



Medijpratība

Publicēts: 03.11.2020.



Kultūras ministrija

Kā Tu lieto MEDIJUS?

VĀRDNĪCA

Medijpratība -

civēka prasme lietot medijus, meklēt un analizēt informāciju, kritiski izvērtēt mediju vēstījumus un piedalīties mediju saturā veidošanā.

Viltus ziņas -

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

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

Jā Nē

Vai Tu esi meklējis/-usi informāciju internetā?

Jā Nē

Vai Tu lieto vismaz vienu sociālo tīklu mediju internetā?

Jā Nē

Vai Tu esi kādreiz noticējis/-usi baumām?

Jā Nē

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

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

KVALITATĪVAM MEDIJAM IR:

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

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

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

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

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

LAI NIEKRISTU INFORMĀCIJAS LAMATĀS, PIEVĒRS UZMANĪBU:

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

Vēlies uzlabot savu vielmaiņu? Sāc lietot džinu!

Ja Tu vēlies veiktat vielmaiņu, sāc patērēt džinu. Jaunā pētījumā ir atklāts, ka džinu patēriņš organismā spēj sadalīt kalorijas daudz ātrāk nekā pār citiem dzērieniem.

Šis raksts
veidots elektroniski 14. aprīlī 2017. 15:16

Facebook | Twitter | LinkedIn



Londona: Ja tu vēlies veiktat vielmaiņu, sāc patērēt džinu. Jaunā pētījumā ir atklāts, ka džinu patēriņš organismā spēj sadalīt kalorijas daudz ātrāk nekā pār citiem dzērieniem.

Atkārti no [Kvalitatīvās informācijas](#) avotā norādīts, ka džins ir dzēris no kvalitatīviem, lai ir biežāk izmantojami, un šķērso vielmaiņu. Pārīns, kurā šis dzēris regulārs ir alkohola došana dēvēs, tie novērota vielmaiņas paaugstināšana par 17 procentiem.

Džins ir alkoholisks dzēriens ar vienu no zemākajiem enerģētiskajiem vērtībām – tikai 57 kalorijas vienā glāzē.

Taigi: [Vai tu vēlies uzlabot savu vielmaiņu? Sāc lietot džinu!](#) [Kvalitatīvās informācijas](#)

Mums katram ir savi mediju lietošanas un informācijas izvērtēšanas paradumi.

KĀDI IR TAVI?

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

Andris, no virsrakstiem uzskatām tikai burtu fragmentus. Tā, ko redakcija ir izvēlējusies kā svarīgāko vai uzmanību saistošāko. Zinām, ka kaut kas ir noticis, bet – kā un kāpēc? Kādos būs secinājumi? Tiklīdz, daudzi virsraksti tiek pārskatīti vai parādē tikai vienpusēji ar – tikai vienu no pārskatītajiem viedokļiem vai notikuma aspektiem. Tāpēc, ja šī tēma interesē, izlasī rakstu līdz beigām, iespējams, ka situācija nav tik dramatiska vai notikums – sensacionāls, kā var šķist pēc virsraksta.

ELĪNA (16): „Rakstos var daudz ko pārskatīt, nepateikt. Savam acim gan var ticēt, tāpēc domāju, ka video ir uzticamāki.”

Elīna, arī video vai attēls var būt apšaubāms pierādījums un manipulēt ar Taviem emocijām. Tā, ko par reklāmas nolūkiem. Tā, ko par reklāmu, paplašināt ožu ar dramatisku tonu maizīti, izvēlēties noteiktu filmēšanas leņķi vai, piemēram, kādu cilvēku filmējot ar „džibolu” kameru, lai radītu nepatīkamu iespaidu. Ar montāžas programmu palīdzību video var būt iekārtots citādi, ko internetais ir tieši pavīstam citā kontekstā vai sarunā. Tāpēc kritiski izvērtē arī televīzijas un radio ziņojumus, un jo sevišķi – video YouTube vidē!

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

Anna, tas, kas nepieciešams, ir apsvērt: Tomēr, lai nepalātu ziedot, kas veic nav aktuāls, apskatīt oriģinālo ierakstu datumu pat tad, ja kāds draugs ar šo ierakstu liko datlīdži. Vērtēt kaķi jau zveiku un veselo ir mājās! Savukārt, lai ožu ziedojumu nepārskatītu krāpniekiem, izpētī izziņā zveikoto profilu un rūpīgi izvērtē, vai šis cilvēks varētu būt īsts. Krāpnieki mēdz izveidot viltus profilus, izmantojot reāla cilvēka attēlu, kurš par to var arī neko nezināt.

DĀVIS (25): „Ceru, ka arī man paveiksies interneta izziņās. Lasīju komentāros, ka kāds tā vinnējis sūtītu telefonu, oīs – ceļojumu uz Ameriku. Sociālo mediju laikā jāpārskatī cietim ieraksta par akciju un jāgaida rezultāti.”

Dāvis, ne vienmēr sociālo mediju izplatītās ziņās patiesi notiek, ī īpaši, ja tiek solīta joti dārga balva. Dažkārt to mēģina ir vien pabeidzīt uzdevumu vai iegūt informāciju par Tevi. Pirmo izmēģini veikt, pārlicinās, ka ziņots organizācija ir īsta uzņēmuma, nevis izveidots viltus profils.

 [Lejupielādēt augstākā izšķirtspēja \(PDF\)](#) 

Medijpratības materiāli

[Skatīt vairāk](#)

Bērnu un pusaudžu medijpratības pētījums

[Skatīt vairāk](#)

<https://www.km.gov.lv/lv/medijpratiba>