

Pēc "Google" iniciatīvas veiktā aptauja Centrālās un Austrumeiropas valstīs un Baltijas valstīs rāda, ka ceturtdaļa Latvijas iedzīvotāju ir pārliecināti, ka nav pakļauti dezinformācijai.

Plāšsaziņas līdzekļos, bet 72% atzinuši, ka saskaras ar to regulāri (17%) vai reizēm (55%). Aptaujas rezultāti arī liecina, ka astoņi no desmit Latvijas iedzīvotājiem jeb 80,5% apšaubā medijos vai sociālajos tīklos re-

dzamās informācijas patiesumu. Savukārt 41% respondentu uzskata, ka medijpratības stiprināšana ir veids, kā pozitīvi cīnīties pret dezinformācijas izplatīšanos. Zīmīgi, ka 40% pilnībā piekrīt, ka ir nepiecie-

šams atbalstīt faktu pārbaudes žurnālistiku un atbilstošu platformu izveidi. Šie rezultāti apliecina, ka ir svarīgi veicināt iniciatīvas cīņai pret dezinformāciju Latvijā.

No viltus ziņām līdz dezinformācijai

Baltijas Mediju izcilības centrs kā savu misiju formulējis veicināt žurnālistu profesionālo izaugsmi, kā arī stiprināt mediju lietotāju kompetenci un kritisko domāšanu.

Centra izpilddirektore Gunta Sloga, jautāta, ko medijpratības jomā esam iemācījušies pandēmijas laikā, kad viltus ziņas piedzīvoja uzplaukumu, arvien vairāk pārtopot par dezinformāciju, uzsver, ka pandēmijas laiks skaidri parādīja - izpratne, kas ir fakts, zinātnē balstīta informācija, daļai sabiedrības nav pietiekama. Tāpēc tik plaši varēja izplatīties nepatiesība, puspatiesības, dezinformācija attiecībā uz "Covid-19", un šobrīd mazāk tiek runāts par viltus ziņām, vairāk par dezinformāciju.

Dēļi un propaganda

G. Sloga norāda, ka arvien biežāk nākas saskarties ar to, kā tiek manipulēti ar informāciju, ņemot reālu faktu un apaudzējot ar dezinformāciju: "Tas ir tas, ko saucam par maldinošu informāciju, un to ļoti labi redzam Krievijas propagandā attiecībā uz karu Ukrainā, īpaši stāstot, kādu postu Eiropas valstīm rada pret Krieviju noteiktās sankcijas. Tā, piemēram, apspēlēja pat notikumu Latvijā, kad pērn rudenī autobusu pieturās Dobeles un Tukuma pusē soliņiem nozāģēja dēļus. Visticamāk, kāds tos paņēma sētai, bet

Krievijas propagandas kanāli to pavērsa tā, ka Latvijā iedzīvotājiem vairs nav, ar ko kurināt mājokļus, tāpēc jāzāģē soliņi autobusu pieturās. Uzskatāms piemērs, kā notikušu faktu, ko nevar apšaubīt, apaudzē ar izdomājumiem un meliem.

Tas, ko tagad redzam Krievijas masu medijos, ir dezinformācijas paraugstunda, tur vairs nav iespējama nekāda objektīvā pētniecība. Sprotam, ka viņiem primārais mērķis ir darboties savai valsts auditorijai, lai pārliecinātu cilvēkus par kara nepieciešamību, taču ir arī mēģinājumi caur atsevišķiem politiķiem, partijām, cilvēku grupām šķēlēt Rietumu sabiedrības vienotību Ukrainas atbalstam. Lielākā daļa sabiedrības Rietumos saprot šo lielo dezinformācijas vēstījumu patiesos mērķus, ka tie ir Krievijas mēģinājumi sēt šaubas sabiedrībā, taču ir daļa, kur šis šaubu sēklas arī sasniedz."

No Facebook un TikTok

Timeklī vērojama dezinformācijas pārvietošanās uz citām sociālajām platformām, saka G. Sloga, jo lielie giganti "Google" un "Facebook" pēdējos gados, pateicoties pasaules valstu spiedienam, ieviesuši stingrākus mehānismus, lai neļautu savās platformās brīvi izplatīties dezinformācijai: "Varbūt ne vienmēr tas strādā sekmīgi, bet tas tomēr notiek, un zināms rezultāts ir. Taču vietā nākušas citas platformas, "TikTok" vai Krievijā radītā "Telegram", un pēdējā, kas īpaši adresēta krievvalodīgajai auditorijai, dezinformācija Ukrainas kara sakarā tiek izplatīta milzīgos un nekontrolētos apmēros."

G. Sloga norāda, ka nav zināms, kas notiek ar to Latvijas sabiedrības daļu, kura bija pakļauta Krievijas kanālu dezinformācijai. Tagad šie kanāli Latvijā aizliegti, bet vai cilvēki, kuri tur guva in-

formāciju, sākuši lietot Eiropas Savienībā radītu saturu, vai izmanto dažādas nelegālas ierīces, lai turpinātu skatīties Krievijas propagandas kanālus, vai arī atrod tos internetā, nav īsti zināms.

Dezinformāciju nevar uzvarēt

Pilnībā cīņu ar dezinformāciju nevar uzvarēt, atzīst G. Sloga. "Jau pandēmijas laika izskaņā pētniekiem bija secinājums, ka vienmēr būs daļa sabiedrības, kas būs pakļauta iespējamām manipulācijām, tāpēc svarīgi strādāt tieši ar šo šaubīgo sabiedrības daļu. Tāpēc, vai tas būtu izglītības vai mediju līmenī, pietiekami daudz jāsniedz informācija, ko nozīmē šis karš, kāpēc tas notiek. Man gribētos cerēt, ka Latvijā tomēr nevienam nav šaubu, kāpēc karš notiek, kurš ir patiesais agresors un ka mums jāatbalsta Ukraina.

Ja šajā jautājumā sabiedrības lielākā daļa ir vienota, citāda situācija ir iekšpolitiskajos jautājumos. Arī valdība ne vienmēr spēj un prot izskaidrot visu, ko tā dara. Lai arī mediji dara fantastisku darbu, ziņojot par karu Ukrainā, varbūt ne vienmēr viņi izskaidro, kāpēc kaut kas notiek valstī un kā tas notiek. Kaut vai skandāls ar 220 miljonu iepirkumu ēdināšanai bruņotajos spēkos, kur neskaidrību joprojām daudz, jau sākot ar izskanējušo summu."

Mācīties diskutēt

Lai skaidrotu cilvēkiem "karstos" tematus gan iekšpolitikā, gan ārpolitikā, svarīgi prast to darīt argumentēti, taču atkal un atkal nākas atzīt, ka Latvijā joprojām ir ļoti sliktā diskusiju kultūra. Kā to iemācīties? "Tas laikam ir ļoti ilgs process," saka G. Sloga. "Ir festivāls "Lampa", kurā mēģina rosināt uz diskusiju, bet ar to ir

par maz. Par labu nenāk tas, ka ļoti daudz komunikācijas notiek, nevis runājot klātienē, bet sociālajos tīklos, taču tās ir divas dažādas lietas. Pašai nācies satikt cilvēkus, kuri tviterī ļoti kareivīgi aizstāv kādu lietu, bet reālajā dzīvē izrādās klusi un nemanāmi, nav gatavi klātienē sarunai par konkrēto tēmu."

Varbūt skolās jā māca ne tikai medijpratība, bet arī diskusiju kultūra? Daudzās ir debašu klubī, un jaunieši, kuri tajos piedalās, iemācās meklēt argumentus viedokļa pamatošanai, uzklaut pretinieka viedokli. G. Sloga piekrīt, ka arī diskusiju mākslu vajadzētu mācīt skolās tāpat kā medijpratību, un te būtu jāizmanto caurviņu prasmes, kas ierakstītas programmā "Skola2030".

Algoritmu spēks

Ziņas ik pa laikam tiek stāstītas par kārtējiem telefonkrāpnieku upuriem, un Latvijā no cilvēkiem tiek izvilinātas milzīgas summas. Jautāju G. Slogai, vai medijpratība kaut kādā veidā korelē ar šo krāpniecības formu.

"Tas attiecas uz dažādām pratībām: medijpratību, informācijas pratību, digitālopratību, finanšu pratību. Patiesībā tas viss kaut kā apkopojams zem viena jumta. Te arī var runāt par tēmām, ko "ReBaltica" klāstīja sērijās par "Karmas latviešiem". Tas vislielākajā mērā ir jautājums par kritisko domāšanu, kas ir visu šo pratību pamatā."

Kā zināms, sociālajos tīklos daudz nosaka algoritmi, kas konkrētam lietotājam piedāvā konkrētu informāciju, un cilvēks ar laiku to pieņem par patiesību. G. Sloga stāsta, ka Eiropas Komisija izdara spiedienu uz lielajām ITK kompānijām, lai algoritmu ietekme nebūtu tik liela, bet, ņemot vērā, ka tā ir daļa no ienākumu avotiem, viņi negrib no tā atkāpties.

"Informācijas patērētājam šo-

brīd nav viegli," atzīst G. Sloga. "Vispareizākais būtu izmantot uzticamus medijus, zināt, kas ir šī medija redakcija, zināt, ka tai ir skaidri principi, ka tā neiesaistās dezinformācijas, maldinošas informācijas izplatīšanā, bet kā ir patiesībā? Pati bieži uz jautājumu, kur cilvēks ņem informāciju, esmu saņēmusi atbildi - internetā. Bet, ja cilvēks informāciju gūst avotā, kas saucas "internets", viņam jābūt gatavam, ka tur var tikt pakļauts dažādām manipulācijām. Gan tīšām, gan arī netīšām."

Mācīt un vēlreiz mācīt

Stāstot par saņemto finansējumu, par ko vairāk izlasāms rakstā "Google" cīņā pret dezinformāciju", G. Sloga skaidro, ka tas ļaus uzsākt projektu "Noturīgā Baltija", kurā plānots strādāt ar mediju kopienām un visneaizsargātākajām sabiedrības grupām, lai padarītu tās informētākas un tādējādi noturīgākas pret propagandu, dezinformāciju un citiem draudiem, ar kuriem Baltijas reģions saskaras mūsdienās: "Tas ir divu gadu projekts, kuram būs divas daļas. Viena vērsta uz medijiem, nacionālajiem, reģionālajiem, kuriem piedāvāsim īpašu apmācību. Otra sadaļa būs darbs ar vietējām kopienām, uzsvāru liekot uz tām, kas visvairāk tiek pakļautas dezinformācijai. Latvijā tā, pirmkārt, būs Latgale, darbosimies kopā ar vietējām bibliotēkām, medijiem, pedagogiem, veidojot mediju klubus, lai ar vietējiem iedzīvotājiem runātu, kas ir uzticams medijs, kā atpazīt faktus un nepatiesību, kā izvairīties no kļūdām internetā. Apzināmie, ka lielākais jautājums ir - kā piekļūt tiem, kuri nenāk uz šādiem pasākumiem. Centīsimies atrast veidus, kā iespējami vairāk cilvēku dabūt uz sarunu par šīm tēmām." □

"Google" cīņa informatīvajā karā

Baltijas Mediju izcilības centrs, kas ir Latvijā bāzētā platforma profesionālas žurnālistikas attīstībai un nodrošina mediju mācības un dezinformācijas pētniecību, parakstījis ilgtermiņa partnerības un sadarbības līgumu ar "Google". Pateicoties "Google" finansējumam, centrs stiprinās gan plašsaziņas līdzekļu, gan vietējo kopienu noturību pret Krievijas dezinformācijas aktivitātēm reģionā. Šī sadarbība ir daļa no "Google" apņemšanās aktīvi apkarot dezinformācijas izplatīšanos par karu Ukrainā. Uzņēmums apņēmis novirzīt

šim mērķim vairāk nekā 10 miljonus ASV dolāru, aktivitātēm Baltijas valstīs atvēlot 1,4 miljonus ASV dolāru.

"Latvijas koncepcija informatīvās telpas drošības stiprināšanai balstās uz trīs pilāriem: spēcīgām valsts pārvaldes stratēģiskās komunikācijas spējām; neatkarīgu, kvalitatīvu un drošu mediju vidi; kā arī sabiedrības noturību pret manipulācijām, kam pamatā ir spēcīga medijpratība un informācijpratība," saka Latvijas Valsts kancelejas Stratēģiskās komunikācijas koordinācijas departamenta direktors Rihards Bambals. "Ilgtspējīgu mieru Eiropā var at-

nest tikai Ukrainas uzvara un Krievijas zaudējums, tomēr pat pēc kara Krievijas naidīgie nodomi pret Rietumu demokrātijām, tostarp Baltijas valstīm, saglabāsies, ieskaitot informatīvā kara spējas tos realizēt. Tādēļ svarīgi veidot noturību pret drošības riskiem ilgtermiņā, kas iespējams, vienīgi iesaistot visu valsts pārvaldi, medijus un plašāku sabiedrību."

"Google" direktors Baltijas valstīs Vītauts Kubijus norāda, ka katru dienu miljoniem cilvēku izmanto "Google" un "YouTube" platformas, lai piekļūtu precīzai informācijai: "Kopš kara sākuma esam nodrošinājuši cilvēkiem

pieeju kvalitatīvai informācijai un izņēmuši vairāk nekā 80 tūkstošus videoklipu un deviņus tūkstošus kanālu, kas bija saistīti ar karu, jo tie pārkāpj mūsu politikas nosacījumus, kā arī esam bloķējuši vairāk nekā četrus miljonus videoklipu, kas saistīti ar Krievijas valsts finansētām ziņām visā pasaulē. Mēs ļoti nopietni uztveram izaicinājumu cīnīties pret dezinformācijas izplatīšanos tiešsaistē, taču nevaram to paveikt vieni paši. Tāpēc sadarbījamies ar nozares pārstāvjiem, sniedzam atbalstu faktu pārbaudītājiem un akadēmisko aprindu pārstāvjiem, kā arī esam vieni no tiem, kas parakstījuši Eiropas

Savienības prakses kodeksu dezinformācijas jomā." □

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".