

MEDIJPRATĪBAS NOZĪME UN VEICINĀŠANAS METODES LATGALES VIDUSSKOLĀS

The Importance of Media Literacy and Teaching Methods in Secondary Schools of Latgale

Inga Kaļva-Miņina

Rezekne Academy of Technologies, Latvia

Sandra Murinska

Rezekne Academy of Technologies, Latvia

Abstract. *The article analyzes how students and teachers value media literacy and its activities, and which are the most appropriate methods and study subjects for implementing media literacy in schools. Based on the results of a survey of secondary school students and teachers, the role of media literacy in education is evaluated and solutions for media literacy activities introduced in schools are provided.*

The results of the survey show that students and teachers seem to be interested in the topic of media literacy, and although there is enough information, there are certain topics on which they would like to talk / learn more. Respondents also emphasize the essential role of practical activities in mastering the topic of media literacy.

Keywords: *education, critical thinking, media literacy, methods, students, teachers.*

Ievads

Introduction

Medijpratības jēdziens ir cieši saistīts ar informāciju. Jo vairāk informācijas cilvēks saņem, jo prasmīgāk būtu jādarbojas ar to. Var apgalvot, ka medijpratība risina sekas, ko radījušas jaunās informācijas tehnoloģijas, piemēram, ātri nosūtīt informāciju, izveidot viltus fotogrāfijas u.tml., kas rada nepatiesas informācijas izplatīšanu. Pētnieki arvien akcentē informācijas un komunikācijas tehnoloģiju nozīmi: mūsdienu informācijas sabiedrībā ir būtiski, ka cilvēkam ir pieeja jauniem medijiem un tie zina, kā tos tehniski lietot. Ja šādu prasmju nav, tad bez piekļuves tīmeklim un attieksmi jeb vēlmi lietot jaunās informācijas tehnoloģijas nav iespējams elektroniski informēt sevi un citus, piemēram, no organizāciju puses (Brandtweiner, Donat, & Kerschbaum, 2009). Šāds viedoklis tikai apstiprina nepieciešamību informēt sabiedrību par to, kā lietot jaunās tehnoloģijas tehniski un kā vērtēt jauno mediju saturu. Protams, medijpratības kontekstā ir jārunā arī par tradicionālajiem medijiem (televīziju, radio, presi), tomēr, kā rāda mediju

patēriņa tendences, tad globālā tīmekļa un televīzijas saturs ir dominējošais. Jāpiebilst, ka mūsdienās televīzijas saturu var patērēt arī tīmeklī. Jau 2011. gada dati par mediju patēriņu apliecina iepriekš minēto: 7.–12. klašu skolēnu mērķa grupā visbiežāk lietotie mediji ir internets un televīzija, ko katru dienu lieto attiecīgi 86% un 66% skolēnu. Visretāk skolēni lasa avīzes – 41% avīzes nelasa nemaz vai lasa ļoti reti (Baltic Institute of Social Sciences, 2011).

Medijpratības ieviešana un sabiedrības izglītošanā Latvijā notiek gan valsts, gan nevalstiskajā sektorā, piemēram, viens no Latvijas Mediju politikas pamatnostādņu rīcības virzieniem ir medijpratības veicināšana. Medijpratības jautājumi ir iekļauti arī jaunajā mācību saturā (ESF projekts “Kompetenču pieeja mācību saturā”).

Lai noteiktu to, cik medijpratīga ir Latvijas sabiedrība, ir veikti arī vairāki pētījumi, kas demonstrē to, ka Latvijas iedzīvotāju vidē tā vēl ir jāpilnveido: runājot par savu pieredzi mediju izmantošanā, 40% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju apgalvoja, ka viņi parasti spēj atpazīt, kura informācija medijos ir uzticama un kura tendencioza vai safabricēta. Kā liecina aptaujas rezultātu analīze respondentu grupās, kas izveidotas pēc dažādām sociāli demogrāfiskajām pazīmēm, tad augstāks pašvērtējums spējai atpazīt uzticamu informāciju no maldinošas, ir iedzīvotājiem ar augstu vai vidējiaugstu ienākumu līmeni uz vienu ģimenes locekli mēnesī, aptaujas dalībniekiem ar augstāko izglītību, kā arī respondentiem vecumā no 25 līdz 34 gadiem. Negatīvu pieredzi mediju izmantošanā (ir gadījies noticēt tendenciozai vai safabricētai informācijai medijos, to saprotot tikai vēlāk) atzina 22% aptaujas dalībnieku. Dažādās respondentu sociāli demogrāfiskajās grupās iegūtie rezultāti neatklāj kādas būtiskas rezultātu atšķirības (Latvijas Fakti, 2017).

Raksta mērķis ir noskaidrot, kā skolēni un skolotāji Latgales vidusskolās vērtē medijpratību un kādas ir atbilstošākās metodes un mācību stundas tās ieviešanai un izmantošanai skolās.

Pētījums tika veikts, balstoties uz skolēnu un skolotāju viedokli, kas iegūts anketēšanā, kura tika veikta 2019.gada augustā medijpratības vasaras nometnes „Eksperts medijpratībā jeb jaunietis jaunietim par medijpratību” laikā Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijā. Tajā piedalījās 11. un 12. klašu skolēni un skolotāji no astoņām Latgales vidusskolām: Aglonas vidusskolas, Rēzeknes Valsts 1.ģimnāzijas, Austrumlatvijas Tehnoloģiju vidusskolas, Baltnavas vidusskolas, Kārsavas vidusskolas, Zilupes vidusskolas, Ludzas pilsētas ģimnāzijas un Krāslavas Valsts ģimnāzijas. Nometnē skolēni un skolotāji apguva gan teorētiskas, gan praktiskas zināšanas medijpratības veicināšanai, lai pēc tam spētu noorganizēt izglītojošu pasākumu savā skolā.

Medijpratības loma sabiedrībā *The role of media literacy in society*

Medijpratību nereti mēdz dēvēt arī par mediju izglītību. Kā skaidro definīcija, tad mediju izglītība ir process, kurā tiek mācīts par medijiem, savukārt medijpratība ir tās rezultāts (Lee, 2016). Medijpratība kā pētniecības joma ir attīstījusies kopš masu informācijas līdzekļu parādīšanās un ietver kritisku domāšanu (Martin & Grudziecki, 2006). Tika uzskatīts, ka masu informācijas līdzekļu ziņojumi var kaitēt tā lietotājam. Līdz ar to mediju lietošanas prasmei bija jābūt kā aizsardzībai pret mediju ziņojumu negatīvo ietekmi.

Plašsaziņas līdzekļu lietotprasmes jeb medijpratības jēdziens attiecas ne tikai uz tradicionālākiem masu informācijas līdzekļiem, piemēram, avīzēm, radio un televīziju, bet arvien vairāk tas tiek attiecināts uz tā sauktajiem jaunajiem medijiem, piemēram, sociālajiem medijiem.

Profesore, mediju pētniece Sonja Livingstone apraksta medijpratības plašo kontekstu – tā ir spēja piekļūt, analizēt, novērtēt un veidot ziņojumus dažādos kontekstos. Šis četru komponentu modelis var tikt vienlīdz labi pielietots gan drukātajiem, gan elektroniskajiem medijiem. Medijpratība ir arī politikas iniciatīvu un izglītības programmu tēma. Protams, ietverot arī globālo tīmekli (Livingstone, 2004). Šajā definīcijā ir atklāti būtiskākie medijpratības aspekti, kas saistīti gan ar kritisku masu mediju satura patērēšanu, gan ar tā radīšanu. Vēstījuma veidošana ir sarežģītāka nekā tikai satura interpretācija un novērtēšana, savukārt analīze ir tā, kas ietver kritiskās domāšanas aspektu. Kritiskās domāšanas nozīme tiek akcentēta arī citos sabiedrības līmeņos – kritiskā domāšana ir nepieciešama, lai izprastu sociālpolitiskos un ekonomiskos sarežģījumus, kas raksturo vietējo, nacionālo un globālo kultūru. Turklāt mediju tehnoloģiju attīstība, kas *uzbrūk milzīgā ātrumā* un dažādībā, var novērst mūs no būtiskiem jautājumiem, ja mēs neizmantojam rakstpratību, kas pārsniedz tehniskās prasmes, kas nepieciešamas, lai izmantotu jaunus mediju veidus (Hammer, 2011).

Nedaudz citu pieeju medijpratības definīcijai piedāvā informācijas un komunikācijas tehnoloģiju patēriņa pētnieki, piedāvājot divu soļu plānu, lai kļūtu par apmierinātu tīmekļa lietotāju. Pirmkārt, cilvēkiem ir nepieciešamas elektroniskās prasmes vai “pamata” tehniskās iemaņas, lai strādātu ar datoru, piemēram, prasme rakstīt un lietot peli. Bez šīm “pamatprasmēm” cilvēkiem ir nepieciešamas arī augstākā līmeņa kompetences, lai piedalītos tīmekļa vidē, ko sauc par mediju kompetenci (Brandtweiner & Kerschbaum, 2010). Pētnieki izdala četrus būtiskus mediju kompetences jeb medijpratības aspektus – atbilstošo masu mediju un tā satura atlasi (zināšanas par mediju, lietojumu un piedalīšanos); satura izvērtēšana (analīze un izvērtēšana); satura ietekmes atpazīšana un reaģēšana uz to (pašrefleksija); izpratne par masu mediju satura veidošanu, to apstākļiem (ietekme un uzticamība). Otrās solis – mediju kompetenču attīstība

atbilst kritiskajai pieejai. Lai uzlabotu mediju lietotprasmi, ir nepieciešama satura kritiska interpretācija un novērtēšana, kā arī kritiskas pārdomas par šo procesu. Kā redzams, autoru piedāvātā definīcija galvenokārt ir vērsta uz tīmekļa lietošanu.

Masu mediju lietošanas kognitīvais aspekts ir akcentēts arī šajā definīcijā: mediju lietotprasme ir perspektīvu kopums, no kuras mēs redzam un interpretējam vēstījumu nozīmi. Mēs veidojam savas perspektīvas no zināšanu struktūrām. Zināšanu struktūras ir kā platformas, no kurām mēs redzam masu mediju daudzšķautņaino dabu: to uzņēmējdarbību, saturu un ietekmi uz indivīdiem un iestādēm. Jo vairāk cilvēku izmantos šīs zināšanu struktūras, jo vairāk būs spējīgi izmantot masu medijus tā, lai sasniegtu savus mērķus un izvairītos no negatīvā efekta (Poter, 2004). Tas nozīmē, jo vairāk ir zināšanu par masu mediju struktūru, piemēram, funkcijām un žanriem, jo sabiedrībā ir medijpratīgāka.

Kā norāda Ziemeļvalstu pētnieki, lai skolēniem iemācītu medijpratību, tās apguvei ir jābūt kopīgam skolas un ģimenes darbam. Kā viens no galvenajiem aspektiem, kādēļ skolās nereti medijpratības apmācības mēdz būt zemā līmenī, ir pašu skolotāju zināšanu trūkums un zemais medijpratības līmenis, kas arī ir vēl viens arguments par labu tam, lai vecāki aktīvāk iesaistītos šī jautājuma risināšanā. Pētnieki uzsver, ka Baltijas valstīs, pretēji Skandināvijā ierastajam, vecāku iesaiste apmācībās ir daudz zemākā līmenī (Sigurjónsdóttir, 2017). Līdz ar to ir jāizglīto ne tikai bērni, bet arī viņu vecāki, kas ir sarežģīti sasniedzama auditorija, jo pārstāv dažādas jomas, piemēram, darba vide katram ir citādāka, līdz ar to arī pieredze, konteksta izpratne un vajadzības ir atšķirīgas.

Metodoloģija *Methodology*

Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tika izmantota anketēšana. Kopumā tika saņemtas 16 anketas – tās aizpildīja Latgales vidusskolēni, kuri mācās 11. un 12. klasēs vecumā no 16 līdz 18 gadiem, un deviņas skolotājas, kuri piedalījās RTA organizētajā medijpratības nometnē un kuriem tādējādi jau bija radies priekšstats par to, kas ir medijpratība, lai varētu komentēt un sniegt savu viedokli par tās nepieciešamību un nozīmi skolās. Skolēnu jeb dalībnieku izlases veidošanā tika ņemts vērā medijpratības nometnes „Eksperts medijpratībā jeb jaunieši jauniešiem par medijpratību” auditorijas loks – skolēni, kuri mācās Latgales vidusskolās, vismaz trim no skolām ir jāpārstāv pierobeža.

Anketā skolēniem tika uzdoti jautājumi par dažādiem medijpratības pilnveidošana aspektiem un iespējām:

- a) kādus masu medijus ikdienā patērē;
- b) vai ikdienas gaitās esat saskāries/-usies ar viltus ziņām? Vai esat izjutis/-usi nepieciešamību attīstīt kritisko domāšanu sabiedrībā;
- c) cik liela loma, Jūsaprāt, izglītības saturā būtu jāatvēl medijpratībai? Kuros mācību priekšmetos būtu jāēgpilni integrēt medijpratības tēmu;
- d) par kuriem medijpratības tematiem/ jautājumiem būtu vēl jārunā;

- e) ar kurām metodēm/ darba formām/ uzdevumiem, Jūsaprāt, skolēnu vidū var veiksmīgāk veicināt medijpratības izpratni?

Noslēdzošais jautājums par efektīvākajām metodēm atainoja to, vai paši skolēni dara to, ko saka. Pēc nometnes skolēniem bija jāorganizē citus skolēnus informējošs pasākums jeb aktivitāte viņu skolā. Pēc pasākuma organizēšanas tika iegūtas atbildes no astoņām vidusskolām, kāda veida aktivitāte jeb metode medijpratības apgūšanai tika izmantota konkrētajā skolā.

Anketēšanas rezultātu analīze *Analysis of the survey*

Atbildot uz jautājumu, kādus masu medijus ikdienā patērē, skolēni lielākoties nosauc dažādus sociālos tīklus, no kuriem populārākie ir „Facebook” (12 respondenti), „Instagram” (11 respondenti), „Snapchat” (astoņi respondenti) (vēl minēti tika arī „Reddit”, „Twitter”, „Whatsapp”, „Pinterest”, „YouTube”, „Messenger”, „Draugiem.lv”). Drukātos medijus (žurnālus) ikdienas patēriņā izmanto tikai divi respondenti, bet ziņu portālus (delfi.lv, lsm.lv, skaties.lv), radio un TV – seši respondenti. Aptaujas dati apliecina mūsdienu tendenci, proti, jaunieši savā ikdienā lielākoties izmanto globālā tīmekļa piedāvāto saturu, savukārt tradicionālos medijus (televīziju, radio, presi) izmanto arvien mazāk vai arī nemaz.

Gandrīz visi aptaujātie – 13 respondenti – atzīst, ka ikdienas gaitās ir saskārušies ar viltus ziņām, uzsverot, ka tās visbiežāk parādās internetā, no sociālajiem tīkliem – tieši „Facebook” platformā kā maldinošu reklāmu vai nepatiesas informācijas, kas ir šokējoša, formā. Visi respondenti ir vienisprātis par to, ka izjūt nepieciešamību attīstīt kritisko domāšanu sabiedrībā, pirmkārt, jau savu draugu lokā („Esmu izjutusi nepieciešamību attīstīt kritisko domāšanu, jo informācija, kādu mēs patērējam, definē mūs kā personības”; „Dažas reizes manīju pilnīgi aplamas ziņas, ar kurām draugi dalījās sociālajos tīklos”). Tā kā jaunieši ikdienā lielākoties lieto tieši sociālos medijus, tad tie ir laba platforma viltus ziņu radītājiem. Lai manipulētu ar jauniešu prātiem, nepatiesas ziņas tiek izvietotas dažādos sociālajos tīklos, turklāt atšķirībā no drukātajiem medijiem, digitālo mediju saturs netiek kontrolēts, informācijas apjoms ir neierobežots un tādējādi ir viegli iegūt jaunieša uzticību. Pēc anketas datiem var secināt, ka tie jaunieši, kuri piedalījās aptaujā, spēj atšķirt viltus ziņas un apzinās, ka viņu draugi, daloties ar informāciju sociālajos tīklos, bieži vien ir noticejuši nepatiesai informācijai.

Aptaujātie skolēni uzsver, ka medijpratībai mūsdienās ir būtiska nozīme un tai izglītības saturā jāatvēr liela loma. Viņi uzskata, ka medijpratību būtu lietderīgi apgūt tādos mācību priekšmetos kā sociālās zinības (deviņi respondenti), informātika (seši respondenti), klases stundās/ audzināšanā (seši respondenti), vēl tiek minēta arī politika, ekonomika, vēsture, angļu valoda, literatūra. Viens

respondents uzskata, ka medijpratībai ir jābūt visos mācību priekšmetos, visās jomās, un viens respondents – ka, iespējams, skolās vajadzēt ieviest atsevišķu mācību priekšmetu vai fakultatīvas papildu nodarbības. Iegūtie dati liecina, ka medijpratība, jauniešuprāt, ir aktuāla tēma. Viņi uzskata, ka medijpratību vairāk varētu mācīt tieši tādos mācību priekšmetos, kas vairāk saistīti ar medijpratības jomu, proti, ar informāciju tehnoloģijām un sociālajām zinātnēm.

Jaunieši atklāj, ka nekad nevar būt par daudz informācijas saistībā ar medijpratību, un, atbildot uz jautājumu, par kuriem medijpratības tematiem/ jautājumiem būtu vēl jārunā, viņi visbiežāk min tādas tēmas kā sociālie tīkli un to negatīvā ietekme uz pusaudžiem, viltus ziņas un to atpazīšana internetā, kibernoziegumi un drošība internetā, kritiskās domāšanas pilnveidošana. Līdz ar to var secināt, ka jaunieši apzinās, kuri ir viņu „vājie punkti” medijpratības apguvē un vēlas pilnveidot savas zināšanas, lai nenonāktu viltus ziņu ietekmē.

Aptaujas dati liecina, ka medijpratību jaunieši gribētu apgūt, darbojoties praktiski, – ar interesantu uzdevumu, dialogu, simulācijas spēļu, grupu darbu palīdzību. Tāpat būtiska loma ir dažādiem vizuāliem materiāliem – video, attēliem – un reāliem piemēriem no dzīves. Atbilžu rezultāti liecina par to, ka mūsdienu jauniešiem vieglāk uztvert informāciju, kas ir pasniegta interaktīvi, papildināta ar vizuāliem materiāliem, turklāt būtiski ir ļaut pašam jauniešim līdzdarboties.

Salīdzinot aptaujāto skolotāju atbildes, jāsecina, ka viņi, sociālos tīklos patērē krietni mazāk nekā skolēni (visbiežāk minēti ir „Facebook”, „draugiem.lv”), toties viņu ikdienā būtiska loma ir atvēlēta dažādiem ziņu portāliem, drukātajiem medijiem – laikrakstiem un žurnāliem (reģionālie vai nacionālas nozīmes laikraksti, piemēram, „Rēzeknes Vēstis” vai „Latvijas Avīze”, dažādi sieviešu žurnāli, piemēram, „Pērle”, „Ieva” u.c.), kā arī radio un TV (minot visus LTV un Latvijas Radio kanālus). Iegūtie rezultāti norāda uz to, ka skolotāji (atbilstoši savam vecumam un mediju izmantošanas pieredzei) joprojām izvēlas tradicionālos drukātos medijus, digitālos medijus atstājot otrajā vietā.

Arī skolotāji, gluži tāpat kā skolēni ikdienā ir saskārušies ar viltus ziņām (no deviņiem respondentiem tikai viens nebija saskāries ar nepatiesu informāciju), kas lielākoties ir dažādas maldinošas reklāmas, sensacionālas ziņas. Skolotāji uzsver, ka ikdienā māca skolēnus izvairīties no viltus ziņām („Mācu skolēniem padomāt, pirms spiest „like”, jo ar šo „like” jūs apstiprināt informācijas patiesumu”). Skolotāji spēj atšķirt viltus ziņas no patiesības, tāpat arī spēj nošķirt, kad mediju saturā tiek piedāvāta slēpta reklāma vai ziņa, kuras patiesums būtu jāpārbauda.

Atbildot uz jautājumu, kuros mācību priekšmetos būtu jāpildina integrēt medijpratības tēmu, pieci respondenti uzskata, ka to būtu jāpildina darīt visos mācību priekšmetos, jo „izglītības procesā svarīga starppriekšmetu saikne”, tomēr visbiežāk tiek minēti konkrēti piemēri – vēsture, literatūra, politika, sociālās

zinības, klases stundas, jo „strādājot ar informācijas avotiem, šajos priekšmetos bez kritiskās domāšanas neiztikt”

Skolotāji uzskata, ka, runājot ar skolēniem par medijpratības tematiem/ jautājumiem, būtu jāstāsta par drošību internetā, par viltus ziņu izplatību un to identificēšanu, lielu vērību pievēršot praktiskām aktivitātēm. Savukārt lūgti nosaukt metodes vai darba formas, ar kādām, viņuprāt, skolēnu vidū var veiksmīgāk veicināt medijpratības izpratni, skolotāji visbiežāk minēja praktiskās nodarbības – simulāciju spēles, kā arī grupu darbu un diskusijas, dažādus uzdevumus. Tāpat skolēnu izpratnes veicināšanai, skolotāju prāt, ir būtiski, lai par šo jautājumu stāsta viņu vienaudži, minot dažādus piemērus no dzīves. Arī skolotāji apzinās, ka jaunieši labāk apgūst jauno mācību vielu tad, kad paši darbojas praktiski, turklāt jauniešiem svarīga ir citu vienaudžu pieredze.

Noslēdzoties medijpratības vasaras nometnei „Eksperts medijpratībā jeb jaunieši jauniešiem par medijpratību”, tās dalībniekiem – 24 respondentiem – tika lūgts aizpildīt anketas, kurās tika uzdoti jautājumi saistībā par to, kā viņi vērtē nometnes norisi, piedāvāto saturu.

Lūgti novērtēt savu apmierinātību ar nometnes saturu, aptaujas dalībnieki teju visās anketās atzīmēja augstākos vērtējumus „4” vai „5”, t.i., „apmierināts” vai „ļoti apmierināts”. Atzīmējot savus ieguvumus no dalības nometnē, atbildēs dominēja varianti „Ieguvu sev noderīgas praktiskas iemaņas” un „Ieguvu idejas, ko pielietot ikdienā”. Tāpat daudzi atzīmēja savu gatavību pastāstīt citiem par pasākumā pieredzēto, kā arī vēlmi piedalīties līdzīgos pasākumos. Iegūtie dati liecina par to, ka gan skolēniem, gan skolotājiem patīk apgūt informāciju, kas saistīta ar mūsdienās tik aktuālo medijpratības tēmu. Iegūtās teorētiskās zināšanas ir būtiskas, tomēr gan skolēni, gan skolotāji atzīmē, ka praktiskās iemaņas, kas tika nostiprinātas medijpratības nometnes laikā, ir nozīmīgākas.

Savukārt lūgti novērtēt nometnes laikā rīkoto nodarbību tēmas, dalībnieki kopumā bija apmierināti vai ļoti apmierināti ar visām tēmām, taču visvairāk pozitīvo vērtējumu ieguva tēmas „Simulācijas spēles un rīcības plāna izstrāde izglītojošu aktivitāšu īstenošanai vidusskolās” un „Pieredzes stāsts: sociālo mediju satura veidošana”, kārtējo reizi apliecinot, ka jauniešiem patīk nodarbības, kurās vairāk akcentēta praktiskā ievirze.

Anketas noslēgumā sniedzot ieteikumus/ komentārus, astoņi respondenti uzsvēra, ka vēlētos, lai ir vairāk praktisku aktivitāšu, uzdevumu, lai jaunieši var paši darboties, turklāt – komandās. Tas apliecina to, ka skolēniem patīk mācīties, iegūt jaunas zināšanas, tomēr standarta lekcijas, kurās tikai jāklausās lektora stāstījumā, nav viņiem saistošas. Mūsdienu jaunieši vēlas paši „uz savas ādas” pārbaudīt jauniegūtās zināšanas un prasmes, darboties praktiski un radoši.

Skolēnu izmantotās metodes medijpratības apgūšanai

Pēc pasākuma organizēšanas tika iegūtas atbildes no astoņām vidusskolām par to, kāda veida aktivitāte jeb metode medijpratības apgūšanai tika izmantota konkrētajā skolā.

Medijpratības apgūšanai tika izmantotas vairākas metodes: diskusijas, testi, praktiskie uzdevumi, piemēram, ziņu sagatavošana. Kā darba forma tika izmantots gan darbs grupā, gan darbs individuāli. Ievadā tika sniegta teorētiska informācija, kas ir medijpratība, pēc tam tika organizēti vairāki praktiskie uzdevumi. Iegūtie dati liecina, ka medijpratības apgūšanai tiek izmantota aktivitāte, kas atbilst medijpratības definīcijai – prasme veidot mediju saturu.

Teorētiskās daļas izklāstam skolēni bija veidojuši prezentācijas. Līdztekus minētajām darba formām tika rādīti video, kuri aicina domāt par medijpratības aspektiem, piemēram, <https://www.youtube.com/watch?v=FQps4UWALc4>, kā arī viltus ziņu piemēri, par kuriem jaunieši tika informēti nometnē Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmijā augustā. Izvērtējot pasākumu saturu, ir redzams, ka skolēni tā sagatavošanā izmantoja nometnē dzirdēto informāciju un materiālus, par kuriem tika vēstīts nometnē, piemēram, „*tika demonstrētas medijpratību veicinošas kampaņas, kuras veidojusi www.drossinternets.lv mājaslapa*” (citāts no pašvērtējuma par Kārsavas vidusskolā īstenoto pasākumu). Tika izmantoti arī satura veidošanas paņēmieni – skolēni veidoja ziņu vai ziņas virsrakstu, tādējādi aplūkojot mediju saturu ne tikai no patērētāja puses, bet arī no satura veidotāju skatupunkta.

PASĀKUMA NOSAUKUMS/ TĒMA MĒRKAUDITORIJA	anonimitāte internetā 10-12. kl., 9. kl.
AKTIVITĀTES/PASĀKUMA METODES (piemēram, simulācijas spēle)	Satura, izmantotā digitālā ziņojuma; individuālo darbu lapu aprakstīšana, puslīdzīga inf.; Anonīmi komentāri; Testi, kopā tu to foto internetā? Video, Nav smiešīgi, ja citam vaj?
PAŠVĒRĒJUMS	Atdevas labi! Skolēni interesatob; Man vajai portāla.

***1.attēls. Zilupes vidusskolā izmantotās metodes medijpratības veicināšanai,
S. Murinskas foto***

***Figure 1 Methods used to promote media literacy at Zilupe Secondary School,
photo by S. Murinska***

Līdz ar to, ja skolēni tiek iesaistīti satura veidošanā, viņi labāk izprot mediju teksta veidošanas likumsakarības, teksta funkcijas, kā arī valodas ietekmi un spēj atpazīt informāciju, kas ir apzināti ir veidota maldinoši.

Kopumā var secināt, ka darbībā tika izmantotas dažādas metodes. To daudzveidību precīzi atspoguļo Krāslavas valsts ģimnāzijas anketā norādītās aktivitātes:

1. *Prezentācija “Kas ir medijpratība”*
2. *Prezentācija “Kāpēc nepieciešama medijpratība, kas ir kritiskā domāšana medijpratībā”*
3. *Tests no portāla “Drošs internets”*
4. *Video no portāla “Drošs internets” par jauniešu paradumiem sociālo tīklu lietošanā*
5. *Diskusija grupās “Komunikācija sociālajos tīklos- iespējamie draudi” – katra grupa raksturo vienu*
6. *Prezentācija “Kas ir influenceri”*
7. *Diskusija grupās “Vai jaunieši spēj kritiski izvērtēt influenceru piedāvato dzīvesstilu?” – katra grupa komentē savus secinājumus.*

Šāda pašu skolēnu darbība un iniciatīva parāda, kuri ir tie materiāli, par kuriem ir dzirdēts un kuri visbiežāk tiek izmantoti. Šajā gadījumā visbiežāk tikuši izmantoti “Drošs interneta centrs” materiāli. Būtiski, ka galvenokārt medijpratība tika aplūkota jauno mediju darbībā, piemēram, sociālajos tīklos, kas vēlreiz apliecina jauniešu mediju lietošanas tendences.

Secinājumi Conclusions

Kā redzams pēc apkopotajiem anketēšanas rezultātiem, skolēnu un skolotāju vidū interese par medijpratību pastāv. Viņi ar interesi iesaistās dažādos konkursos, projektos, semināros, lai iegūtu jaunas zināšanas, nostiprinātu jau esošās. Būtiski, ka jauniešiem medijpratība saistās ar tās kognitīvo aspektu, nevis lietotprasmi jeb tehniskajām zināšanām par informācijas tehnoloģijām. Tas nozīmē, ka skolēni ir zinoši, kā izmantot informācijas līdzekļus, taču ir jāpilnveido satura izmantošanas prasmes.

Kā tika uzsvērts anketās, tad medijpratība ir tā tēma, kuras saturs nepārtraukti mainās un visu laiku ir jāseko jaunākajām aktualitātēm par informācijas veidiem, to lietošanu un izplatīšanu. Skolēni galvenokārt medijpratību saista ar jaunajiem medijiem jeb globālā tīmekļa radītajiem mediju veidiem, proti, tajā sastopamo dezinformāciju, meliem u.tml. Par īpašu ietekmīgu, kā arī saistošu informācijas nodošanas līdzekli skolēni uzskata video, tamdēļ tas dominēja, izvēlēties veidu, kā vēstīt saviem skolas biedriem par medijpratības nozīmi.

Gan skolēni, gan skolotāji uzskata, ka medijpratību ir iespējams integrēt daudzos mācību priekšmetos, jo īpaši tajos, kuros tiek strādāts ar dažādiem

informācijas, to skaitā vizuāliem, avotiem, kā arī noteikti informātikā, jo šis mācību priekšmets ir saistīts ar interneta vidi, tajā esošās informācijas meklēšanu, analizēšanu u.tml. Ir daudz tēmu saistībā ar medijpratību, kuras labprāt apgūtu gan skolēni, gan skolotāji, tomēr akcentam jābūt uz praktiskajām nodarbībām, lai jaunieši labāk izprastu katras tēmas nozīmi, galvenokārt medijpratība tiek asociēta ar informācijas tehnoloģiju un sociālo zinību mācību stundām. Līdztekus minētajām stundām, autoruprāt, medijpratības jautājumi būtu jāaktualizē arī latviešu mācību stundās, jo šajās stundās tiek strādāts ar tekstu, to analīzi un radīšanu. Tādējādi tiktu pilnveidots būtisks medijpratības aspekts – mediju satura veidošana, kā arī caurviju prasmes, ko paredz jaunā kompetencēs balstītā izglītības reforma Latvijā.

Būtiski, ka medijpratībā ir jāizglīto ne tikai skolēni un skolotāji, bet arī viņu vecāki, jo medijpratība ir ne tikai kritiska mediju, bet informācijas kopumā patērēšana. Medijpratība ir prasme izvērtēt informāciju attiecīgajā kontekstā. Tādēļ ļoti svarīgs ir tieši konteksts jeb situācija. Ja cilvēks pārzina kontekstu, ir iespējams saskatīt procesu būtību un izveidot objektīvu priekšstatu par konkrēto situāciju vai notikumu.

Summary

Media literacy and public education activities in media literacy are conducted both by the state and by non-governmental sectors, it is one of the directions of the Guidelines of the Latvian Mass Media Policy. Media literacy issues also included in the new education reform in competency-based curriculum project in Latvia (Skola2030).

The article analyzes how students and teachers value media literacy and its activities, and which are the most appropriate methods for implementing media literacy in schools.

The study was conducted based on the answers of students and teachers in a questionnaire conducted in August 2019 during the Media Literacy Summer Camp “An Expert in Media Literacy or Youth for Media Literacy” at the Rezekne Academy of Technology. 11th and 12th grade students and teachers attended it. They were students from eight Latgale secondary schools: Aglona Secondary School, Rezekne State Gymnasium No. 1, Eastern Latvia Technology High School, Baltinava Secondary School, Karsava Secondary School, Zilupe Secondary School, Ludza City Gymnasium and Kraslava City Gymnasium. At the camp, students and teachers acquired both theoretical and practical knowledge to promote media literacy so that they could then organize an educational event at their school.

In order to achieve the aim of the study, questionnaires were used. A total number of 16 questionnaires were received from students at age 16 to 18 and nine teachers.

The questionnaire raised questions about various aspects and opportunities of media literacy development:

- a) Which mass media are consumed on a daily basis;
- b) Have you encountered fake news in your daily life? Have you felt the need to develop critical thinking in society;
- c) In your opinion, what role should media literacy play in educational content? Which subjects would make sense to integrate media literacy?
- d) Which topics/issues of media literacy still need to be addressed;
- e) Which methods/forms/tasks do you think can help to raise media literacy awareness among students?

As can be seen from the survey results, there is an interest amongst pupils and teachers in media literacy. They take interest in various competitions, projects, seminars to gain new knowledge and strengthen existing ones. As highlighted in the questionnaires, media literacy is a topic that can never be too much information. Both students and teachers believe that media literacy can be integrated into many subjects, especially those that deal with a variety of sources of information, including visuals, and certainly computer science, as this subject is related to the Internet environment, the information search, analysis, etc. The social sciences subjects as identity, state, language, nature etc. were mentioned too. There are many topics related to media literacy that both students and teachers are keen to learn, but the emphasis should be on hands-on activities to help young people better understand the importance of each topic.

Along with mentioned lessons, authors suggest, that media literacy issues that must be included in the lessons of Latvian language lessons, as text analysis and creation are made in these lessons. This would improve the essential aspect of media literacy – the development of media content, as well creative, collaboration and critical thinking skills which are important in competency-based curriculum education reform in Latvia.

Literatūra References

- Baltic Institute of Social Sciences. (2011). Pētījums „Mediju lietošanas kompetence skolēnu un skolotāju mērķa grupā”. Pieejams <https://www.izm.gov.lv/images/statistika/petijumi/06.pdf>
- Brandtweiner, R., Donat, E., & Kerschbaum, J. (2010). How to become a sophisticated user: A two dimensional approach to e-literacy. *New Media and Society*, 12, 813-833.
- Hammer, R. (2011). Critical Media Literacy as Engaged Pedagogy. *E- Learning and Digital Media*, 8(4), 358.
- Latvijas Fakti. (2017). *Latvijas iedzīvotāju medijpratība*. Pieejams https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/mediju_politika/petijumi/Medijpratiba_petijuma%20rezultati_Latvijas%20Fakti_18_07_2017.pdf
- Lee, A.Y.L. (2016). Media education in the School 2.0 era: Teaching media literacy through laptop computers and iPads. *Global Media and China*, 1(4), 435 –449, 437.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32(3), 18-20.
- Potter, W.J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sigurjónsdóttir, H. (2017). Media and Information Literacy for Children and Parents. In Wadbring, I., Pekkala, L. (Eds). *Citizens in a Mediated World. A Nordic-Baltic Perspective on Media and Information Literacy* (pp. 71-72). Nordicom.