīki un vietnes informācijas pārbaudei. Tie izmantojami gan ziņu, gan attēlu un arī teksta pārbaudei.

- *Allsides* – vietne starptautisku mediju politisko noslieču pārbaudei: <https://www.allsides.com/media-bias>
- *Associated Press Fact Check* – medija AP faktū pārbaudes vietne: <https://apnews.com/ap-fact-check>
- *CERT.lv "Kiberlaikapstākļi"* – par aktuālo interneta drošības jautājumus: <https://cert.lv/lv/zinas>
- *Factcheck* – faktū pārbaudes centrs: <https://www.factcheck.org/>
- *Google Lens* – attēlu atgriezeniskajai pārbaudei: <https://lens.google/>
- *Snopes* – viena no pasaulē populārākajām faktū pārbaudes vietnēm: <https://www.snopes.com/>
- *TinEye* – vēl viens attēlu pārbaudes rīks: <https://tinEye.com/>
- *WHOIS* – rīks mājaslapu pārbaudei: <https://who.is/>

Kontrolesaraksts: Kā pārbaudīt, vai avots ir oficiāls?

Informācijas pārpilnībā, īpaši tiešsaistē, ir viegli nonākt pie informācijas avotiem, kas šķiet uzticami, taču tādi var arī nebūt. Lai identificētu, vai informācijas avots ir uzticams, var ņemt vērā vairākus aspektus. Jāatzīmē, ka uzticami avoti var būt gan mediji, gan iestāžu vai organizāciju vietnes un citi, tāpēc visu pazīmju identificēšana vienā avotā nav obligāta, taču, jo vairāk no attēlā minētajām pazīmēm ir atrodamas, jo lielāka pārlicība, ka avots ir uzticams.

⁹ *The New York Times Learning Network. Key Questions for Media Literacy*: <https://int.nyt.com/data/documenttools/key-questions-for-media-literacy/50815535beb8139b/full.pdf> [skatīts 23.10.2025.]

Uzticama avota pazīmes

AVOTA IDENTITĀTE

1. Vai avots ir reģistrēts medijs (piemēram, atrodams Masu informācijas līdzekļu reģistrā)?
2. Vai avotam ir skaidrs nosaukums un logo, kas atbilst tam, ko izmanto oficiālās publikācijas?

INFORMĀCIJA PAR MEDIJA REDAKCIJU

1. Vai vietnē norādīti žurnālistu vai redaktoru vārdi?
2. Vai pieejama kontaktinformācija (adrese, e-pasts, tālrunis)?
3. Vai zināms, kas ir avota īpašnieks vai organizācija aiz tā? Medijs var piederēt kā nevalstiskai organizācijai, tā politiski motivētam oligarham.
4. Vai publikācijas satur autora vārdu un datumu?

TĪMEKĻA VIETNES UZTICAMĪBA

1. Vai lapa sākas ar https:// (droša savienojuma zīme)? Vai avota adrese beidzas ar .gov.lv, .edu.lv, .eu vai citu uzticamu galotni?
2. Vai tajā nav uzbāzīgu reklāmu un "šokējošu" virsrakstu?
3. Vai informācija ir līdzsvarota, bez liekām emocijām un pārspīlējumiem?

FAKTA PĀRBAUDE

1. Vai avota informāciju apstiprina citi avoti/mediji?
2. Vai informācija nav pretrunā ar citiem faktiem vai citu iestāžu paziņojumiem?

3.1. attēls

DAŽĀDI INFORMĀCIJAS VEIDI UN VILTUS ZIŅAS

Runājot par nepatiesu vai maldinošu informāciju, patiesai un pārbaudāmai informācijai pretī liek kādu no šiem terminiem¹⁰:

1. **Dezinformācija** – nepatiesa informācija, kas izveidota un izplatīta ar mērķi kaitēt kādam cilvēkam, organizācijai, sabiedrības grupai vai pat valstij.
2. **Misinformācija** – izplatīta nepatiesa informācija, lai arī nolūks ir bijis labdabīgs (cilvēks ir vēlējis, piemēram, palīdzēt un informēt, nevis kaitēt sabiedrībai). Misinformācijas izplatītājs nezina, ka izplata melus. Izplatītājs nav noskaidrojis informācijas patiesos avotus.

¹⁰ Princeton Library. Misinformation, Disinformation & Malinformation: A Guide: <https://princetonlibrary.org/guides/misinformation-disinformation-malinformation-a-guide/> [skatīts 23.10.2025.]. Latvijas Drošāka interneta centrs. 8 satura manipulācijas panēmieni: <https://drossinternets.lv/lv/materials/download/8-satura-manipulācijas-panemieni> [skatīts 23.10.2025.]

3. **Malinformācija** – termins attiecas uz tādu informāciju, kas balstīta patiesībā, taču tiek pārspīlēta vai pasniegta ārpus konteksta un ar nolūku uzbrukt idejai, indivīdam, organizācijai vai valstij.
4. **Propaganda** – vienvirziena komunikācija, kurā patiesā informācija tiek apzināti ignorēta, sagrozīta vai arī tai ir pakārtota loma. Propaganda ir tipiska centralizētai, nedemokrātiskai sabiedrības struktūrai, kur masu mediju sistēmu nosaka valsts. Tās mērķis ir mudināt cilvēku masas domāt vienādi.

Šie maldinošās informācijas veidi, visi kopā vai arī katrs atsevišķi izmantoti medijos, var tikt definēti kā “viltus ziņas” (izdomāta, nepatiesa informācija, kurai nav saistības ar realitāti). Daži pētnieki iesaka šādu apzīmējumu nelietot, jo vārds “ziņa” savā saknē apzīmē patiesu informāciju. Tomēr kā vispārīgs termins tas tiek izmantots bieži – gan objektīvi identificējot nepatiesu informāciju, gan negatīvā veidā, kad, piemēram, politiķi vai kādas tēmas aktivisti apsūdz pretēja viedokļa paudējus.

Latviski ir tapuši vairāki materiāli, lai ikviens varētu pilnveidot zināšanas par viltus ziņām un to atpazīšanu. Daži no tiem:

- “Dalīsies vai ne?": <https://www.lsm.lv/zinas/medijpratiba/testi/2>
- Kampana “Viltus ziņas ir lipīgas”: <https://medijpratiba.neplp.lv/datubaze/informativa-kampana-viltus-zinas-ir-lipigas/>
- Projekts #BaltiMeli: https://www.goethe.de/ins/lv/lv/kul/sup/kla.html?wt_sc=latvija_baltimeli#i6388608
- TESTS “Vai spēj atšķirt patiesību no maldiem internetā?": <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/medijpratiba/23.02.2025-tests-vai-spej-atskirt-patiesibu-no-maldiem-interneta.a588412/>

J: Kas rosina cilvēkus tomēr noticēt nepatiesai informācijai un pieņemt kļūdainus lēmumus?

A: Cilvēka dabā, izdarot secinājumus un pieņemot lēmumus, ir meklēt jau zināmus rīcības modeļus. Tomēr ne vienmēr uz tiem var paļauties. Laika gaitā ir apkopoti izplatītākie domāšanas modeļi, bieži saukti par **domāšanas kļūdām**, **loģiskas kļūdām** un kognitīvajiem aizspriedumiem.¹¹ Attīstot kritisko domāšanu, varam iemācīties atpazīt situācijas, kad mūsu lēmumu pieņemšanu vada šīs kļūdas un aizspriedumi.

¹¹ Skeptiskā biedrība: scepticafe.lv [skatīts 26.10.2025.]

MEDIJPRATĪBA BIBLIOTĒKU DARBĀ

Medijpratības darbs bibliotēkā praktiski notiek divos virzienos – bibliotekāru profesionālā pilnveide medijpratības jautājumos un medijpratības darbs ar bibliotēkas lietotājiem un plašāku kopienu. Tomēr abi šie procesi ir cieši saistīti: veicinot lietotāju medijpratību, bibliotekārs pilnveido un atjaunina arī savas zināšanas. Tieši ikdienas darbā vislabāk var izprast bibliotēkas lietotāju vajadzības un apzināties, kuras kompetences jāstiprina pašam bibliotekāram.

Medijpratība ir nozare, kurā kompetence ir ciešā mijiedarbībā ar informācijas tehnoloģiju attīstību un sabiedrības spēju tai pielāgoties. Parādoties jaunām tendencēm informāciju tehnoloģiju jomā, medijpratības speciālistiem jābūt gataviem tās laikus apgūt un iedziļināties, lai saprastu, kādi ieguvumi un izaicinājumi varētu būt gaidāmi, šīs novitātēs sasniedzot plašāku sabiedrību. Vēl nozīmīgāk ir atrast veidus, kā gan sev, gan citiem palīdzēt pielāgoties un neapjukt. Bibliotekāra profesijas standarta aprakstā minēts: viens no pienākumiem ir veicināt bibliotēkas lietotāju lasīšanu, informācijpratību un medijpratību, – savukārt, lai varētu sniegt šo pakalpojumu citiem, bibliotekāram šī kompetence vispirms jāapgūst pašam.¹²

Sekot līdzi medijpratības jomas aktualitātēm, kas saistošas bibliotēku speciālistiem, iespējams portāla [biblioteka.lv](https://www.biblioteka.lv/category/medijpratiba/) kategorijā Medijpratība (<https://www.biblioteka.lv/category/medijpratiba/>). Lai labāk izprastu publisko bibliotēku kopējo nostāju, tostarp sabiedrības medijpratības veicināšanā, vērta ieskatīties IFLA (*International Federation of Library Associations and Institutions*) publisko bibliotēku manifestā, kas pieejams latviešu valodā šeit: <https://www.biblioteka.lv/wp-content/uploads/2022/12/IFLA-UNESCO-Publisko-biblioteku-manifests-2022.pdf>. Savukārt IFLA Interneta manifests aplūko gan bibliotēku ieguldījumu, gan uz cilvēkiem vērsta interneta pārvaldības jautājumus (<https://dom.lndb.lv/data/obj/file/36888025.pdf>).

Tālāk apkopot daži no resursiem, kuros atrodamas bezmaksas mācību un zināšanu pārbaudes iespējas.

- Latvijas Pašvaldību mācību centra piedāvātās bezmaksas tiešsaistes mācības un radošās darbnīcas, kas notiek Eiropas Komisijas projekta ietvaros. Vairāk informācijas un pieteikšanās: https://lpmc.lv/u_course_cat/drosa-interneta-lietosana-ek-projekts/#m-10-2025.
- Latvijas Drošāka interneta centra piedāvātie bezmaksas materiāli un nodarbību plāni, pieejami šeit: <https://drossinternets.lv/lv/materials>
- Tiešsaistes kurss medijpratībā *Very Verified*. Reģistrējies un apgūsti to šeit: <https://veryverified.eu/lv/home-latviesu-valoda/>.

¹² Valsts izglītības satura centrs: <https://registri.visc.gov.lv/profizglitiba/dokumenti/standarti/2017/PS-176.pdf> [skatīts 26.10.2025.]

- Organizācijas “Skeptiskā biedrība” piedāvātais bezmaksas e-kurss “Kritiskā domāšana”: <https://kritiskadomasana.thinkific.com/courses/kritiskadomasana>
- Latvijas Sabiedrisko mediju sadaļa *Medijpratība*. <https://www.lsm.lv/zinas/medijpratiba/>.

Katru gadu bibliotekārie darbinieki no visas Latvijas veic apbrīnojamu darbu, meklējot veidus, kā runāt par medijpratību un padarīt savas kopienas zinošākas. Lieliski ir atrast ko jaunu, bet vērts izmantot un savām vajadzībām pielāgot jau pārbaudītus, citu izmantotus risinājumus. Smelties iedvesmu no citu bibliotēku pieredzes iespējams publisko bibliotēku gada pārskatos, kas vienkopus pieejami Latvijas Bibliotēku portāla www.biblioteka.lv sadaļā “Bibliotēkas Latvijā” – “Latvijas publisko bibliotēku darba pārskati”.

Ikdienas darba ritmā bibliotekāram diez vai izdodas atrast brīdi, lai ieliktu noteiktās kategorijās un nosauktu konkrētā vārdā visu to, kas tiek darīts. Tomēr ir svarīgi, lai katrs bibliotēkas darbinieks Latvijā apzinātos, ka viņam ir dota iespēja dot artavu, lai uzlabotu sabiedrības kopējo informētības līmeni. Bibliotēka ir lieliska platforma, kur veicināt sabiedrības kritiskās domāšanas spējas un sapratni par medijpratības nozīmi!

Šeit minēti daži piemēri, kā bibliotēkas savos pakalpojumos un pasākumos var integrēt medijpratību.

- Informācijas izvietošana. Bibliotēku interneta lasītavas ir piemērotas vietas informatīvu plakātu izvietošanai. Dažādi materiāli, ko iespējams bez maksas lejuplādēt un izdrukāt, pieejami, piemēram, <https://skepticafe.lv/materiali/> vai <https://drossinternets.lv/lv/materials>.
- Ikdienas saskarsme ar lietotājiem. Šeit atrodamas Amerikas bibliotēku asociācijas (ALA) projekta “Medijpratība bibliotēkā” vadlīnijas un ieteikumi bibliotēku darbiniekiem: https://www.ala.org/sites/default/files/tools/content/%21%20FINAL%20Media-Lit_Prac-Guide_WEB_040521.pdf.
- Dažādu paaudžu un sociālo grupu iesaistīšana. Piemēram, aicināt jauniešus, kuri ir brīvprātīgā darba veicēji, sniegt palīdzību senioriem digitālo prasmju apgūšanā (Lietuvas kolēģu pieredze: <https://norden.lt/en/project/it-mentorship/>).
- Spēles elementu izmantošana. Sarīkot bibliotēkā pasākumu visai ģimenei, kur viena no aktivitātēm piedāvā apgūt kādu no medijpratības tēmām ar spēļu palīdzību. Dažas idejas spēļu izmantošanai medijpratības apgūvē: <https://www.biblioteka.lv/medijpratiba-un-speles-macisanas-atslega/>.
- Mācīšana caur dažādām aktivitātēm. Piemēram, lai piesaistītu jauniešus, veidot bibliotēkā izlaušanās spēles, kas vērstas uz medijpratības apgūšanu (izlaušanās spēļu veidošanas principu ideju banka: <https://www.biblioteka.lv/ideju-banka-2-izlausanas-speles/>; šeit iespējams sekot starptautiska projekta norisei, kas norisinās Slovēnijā, Polijā un Beļģijā <https://esc-misinfo.eu/>).
- Sadarbība ar izglītības iestādēm – iekļaut medijpratību bibliotekāro stundu piedāvājumā skolām un bērnudārziem. Nodarbību piemēri atrodami nodaļā “Darbs ar dažādām auditorijām”.
- Sadarbība ar citām iestādēm un organizācijām – gan informācijas nodošanai (piemēram, dienas aprūpes un sociālās aprūpes centros), gan saņemšanai (piemēram, aicinot uz bibliotēku pašvaldības vai valsts policijas pārstāvjus, lai stāstītu par krāpniecības riskiem; aicinot Latvijas Drošāka interneta centra

pārstāvjus vadīt nodarbības jūsu bibliotēkā).

Medijpratība kā caurviju prasme lieliski iekļaujas arī dažādās tematiskajās dienās un nedēļās, kas tiek rīkotas gan lokāli, gan nacionālā un starptautiskā līmenī. Tematiskās nedēļas un dienas, kurās vērts aktualizēt medijpratības jautājumus:

- Digitālā nedēļa (<https://digitalanedela.lv>);
- Finanšu pratības nedēļa un Tavas pensijas nedēļa (aktuālā informācija par finanšu pratības notikumiem <https://www.naudasskola.lv/lv>);
- Medijpratības un informācijpratības nedēļa (notiek katru gadu oktobra pēdējā nedēļā, informācija tiek izziņota gan Kultūras ministrijas, gan Ministru kabineta, gan *UNESCO* oficiālajās vietnēs);
- Bibliotēku nedēļa (https://bibliotekari.lv/?page_id=5588);
- Drošāka interneta diena (notiek katru gadu februārī, informācija tiek ievietota www.drossinternets.lv).

DARBS AR DAŽĀDĀM AUDITORIJĀM

Medijpratības darbs bibliotēkās visupirms nozīmē darbu ar bibliotēkas ikdienas apmeklētājiem – lasītājiem un vietējo kopienu. Visbiežāk tie ir bērni un jaunieši, kā arī seniori, tomēr pie iespējas medijpratības aktivitātēm bibliotēkās būtu jāiekļauj maksimāli plašs auditoriju loks. Taču ir būtiski ņemt vērā, ka atšķirīgas auditorijas prasa atšķirīgas pieejas medijpratības darbā.

BĒRNI

Darbā ar bērniem un jauniešiem svarīgākā ir nevis medijpratības jēdziena mācīšana, bet gan tās elementu integrēšana mācīšanās procesā. Vērts atkārtot, ka medijpratība ir caurviju prasme, tāpēc sasaistāma ar plašu jautājumu loku. Bieži vien ir ieteicams sarunās ar bērniem nemaz neizmantot terminu “medijpratība”, jo “lieli vārdi” var radīt apjukumu un neizpratni. Tā vietā labāk runāt par “drošību internetā”, “sociālo tīklu lietotprasmi”, varbūt pat “interneta detektīvu lomu”.

Bērniem medijpratība veicina:

- **Informācijas avota novērtēšanu.** Izpratni par to, ka informācija nerodas pati no sevis un tai ir autors.
- **Zemteksta uztveršanu.** Piemēram, jautājumu, vai grāmatā vai filmā dzirdēts vēstījums ir tikai virspusējs vai tas stāsta ko vairāk.
- **Niansētu izpratni par apkārt notiekošo.** Jo attīstītāka medijpratība agrā vecumā, jo lielāka iespēja, ka internetā vai TV redzētais var tikt labāk atpazīts dzīvē ārpus ekrāna un var rasties izpratne, ka virtuālā vide ir reālās vides spogulis, nevis nodalīta, neīsta pasaule.
- **Kritisko domāšanu.** Ar jēdzienu “kritiskā domāšana” tiek aptvertas tās svarīgākās domāšanas prasmes, kuru attīstība ved pie spējas padziļināti, izsvērti, atbildīgi vērtēt un izprast lietas atbilstoši kādam noteiktam kritērijam, tostarp arī vērtēt uztverto informāciju un tās ticamību, kā arī attiecīgi rīkoties.¹³

Latviski ir pieejama virkne materiālu tieši bērnu medijpratības veicināšanai, kas atrodami NEPLP medijpratības materiālu datubāzē. Šeit vien daži no tiem:

- “CAPS UN CIET jeb Vilks manipulators” – grāmata bērniem medijpratības apgūšanā: <https://www.km.gov.lv/lv/media/842/download>
- Filmiņu sērija “Aitu dzīve”: https://www.youtube.com/playlist?list=PLF2h7z0L0ZxuKus-48pko_FXIf1j7gKv5

¹³ Skola2030. Domāt un rīkoties, lai iemācītos labāk: <https://skola2030.lv/lv/jaunumi/blogs/domat-un-rikoties-lai-iemacitos-labak> [skatīts 03.11.2025.]

- Tet Skoliņa bērniem: <https://digitaladrosiba.lv/>
- HarmonySquare medijpratības spēle: <https://www.harmonysquare.game/lv>

JAUNIEŠI

Medijpratības darbs ar jauniešu auditoriju bibliotēkās ir daudzpusīgi aprakstīts Latvijas Nacionālās bibliotēkas materiālā "Jaunieši un bibliotekāri – kopīgs ceļš medijpratībā"¹⁴. Tajā atrodami arī nodarbību plāni, lai medijpratības aktivitātes bibliotēkās varētu sarīkot ikviens speciālists ar priekšzināšanām vai bez tām.

Dažas no galvenajām atziņām, kuras vērts ņemt vērā kā pamatu medijpratības aktivitātēm jauniešiem.

- Sociālo mediju tēma jauniešiem ir vissaistošākā, runājot par digitālās vides jautājumiem, – tā ir vislabākā atslēga viņu sasniegšanai par medijpratības tēmu.
- No prasmju viedokļa jauniešiem aktuāli ir mākslīgā intelekta jautājumi – jaunākās tehnoloģiskās prasmes vienmēr būs jauniešu medijpratības jautājumu priekšplānā.
- Arī jauniešu paaudžu vidū ir novērojamas atšķirības. Gan šī pamatjautājumu materiāla, gan "Jaunieši un bibliotekāri – kopīgs ceļš medijpratībā" tapšanas laikā dominējošās jauniešu paaudzes ir "Gen-Z" un "Alfa". Arī to vidū vērojamas atšķirības, kas galvenokārt izceļamas, runājot par uzmanības noturības laiku, interesējošajām sociālajām tēmām, tehnoloģiju lietotprasmi, kā arī digitālo labbūtību.
- Ne vien medijpratības, bet jebkurās izglītojošās jauniešu nodarbībās būtiska ir iesildīšanās – kāds "ledlauzis" pirms nodarbības, kā arī kopīga rezultātu pārrunāšana pēc tās.
- Jauniešiem jādod izvēles iespējas – darboties grupās vai risināt uzdevumus individuāli.
- Jauniešu aktivitātes bibliotēkās ieteicams veidot sadarbībā ar izglītības iestādēm.

Daži vērtīgi resursi jauniešu medijpratības veicināšanai.

- Sociālo mediju algoritmi (9.–12. klase): <https://drossinternets.lv/lv/materials/download/12-nodarbibu-plani-skolenu-medijpratibas-prasmju-pilnveidei>
- "Fake ≠ Fact" mācību materiāli: <https://www.unesco.lv/lv/metodiskie-materiali#fake-fact-macibu-materiali>
- Very Verified: <https://veryverified.eu/lv/home-latviesu-valoda/>

SENIORI

Arī senioru medijpratības veicināšana ir plaši aprakstīta iepriekš izdotā Latvijas Nacionālās bibliotēkas materiālā "Ar viedumu medijpratībā: padomi bibliotekāriem darbā ar senioriem". Seniori ir viena no galvenajām bibliotēku apmeklētāju grupām, tāpēc tieši bibliotēkām ir liela priekšrocība darbā ar šo auditoriju.

Dažas no galvenajām atziņām, kuras vērts ņemt vērā kā pamatu medijpratības

¹⁴ Jaunieši un bibliotekāri – kopīgs ceļš medijpratībā: <https://medijpratiba.nepl.lv/wp-content/uploads/2024/04/JAUNIESI-UN-BIBLIOTEKARI-%E2%80%93-KOPIGS-CELS-MEDIJPRATIBA.pdf> [skatīts 03.11.2025.]

aktivitātēm senioriem:

- Lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju vecumā no 65 līdz 74 gadiem mediju saturu izvēlas lietot galvenokārt tradicionāli – izmantojot televīziju, radio, presi, turklāt pieaug arī senioru digitālās prasmes.¹⁵
- Darbā ar senioru (65+ gadi) auditoriju prioritārs uzdevums būtu sekmēt informācijas tehnoloģiju lietošanas apguvi, kas nodrošinātu senioriem augstāku komfortu, pārliecību un izpratni mediju lietošanā un informācijas ieguvē.¹⁶
- Senioru auditorija nav viendabīga. Tā galvenokārt iedalāma četros segmentos: joprojām strādājoši, sociāli aktīvi seniori, kuri ir atvērti jaunām zināšanām un pieredzēm; strādājoši, sociāli aktīvi seniori, kuri izturas skeptiski pret jaunu prasmju apguvi; nestrādājoši, taču joprojām sociāli aktīvi seniori; nestrādājoši un sociāli neaktīvi, noslēgti, introverti seniori.
- Pieci aspekti, kuriem būtiski pievērst uzmanību darbā ar senioriem: viņu dzirdes spējas, reakcijas ātrums, atmiņas spējas, redze un spēja noturēt uzmanību. Vienu vai vairākus lekciju un līdzdarbošanās aspektus var nākties pielāgot šīm senioru mācīšanās spēju izpausmēm.
- Ļoti svarīgs aspekts ir spēja saprast konkrēto senioru, uzzināt viņa intereses un vajadzības. Tas palīdzēs piemeklēt un nodrošināt visatbilstošākās komunikācijas metodes.
- Darbs ar senioriem jāuztic atvērtai, sirsnīgai, sociālai personai, kura izprot vecākus cilvēkus, viņu vajadzības un spēj tās respektēt.
- Viens no būtiskākajiem principiem ir sistemātiski un pastāvīgi turpināt darbu ar senioriem – ar vienu lekciju, semināru, rakstu, kampaņas vēstījumu nepietiks.
- Senioru informācijas patēriņu vienlīdz daudz ietekmē mediji, ģimenes locekļi, draugi un kaimiņi, sabiedrībā zināmi cilvēki, reklāmas.

Noderīgi resursi darbam ar senioriem:

- Informatīvā kampaņa “Viltus ziņas ir lipīgas”: <https://medijpratiba.neplp.lv/datubaze/informativa-kampana-viltus-zinas-ir-lipigas/>
- Pilotprojekta “Ar viedumu medijpratībā” prezentācijas: <https://medijpratiba.neplp.lv/datubaze/pilotprojekta-ar-viedumu-medijpratiba-prezentacijas/>

CITAS/JAUKTAS AUDITORIJAS

Protams, bibliotēku lasītāju loks ir plašs un daudzveidīgs. Šajā materiālā izceltas dažas no galvenajām bibliotēku apmeklētāju grupām, taču medijpratība kā dzīves garumā pilnveidojama prasme ir aktuāla visos vecumos. Runājot gan par atšķirīgām, gan jauktām auditorijām, vēlams izmantot tādas medijpratības veicināšanas pieejas un metodes, kas varētu būt maksimāli universālas atšķirīgām auditorijām.

Dažas no ieteicamām pieejām:

- Mācīt lietotājiem “paralēlo lasīšanu”. Popularizēt ideju, ka viena informācijas avota vai lapas lasīšana tiešsaistē var tikt papildināta ar lasītāja paša veiktu izpēti, piemēram, meklējot tīmeklī informāciju par teksta autoru, avotu vai

¹⁵ Pētījums par Latvijas iedzīvotāju medijpratību (2025): <https://www.neplp.lv/lv/media/10277/download?attachment> [skatīts 14.11.2025.]

¹⁶ Turpat

aprakstītajiem notikumiem.¹⁷

- Iepazīstināt lietotājus ar vienkāršām un viegli atgādināmām informācijas pārbaudes metodēm, piemēram, šī izdevuma 3. nodaļā minētajiem pieciem jautājumiem par medijos sastopamo informāciju vai līdzīgām pieejām.
- Bibliotēkārās stundas, konsultācijas vai lekcijas laikā uzdoti īsi uzvedinoši jautājumi, piemēram, "Cik precīza ir šī informācija?", palīdz lietotājiem uzmanīgāk izvērtēt un dalīties ar ticamāku saturu.
- Skaidrojumi par to, kā platformas apkopo un izmanto lietotāju datus, var būt saistoši un aktuāli visdažādāko vecumposmu interneta lietotājiem. Bibliotēka var rādīt piemēru ar drošiem iestatījumiem bibliotēkas datoros, sekojot uzticamām un atzītām vadlīnijām. Piemērs: Kiberincidentu novēršanas institūcijas [CERT.lv](https://cert.lv) vietnes sadaļa "Ieteikumi lietotājiem".¹⁸

J: Kā uzsākt sarunu par medijpratību ar bibliotēkas lietotāju?

A: Pirms piedāvāt lietotājam jaunu informāciju, vēlams veikt nelielu izpēti par viņa šī brīža zināšanām un prasmēm. Lai uzsāktu sarunu, var izmantot kādu ikdienišķu novērojumu vai jautājumu, piemēram, "*Pēdējā laikā internetā par vienu un to pašu tēmu var atrast ļoti atšķirīgu informāciju...*"; "*Vai arī jums gadījies, ka sociālajos tīklos parādās ziņa, par kuru nav skaidrs, vai tā ir patiesa?*". Parādot, ka arī jūs pats esat saskāries ar izaicinājumiem, radīsiet lietotājam drošības sajūtu. Saskaroties ar nepārdomātu rīcību, svarīgi, lai lietotājs paliek atvērts sarunai un padomiem, tāpēc jāizvairās no personīgo uzskatu komentēšanas un kritikas.

¹⁷ Poynter. *Lateral reading: The best media literacy tip to vet credible sources*: <https://www.poynter.org/fact-checking/media-literacy/2023/lateral-reading-the-best-media-literacy-tip-to-vet-credible-sources/> [skatīts 06.11.2025.]

¹⁸ CERT.lv ieteikumi lietotājiem: <https://cert.lv/lv/zinas/ieteikumi-lietotajiem> [skatīts 06.11.2025.]

NĀKOTNES TENDENCES UN IZAICINĀJUMI

Ņemot vērā, ka nemitīgā tehnoloģiskā attīstība un sociālās pārmaiņas izraisa nepieciešamību regulāri pārskatīt medijpratības aktualitātes un galvenos tematus, nākotnes tendences paredzēt, protams, ir grūti. Tomēr lielā mērā varam teikt, ka visu veidu medijpratības temati – sākot no informācijas avota identificēšanas līdz pat spējai noteikt, vai audiovizuāls saturs ir radīts ar mākslīgā intelekta palīdzību, – balstās uz medijpratības pamatiem.

Par medijpratības tagadni un nākotni bibliotēku darbā runā arī virkne starptautisko vadlīniju. Starp aktīvākajiem šī bibliotēku darba virziena aizstāvjiem ir Starptautiskā bibliotēku asociāciju un institūciju federācija (IFLA). Tās 2024. gada ziņojumā par attīstības tendencēm medijpratība minēta vairākkārt, tostarp paužot, ka medijpratības pasākumi bibliotēkās ilgtermiņā var rezultēties informētākās, radošākās un noturīgākās (*resilient*) kopienās, kas pulcējas ap pašām bibliotēkām.¹⁹ Turpat minēts, ka bibliotēkām nepieciešams būt proaktīvām medijpratības veicināšanas darbā, aktīvi uzrunājot kopienas, kuru pārstāvji, visticamāk, paši nevērsīsies bibliotēkā pēc padoma. Visvienkāršāk šīs kopienas – īpaši mazāk aktīvos seniorus, cilvēkus ar kustību vai uztveres traucējumiem, maznodrošinātos – iespējams sasniegt sadarbību ceļā. Latvijā bibliotēkas jau aktīvi veido sadarbības gan ar dažādiem medijpratības veicinātājiem, piemēram, universitātēm un domnīcām, gan ar nevalstiskajām organizācijām, kas specializējas darbā ar noteiktām auditorijām.

Tāpat medijpratība izcelta IFLA manifestos, kas veltīti skolu un publisko bibliotēku darbam.

Skolu bibliotēkām ir būtiska nozīme ilgtermiņa izglītības stratēģijā, tostarp rakstpratības, medijpratības, informācijpratības, kā arī ekonomiskajā, sociālajā un kultūras attīstībā. Vietējo, reģionālo un valsts iestāžu pienākums ir atbalstīt skolu bibliotēku darbību, izstrādājot īpašus normatīvos un attīstības plānošanas dokumentus, kas nodrošina atbilstošu un pastāvīgu finansējumu kvalificētiem skolu bibliotēku speciālistiem, resursiem, tehnoloģijām, telpām un profesionālajai pilnveidei.

IFLA Skolu bibliotēku manifests (2021) ²⁰

¹⁹ IFLA Trend Report 2024: <https://www.ifla.org/wp-content/uploads/ifla-trend-report-2024.pdf> [skatīts 11.11.2025.]

²⁰ IFLA Skolu bibliotēku manifests (2021): <https://dom.lndb.lv/data/obj/file/34826396.pdf> [skatīts 14.11.2025.]

[Publisko bibliotēku uzdevums ir] uzsākt un atbalstīt rakstpratības pasākumus un programmas un piedalīties tajās, lai attīstītu lasīšanas un rakstīšanas prasmes un veicinātu medijpratības, informācijpratības un digitālās pratības attīstību visiem cilvēkiem jebkurā vecumā, tādējādi nodrošinot informētas un demokrātiskas sabiedrības attīstību.

IFLA-UNESCO Publisko bibliotēku manifests 2022²¹

Līdz ar to diezgan droši var apgalvot, ka medijpratības loma bibliotēku darbā ir nostiprinājusi savas pozīcijas un, pieaugot gan tehnoloģiskiem, gan sociāliem izaicinājumiem, kas atsaucas uz piekļuvi patiesai un pārbaudāmai informācijai, sagaidāms, ka tā tikai pieaugs.

Tomēr lielākais nākotnes izaicinājums kā individuāliem informācijas patērētājiem, tā bibliotēkām un citām institūcijām, kuru darbs saistīts ar informācijas apriti, ir mākslīgais intelekts jeb MI. Mākslīgais intelekts ir datorzinātnes apakšnozare, kas nodarbojas ar intelektuālas uzvedības automatizāciju.²² Šī materiāla tapšanas laikā sastopamākais mākslīgā intelekta paveids, ar ko visbiežāk cilvēki asociē terminu kopumā, ir ģeneratīvais mākslīgais intelekts. Tā ir mākslīgā intelekta apakšgrupa, kas spēj izveidot jaunu saturu, pamatojoties uz modeļiem, kurus tas iegūst no esošiem datiem.²³ Tāpat būtiski uzsvērt, ka mākslīgā intelekta jēdziens tiek izrunāts vienskaitlī, taču nav tāda viena mākslīgā intelekta. MI datorprogrammas, piemēram, *ChatGPT*, *Canva* rīki attēlu radīšanai vai Latvijā izstrādātie kompānijas "Tilde" rīki, ir atsevišķi un savstarpēji nesaistīti mākslīgie intelekti, katrs ar atšķirīgu uzbūvi un iebūvētajām funkcijām, kā arī informācijas bāzi.

Mūsdienu medijpratības kontekstā MI izvirza īpašu izaicinājumu – tā tehnoloģijas spēj ne tikai radīt, apkopot un izplatīt informāciju milzīgā ātrumā, bet arī mainīt mūsu uztveres un kritiskās domāšanas paradumus attiecībā uz informāciju. Šī jaunā realitāte prasa, lai medijpratības pilnveide neapstātos pie tradicionālajiem prasmju modeļiem vien, bet tiktu paplašināta ar izpratni par MI manipulācijas iespējām un ētiskām dimensijām – kur dažādi teksta un attēlu ģenerēšanas modeļi ņem informāciju, cik tā ir uzticama, kam pieder MI radīta informācija un kādās situācijās to varam ētiski izmantot?

Šī materiāla tapšanas laikā notiek pakāpenisks, taču organizēts darbs pie MI iespēju un robežu noteikšanas gan Latvijas, gan Eiropas mērogā. Iesakām iepazīties ar trim šobrīd latviski pieejamām un noderīgām vadlīnijām, kas ļaus gūt labāku izpratni par mākslīgā intelekta iespējām un riskiem, kā arī par tā izmantošanas potenciālu, īstenojot izglītojošus pasākumus.

- Eiropas Savienības Mākslīgā intelekta akts: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/HTML/?uri=OJ:L_202401689
- Latvijas Drošāka interneta centra vadlīnijas mākslīgā intelekta izmantošanai pamatizglītībā un vispārējā vidējā izglītībā: https://drossinternets.lv/uploads/Sadalas/MI_izglitiba/file/MI_vadlinijas.pdf
- UNESCO materiāli "Mākslīgais intelekts izglītībā": <https://www.unesco.lv/lv/maksligais-intelekts-izglitiba>

21 IFLA-UNESCO Publisko bibliotēku manifests 2022: <https://www.biblioteka.lv/wp-content/uploads/2022/12/IFLA-UNESCO-Publisko-biblioteku-manifests-2022.pdf> [skatīts 14.11.2025.]

22 Nacionālā enciklopēdija. Mākslīgais intelekts: <https://enciklopedija.lv/skirklis/24447-m%C4%81k-sl%C4%ABgais-intelekts> [skatīts 14.11.2025.]

23 Programmēšanas prasmes ģeneratīvā mākslīgā intelekta laikmetā: <https://eprasmes.lv/article/programmesanas-prasmes-generativa-maksliga-intelekta-laikmeta/> [skatīts 14.11.2025.]

J: Kāda piesardzība būtu jāievēro, izmantojot mākslīgā intelekta rīkus?

A: Ievadot informāciju, nevaram būt pārliecināti, kur tā nonāks un kādiem mērķiem tiks izmantota. Piemēram, dati var tikt izmantoti šo rīku trenēšanai un nonākt pie trešajām personām, ja lietošanas nosacījumos minēts punkts, ka MI drīkst izmantot ievadīto saturu. Tāpēc MI rīkos nevajadzētu ievietot personisku informāciju.

Nevajadzētu akli uzticēties visam, ko sniedz MI. Lai arī MI ir pieejams milzīgs daudzums informācijas, daļa no tās var būt maldīga un nepatiesa. Izmantojot MI, vienmēr jāpatur prātā, ka kritiski jāizvērtē tā sniegtās atbildes.

Izmantojot MI ģenerētu saturu darbos, kuri tiek nodoti publicēšanai, iesniegti mācību iestādēm vai piedāvāti citiem lietotājiem, tas ir jānorāda. Lai gan šobrīd likumdošanā MI autortiesību jautājums vēl nav pilnībā sakārtots, jāņem vērā, ka daudzās mācību iestādēs un darba vietās ir izstrādātas savas vadlīnijas, tāpēc pirms darbu iesniegšanas vai publicēšanas vērts jāinteresēties par pieņemto kārtību uzņēmumā vai iestādē, kam saturs paredzēts.

PIELIKUMI

TERMINU SKAIDROJOŠĀ VĀRDNĪCA

Algoritmi – kalkulācijas, kuras veic sociālo tīklu platformas, lai vāktu lietotāju datus un, pamatojoties uz tiem, personalizētu gan reklāmas, ko indivīds redz, gan saturu, kuru piedāvā skatīt.

Dezinformācija – nepatiesa informācija, kas izveidota un izplatīta ar mērķi kaitēt kādam cilvēkam, organizācijai, sabiedrības grupai vai pat valstij.

Digitālās prasmes – prasmes, kas ļauj brīvi un droši uzturēties digitālajā vidē.

Informācijas burbuļi – situācija, kurā sociālo tīklu lietotājs redz tikai saturu, kas atbilst viņa līdzšinējiem uzskatiem, kā rezultātā rodas maldinoša pārliecība, ka *visi citi domā tāpat kā es*.

Informācijpratība – spēja atrast, atlasīt, novērtēt, pārvaldīt un izmantot informāciju.

Malinformācija – termins attiecas uz tādu informāciju, kas balstīta patiesībā, taču tiek pārspīlēta vai pasniegta ārpus konteksta un ar nolūku uzbrukt idejai, indivīdam, organizācijai vai valstij.

Mākslīgais intelekts – datorzinātnes apakšnozare, kas nodarbojas ar intelektuālas uzvedības automatizāciju. MI apakšgrupa, kas spēj izveidot jaunu saturu, pamatojoties uz modeļiem, kurus tas iegūst no esošiem datiem, ir **ģeneratīvais mākslīgais intelekts**.

Medijpratība – prasmes lietot medijus, meklēt un analizēt informāciju, kritiski izvērtēt mediju vēstījumus un piedalīties satura veidošanā efektīvā un drošā veidā.

Medijs – televīzija, radio, prese, kā arī tiešsaistes plašsaziņas līdzekļi.

Misinformācija – izplatīta nepatiesa informācija, lai arī nolūks ir bijis labdabīgs.

Propaganda – vienvirziena komunikācija, kurā patiesā informācija tiek apzināti ignorēta, sagrozīta vai arī tai ir pakārtota loma. Propaganda ir tipiska centralizētai, nedemokrātiskai sabiedrības struktūrai, kur masu mediju sistēmu nosaka valsts. Tās mērķis ir mudināt cilvēku masas domāt vienādi.

Viltus ziņas – izdomāta, nepatiesa informācija, kurai nav saistības ar realitāti.

IETEICAMIE RESURSI UN LITERATŪRA

Buklets "Atmiņas institūcijas un medijpratība": https://medijpratiba.neplp.lv/wp-content/uploads/2023/02/Atminas_institucijas_un_medijpratiba_final.pdf

Materiāls "Datpratība ikdienai": <https://medijpratiba.neplp.lv/wp-content/uploads/2022/07/33119284.pdf>

Mācību stundu plānu un uzdevumu krājums "Esi medijpratīgs!": https://medijpratiba.neplp.lv/wp-content/uploads/2023/01/Esi_medijpratigs_macibu_stundu_plani_un_uzdevumi_2022.pdf

Medijpratības labākās prakses Eiropas Savienībā – ledvesmojošu iniciatīvu rokasgrāmata (angļu valodā): https://medijpratiba.neplp.lv/wp-content/uploads/2025/05/ERGA_Handbook_on_ML_best_practices_2024_spread_final.pdf

Metodiskais materiāls "21 rīks un 101 ideja digitālajam darbam ar jaunatni": <https://medijpratiba.neplp.lv/wp-content/uploads/2023/07/2300740-Metodiskais-materials.pdf>

Metodiskais materiāls "Rosinošie treneri": https://medijpratiba.neplp.lv/wp-content/uploads/2025/01/ROSINOSIE-TRENERI_MEDIA-LAB_LV01-1.pdf

Platforma "Meln uz balta": <https://melnsuzbalta.lv/>

Rokasgrāmata pedagogiem "Esi Interneta izcilnieks": <https://drossinternets.lv/lv/posts/view/rokasgramata-pedagogiem-2-6-klasei>

Rokasgrāmata pret dezinformāciju: atpazīt un pretoties. 2. izdevums: <https://www.mk.gov.lv/lv/media/23834/download?attachment>

Vadlīnijas digitālo platformu pārvaldībai. Vārda brīvības un informācijas piekļuves nodrošināšana, izmantojot daudzpusu pieeju: <http://medijpratiba.neplp.lv/wp-content/uploads/2025/01/392256lav.pdf>