

## Pareizās atbildes un to skaidrojumi

### 1. Medijpratība ir...

<b>C</b>	<b>...spēja analizēt un kritiski vērtēt mediju sniegto informāciju.</b>
Paskaidrojums	Bingo! Kritiskā domāšana un prasme izvērtēt informāciju ir medijpratības pamatā.

### 2. “Šokējoši! Eiropa taisās aizliegt tirgot līkus burkānus!” Par ko, visticamāk, liecina šāds virsraksts?

<b>B</b>	<b>Šis medijs nodarbojas ar pārspilējumu vai viltus ziņu izplatīšanu.</b>
Paskaidrojums	“Šoks” un tamlīdzīgi vārdi ir pirmā pazīme, ka virsraksts ir pārspilēts un, visticamāk, neatbilst realitātei. Šādus paņēmienus parasti lieto nekvalitatīvi mediji, lai piesaistītu cilvēku uzmanību un viegli nopelnītu ar interneta vietnē izvietoto reklāmu palīdzību.

### 3. Virtuālie burbuļi ir...

<b>A</b>	<b>Līdzīgus uzskatus pārstāvošu cilvēku grupas sociālajos tīklos. Tām raksturīgi dalīties ar informāciju, kas apstiprina un neizaicina viņu viedokļus.</b>
Paskaidrojums	Kuram gan nepatīk atrasties līdzīgi domājošo vidū? Tomēr, uzskatu iecementēšana, nelaižot savā informācijas telpā citus viedokļus, iemidzina un veicina nekritisku attieksmi.

#### 4. Objektivitāte medijos...

<b>B</b>	<b>...izpaužas kā godīga pārbaudītu faktu un vairāku pušu viedokļu atspoguļošana, nevis vienpusīgas informācijas sniegšana.</b>
Paskaidrojums	Labs žurnālists nekad nekļūst par vienas puses advokātu, bet cenšas izzināt arī atšķirīgus viedokļus. Balstīšanās faktos un spēja pacelties pāri savām subjektīvajām attieksmēm ir kvalitatīvas žurnālistikas pazīmes.

#### 5. “Vai gribi jaunu telefonu? Dalies ar šo ierakstu, ietago divus draugus un laimē vienu no 5000 viedtālruniem!” Šī ir...

<b>C</b>	<b>...reklāmas paņēmieni, ko uzņēmumi bieži izmanto sociālajos tīklos.</b>
Paskaidrojums	Jā. Tas gan nenozīmē, ka nedrīksti dalīties ar šādiem ierakstiem, ja vien apzinies, ka piedalies reklāmas kampaņā un, ļoti iespējams, izplati apšaubāmu informāciju. Padomā - vai tiešām kāds ir gatavs izdalīt cilvēkiem 5000 viedtālrunus?

#### 6. Poliņķis pirms vēlēšanām ieliek savā Facebook profilā smieklīgu kaķu video, aicina ar to dalīties un pievienot arī savu kaķu video. Ko viņš grib panākt?

<b>A</b>	<b>Popularitāti un, iespējams, arī lielāku balsu skaitu gaidāmajās vēlēšanās.</b>
Paskaidrojums	Kaķu video tiešām ir smieklīgi, taču gudrs mediju lietotājs aizdomāsies, kāpēc politiķis ar tiem dalās tieši pirms vēlēšanām. Mūsdienu politiķi sociālos tīklus izmanto sevis reklamēšanai gluži tāpat kā televizoru un radio.

### 7. “Jaunieši mūsdienās ir atkarīgi no interneta.” Tas ir...

<b>B</b>	<b>...apgalvojums, kas prasa pierādījumus.</b>
Paskaidrojums	Pat tad, ja tu tam piekrīti, tas ir apgalvojums, kas prasa pierādījumus. Turklāt konkrētus, ar atsaucēm uz nopietniem pētījumiem.

### 8. Kritiskā domāšana ir...

<b>A</b>	<b>... prasme daudzpusīgi vērtēt argumentus un to pierādījumus.</b>
Paskaidrojums	Domāt kritiski nozīmē neticēt uz vārda, bet gan analizēt informāciju un tās avotus. Arī tos argumentus, ko tu izmanto citu pārliecināšanai. Kritiskā domāšana ir noderīga lieta gan mācībās, gan attiecībās, gan veikalā.

### 9. “Materiāls veidots sadarbībā ar” — par ko liecina šāda piebilde pie raksta avīzē, žurnālā vai interneta portālā?

<b>A</b>	<b>Par to, ka šis raksts ir reklāma.</b>
Paskaidrojums	Rakstīt “Šī ir reklāma” nav stilīgi, tāpēc mediji nereti izvēlas viltīgāku veidu, kā pasniegt apmaksātus materiālus. Šādos rakstos parasti tiek slavēta viena uzņēmuma prece vai pakalpojumi, un tā nav žurnālistika.

### 10. Lai pārbaudītu informāciju, tā jāiegūlglē. Ja rezultātos parādās pietiekami daudz saišu — informācija ir patiesa.

<b>C</b>	<b>Daudz saišu — tas negarantē, ka informācija atbilst patiesībai.</b>
Paskaidrojums	Pareizi! Par informācijas patiesumu liecina nevis saišu daudzums, bet gan avotu kvalitāte un uzticamība. Turklāt ne vienmēr saites, kas atrodas rezultātu lapas augšgalā, ir uzticamākās.

