

Kritiskā domāšana medijpratības kontekstā

Liene Valdmane
Latvijas Interneta asociācija
Drošāka interneta centrs
www.drossinternets.lv

INTERNETS LATVIJĀ

81,7% no visa iedzīvotāju skaita lieto internetu (2014, Latvijas Interneta Asociācija)

Latvija ieņem 4. vietu Eiropā un 7.vietu pasaulē interneta ātruma ziņā (2014, Latvijas Interneta Asociācija)

75% no visiem interneta lietotājiem internetu lieto jau vairāk kā 5 gadus (2013, Gemius)

Mēnesī viens lietotājs vidēji veic 1500 lapu skatījumu, vienas lapas skatījums vidēji 45-65 sec



ASV, 2015



AVERAGE DAILY MEDIA USE

Excluding time spent using media for school or for homework

TWEENS

TEENS

6 hours

5:55 Total Hours
4:36 Hours of Screen Time

9 hours

8:56 Total Hours
6:40 Hours of Screen Time

Multitasking: The New Normal

Many teens use media while studying, and most think it has no effect on the quality of their work.

While Doing Homework, Teens ...

50% use social media

51% watch TV

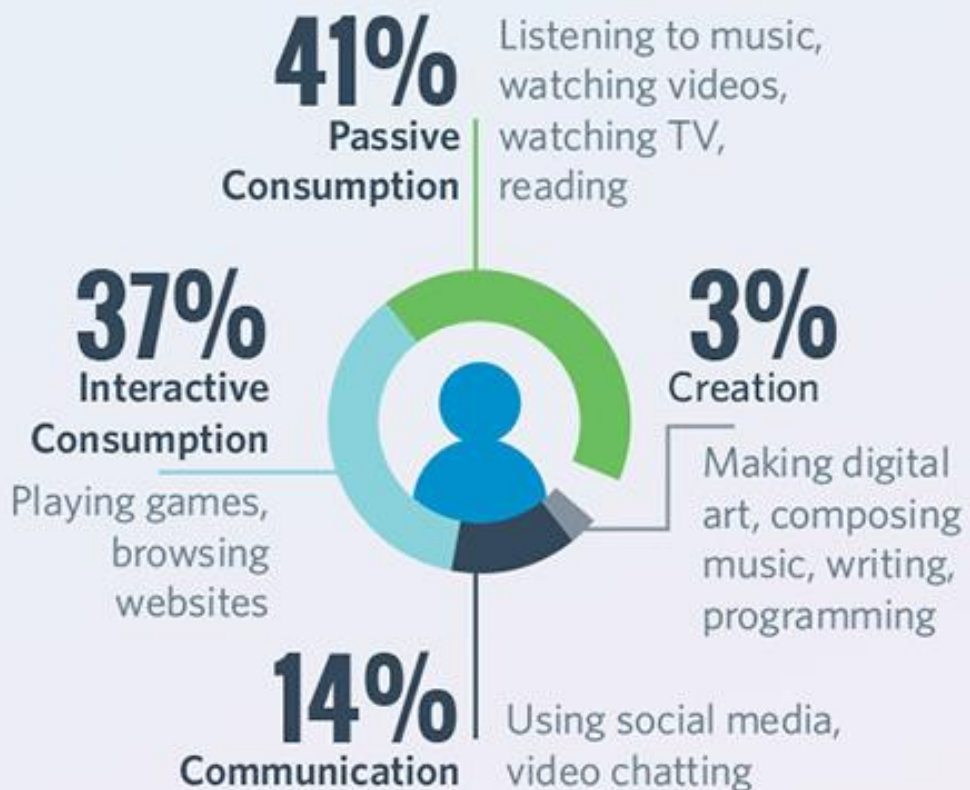
60% text

76% listen to music

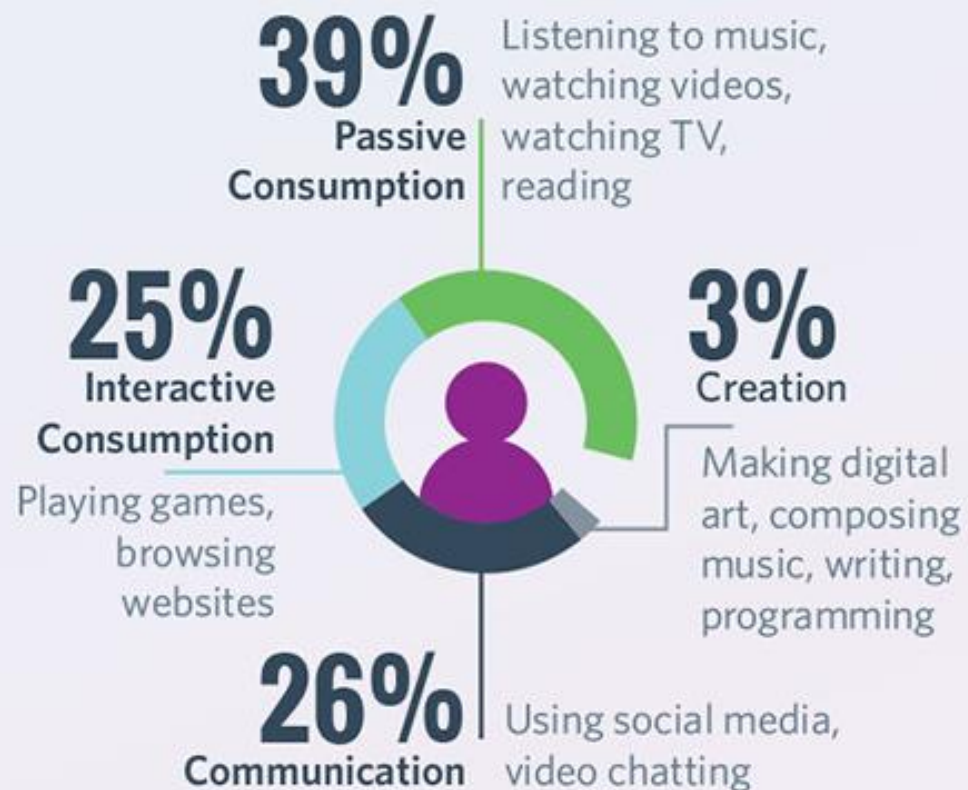
MANY MEDIA ACTIVITIES MAKE UP A MEDIA DIET

The time youth spend with digital devices includes many types of activities, from passive consumption to interactive consumption to communication to content creation.

TWEENS



TEENS



Latvija, 2014-2015

! 57%

bērnu Latvijā piekļūst internetam caur savu viedtālruni

! 89%

bērnu sociālos tīklus lieto katru dienu

! 38%

no bērnu kontaktiem sociālajos tīklos ir nezināmas personas, ar kurām iepazinās internetā, bet nekad dzīvē nav satikuši

! 13%

ir nosūtījuši personīgu informāciju interneta "draugam", ko iepriekš nekad dzīvē nav satikuši

! 11%

ir nosūtījuši savu foto vai video interneta "draugam", ko iepriekš nekad dzīvē nav satikuši

! 33%

bērni, kas saskārušies ar problēmām internetā, par to pastāsta saviem draugiem

! 32%

bērni, kas saskārušies ar problēmām internetā, par to pastāsta saviem vecākiem

! 7%

bērni, kas saskārušies ar problēmām internetā, par to pastāsta saviem skolotājiem

Digital detox

PARENTS

Children As Young As Nine Are Checking Their Phones 10 Times A Night

'Many parents are very unaware of it.'

🕒 06/10/2016 09:44



Amy Packham



Life Writer (Parents) at The Huffington Post UK

Children as young as nine check their phones repeatedly throughout the night because of the “fear of missing out”, a study has found.

Advertisement

One in ten of the 2,750 pupils surveyed said they checked their phones at least 10 times a night.

And 25% said they feel tired during the day because of how often they use their mobile device at night.

Profesore: Mediju pratība - dzīves meistarības sastāvdaļa



UNESCO Latvijas Nacionālā komisija

JAUNUMI

IZGLĪTĪBA

ZINĀTNE

KULTŪRA

ZINĀŠANU SABIEDRĪBA

GADADIEN

[Uzdevumi](#) | [Pasaules atmiņa](#) | [Bibliotēkas](#) | [Informācijas sabiedrība](#) | [Vārda brīvība](#) | [Mediju pratība](#)

UNESCO

UNESCO LATVIJĀ

UNESCO nedēļa 2015

LATVIJA UNESCO - 20

[Pasākums „No koncepta līdz praksei” / 2. Eiropas Medijpratības un informācijpratības forums](#)

Mediju pratība

Mediju un jauno tehnoloģiju izplatīšanās, kā arī iespējas piekļūt daudzveidīgai un liela apjoma informācijai, rada aizvien jaunus izaicinājumus jomās, kas saistītas ar cilvēku paradumiem komunikācijas procesā. Tāpēc aizvien vairāk aktualizējas nepieciešamība attīstīt kā sabiedrības tā ikviena indivīda kritisko domāšanu, jo tā ir īpaši nozīmīga jaunu zināšanu radīšanā.

Mediju pratība

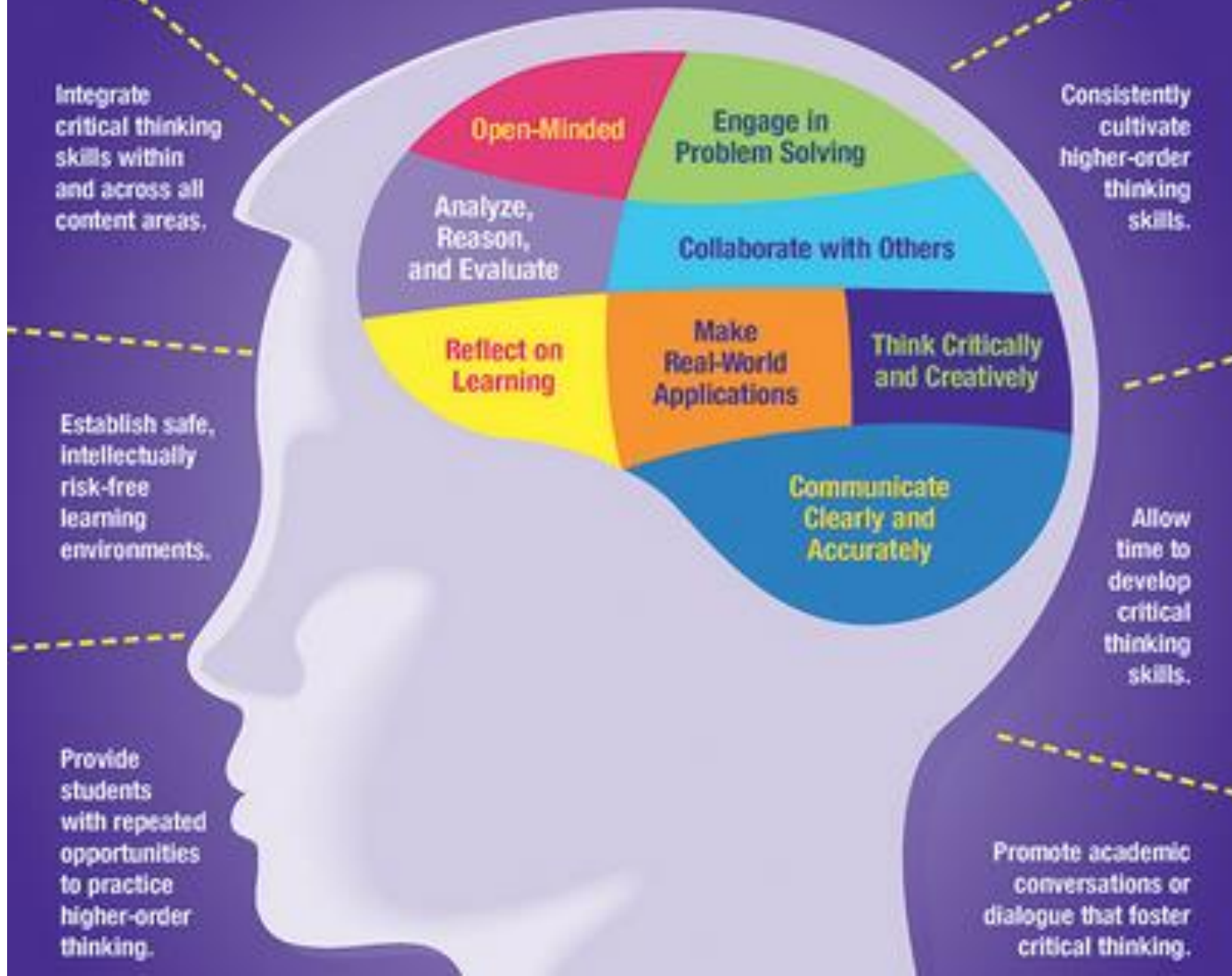


Jautājums par mediju pratības un kritiskās domāšanas veicināšanu šobrīd ir viens no Eiropas Savienības sadarbības izglītības jomā un dalībvalstu nacionālā līmeņa darba kārtības jautājumiem, ņemot vērā nepieciešamību stiprināt bērnu un jauniešu kritisko domāšanu, digitālās prasmes, mediju pratību, lai viņi būtu spējīgi kritiski uztvert un analizēt informāciju, spētu atpazīt propagandu, pretoties ideoloģiskajam spiedienam, būtu spējīgi saprast atšķirīgus viedokļus un cienīt citu vērtības u.c. Mūsdienās internets un sociālie mediji piedāvā neierobežotas iespējas un mediju pratība ļauj piekļūt dažāda veida plašsaziņas līdzekļiem un neierobežota daudzuma informācijai.

Šajā secinājumu projektā tiem uzsvērts, ka izglītībai jāpalīdz jauniešiem kļūt zinošiem mediju pratības un digitālo prasmju jomā, jo tieši izglītības sektors un vecāki spēj palīdzēt bērniem iepazīt un radoši izmantot interneta sniegtās iespējas, kā arī identificēt un tikt galā ar apdraudējumiem internetā.

Informatīvais ziņojums “Par 2016.gada 30.-31.maija Briselē, Beļģijā, Eiropas Savienības Izglītības, jaunatnes, kultūras un sporta ministru padomē izskatāmajiem Izglītības un zinātnes ministrijas kompetencē esošajiem jautājumiem”

Developing 21st-Century Critical Thinkers



Integrate critical thinking skills within and across all content areas.

Establish safe, intellectually risk-free learning environments.

Provide students with repeated opportunities to practice higher-order thinking.

Consistently cultivate higher-order thinking skills.

Allow time to develop critical thinking skills.

Promote academic conversations or dialogue that foster critical thinking.

Your Students' Path to Critical Thinking

1. Think deeply to make relevant connections
2. Ask quality and clarification questions
3. Use evidence and reasoning to support thinking
4. Analyze, reason, and evaluate
5. Interpret information beyond surface learning
6. Synthesize diverse ideas
7. Solve relevant and complex problems
8. Make reasoned decisions
9. Generate and evaluate options prior to making decisions
10. Focus on details to derive meaning
11. Apply higher levels of thought to real-world situations
12. Think critically on a daily basis
13. Use criteria to judge the value of ideas and solutions
14. Engage in reflective thinking
15. Follow problem-solving steps
16. Question the credibility, accuracy, and relevancy of information and sources
17. Well-informed
18. Willing to consider multiple perspectives
19. Seek new and better solutions
20. Explore alternatives
21. Examine diverse points of view
22. Value and respect ideas of others
23. Question what is read, heard, or seen
24. Assess consequences of actions or ideas
25. Think independently and in concert with others

Pieeja daudzpusīgai informācijai

Informācijas izvērtēšana

Mediju pratība un rīcībspēja

Mediju pratība ir prasme uztvert, saprast, analizēt, strukturēt un vērtēt mediju vēstījumus.

Mūsdienu izglītības mērķis – **labs, pasauli mainošs cilvēks (rīkoties spējīgs)**, kurš ir spējīgs to izdarīt, ne tikai spējīgs mācīties. Mācīšanās nav izglītības mērķis, tas ir ceļš kā kļūt labākam, spējīgākam.

Rīcībspēja ir viens no nozīmīgākajiem 21. gs dzīves kvalitātes indikatoriem.

Cilvēks, kurš ir spējīgs izvirzīt mērķus, izvēlēties un praktiski darboties, lai mērķus sasniegtu, uzņemoties iniciatīvu, risku, pielāgojoties, radot ko jaunu, pats vadot savu darbību ceļā uz mērķi.

Mediju pratība ir rīcībspējas stūrakmens. Stiprinot mediju pratību, tiek stiprināta rīcībspēja

Digitālie pilsoņi informācijas un komunikācijas tehnoloģijas uztver kā neatņemamu cilvēka eksistences komponenti un tās lieto, lai uzlabotu esošas spējas un pārlicinošāk pieņemtu personīgi nozīmīgus lēmumus. (M.Prencky)

MEDIJU AVOTU DALĪJUMS

- 1. Pirmās pakāpes informācijas avoti – oriģinālie avoti, kas nav interpretēti – foto, pētījumi, dokumenti, izrāde, filma u.c.*
- 2. Otrās pakāpes avoti – žurnāli, datu analīze, zinātniskas grāmatas u.c.*
- 3. Trešās pakāpes avoti – referāti, enciklopēdijas, mācību grāmatas u.c.*

Piemērs

- 1. Martina Lutera Kinga vēstule*
- 2. Mājas lapa par Luteru Kingu*
- 3. Pilsoņu tiesību cīnītāju enciklopēdija ar L.Kinga citātiem*

Sīkāk <http://iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214708.pdf>

MEDIJU PRATĪBA PRAKTISKĀ DARBĪBĀ – mediju vēstījumi ir konstruēti

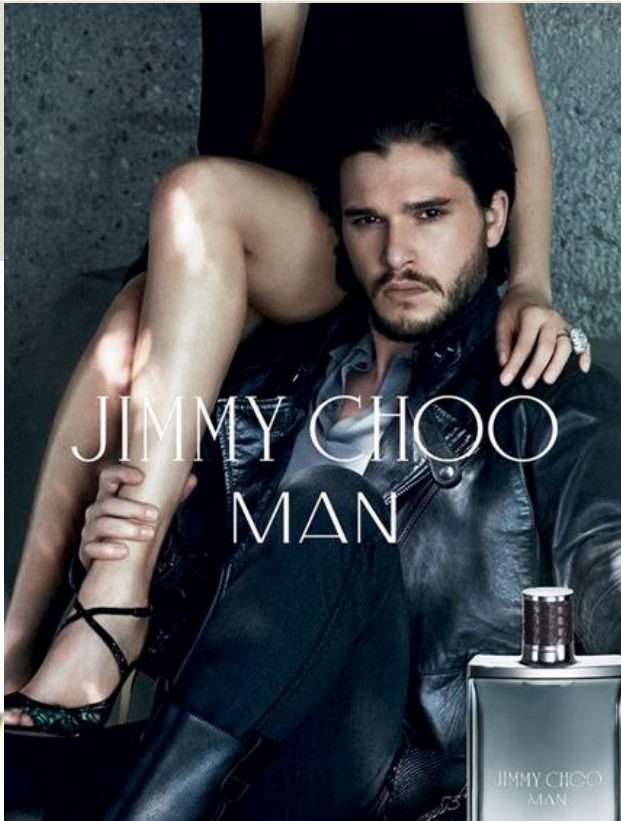
1. Kas ir autors un kādam mērķim kalpo vēstījums?
2. Kādas vērtības, viedoklis pausts šajā vēstījumā?
3. Kas ir izmantots, lai piesaistītu uzmanību?
4. Vai iespējamās dažādas vēstījuma interpretācijas?
5. Kas nav pateikts šajā vēstījumā, apzināti izlaists, kāpēc?
6. Kas pelna (iegūst kaut ko) no šī vēstījuma? (Renee Hobbs)

Piemēri

<https://www.youtube.com/watch?v=5ZdALTZ6aA8>

1. Kas ir autors un kādam mērķim kalpo vēstījums?
2. Kādas vērtības, viedoklis pausts šajā vēstījumā?
3. Kas ir izmantots, lai piesaistītu uzmanību?
4. Vai iespējamās dažādas vēstījuma interpretācijas?
5. Kas nav pateikts šajā vēstījumā, apzināti izlaists, kāpēc?
6. Kas pelna (iegūst kaut ko) no šī vēstījuma? (Renee Hobbs)

Ticēt?!



JOY NEVER SAYS NEVER.
JOY IS BMW.

39. UZDEVUMS

39.1. Lasi latviešu tautas pasaku „Vilks aitās”! Kā šo pasaku var saistīt ar mūsdienām un uzvedību sociālajos tīklos?

Reiz gans mežmalā ganīja aitas. Aiz gara laika tas jokodamies sāka saukt:

- Vilks aitās, vilks aitās!

Ļaudis to padzirdēja. Viņi saskrēja ar rungām un dakšām. Vilka nav. Gans viņus izjokojis. Ļaudis dusmīgi gāja uz mājām.

Otrā dienā gans atkārtu savu joku un sauc:

- Vilks aitās!

Saskrien ļaudis. Vilka nav. Nu ļaudis saskaitušies ne pa jokam.

Trešajā dienā vilks tiešām iznāk no meža. Gans nu sauc:

- Vilks aitās! Vilks aitās!

Taču ļaudis viņam vairs netic. Viņi domā, ka gans mānās. Vilks sakož daudz aitu, un gans par šādu ganīšanu dabū pērienu.

Paldies par uzmanību!

