

Par medijpratību, kas cieši saistīta ar kritisko domāšanu, runāts daudz, bet varbūt uz informācijas patiesumu vērts skatīties caur skepticisma prizmu. Šoreiz saruna ar politikas zinātnes doktoru, dezinformācijas pētnieku, kritiskās domāšanas pasniedzēju, skeptiskās biedrības dibinātāju MĀRTIŅU HIRŠU. Biedrības ieteikumi rodami platformā "SceptiCafe".

**- Vai var teikt, ka skepticisms un medijpratība iet roku rokā?**

Jā, jo mūsu izpratnē skepticisms nav visu noliegt, bet, saskaroties ar jaunu informāciju, skatīties, kādi tai ir pierādījumi un vai vispār ir. Te gan jāteic, ka kovida laikā vakcīnskeptiķi jēdzienu "scepticism" pamatīgi sabojāja.

**- Iepazīstoties ar jūsu atziņām, top skaidrs, ka, lai izvairītos no iekrišanas viltus ziņu, dezinformācijas tīklos, jābūt skeptiķim ar kritisko domāšanu. Kā to iemācīties?**

Pirmkārt, tas ir stāsts par atieksmi. Saskaņoties ar jaunu informāciju, pirmajai reakcijai nevajadzētu būt - kāpēc gan nē -, bet - kādi tam ir pierādījumi.

Kā kādreiz mācīja nekāpt svešā mašīnā, neņemt no svešnieka konfektes, tagad jā mācā par digitālo pasauli, ka tur viss nav tik vienkārši, kā šķiet pirmajā acu uzmetienā. Jāsaprot, ka internetā stāsts par to, ka viss ir kārtībā, neizplatīsies tik ātri, kā kāda šokējoša sensācija. Tā uzsvirkstēs kā uguns sausā zālē vējinā laikā. Tāpēc sociālajos tīklos pārsvarā redzam emocionālus, sensacionālus stāstus, nevis objektīvas ziņas. Ja saproti, ka tā strādā sociālie tīkli, labāk vari analizēt, kāda informācija sasniedza, kāda - ne.

Vai to var iemācīties? Jā, bet tas nav vienkārši. Bieži mūs uzaiņina uz vienu lekciju, bet tik īsā laikā nevar iemācīt domāt kritiski. Nav piecu ātro soļu, kā iemācīties domāt kritiski, nekļūdīties. Ja tas būtu tik vienkārši, mums nebūtu problēmu ar viltus ziņām, dezinformāciju.

**- Vai pamats jāieliek skolā, mācot jauniešiem domāt kritiski?**

# Emocionāla sensācija, nevis objektīvas ziņas

ki?

- Arī tas nav tik vienkārši. Viena no lietām, ko mācām, ir - kas ir labs apgalvojums. Proti, ja izsaki apgalvojumu, paskaidro, ko domā, iedod tam pamatojumu. Mācībās dodam jauniešiem uzdevumu ikdienā meklēt apgalvojumus, ko kāds pateicis medijos vai sociālajos tīklos bez konkrēta pamatojuma. Sākot to vērtēt, var secināt, ka tādi nepamatoti izteikumi ir visapkārt. Arī politiķu paustajā pārsvarā ir tikai skaisti izteikumi bez kāda dziļāka pamata.

Šobrīd Latvijas izglītības sistēmā it kā noteikts virziens medijpratība, un varbūt pēc gadiem desmit kaut kas arī mainīsies. To rāda Somijas piemērs, kas šajā jomā ir viens no veiksmes stāstiem, viņi strādāja vairākus gadus desmitus un tagad medijpratībā ir starp labākajiem Eiropā.

**- Ko, jūsuprāt, teikt cilvēkam, kurš, argumentējot savu dalīšanos ar skaidri saprotamu dezinformāciju, saka - bet ir arī tāds viedoklis?**

Latvijā bijušas aptaujas, kurās interneta lietotājiem jautāts, vai viņiem ir svarīgs avots informācijai, ar ko dalījušies sociālajā tīklā. Interesanti, ka jaunieši vairāk saka, ka avots ir svarīgs, bet gados vecāki cilvēki to saka arvien mazāk un mazāk. Visticamāk, paaudze 45+ piedzima un auga pasaulē, kur informācija, ko drukāja, klāstīja radio, TV, bija patiesāka nekā mūsdienās. Taču mūsdienā jaunieši dzīvo pasaulē, kur internetā pilns ar muļķībām, viņi vairāk saprot, ka digitālajā pasaulē ir daudz sakropļotas, sagrozītas informācijas.

Cilvēkiem, kuri saka - ir arī tāds viedoklis -, var likt aizdomāties, kas ir avots, kas izplata konkrēto informāciju, kāpēc viņš to dara. Var taču google meklētāja atrast informāciju, kas ir cilvēks, kas tās izplata, kādas viņa zināšanas konkrētajā jomā. Taču cilvēki to nedara, jo tas prasa laiku, tas nav interesanti. Dezinformācijas, viltus ziņu izplatītāji strādā uz cilvēku emocijām, tāpēc cilvēki gatavi dalīties ar šo informāciju un emociju priekšā atkāpjas kritiskā domāšana. Tad nav vairs svarīgs informācijas avots.

**- Esat dezinformācijas pētnieks, vai varam teikt, ka Krievijas propaganda šobrīd ir dezinformācijas virsotne?**

Protams, Kremļa propaganda izmanto vienus un tos pašus informāciju, stāsta, ka NATO sliktis, sūta karavīrus uz Baltiju, rīko apmācības Baltijas jūrā, bet ne ar vārdu netiek minēts, ka NATO savus karavīrus uz Baltiju sāka sūtīt tikai pēc Krievijas pirmā iebrukuma Ukrainā. Krievija izmanto ļoti sarežģītas manipulēšanas metodes.

Taču jāatzīmē, ka viņi arī izmanto vājības Rietumvalstīs, arī Latvijā. Ja skatāmies nesenā pagātnē, daudzus gadus Kremļa mediji bija skatāmi Latvijā, un tur nevar vainot Kremli, tie bija mūsu politiķi, kuri neslēdza šo mediju telpu.

Ir daļa skolu Latvijā, kurās jauniešus latviski neiemāca pietiekami labi, tāpēc viņi turpina patērēt krieviski rakstošos, runājošos medijus, neintegrejas sabiedrībā, un arī tur nevar vainot Kremļa propagandu. Tās ir Latvijas valsts iestādes, mūsu sistēma, ko 30 gadus neesam pratuši sakārtot.

Redzam, ka Latgalē bezdarbs augstāks, vidējā alga zemāka, un arī tā nav Kremļa propagandas vaina.

**- Strādājot ar jauniešiem, radies iespaids, ka viņi grib saprast šos jautājumus.**

Jā un nē. Ar jauniešiem strādāt vieglāk, viņi atvērti jaunai informācijai. Strādājot ar 40+ cilvēkiem, kuriem ir dzīves pieredze, karjera, sasniegumi, redzu, viņiem šķiet, ka zina, kā pasaule strādā, tāpēc viņiem grūtāk pateikt, tagad paiesim soli atpakaļ un paskatīsimies, kā strādā vai nestrādā mūsu domāšana. Kādas kļūdas ikdienā pieļaujam, pieņemot lēmumus. Tāpēc jaunieši ir pateicīgāka auditorija.

Taču jauniešiem ir grūtāk ar kritisko domāšanu, jo, piemēram, kovida laikā bija pētījums, kas rādīja, ka 30 procenti cilvēku Latvijā piekrīt savvērestības teorijām un visvairāk tām piekrīt tieši jaunieši.

Taisnības labad jāmin, ka līdzīgā pētījumā pirms pandēmijas, kad tika runāts par klasiskajām savvērestības teorijām, piemē-

ram, ka ebreji pārvalda pasauli, ka dvīņu torņus spridzināja paši amerikāņi un tamlīdzīgi, vairāk piekrīt cilvēki gados.

**- Par informācijas vērtēšanu daudz tiek runāts, arī internetā rodamas pamācības, konkrēti soļi, kā vērtēt informāciju. Kāpēc tomēr daudzi to nedara?**

Pirmkārt, tas prasa laiku. Otrkārt, tas nav vienkārši, un, treškārt, emocionāli tas nav interesanti. Savvērestības teorijas noķer mūs emocionāli, arī populistu ar skaļiem saukļiem noķer mūsu uzmanību, un tas notiek krietni vieglāk nekā sarežģīts stāsts par to, kā domāt kritiski, kā meklēt avotus.

Cilvēkiem nav laika iedziļināties, viņiem vairāk gribas izklaidi, emocijas. Strādājot ar jauniešiem, dodam uzdevumu izvērtēt savu sociālo tīklu saturu, un viņi secina, ka seko tām lapām, profiliem, kas ir interesanti, jautri. Ļoti reti seko nopietniem ziņu, informācijas avotiem. Cilvēki pārsvarā seko informācijai, kam tic, kaut arī tās ir tīrās muļķības, bet internetā viņi sastop citus, kuri arī tam tic, un tā veidojas šie burbuļi.

**- Un slavenais algoritms mums piedāvās tieši šo informāciju!**

## UZZIŅAI

**SKEPTICISMS** ir pieeja informācijas izvērtēšanai un lēmumu pieņemšanai, kas prasa jebkuru apgalvojumu izvērtēt kritiski un lēmumu par tā patiesumu pieņemt tikai tad, kad iegūta un izvērtēta informācija, pierādījumi un alternatīvi skaidrojumi.

**KRITISKĀ DOMĀŠANA** ir disciplinēts spriešanas veids, ar kura palīdzību tiek analizēta un vērtēta informācija. Kritiskās domāšanas pamatā ir intelektuāli kritēriji, piemēram, ticamība, precizitāte, pamatotība, pilnīgums, ar kuru palīdzību tiek izvērtēta informācija.

No *scepticafe.lv*

## Kaķi un nauda

Lielākie sociālie mediji izmanto cilvēku emocijas, cenšoties izslēgt prātu vai vismaz atlicināt tam otru plāna lomu. Spilgts piemērs ir video ar smieklīgiem kaķēniem, kucēniem vai maziem bērniem, kurus var skatīties vienu pēc otra, kā arī pārsūtīt tālāk kolēģiem, draugiem un paziņām. Daļa no tiem ir nekaitīgi "laika zagļi", bet, kamēr tos skatāties, kāds saņem naudu

par katru noskatīto minūti vai iesaisti ar saturu, īpaši, ja tur pa vidū ir reklāmas.

Cits audiovizuālais saturs var no jums izvilināt spēcīgas emocijas, asu reakciju, iesaisti ar saturu, un jūs pat neapziņoties esat kļuvus par kādas trešās puses ietekmes operācijas dalībnieku, potenciāli apdraudot valsts vai sabiedrības drošību. Lai no šādas situācijas izvairītos, būtiski izskatīt pie sevis vismaz līdz 10, pirms sociālos medijos

dalīties ar saturu vai spiest "patīk" un "sirsnīgas".

Pirms to darīt, ieteicams atbildēt uz šādiem jautājumiem:

■ Kādu emocionālo reakciju šis saturs mēģina no manis iegūt? Kāds tam varētu būt nolūks?

■ Vai ieraksta/video saturu veido fakti vai viedokļi un spekulācijas?

■ Vai izlasīju tikai virsrakstu vai visu rakstu? Vai iepazīnos ar rakstā pausto saturu un

pārlicinājos, ka tajā paustais nav pretrunā ar manas profesionālās darbības pamatprincipiem?

■ Vai ziņas veidotājs man ir pazīstams un uzticams avots? Vai medijs ir ar labu reputāciju?

■ Vai ziņas attēls un virsraksts atbilst raksta saturam.

No *scepticafe.lv*

Lappusi sagatavojis  
**JĀNIS GABRĀNS**

Projektu finansē  
Mediju atbalsta fonds  
no Latvijas valsts  
budžeta līdzekļiem

**MAF**  
Mediju atbalsta fonds

Mediju atbalsta fonda ieguldījums no Latvijas valsts budžeta līdzekļiem. Par saturu atbild projekta īstenotājs izdevniecība SIA "Cēsu Druva".