

No kopienas veidošanas līdz
jauniešu nodarbinātībai

DIGITĀLAIS STĀSTS

CEĻVEDIS JAUNIEŠIEM



2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

DIGITAL STORY

SATURS

	Par ceļvedi - 3. lappuse
	Kā izstāstīt stāstu? - 5. lappuse
	Stāsta auditorija - 25. lappuse
	Digitālā stāstniecība - 52. lappuse
	Stāsta ētika - 75. lappuse

2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

PAR CEĻVEDI

Šī publikācija ir daļa no projekta DIGITĀLAIS STĀSTS, kas atbalstīts saskaņā ar 2. Pamatpasākumu: Maza mēroga partnerības jaunatnes jomā, ko līdzfinansē Eiropas Savienības programma Erasmus+. Projekta mērķis ir veicināt jauniešu, īpaši to, kas dzīvo lauku vai attālos reģionos, sociālo iekļaušanu, pilsonisko līdzdalību un nodarbinātību, izmantojot kultūras mantojumu un digitālo stāstu veidošanu.

Ceļvedis ir sadalīts četrās nodaļās un ir paredzēts, lai palīdzētu jaunatnes darbiniekiem un jauniešiem attīstīt stāstniecības un digitālo mediju prasmes, kas ir nozīmīgas līdzdalībai, identitātei un darba tirgum.

Ceļveža nodaļas

1. **Kā izstāstīt stāstu?**
2. **Auditorija**
3. **Digitālā stāstniecība**
4. **Stāsta ētika**



Projekta partneri

Materiāls izstrādāts sadarbībā ar partnerorganizācijām:

- **Balsių bendruomenė**, Lietuva – projekta koordinators
- **TATICS GROUP SRL**, Itālija
- **Teach Solais Community Development**, Īrija
- **Valmieras Jaunatnes centrs "Vinda"**, Latvija

Atruna

Projektu finansē Eiropas Savienība. Tomēr izteiktie uzskati un viedokļi ir vienīgi autora(-u) atbildība un ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai Nacionālās aģentūras nostāju. Eiropas Savienība un valstu aģentūras nav atbildīgas par šeit ietvertu saturu.



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

No kopienas veidošanas līdz
jauniešu nodarbinātībai

**DIGITĀLAIS
STĀSTS**

**KĀ
STĀSTĪT
STĀSTU**



2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība



KĀ IZSTĀSTĪT STĀSTU?

DIGITĀLAIS STĀSTS | JAUNATNES CEĻVEDIS

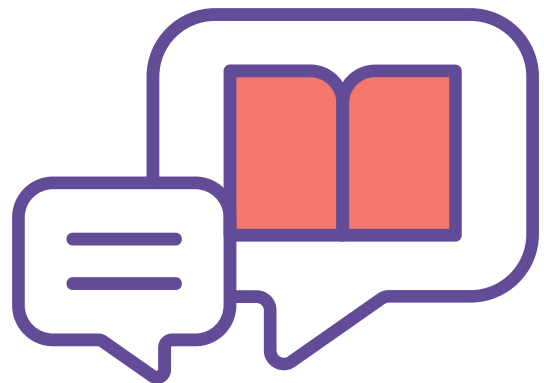
IEVADS:

Stāsts ir universāls saziņas veids. Tīmekļa vietņu izstrādes rīka "Tilda" dibinātājs Nikita Obuhovs uzskata, ka tuvojas jauna ēra – digitālā stāstniecība. To var salīdzināt ar zelta laikmetu literatūrā, tikai internetā. Šis jaunais stāstniecības veids ir augstsirdīgs un pakāpeniski kļūst par prasmīgu iemaņu, gluži kā skaisti uzrakstīts teksts.

Bet kā tu vari izmantot digitālo iespēju spēku, lai veidotu neizmirstamākus stāstus, kas uzrunā tavu auditoriju? Nākamajā rindkopā uzzināsi vienkāršu informāciju par to, kā izstāstīt digitālo stāstu, tostarp soli pa solim izklāstītu procesu, kā izpētīt un pasniegt aizraujošu stāstu, kā arī padomus un piemērus no veiksmīgiem stāstniekiem. Tā ietver arī aktivitātes un uzdevumus, ko vari veikt individuāli, lai praktizētu un uzlabotu savas stāstīšanas prasmes.

Nākamās rindkopas tēmas:

- Idejas izstrāde
- Stāsta formāts
- Stāsta plānošana
- Kā stāstīt? Kā pasniegt?
- Praktiski padomi
- Veiksmīgi stāstnieki
- Aktivitātes un uzdevumi



1. IDEJAS IZSTRĀDE LAI VEIDOTU STĀSTU, VISPIRMS JĀIZSTRĀDĀ IDEJAS



**Katrs stāsts
sākas ar
dzirksteli,
attēlu,
jautājumu,
sajūtu.**

Ideju veidošana ir process, kad cilvēki kopīgi rada un izstrādā idejas. Tas kalpo kā sākuma stadija ideju attīstībā un palīdz paplašināt gan abstraktas, gan konkrētas, gan vizuālas ieceres, lai rastu risinājumus vai atklātu jaunas iespējas.

Lieliski, ja tev jau ir skaidras idejas savam digitālajam stāstam, taču, ja vēl ne, velti laiku, lai atrastu labāko veidu, kā izstrādāt savas idejas gan visam stāstam kopumā, gan detaļām, kas vēl līdz galam nav skaidras.

DAŽAS METODES SAVA DIGITĀLĀ STĀSTA IDEJAS IZSTRĀDEI VAI MEKLĒŠANAI.

Pirmkārt, sāc ar pašiem pamatiem. Soli pa solim izproti, par ko tu gribētu uzrakstīt savu stāstu, vai kas tajā trūkst:

Iztēlojies savu mērķauditoriju.

Kas tai interesē, kas patīk, ko izbauda, ko dara brīvajā laikā, ar ko lepojas, utt.



Atrodi savu stāsta aizraušanos vai tēmu.

Kas tevi savā stāstā aizrauj vai padara ļoti laimīgu? Par ko tu varētu runāt stundām ilgi vai stāstīt stāstus katru dienu?

Esi pārliecināts par sava stāsta mērķiem.

Vai mērķis ir informēt, izklaidēt vai gūt gandarījumu?

Otrkārt, izvēlies radošus veidus, kā generēt savas idejas.

Izrunājies! Dažkārt ir noderīgi savas idejas pārrunāt ar kādu citu. Pārrunā tēmas vai idejas ar cilvēku, ar ko jūties brīvi. Tas var būt ļoti noderīgi!



Īsas grupu nodarbības - uzdod saviem draugiem tēmu, vārdu, burtu un uzspēlējiet asociāciju spēli vai kopīgi pārrunājiet kādu jums interesējošu tēmu.

Iedvesmojies no dabas, dzīvniekiem, laikapstākļiem, cilvēkiem, kultūras, vietām vai citiem iedvesmas avotiem. Vai bieži pievērs uzmanību putniem, ko pamani uz ielas? Ja vērosi tos stundām ilgi, būsi pārsteigts par to ikdienas ritmu, paradumiem un kustībām.

Pieraksti savas idejas. Vai vari atminēties brīžus pirms aizmigšanas, kad galvā šaudās dažādas domas un idejas? Vai dažas no tām nav patiešām oriģinālas, atjautīgas, interesantas, radošas? Ir vērts šīs domas pierakstīt!



Protams, radošai domāšanai ir daudz dažādu paņēmienu, taču bieži visvienkāršākie ir visefektīvākie.

Treškārt, domā ārpus rāmjiem!

Ja vienkāršs ideju ģenerēšanas process kļūst garlaicīgs, domā netradicionāli. Lūk, daži piemēri, kā domāt ārpus rāmjiem:



Iztukšo prātu - pieraksti savas domas cik vien ātri vari, nedomājot par gramatikas likumiem. Šī metode palīdz pierakstīt tās idejas, kuras citādāk uzskatītu par muļķīgām, ja ļautu laiku pārdomām.

Paplašini savu skatījumu - iztēlojies, ka jāuzasina zīmulis, taču zīmuļu asināmais ir saplīsis. Ja domāsi tikai par to, kā salabot zīmuļu asināmo, tas aizņems daudz laika. Taču, paplašinot savu skatījumu, sāksi domāt par citiem asiem priekšmetiem. Tu pamanīsi šķēres, nazi un citus darbarīkus, ko var izmantot zīmuļu asināmā vietā.

Runā ar bērniem - spēlējoties vai izklaidējoties mazi bērni spēj veidot asociācijas, par ko pieaugušie pat neaizdomājas. Bērniem nav to pašu aizspriedumu kā pieaugušajiem, bērni pamana lietas, kas vecākiem šķistu nepareizas vai neierastas.

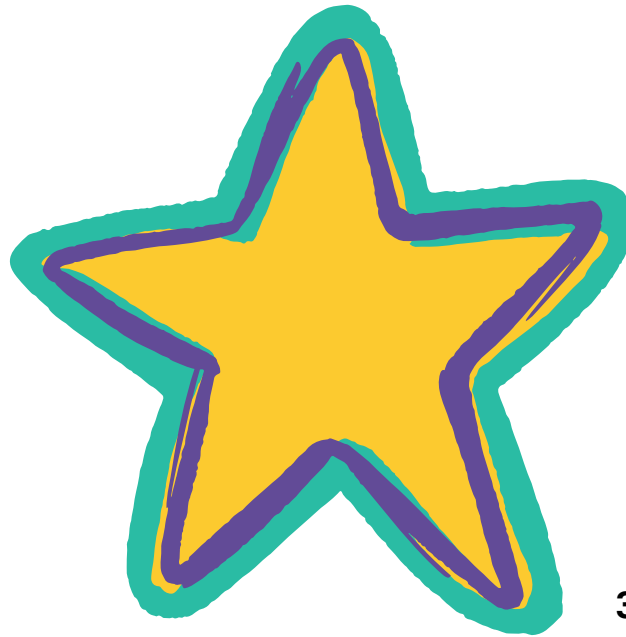


Ja tev jau ir ideja, pamēģini šo jautājumu metodi, lai pārliecinātos par savu izvēli un justos drošāk par savu stāstu!

1. Ar ko tu vēlies dalīties savā stāstā?

6. Kādēļ tu vēlies izstāstīt šo stāstu?

5. Kas ir svarīgākās personas, notikumi un lietas tavā stāstā? Kas palīdzēja veidot tavu stāstu?



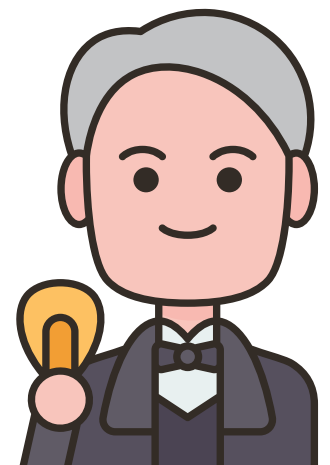
2. Kā tu to izskaidrotu kādam, kam par to nav nekādu zināšanu?

3. Kā tu par to uzzināji un iemācījies?

4. Kā tu juties, uzzinot par to, un kā tas mainīja tavu dzīvi?

Piemēram, Tomass Edisons. Kurš gan būtu domājis, ka ir iespējams izgudrot spuldzi? Tomēr, domājot ārpus ierastajiem rāmjiem, tādi izgudrotāji kā viņš spēja mainīt pasauli veidos, kas tobrīd šķita neiedomājami.

Atceries, ka nav viena pareizā veida, kā radīt idejas. Atrodi SAVU ceļu, jo tu zini vislabāk, kas ir piemērots tev – pat ja vēl to neapzinies!



2. STĀSTA FORMĀTS



Digitālā stāstniecība var izpausties dažādos formātos, un katrs no tiem piedāvā unikālus veidus, kā iesaistīt un aizraut auditoriju. Ja tev ir ideja, visticamāk, tev padomā ir arī piemērotākais stāsta formāts.

Tas var būt jebkas: audio, foto, video vai teksts. Taču, atsaucoties uz jaunākajām tendencēm, tu visticamāk atpazīsti šos formātus:

- **Publikācijas sociālajos tīklos (video, attēli, stāsti ar tekstu)**
- **Īsi video (*reels*, "TikTok" video, u.c.)**
- **Mīmi un GIFi**
- **Podkāsti**
- **Interaktīvs saturs**

Stāstu veidošanai ir piemēroti visi formāti, taču ir pāris lietu, ko vērts atcerēties.

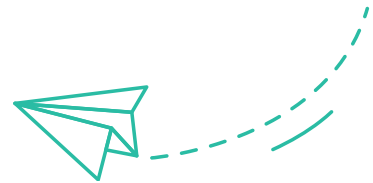
Padomi un ieteikumi formāta izvēlei:

- Iepazīsti savu auditoriju. Tas var ietekmēt formāta izvēli. Piemēram, Z paaudze novērtēs modernus un dinamiskus formātus, savukārt vecāka gadagājuma cilvēki, iespējams, dos priekšroku vienkāršākam un viegli uztveramam saturam, piemēram, skaistiem attēliem ar aprakstiem.
- Zini sava stāsta mērķi. Ja mērķis ir informēt par nopietnām tēmām, piemēram, veselību, veic izpēti un izmanto pārbaudītus datus, lai tavs saturs auditorijas acīs būtu uzticams.

3. STĀSTA PLĀNOŠANA



1. Padomā par **vēstījumu vai mērķi**, ko vēlies nodot ar savu stāstu.



2. **Izstrādā "āķi"**, kas piesaistīs auditorijas uzmanību. Tam jāaizrauj skatītājs no paša sākuma, tādēļ tam jābūt drosmīgam, intriģējošam un emocionālam. Ievada teikumu vari veidot kā jautājumu vai apgalvojumu, piemēram: "Jūs neticēsiet, kas ar mani šodien notika..."



3. **Sagatavojies** pirms stāsta veidošanas. Padomā, vai tev būs nepieciešami kādi materiāli satura radīšanai, vai arī tehnoloģijas, kas palīdzēs īstenot stāstu tieši tā, kā iecerēts.

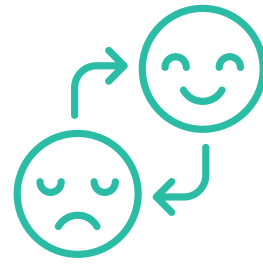


2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

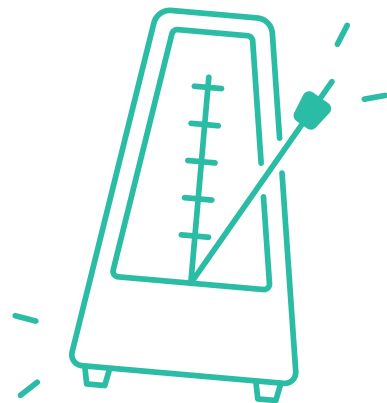
4. Ieplāno **īpašos elementus** un esi apdomīgs, izmantojot mūziku vai skaņas efektus, jo tie rada stāsta noskaņu.



5. **Pārdomā, kā izmantosi vizuālos elementus.** Vizuālie elementi uzlabo stāstu veidos, kā vārdi to nespēj. Tie nav paredzēti, lai stāstītu stāstu, bet gan lai to papildinātu un izraisītu vēlamās auditorijas emocijas.



6. Domā par **stāsta ritmu**. Ieplāno atbilstošas kustības, mūziku vai citus elementus, kas veido vēlamo ritmu. Piemēram, aizkustinošam baidinājuma stāstam būs piemērota lēna mūzika, kas palīdzēs radīt vēlamo noskaņojumu auditorijā.



Padomi un ieteikumi stāsta plānošanai:

- Prasmīgs stāstnieks nesaka auditorijai to, kā viņš jūtās, bet gan izrāda savas emocijas, izmantojot ķermeņa valodu.
- Lai arī vizuālie efekti var palīdzēt atklāt saikni starp idejām, jāatceras, ka tie ir tikai palīg līdzekļi. Pārmērīga pāreju, panoramēšanas vai citu efektu izmantošana var novērst uzmanību no paša stāsta.

4. KĀ IZSTĀSTĪT? KĀ PASNIEGT?



#1 Stāsts nav vienkāršs notikuma apraksts. Stāstā tu atklāj savas tā brīža emocijas, ietekmi, domas, u.c.

#2 Lai auditorija sajustu to pašu, ko jūti tu, vislabāk stāstu veidot hronoloģiskā secībā.

#3 Labs paņēmieni ir izkopt stāsta sākumu un noslēgumu, savukārt vidusdaļu sadalīt īsos punktos. Šādi vari viegli savienot stāsta galvenos mirkļus, saglabājot dabisku stāstījuma plūsmu un skaidru galveno notikumu struktūru.

#4 Veido stāstu tā, lai tas iedrošina arī citus dalīties ar saviem stāstiem. Piemēram, vari izmantot interaktīvus rīkus vai uzrunāt auditoriju ar aicinājumu: "Dalies ar savu stāstu komentāros!"



#5 Tavam stāstam pakāpeniski jāvirzās uz kulmināciju. Uzturi auditorijas interesi, pievienojot nelielas detaļas, konfliktu vai negaidītu pavērsienu, kas noved pie spēcīga stāsta notikuma vai atklāsmes.

#6 Veido spilgtu ainu, detalizēti aprakstot vidi, varoņus un noskaņu, radot skaidru priekšstatu par vietu un laiku, kurā norisinās stāsts.

#7 Tā vietā, lai stāstītu par savām emocijām, prasmīgs stāstītājs izmanto ķermeņa valodu.

#8 Lai gan vizuālie efekti var palīdzēt ilustrēt saikni starp idejām, stāstniekam jāatceras, ka tie ir tikai palīg līdzekļi. Pārmērīga pāreju un panoramēšanas efektu izmantošana var novērst uzmanību no stāsta mērķa un aizēnot pašu stāstu.



Lai gan tavš stāsts ir unikāls tieši tev, labākais veids, kā mācīties, ir novērot citus stāstniekus, kurus apbrīno, un pētīt, kā viņi dalās ar saviem stāstiem.



5. PRASMĪGI STĀSTNIEKI

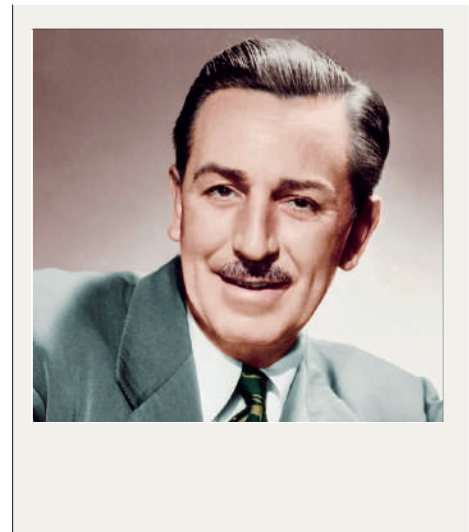


**“Lieliski stāsti
paliek atmiņā.”**

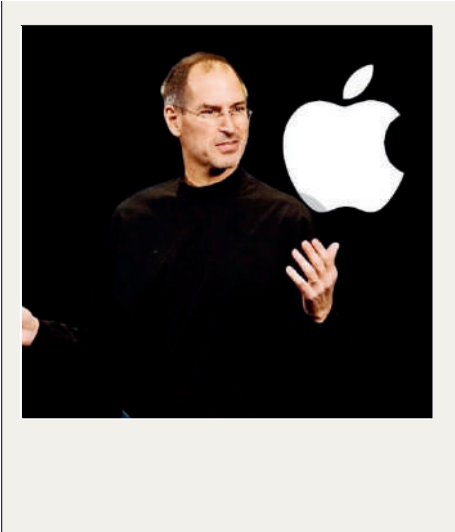
Šeit atradīsi citātus un faktus par pasaules izcilākajiem stāstniekiem un stāstu veidošanu, kas var kalpot kā iedvesma.

Volts Disnejs

Disnejs atzina, ka, lai radītu neaizmirstamu pieredzi, jāpievērš uzmanība pat mazākajām detaļām, kā arī tam, kā tās ietekmē kopējo stāstu. No Disneja burvības varam mācīties, ka rūpīgi izvēlētas detaļas var panākt auditorijas iesaisti un klātbūtni. Taču ir svarīgi pārliedzināties, ka šīs detaļas neaizēno stāstu, ko vēlies pastāstīt.



Stīvs Džobss

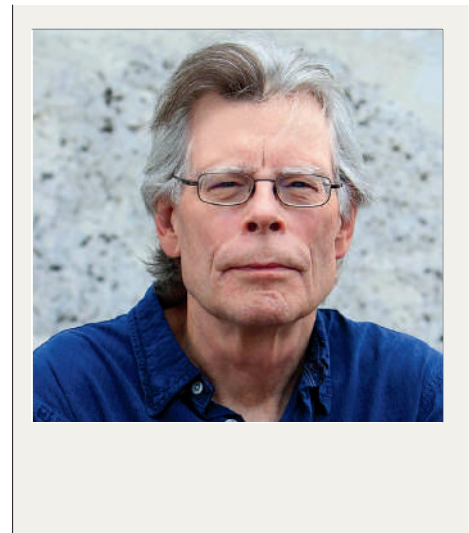


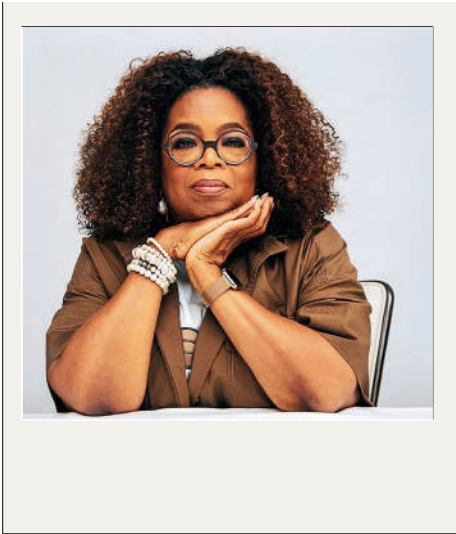
Stīvs Džobss ir teicis: „Visietekmīgākais cilvēks pasaulē ir stāstnieks. Stāstnieks nosaka nākamās paaudzes vīziju, vērtības un darba kārtību.” Stīvs Džobss ir viens no izcilākajiem stāstniekiem. Tā vietā, lai vienkārši prezentētu jaunu produktu, viņš radīja izcilu stāstu, kas sastāvēja no trim daļām. Āķis: „Šodien mēs jūs iepazīstinām ar revolucionāru produktu, kas mainīs visu.” Problēma: Citi tālruni bija sarežģīti un neērti. Risinājums: *“iPod, tālrunis un interneta saziņas līdzeklis... Tas viss vienā ierīcē!”*

Stīvens Kings

Stīvens Kings ir leģendārs rakstnieks un stāstnieks. Īsts spriedzes meistars, kas ir ne tikai pasaulē pieprasītu romānu autors, bet arī aizraujošu stāstu stāstnieks.

Viņa stāsti ir pilni negaidītu pavērsienu, kas notur lasītāju intrigu, un viņam ir talants radīt spriedzi tādā veidā, kas ir gan aizraujošs, gan sniedz gandarījumu. Viens no galvenajiem elementiem, kas padara Kinga stāstus tik aizraujošus, ir viņa prasme nevainojami apvienot dažādus žanrus.





Opra Vinfrija

Opra ir viena no slavenākajām sarunu šovu vadītājām vēsturē. Ar saviem stāstiem un intervijām viņa ir iedvesmojusi miljoniem cilvēku. Opras talants slēpjas viņas konsekvencē un aktualitātē. Gadu gaitā viņa ir izmantojusi savu platformu, lai ne tikai veidotu savu balsi, bet arī pastiprinātu citu balsis. Galvenais secinājums - prasmīgs stāstnieks iedvesmo citus dalīties ar saviem stāstiem. Tas rada vidi, kurā rodas vairāk ideju, atverot durvis uz pasauli, kur iespējams viss.



6. AKTIVITĀTES UN VINGRINĀJUMI

Lūk, vingrinājumi, ko vari iekļaut savā ikdienas rutīnā, lai uzlabotu savu stāstu veidošanas prasmi.

#1 Stāsta mugurkauls

Stāsta mugurkauls ir improvizācijas teātra tehnika, ko izstrādājis Kens Adamss. Izvēlies nejaušu tēmu un veido stāstu. Lai labāk izprastu stāsta struktūru, seko šim standarta stāsta modelim:

Reiz dzīvoja ___.

Katru dienu ___.

Kādu dienu ___.

Tāpēc ___.

Tāpēc ___ (un tā turpini)

Līdz visbeidzot ___.

Un kopš tā laika katru dienu ___.



#2 Stāsta veidošana pēc attēla

Komandas darbs! Visi komandas dalībnieki izvēlas kādu attēlu un izveido īsu stāstu, iedvesmojoties no attēla. Daloties ar šiem stāstiem, var rosināt diskusijas un paplašināt skatupunktu.



#3 Stāstu pastaigas

Ļauj, lai attēli paši veidojas tavā prātā. Tad seko tiem domās, lai redzētu, kur tie aizved. Dažreiz tie ir atpazīstami tēli, citreiz – simboliski.

Šī aktivitāte attīsta vizuālo domāšanu, kas ir noderīga stāstu veidošanas procesā.



#4 Raksti bez apstājas vismaz 10 minūtes

Šis vingrinājums atraisa radošo domāšanu un paplašina vārdu krājumu.



Vēl daži vienkārši vingrinājumi:

- Skaties un analizē publiskās runas un stāstniekus, domājot par to, kas bija labs un slikts.
- Atpazīsti mirkļus vai notikumus, kurus varētu pārvērst stāstā, lai iemācītos veidot lieliskus stāstus.
- Skaļi lasi grāmatas vai stāstus, pievēršot uzmanību stāsta pasniegšanai - tonim, tempam un uzsvāriem.
- Izmanto vizuālos palīgīdzekļus, piemēram, domu kartes vai skices, lai strukturētu un izplānotu savus stāstus.

STĀSTNIECĪBAS PIEMĒRI EIROPĀ

Nacionālie ieskati no Lietuvas, Īrijas, Latvijas un Itālijas

Lai izstāstītu labu stāstu, ir nepieciešams pamatīgs darbs - ideju veidošana, pareizā balss meklēšana un saiknes veidošana ar auditoriju. Lūk, pāris piemēru, kā jaunie radītāji un kopienas visā Eiropā radoši un jēgpilni atdzīvina stāstus.

Lietuva

Kristina Petrauske, "TikTok" pazīstama kā @chistorike, ir lietuviešu vēsturniece, kas pierāda, ka vēsture var būt gan aizraujoša, gan moderna. Ar pieredzi muzeju darbā un aizraušanos ar stāstīšanu, viņa atdzīvina pagātni ar īsiem, saistošiem video sociālajos tīklos. Vai nu atspēkojot izplatītus mītus par senajiem pagāniem, vai skaidrojot tradicionālo lietuviešu ēdienu vēsturi, Kristina zina, kā pārvērst faktus aizraujošā saturā. Viņu izceļ spēja apvienot vēstures pētniecību ar radošumu. Katrs publicētais video ir rūpīgi izstrādāts. Kristina ne tikai atkārtos faktus, bet arī pārbauda avotus, iedziļinās un vienmēr atrod jaunu perspektīvu. Viņas saturs ir ne tikai izglītojošs, bet arī izklaidējošs, Kristina izmanto humoru, populāras tendences un viegli uztveramu valodu, lai piesaistītu jaunākās auditorijas uzmanību.

Kristinas misija ir skaidra: padarīt vēsturi pieejamu un interesantu visiem, jo īpaši jauniešiem. Viņa mudina skatītājus domāt kritiski, uzdot jautājumus un uztvert vēsturi ne tikai kā datumus un notikumus, bet kā daļu no mūsu ikdienas dzīves. Savā "TikTok" profilā viņa veido tiltu starp pagātni un tagadni, pierādot, ka kultūras mantojums var plaukt arī digitālajā vidē. Ja tevi interesē lietuviešu kultūra, patīk interesanti fakti un vēlies redzēt, kā vēsture var uzmirdzēt "TikTok", @chistorike ir stāstniece, kurai noteikti ir vērts sekot.



2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

Īrija

Klēras grāfistes bibliotēka sadarbībā ar Klēras Jaunatnes dienestu ir uzsākusi iniciatīvu “Stāstu stāstīšana”, kurā jaunieši tiek aicināti radīt un dalīties ar saviem stāstiem. Projekta vadītāja ir atpazīstamā stāstniece Klēra Muiranna Mērfija, un projektā tiek uzsvērtas galvenās stāstīšanas tehnikas, tostarp stāsta struktūra, auditorijas iesaistīšana, kā arī balss un ķermeņa valoda. Iniciatīva arī savieno jauniešus ar vietējām kultūras tradīcijām, rīkojot stāstīšanas pasākumus, kur vecāka gadagājuma cilvēki dalās ar īru mītiem, leģendām un personīgajām pieredzēm. Projekts iedrošina pusaudžus smelties iedvesmu no apkārtējās vides, laukiem, dzīvniekiem un kultūrvēsturiski nozīmīgām ainavām, vienlaikus apgūstot stāstniecības prasmes. Programma māca tādas prasmes kā spēcīga “āķa” izstrāde, stāstījuma ritma un tempa plānošana, efektīva tēlu izmantošana. Tā noslēdzas ar publisku pasākumu, kurā dalībnieki prezentē savus stāstus, parādot, kā stāstīšana var veicināt pašapziņu, radošumu un kopienas sajūtu.



Latvija

“YouTube” kanāls “16+” ir izcils latviešu digitālo stāstu paraugs. Tas aptver tādus tematus kā garīgā veselība, attiecības un sociālais spiediens. Kanāls izceļas ar personīgiem stāstiem, emocionālo dziļumu un spēcīgiem vizuālajiem elementiem, kas dibina saikni ar auditoriju. Kanāls palīdz jauniešiem labāk izprast sevi un citus, vienlaikus veicinot sociālo iesaistīšanos un atklātu dialogu.



Itālija

WikiPedro (@wiki.pedro) ir itāļu digitālais stāstnieks, kas specializējas vietējās vēstures un kultūras mantojuma atdzīvināšanā, īpaši koncentrējoties uz Florenci un plašāko Toskānas reģionu. Ar vairāk nekā 212 000 sekotāju “Instagram”, viņš piesaista savu auditoriju ar īsiem, dinamiskiem video, kuros apvieno vēsturiskos faktus ar humoru un anekdotēm. Viņa saturs izceļ mazāk zināmus stāstus un interesantus

2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

faktus par vietējiem pieminekļiem, tradīcijām un vēsturiskām personībām, padarot bagāto Itālijas mantojumu pieejamu un izklaidējošu arī jaunākai auditorijai. Apvienojot aizraujošu stāstīšanu ar vizuāliem elementiem, WikiPedro veicina sekotāju izpratni par vietējo vēsturi un kultūru.

Džans Marko D’Euzebi, sociālajos tīklos pazīstams kā @azzykky, ir satura veidotājs no Romas, kurš ieguvis plašu sekotāju loku, stāstot aizraujošus stāstus par Romas vēsturi un kultūras mantojumu. Aktīvi darbojoties “Instagram” un “YouTube”, viņš rada īsus, viegli uztveramus video, lai izpētītu vietējās leģendas, tradīcijas un izteicienus, kas sakņojas Mūžīgās pilsētas pagātnē. Viņa prasme skaidri, saprotami un bieži humoristiski izskaidrot vēsturi un interesantus faktus, padara vēsturi pievilcīgu jaunākajai auditorijai. Viņš bieži skaidro romiešu izteicienu kā “fare il giro di Peppe” vai “non c’è trippa per gatti” izcelsmi, saistot tos ar īstiem vēsturiskiem notikumiem pilsētā. Viņa aizraušanās ar vēsturi ir ļoti personiska un iedvesmota no stāstiem, ko stāstījusi viņa vecmāmiņa, kas stāstījumam piešķir autentisku un intīmu noskaņu



DALIES AR SAVU STĀSTU



No kopienas veidošanas līdz
jauniešu nodarbinātībai

**DIGITĀLAIS
STĀSTS**

**STĀSTA
AUDITORIJA**



2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība



**DIGITAL
STORY**

STĀSTA AUDITORIJA

DIGITĀLAIS STĀSTS | JAUNATNES CEĻVEDIS

IEVADS:

Katrs stāsts tiek veidots, domājot par auditoriju. Neatkarīgi no tā, vai veido personīgu stāstu, izdomātu pasaku vai digitālu stāstīšanas projektu, auditorijas izpratne ir nozīmīga, lai stāsts būtu efektīvs. Lielisks stāsts ne tikai izsaka tavas domas, bet arī veido saikni ar cilvēkiem, izraisa emocijas un notur auditorijas uzmanību. Pareizās auditorijas noteikšana ļauj:

- Pielāgot saturu auditorijas interesēm.
- Izvēlēties labāko platformu stāsta pasniegšanai.
- Maksimāli palielināt auditorijas iesaisti un dibināt emocionālo saikni.

Ja tu zini, ar ko tu runā, vari padarīt savu stāstu saistošu un jēgpilnu. Auditorijas izpratne palīdz izvēlēties pareizo stāsta stilu, struktūru un emocionālo dziļumu.

Šī nodaļa jaunajiem stāstniekiem palīdzēs noteikt un iesaistīt savu auditoriju, kā arī radīt stāstus, kas atstāj paliekošu iespaidu. Pēc šīs nodaļas izlasīšanas tu zināsi, kā veidot stāstus, kas uzrunā un iedvesmo.



1. SAVAS AUDITORIJAS IZPRATNES NOZĪME



“Ja vēlies, lai tavš stāsts iespīestos atmiņā, tev jāzina, kam to stāsti.”

Sava stāsta auditorijas izpratne ļaus tev izveidot stāstu, kas viņiem patīks.

Labi pielāgots stāsts:

- Piesaista interesi un notur uzmanību.
- Veido emocionālu saikni, daloties pieredzē.
- Atstāj paliekošu iespaidu, padarot stāstu neizmirstamu.

Ignorējot savu auditoriju, vari zaudēt tās interesi. **Pielāgojot savu vēstījumu, valodu un tēmas, tu padari savu stāstu jēgpilnāku un atbilstošāku.**

Padomā par atšķirību starp miega pasaciņu bērniem un motivējošu runu pusaudžiem. Katram no šiem stāstiem ir nepieciešams atšķirīgs:

- **Tonis** (jautrs vai nopietns).
- **Valoda** (vienkārša vai pārdomas veicinoša).
- **Struktūra** (lineāra vai ar saistošiem pavērsieniem).

Izprotot savas auditorijas emocijas, grūtības un intereses, tu veido saikni, kas padara tavu stāstu īpašu. Apdomā tēmas, kas šķīstu svarīgas tavai auditorijai, un pieredzes, ko viņi ir izjutuši paši. Labi izstrādāts stāsts liek auditorijai justies pamanītai, saprastai un iedvesmotai.



Aktivitāte:

Izvēlieties īsu stāstu vai personīgu atmiņu, ar ko vēlies dalīties. Uzraksti to divos dažādos veidos - vienu reizi kā bērnam un vienu reizi kā pusaudzim.

Salīdzini atšķirības tonī, valodā un struktūrā. Kādas izmaiņas veici un kādēļ?



2. SAVAS MĒRĶAUDITORIJAS NOTEIKŠANA



Lai noteiktu savu auditoriju, uzdod sev šos jautājumus:

- Kas viņi ir? (Bērni, pusaudži, jaunieši?)
- Kas viņus interesē? (Piedzīvojumi, dzīves grūtības, humors?)
- Kādas ir viņu problēmas? (Spiediens skolā, karjeras mērķi, attiecības?)

Piemēram:

- Ja stāsti motivējošu stāstu skolēniem, koncentrējies uz skolas grūtību pārvarēšanu, izmantojot jautru, atraktīvu pieeju.
- Ja tava auditorija ir topošie uzņēmēji, dalies ar reāliem stāstiem par panākumiem un neatlaidību.

Jo precīzāk noteiksi savu auditoriju, jo labāk tavš stāsts viņus uzrunās. Zinot savas auditorijas vērtības, bailes un ambīcijas, vari veidot vēstījumu, kas uzrunā tieši viņus. Tas padarīs tavu stāstu personīgāku un nozīmīgāku.

Aktivitāte:

Uzraksti īsu rindkopu, kurā apraksti savu ideālo auditoriju. Kas viņiem patīk? Ar kādiem izaicinājumiem viņi saskaras? Kā tavs stāsts var viņiem palīdzēt? Tagad pielāgo šo rindkopu tā, lai tā būtu atbilstoša divām dažādām auditorijas grupām.



3. AUDITORIJAS INTEREŠU IZPĒTE



Lai panāktu, ka stāsts uzrunā auditoriju, izpēti, kas viņiem patīk. Tu vari:

- Pētīt tendences grāmatās, filmās un sociālajos tīklos.
- Izmantot aptaujas, sociālo tīklu balsojumus un tiešsaistes forumus, lai noskaidrotu, kādas tēmas viņus interesē.
- Ieklausīties atsauksmēs par iepriekšējiem stāstiem, lai uzlabotu auditorijas iesaisti.

Piemēram:

- Ja tavai auditorijai patīk fantāzijas stāsti, veido aizraujošu pasauli ar negaidītiem pavērsieniem.
- Ja viņus uzrunā pašizaugsme, iekļauj dzīves atziņas un motivējošus elementus.

Pētījumi palīdz veidot stāstu, kas ir saistošs, interaktīvs un atmiņā paliekošs, kā arī ļauj saprast, kādas metodes darbojas vislabāk. Ar kādiem tēliem identificējas tava auditorija? Kādas tēmas to aizrauj?

Aktivitāte:

Izvēlies populāru grāmatu vai filmu, kas ir iecienīta tavas auditorijas vecuma grupā. Nosaki, kas padara to pievilcīgu. Kā tu vari izmantot līdzīgus elementus savā stāstā? Uzraksti īsu kopsavilkumu, izmantojot šos elementus.



4. AUDITORIJAS TĒLU IZSTRĀDE



“Piešķir savai auditorijai īstu seju, balsi un skatījumu.”

Auditorijas iztēlošanās palīdz vizualizēt savu ideālo auditoriju. Šie izdomātie tēli atspoguļo auditorijas:

- Vecumu un intereses;
- Iecienīto stāstu veidošanas formātu;
- Emocionālos triggerus.

Piemēri:

- Lēna, 14 gadi, patīk fantāzijas žanrs, aktīvi lieto sociālos tīklus, dod priekšroku īsam un dinamiskam saturam.
- Džeiks, 18 gadi, motivē patiesi veiksmes stāsti, seko “YouTube” satura veidotājiem.
- Sofija, 25 gadi, dod priekšroku dziļiem, pārdomas rosinošiem stāstiem, klausās podkāstus.

Veidojot detalizētus auditorijas tēlus, tu vari pielāgot savu stāstu veidošanas stilu viņu vajadzībām un vēlmēm. Tas palīdz veidot precīzākus tēlus, tēmas un sižeta struktūru.

Aktivitāte:

Izveido izdomātu personu savai mērķauditorijai. Piešķir personai vārdu, vecumu, intereses un stāstu veidošanas formātu, kas tai patīk. Tad uzraksti īsu ainu no šīs personas skatpunkta.



5. STĀSTA VĒSTĪJUMA PIELĀGOŠANA

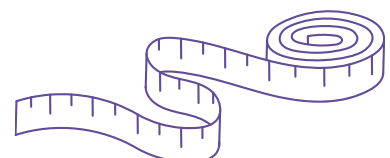


Labi izstrādāts stāsts nodod vēstījumu, kas saskan ar auditorijas vērtībām, emocijām un pieredzi. Tavam vēstījumam jābūt:

- Skaidram – ko tu vēlies, lai auditorija no tā iegūtu?
- Atbilstošam – vai tas atbilst auditorijas interesēm un bažām?
- Ietekmīgam – vai tas auditoriju iedvesmo, izklaidē vai izglīto?

Piemēram, stāsts par neatlaidību var tikt pielāgots dažādām auditorijām:

- Maziem bērniem: jautrs stāsts par trusīti, kas nekad nepadodas.
- Pusaudžiem: stāsts par neveiksmju pārvarēšanu skolā vai sportā.
- Pieaugušajiem: stāsts par karjeras izaicinājumiem un panākumiem.

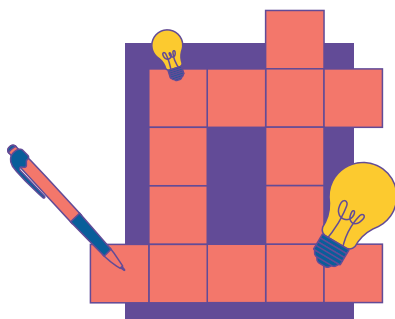


Aktivitāte

Uzraksti īsu rindkopu par kādu mācību, ko esi guvis. Uzraksti to divām atšķirīgām auditorijām - vienu versiju bērniem, otru - pieaugušajiem. Kā mainās tēma, tonis un stils?



6. ATBILSTOŠAS VALODAS UN TONĀ IZMANTOŠANA



**“Pareizie vārdi
atver durvis,
nepareizie tās
aizver.”**

Tas, kā tu stāsti savu stāstu, ir tikpat svarīgi kā pats stāsts. Atbilstoša valoda un tonis palīdz auditorijai veidot saikni ar tavu vēstījumu, izprast tā nozīmi un noturēt uzmanību. Valoda ir vārdi un izteicieni, ko tu izmanto, savukārt tonis ir sajūta vai attieksme, kas slēpjas aiz šiem vārdiem.

Lai izvēlētos atbilstošu valodu un toni, ņem vērā:

- Vecuma grupu: bērni dod priekšroku vienkāršiem vārdiem un rotaļīgam tonim, pusaudžiem patīk mūsdienīgāka valoda, bet pieaugušie sagaida dziļāku un sarežģītāku valodu.
- Kultūras vidi: daži izteicieni un frāzes ne visur būs saprotami. Izvēlies iekļaujošu un cieņpilnu valodu.
- Emocionālo toni: vai tavs stāsts ir smieklīgs, nopietns, iedvesmojošs vai emocionāls? Tonim ir jāatbilst stāsta vēstījumam.
- Stāsta pasniegšanas formātu: bloga ierakstā izvēlies profesionālāku toni, savukārt, veidojot “TikTok” video, vari izmantot jautrāku un enerģiskāku pieeju.

Piemēram:

- Vēstures notikumu bērniem var izstāstīt, izmantojot kādu piedzīvojumu tēlu, kurš ceļo laikā un izzina vēsturiskus notikumus.
- Motivējošā runā jauniešiem vari izmantot iedvesmojošus vārdus un personīgus piemērus no dzīves.
- Izdomātam stāstam par zaudējumu, kas paredzēts vecākai auditorijai, būs piemērots pārdomu pilns un emocionāls tonis.

Lai tavš stāsts veidotu saikni ar auditoriju, ieklausies, kā runā tava auditorija, un iekļauj viņu valodas stilu savā stāstījumā. Izmanto humoru, slengu vai emocionālu dziļumu tur, kur tas iederas.



Aktivitāte:

Izvēlies tēmu un uzraksti īsu aprakstu trīs dažādos toņos: jautrā un rotaļīgā tonī, formālā un nopietnā tonī un sarunvalodas tonī. Salīdzini, kā katra stāsta versija maina stāsta noskaņu un atbilstību dažādām auditorijām.



7. SAISTOŠA STĀSTA VEIDOŠANA



Stāsts kļūst saistošs tad, kad tas atspoguļo auditorijas pieredzi, emocijas vai centienus. Kad cilvēki sevi saskata stāstā, saikne kļūst daudz dziļāka.

Lai padarītu stāstu auditorijai saistošāku:

- Izmanto pazīstamas vietas un situācijas – novieto savus tēlus vidē, ko auditorija atpazīst, piemēram, skolā, darbā, sociālās situācijās.
- Iekļauj īstas emocijas - parādi grūtības, uzvaras un dilemmas, ko auditorija varētu būt piedzīvojusi.
- Veido tēlus, kas atspoguļo īstu dzīves pieredzi – tēliem ir savi mērķi, bailes un konflikti, kas līdzinās auditorijas pieredzei.
- Izmanto dabisku dialogu – tēliem jārunā runā tā, kā runā auditorija.

Piemēram, stāstu par drosmi var pielāgot dažādām vecuma grupām:

- Pusaudžiem: vidusskolēns pārvar bailes uzstāties publiski.
- Bērniem: piedzīvojumu meklētājs saskaras ar noslēpumainu izaicinājumu fantāzijas pasaulē.
- Pieaugušajiem: jauns darbinieks orientējas izaicinošā darba vidē.

Kultūras kontekstā stāsts par mantojumu var koncentrēties uz pusaudzi, kurš atjauno saikni ar vecvecāku tradīcijām, parādot gan iekšējo cīņu, gan piederības sajūtu.

Aktivitāte:

Atsauc atmiņā kādu personisku pieredzi, kas tevi emocionāli ietekmēja. Pārraksti to tā, lai tā būtu tuvāka citai auditorijai, mainot vidi, tēlus vai emocijas, taču nemainot pamata vēstījumu.



8. AUDITORIJAS LĪDZDALĪBAS VEICINĀŠANA

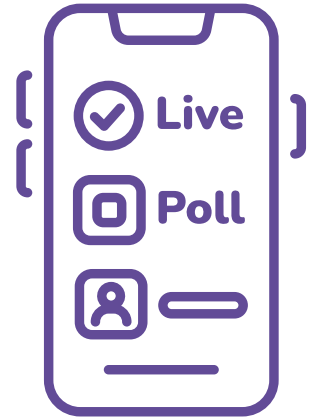


"Auditorijas līdzdalība piešķir stāstam lielāku spēku."

Auditorijas līdzdalība pārvērš stāstniecības procesu no vienvirziena pieredzes par dinamisku sarunu. Kad auditorija aktīvi piedalās, tā emocionāli vairāk iesaistās stāstā. Auditorijas līdzdalība ļauj stāstam iespieties atmiņā un iedrošina auditorijas iesaisti. Lūk, daži efektīvi veidi, kā panākt auditorijas līdzdalību:

- **Uzdod pārdomas veicinošus jautājumus:** aicini auditoriju pārdomāt tēmas, tēlus vai iznākumus. Piemērs: "Ko tu darītu, ja būtu varoņa vietā?"

- **Izmanto aptaujas un izaicinājumus:** sociālo tīklu platformas ļauj veidot interaktīvus elementus, piemēram, balsojumu par nākamo nodaļu vai aicinājumu minēt sižeta pavērsienus.
- **Iedrošini veidot alternatīvas beigas:** ļauj auditorijai iztēloties stāsta beigas. Tas īpaši labi strādā digitālajā stāstniecībā un sērijveida formātā.
- **Aicini veidot lietotāju radītu saturu:** icini auditoriju dalīties ar saviem stāstiem, zīmējumiem vai pieredzēm, kas saistītas ar tēmu.
- **Veido interaktīvu stāstu veidošanas pieredzi:** izmanto “izvēlies pats savu ceļu” formātu, kur lasītāji vai skatītāji pieņem lēmumus, kas ietekmē sižeta attīstību.



Piemēram, “Instagram” stāstnieks var publicēt aptauju ar jautājumu, ko varonim darīt tālāk. Podkāsta vadītājs var aicināt klausītājus dalīties ar savām pieredzēm par konkrētu tēmu. Rakstnieks var rīkot konkursu, kur lasītāji iesniedz savas versijas par stāsta beigām.

Aktivitāte:

Uzraksti īsu stāsta sākumu un iekļauj tajā divus interaktīvus elementus: vienu, kas aicina auditoriju piedalīties (piemēram, aptauja), otru, kas mudina auditoriju dalīties ar savām idejām vai atbildēm.

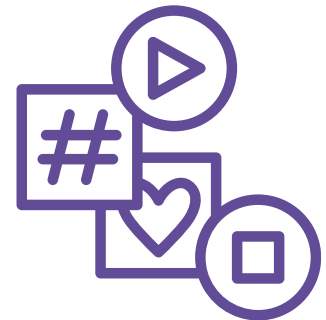


9. PIEMĒROTĀKO PLATFORMU IZVĒLE AUDITORIJAS SASNIEGŠANAI

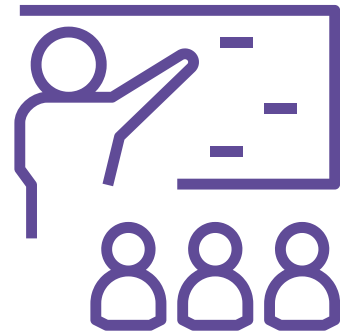


Pareizās platformas izvēle ir būtiska, lai pārliecinātos, ka tavš stāsts sasniegs un uzrunās iecerēto auditoriju. Katrai platformai ir savs mērķis, kas atbilst dažādām auditorijas vēlmēm. Lūk, dažī varianti, ko apsvērt:

- **Sociālo tīklu platformas (“TikTok”, “Instagram”, “YouTube”):** lieliski piemērotas jaunākai auditorijai, kas dod priekšroku īsam, vizuāli saistošam un interaktīvam saturam. “TikTok” izceļas ar īsiem, dinamiskiem stāstiem, “Instagram” apvieno attēlus, video un garākus aprakstus, bet “YouTube” ir lieliska platforma padziļinātai video stāstu veidošanai.
- **Blogi un stāstu veidošanas interneta vietnes:** tādas platformas kā “Medium”, “Wattpad” vai personīgie blogi ir piemērotas detalizētiem stāstiem un auditorijai, kas izbauda garāku formātu.



- **Podkāsti un audio platformas:** ja auditorija dod priekšroku stāstiem audio formā, izvēlies “Spotify” vai “Apple Podcasts”. Šāds formāts ir piemērots emocijām bagātam stāstījumam, intervijām vai dziļākām sarunām.
- **Stāstu veidošanas pasākumi un kopienas tikšanās:** ideāli piemērotas vietas kultūras vakariem, mutvārdu stāstiem un tiešai saskarsmei ar auditoriju, kas novērtē personisku kontaktu un tūlītēju atgriezenisko saiti.
- **Izglītojošas platformas:** ja tavš stāsts ir izglītojošs, lieliskas platformas ir “Coursera”, “TEDx” vai prezentācijas skolās.



Piemēram, stāstnieks, kurš dalās ar savas kultūras tautas pasakām, var izvēlēties “YouTube” vizuālai pieredzei, podkāstu platformas dziļākām sarunām vai blogu vietni rakstīšanai. Savukārt stāstnieks, kurš koncentrējas uz personīgo izaugsmi, var izmantot “Instagram”, lai veidotu īsus un motivējošus ierakstus vai detalizētāk izpausties blogā.

Aktivitāte:

Izvēlies stāsta ideju un analizē, kura(-as) platforma(-as) vislabāk derētu tavai mērķauditorijai. Ņem vērā iesaistes līmeni, satura formātu un auditorijas uzvedību. Kāpēc tieši šī platforma ir vispiemērotākā? Pareizās platformas izvēle palīdz stāstam efektīvi sasniegt iecerēto auditoriju:



- Sociālie tīkli ("TikTok", "Instagram", "YouTube"): piemēroti jaunākiem cilvēkiem, kas dod priekšroku īsiem, vizuāliem stāstiem.
- Blogi un podkāsti: piemēroti padziļinātai stāstu veidošanai.
- Kopienas pasākumi vai skolas prezentācijas: interaktīvai stāstu veidošanai.

10. STĀSTA PIELĀGOŠANA DAŽĀDIEM AUDITORIJAS SLĀŅIEM



Stāsta pielāgošana nodrošina, ka stāsts sasniedz un uzrunā dažādas cilvēku grupas. Stāsts, kas lieliski darbojas bērniem, var nešķist tik efektīvs pieaugušajiem, un stāsts, kas paredzēts noteiktai kultūras auditorijai,

ir jāpielāgo, lai to saprastu visā pasaulē. Lūk, veidi, kā vari pielāgot savu stāstu dažādām auditorijas grupām:

- Bērniem: izmanto vienkāršu valodu, spilgtus vizuālos tēlus un aizraujošus varoņus, lai noturētu uzmanību.
- Pusaudžiem: iekļauj mūsdienīgas tēmas, atpazīstamus tēlus un emocionālu dziļumu, lai veidotu saikni ar viņu personisko pieredzi.
- Profesionāļiem: koncentrējies uz strukturētu stāstījumu, loģisku secību un tēmām, kas saistītas ar profesionalitāti vai līderību.
- Multikulturālai auditorijai: izvairies no kultūras stereotipiem, izmanto iekļaujošu skatījumu un sniedz nepieciešamos konteksta skaidrojumus.

Piemēram, stāstu par komandas darbu var izstāstīt kā jautru sporta notikumu bērniem, kā komandas projektu vidusskolā pusaudžiem un kā līderības situāciju uzņēmuma vidē profesionāļiem. Tāpat arī kādas kultūras tautas pasaku var pielāgot, piešķirot tai universālas tēmas par laipnību un drosmi, lai to saprastu un izjustu arī citu kultūru pārstāvju auditorijas.

Aktivitāte:

Izvēlies stāsta ideju un uzraksti to divām dažādām auditorijas grupām. Maini vidi, tēlus un toni, bet saglabā galveno domu. Kā tu pielāgoji savu stāstu, lai tas atbilstu katrai auditorijai?



11. KULTŪRAS IZPRATNES UN INTEGRITĀTES NODROŠINĀŠANA



Iekļaujoša stāstu veidošana nodrošina, ka dažādas kultūras, tradīcijas un skatījumi tiek atspoguļoti ar cieņu un autentiskumu. Stāsti par kultūras mantojumu palīdz auditorijai veidot saikni ar savu tautu, novērtēt daudzveidību un izprast vēsturiskās tradīcijas. Veidojot noteiktai kultūrai paredzētus stāstus, ņem vērā:

- **Dažādus tēlus un skatpunktus** - godīgi attēlo dažādas etniskās grupas, tradīcijas un pieredzes.
- **Izvairīšanos no stereotipiem un klišejām** - veic izpēti, lai nodrošinātu precīzu un cieņpilnu attēlojumu.
- **Vēsturisko un sociālo kontekstu** - pārdomāti skaidro kultūras aspektus, jo īpaši starptautiskai auditorijai.

Lūk, pāris piemēru no dažādām kultūrām:

- **Lietuva:** stāsts par baltu pagāniskajām tradīcijām pirms kristietības. Jauna meitene no vecmāmiņas apgūst senas paražas un Rasas (vasaras saulgriežu) svētku nozīmi un saikni ar dabu.

- **Latvija:** tautas pasakas adaptācija par varoni Lāčplēsi, kurš simbolizē latviešu izturību - bērniem pielāgota versija ar aizraujošiem dzīvnieku tēliem.
- **Īrija:** mūsdienīgs *Cú Chulainn* mīta atstāstījums - zēns mūsdienu Dublinā atrod maģisku artefaktu, kas savieno viņu ar senā karotāja mantojumu.
- **Itālija:** stāsts, kas norisinās mazā ciemā, kur vecs amatnieks jaunajam māceklim māca darināt venēciešu maskas, atklājot šo tradīciju vēsturi un meistarību.



Pielāgojot kultūras stāstus dažādām auditorijām, stāstnieki nodrošina, ka šīs bagātīgās tradīcijas saglabā aktualitāti un pieejamību. Bērniem paredzētā versijā var dominēt piedzīvojumi un maģija, savukārt pieaugušajiem - vēsturiskais dziļums un simbolisms.

Aktivitāte:

Izvēlies kādu kultūras tradīciju no Lietuvas, Latvijas, Īrijas vai Itālijas un pārraksti to divām dažādām auditorijām - bērniem un pieaugušajiem. Kā mainās tonis, valoda un fokuss? Iekļaujoši stāsti sasniedz plašāku auditoriju un veido dziļākas saiknes. Atceries par:

- Dažādiem tēliem un skatpunktiem,
- Izvairīšanos no stereotipiem un klišejiem,
- Cieņpilnu attieksmi pret dažādām kultūras vērtībām un tradīcijām.



Aktivitāte:

Analizē kādu stāstu, kas tev patīk. Vai tas pārstāv dažādas perspektīvas? Kā tas varētu būt iekļaujošāks?



12. ATGRIEZENISKĀ SAITE ATSAUKSMĒM



Atgriezeniskās saites iegūšana ir būtisks solis stāstniecības pilnveidošanā. Auditorijas atsauksmes sniedz vērtīgu ieskatu tajā, kas jau darbojas labi un kas būtu jāuzlabo. Konstruktīva atgriezeniskā saite palīdz pielāgot savu stāstīšanas stilu, nostiprināt vēstījumu un nodrošināt to, ka tavš stāsts patiešām uzrunā auditoriju. Lūk, daži efektīvi veidi, kā iegūt un lietderīgi izmantot auditorijas sniegtās atsauksmes:

- **Tiešie jautājumi:** uzdod auditorijai jautājumus, lai uzzinātu, kas viņiem patika un ko varētu uzlabot.
- **Aptaujas un balsojumi:** izmanto tiešsaistes anketas, sociālo tīklu aptaujas vai diskusiju forumus, lai apkopotu auditorijas viedokļus.
- **Iesaistes uzraudzība:** seko līdzi reakcijām, komentāriem un dalīšanās reizēm, lai novērtētu auditorijas interesi.



- **Tiešās diskusijas:** rīko jautājumu un atbilžu (Q&A) sesiju vai diskusiju par savu stāstu. Tas var atklāt jaunas perspektīvas.

Piemēram, ja tavs stāsts par grūtību pārvarēšanu saņem atsauksmes, ka galvenā varoņa cīņa nav bijusi pietiekami saistoša, tu vari pārstrādāt tēla biogrāfiju, lai tā atspoguļotu biežāk pieredzētas sajūtas. Savukārt, ja auditorijai patīk kāda konkrēta tēma, vari to attīstīt plašāk savos nākamajos stāstos.

Aktivitāte:

Dalies ar īsu stāsta idejas aprakstu ar diviem dažādiem cilvēkiem. Palūdz, lai katrs no viņiem nosauc vienu lietu, kas viņiem patīka, un vienu lietu, ko, viņuprāt, varētu uzlabot. Pārstrādā savu ideju, balstoties uz viņu ieteikumiem, pārdomā, kā šīs izmaiņas varētu uzlabot stāsta sniegto ietekmi.



13. AUDITORIJAS IESAISTES NOVĒRTĒŠANA



Auditorijas iesaistes novērtēšana ir būtiska, lai izprastu, cik labi tavs stāsts uzrunā skatītājus, lasītājus vai klausītājus. Iesaisti nevar mērīt tikai ar skatījumu vai lasījumu skaitu. Tā ietver arī to, cik aktīvi auditorija reaģē un mijiedarbojas ar tavu stāstu. Pastāv dažādi veidi, kā mērīt auditorijas iesaisti atkarībā no platformas, kuru izmanto:

- Sociālie tīkli: “patīk” un dalīšanās reižu skaits, komentāri un skatīšanās laiks.
- Blogi un raksti: laiks, ko lasītāji pavada lapā, klikšķu skaits un dalīšanās reižu skaits.
- Tiešā stāstu veidošana: auditorijas reakcijas, līdzdalība un jautājumi pēc stāsta.
- Video un audio platformas: noskatīšanās vai noklausīšanās līdz galam, atkārtoti atskaņojumi un klausītāju atsauksmes.

Piemēram, ja tu publicē digitālu stāstu “Instagram” un tas saņem daudz dalīšanās reižu un komentāru, tas norāda uz augstu auditorijas iesaisti. Savukārt, ja tavam stāstam ir daudz skatījumu, bet maz mijiedarbības, tas var liecināt, ka auditorijai stāsts nelikās pietiekami aizraujošs vai saistošs.



Sekojoši līdz auditorijas reakcijai, vari uzlabot savu stāstniecības pieeju. Ja auditorijas iesaiste ir zema, mēģini padarīt stāstus interaktīvākus, tuvākus auditorijas pieredzei vai vizuāli pievilcīgākus. Uzdod sev šos jautājumus: Vai cilvēki reaģē emocionāli? Vai viņi par stāstu savstarpēji runā vai dalās ar to tālāk?

Aktivitāte:

Atrodi kādu populāru digitālo stāstu un analizē tā iesaistes rādītājus. Kādi faktori, tavuprāt, veicināja stāsta panākumus? Ja iespējams, salīdzini ar kādu ne tik veiksmīgu stāstu un nosaki, kā trūka auditorijas iesaistes ziņā. Auditorijas iesaistes analīze palīdz saprast, kas patiesi rezonē ar tavu auditoriju un kā padarīt stāstus iedarbīgākus nākotnē.

2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Analizē:

- Skatījumu, “patīk” un dalīšanās reižu skaitu.
- Komentārus un tiešās reakcijas.
- Stāstu noturību – vai skatītāji to noskatījušies līdz galam?

14. UZTICAMAS AUDITORIJAS KOPIENAS VEIDOŠANA



Uzticama auditorija ir ilgtermiņa stāstu veidošanas panākumu pamats. Tā vietā, lai katru reizi mēģinātu piesaistīt jaunus skatītājus vai klausītājus, uzticamas kopienas veidošana nodrošina, ka auditorija paliek nemainīgi iesaistīta un ar interesi gaida nākamos stāstus. Lai veicinātu auditorijas uzticamību, ieteicams:

- **Būt konsekventam** - publicē saturu regulāri, lai auditorija zinātu, kad gaidīt jaunus stāstus.
- **Iesaistīt auditoriju** - atbildi uz komentāriem, uzdod jautājumus, rosini diskusijas.
- **Veidot interaktīvu pieredzi** - veido izaicinājumus, jautājumu un atbilžu sesijas vai tiešraides stāstu lasījumus, lai iesaistītu auditoriju.
- **Veicināt līdzdalību** – aicini auditoriju dalīties ar savām idejām, pieredzēm vai veidot stāstus kopā ar tevi.

Aktivitāte:

Izveido īsu sociālo tīklu publikācijas melnrakstu, kurā aicini savu auditoriju piedalīties stāstu veidošanas izaicinājumā. Iedrošini auditoriju dalīties ar savām mīļākajām atmiņām, tradīcijām vai radošu interpretāciju par kādu populāru tēmu

15. STĀSTA PIELĀGOŠANA, BALSTOTIES UZ AUDITORIJAS ATSAUKSMĒM



Stāstu veidošana ir nepārtraukts attīstības process, un auditorijas atsauksmes sniedz vērtīgu ieskatu šī procesa pilnveidošanā. Izprotot, kas patiešām rezonē ar tavu auditoriju, vari precizēt savas stāstniecības metodes, padarot stāstus iesaistošākus un iedarbīgākus. Iespējamie uzlabojumi:

- **Tempa vai toņa pielāgošana** - ja auditorijai stāsts šķiet pārāk lēns, iesaisti vairāk darbības vai dialoga, lai noturētu auditorijas uzmanību. Savukārt, ja stāsts šķiet pārsātināts, palēnini nozīmīgākos brīžus, lai padziļinātu emocionālo ietekmi.
- **Skaidrības un saiknes veicināšana** - ja noteiktas tēmas vai atsauces emocionāli nerasniedz auditoriju, vienkāršo izmantoto valodu vai padari varoņus tuvākus klausītāju pieredzei.
- **Stāsta formāta eksperimenti** - izmēģini dažādus medijus, piemēram, video, podkāstus, interaktīvus vai vizuālus stāstus, lai sasniegtu dažādas auditorijas grupas.

Piemēram, ja vēsturisks stāsts video formātā saņem atsauksmes, ka jaunākiem skatītājiem tas šķiet pārāk garš, to var saīsināt vai papildināt ar animācijām, lai pielāgotos auditorijai. Ja personisks stāsts par grūtību pārvarēšanu saņem komentārus, kur klausītāji pauž vēlmi dzirdēt vairāk par konkrētām pieredzēm, šo sadaļu paplašināšana var radīt dziļāku emocionālo saikni ar auditoriju.

Aktivitāte:

Izvēlies kādu iepriekš uzrakstītu stāstu un iegūsti atsauksmes no vismaz diviem cilvēkiem. Nosaki vienu lietu stāstā, kas darbojas labi, un vienu jomu, ko vajadzētu uzlabot. Pārstrādā savu stāstu, balstoties uz gūtajām atsauksmēm, un pārdomā, kā tas uzlaboja stāsta kopējo ietekmi.



Secinājumi

Auditorijas izpratne un iesaiste ir veiksmīgas stāstu veidošanas atslēga. Kad tu zini, kas ir tava auditorija, tu vari:

- Radīt stāstu, kas veido emocionālu saikni ar auditoriju;
- Nodot vēstījumu, kas atstāj paliekošu iespaidu;
- Izvēlēties piemērotāko platformu, lai to sasniegtu.

Lielisks stāsts ne tikai izklaidē, bet arī iedvesmo un liek cilvēkiem justies sadzirdētiem. Lai veicinātu auditorijas iesaisti:

- Uzdod jautājumus;
- Iegūsti atgriezenisko saiti;
- Pielāgo savu stāstīšanas stilu viņu interesēm.

Aktivitāte:

Izvēlies stāsta ideju un piemēro visu, ko esi apguvis līdz šim. Nosaki savu auditoriju, izpēti viņu intereses un uzraksti īsu stāstu, kas ir pielāgots tieši viņiem.



Neatkarīgi no tā, vai tavs mērķis ir sasmīdināt, likt aizdomāties vai sapņot, auditorijas iesaiste noteiks tava stāsta ietekmi. Izmantojot pareizo pieeju un auditoriju, tavs stāsts var iedvesmot, izglītēt un izklaidēt gadiem ilgi.

AUDITORIJAS IZPRATNES PIEMĒRI EIROPĀ

Nacionālie ieskati no Lietuvas, Īrijas, Latvijas un Itālijas

No podkāstiem līdz tiešraides pasākumiem jaunie stāstnieki visā Eiropā zina, ka lielisks stāsts nenorobežojas ar to, par ko tu stāsti, bet gan ar cilvēkiem, kam to stāsti. Šie piemēri parāda, kā auditorijas izpratne palīdz stāstiem kļūt saistošākiem un jēgpilnākiem.

Lietuva

Balsiņu mitoloģijas parks, Viļņa. Videostāstu mērķauditorija ir Lietuvas pusaudži vecumā no 14 līdz 18 gadiem, īpaši tie, kas apmeklē parku skolas ekskursijās vai kopā ar ģimeni. Viņi ir zinātkāri, tehnoloģiski prasīgi un dod priekšroku īsam, vizuāli pievilcīgam un dinamiskam saturam. Viņiem patīk mitoloģija, kas pasniegta mūsdienīgā vai mītiskā stilā. Mērķis ir veicināt interesi par vietējo kultūras mantojumu, izmantojot atpazīstamu un viegli uztveramu saturu, kas mudina jauniešus turpināt izziņāt parku, piemēram, skenējot parkā izvietotos QR kodus.

2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība



Īrija

Tyrone Guthrie centrs Monahanas grāfistē rīko stāstniecības darbnīcas, kurās jaunieši dalās savos personiskajos stāstos, vienlaikus ņemot vērā savas auditorijas emocijas un intereses. Centra izglītojošā programma iedrošina dalībniekus izzināt, kam viņi stāsta savu stāstu un kā to pielāgot, lai veidotu saikni ar klausītājiem. Darbnīcās jaunieši mācās veidot emocionāli uzrunājošus stāstus, piemēram, par dzīvi laukos, kopienu vai ģimeni, pielāgojot saturu tā, lai tas atspoguļotu klausītāju personisko pieredzi. Arī viesmākslinieki un apmeklētāji bieži pielāgo savus stāstus lauku vides auditorijai, rūpējoties, lai saturs un valoda būtu pieejami un saistoši vietējiem iedzīvotājiem. Atpazīstot auditorijas vērtības, izaicinājumus un intereses, dalībnieki mācās radīt jēgpilnus un atpazīstamus stāstus. Centrs māca, ka auditorijas izpratne ir atslēga, lai veidotu iedarbīgus stāstus neatkarīgi no tā, vai auditorijai tiek stāstīta kāda vietējā leģenda, personiska pieredze vai pasaka. Šāda pieeja palīdz jaunajiem stāstniekiem veidot dziļāku saikni ar saviem klausītājiem, padarot stāstus aizraujošus un neaizmirstamus.



Latvija

Latvijā satura veidotāja @airitata izmanto interaktīvu pieeju savos "TikTok" ēst gatavošanas video. Viņa bieži iesaista auditoriju, uzdodot jautājumus, piemēram: "Ko tu pievienotu šai receptei?", vai veidojot aptaujas: "Nākamais - salds vai sāļš?" Šāda pieeja rosina sekotājus dalīties ar idejām un balsot, pārvēršot skatītājus par līdzautoriem un stiprinot saikni ar auditoriju, nodibinot nozīmīgu līdzdalību.



Itālija

@greg_goya ir ielu mākslinieks un satura veidotājs no Turīnas, kas pazīstams ar savu unikālo "fast art" jeb ātrās mākslas pieeju, kurā viņš apvieno ielu mākslu ar uzstāšanos. Viņa darbi veidoti, lai iesaistītu jaunāku, sociālo mediju lietotāju auditoriju, apvienojot vizuālo mākslu ar interaktīviem elementiem. Goya instalācijas bieži ietver aicinājumus uz līdzdalību, piemēram, uz zemes uzzīmētas sirdis ar uzrakstu "skūpstieties šeit" vai soliņus,

uz kā uzrakstīti pārdomu veicinoši jautājumi. Šie darbi rada tūlītēju emocionālu reakciju un mijiedarbību, pārvēršot mākslu par kopīgu pieredzi. Dokumentējot šīs mijiedarbības un daloties ar tām “Instagram” un “TikTok”, mākslinieks paplašina savu auditoriju ārpus fiziskās telpas, veidojot digitālu dialogu ar skatītājiem. Viņa saturs īpaši uzrunā jauno paaudzi, kas novērtē autentiskumu, spontanitāti un emocionālu saikni mākslā.



DALIES AR SAVU STĀSTU

2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

No kopienas veidošanas līdz
jauniešu nodarbinātībai

**DIGITĀLAIS
STĀSTS**

3

**DIGITĀLĀ
STĀSTNIECĪBA**



2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība



**DIGITAL
STORY**

KĀ IZSTĀSTĪT STĀSTU?

DIGITĀLAIS STĀSTS | JAUNATNES CEĻVEDIS

IEVADS:

Kas ir digitālā stāstniecība?

Digitālā stāstniecība ir stāstu veidošanas māksla, izmantojot digitālos rīkus, piemēram, attēlus, video, audio un tekstu. Tā ir inovatīva pieeja ideju, emociju un pieredzes izpaušmei vizuālā un interaktīvā formātā. Šī metode nav piemērota tikai ar personīgiem stāstiem - to var izmantot arī sabiedrības līdzdalības veicināšanai, sociālo problēmu izcelšanai, kopienu projektu popularizēšanai vai kultūras un vēsturiskā mantojuma saglabāšanai. Pateicoties digitālo mediju spēkam, stāsti var sasniegt plašu auditoriju un veicināt reālu rīcību.

Kā tā darbojas?

Katra digitālā stāsta pamatā ir dažādu multimediju elementu apvienošana, lai radītu pārlicinošu un saistošu stāstu. Tas var izpausties dažādos formātos, piemēram:

- Kā īss video sociālo tīklu platformās, kā "YouTube" vai "TikTok",
- Kā attēlu karuselis ar tekstu "Instagram",
- Kā podkāsts ar intervijām un pavadošām skaņām,
- Kā bloga ieraksts ar fotogrāfijām un patiesiem stāstiem.



Praktisks piemērs:

Iedomājieties, ka vēlies izstāstīt stāstu par kādu gadu vecāku sievieti no savas pilsētas vai ciemata, kura jau paaudzēm ražo amatniecisku medu. Stāsts varētu ietvert:

- Fotografijas ar viņas rokām un bišu stropiem,
- Audio ierakstus, kurā viņa dalās savā pieredzē,
- Īsus video sižetus, kuros redzams medus tapšanas process,
- Tekstu, kas apraksta attēlus un piešķir stāstam emocionālu dziļumu.

Šādi auditorija stāstu ne tikai izlasa, bet redz, dzird un piedzīvo.



1. DIGITĀLĀ STĀSTNIECĪBA: KAS UN KĀDĒĻ



Kas ir digitālās stāstniecības pamatelementi?

Lai radītu efektīvu digitālo stāstu, svarīgi apvienot vairākus elementus:

- **Autora balsi:** personisks stāstījums ir digitālā stāsta pamats. Visbiežāk autors ir arī stāsta galvenais varonis, kas piešķir stāstam oriģinalitāti un emocionālu dziļumu.
- **Attēlus:** tie var būt personīgi izvēlēti vai atlasīti no citiem avotiem, lai papildinātu stāstu. Fotografijas, ilustrācijas un grafikas palīdz vizualizēt vēstījumu un padarīt to saistošāku.



- **Video (pēc izvēles):** stāstu var papildināt ar īsiem video fragmentiem, lai piešķirtu stāstam dinamiku un reālismu.
- **Mūziku un skaņas:** audio veido atmosfēru un emocijas. Fona mūzika un pavadošās skaņas var izcelt svarīgākos stāsta brīžus.

Kāpēc digitālā stāstniecība ir nozīmīga?

1. Tā pastiprina stāstnieka balsi un veicina sabiedrisko līdzdalību: cilvēki kļūst aktīvi pilsoniskajā dzīvē, izmantojot digitālos medijus ne tikai satura patērēšanai, bet arī līdzcilvēku informēšanai un iedvesmošanai.

Digitālās stāstniecības rīki ļauj:

- Aktualizēt sociālos un vides jautājumus, kas ir svarīgi autoriem (piemēram, klimata pārmaiņas, tradīciju un kultūras mantojuma saglabāšana),
- Dalīties ar kopienu stāstiem un pieredzēm, kas citādi netiktu pārstāvēti,
- Attīstīt empātiju un pilsonisko atbildību, izpētot citu cilvēku dzīvesstāstus.



2. Tā veicina kopienas projektu norisi un vietējo iedzīvotāju iesaisti, veidojot saikni ar kopienu, izmantojot tehnoloģijas.

Digitālie rīki palīdz:

- Dokumentēt un popularizēt kopienas iniciatīvas, skolas projektus vai vietējo brīvprātīgo darbu.
- Veidot digitālās izstādes, foto stāstus vai interaktīvas kartes, kas izceļ vietas, stāstus un notikumus.
- Sadarboties ar vienaudžiem, pedagogiem un vietējiem partneriem.



3. Tā palīdz saglabāt vēsturisko un kultūras mantojumu, izrādot lepnumu par savām saknēm un mantojumu, vienlaikus attīstot pētniecības un mediju veidošanas prasmes.



Kā digitālie arhivāri mēs izmantojam stāstniecības rīkus, lai:

- Ierakstītu un dalītos ar ģimenes stāstiem, intervijām ar vecākās paaudzes pārstāvjiem vai kultūras praksēm.
- Atjaunotu sava rajona, pilsētas vai migrācijas stāstus.
- Radītu multimediju projektus, kas izceļ daudzveidību un identitāti.

4. Tā veicina digitālo rīku apgūšanu ar mērķi - rīkus izmanto ne tikai tehnoloģiju lietotāji, bet arī kritiski, radoši un ētiski stāstnieki digitālajā laikmetā.

Visos šajos kontekstos digitālie rīki kļūst par vairāk nekā tehniskām prasmēm. Tie kļūst par jēgpilnas stāstniecības darbarīkiem:

- Video un audio montāža māca par stāsta struktūru un mediju ētiku.
- Dizaina platformu izmantošana attīsta vizuālo komunikāciju un radošo domāšanu.
- Stāstu publicēšana tiešsaistē veicina medijpratību un digitālās pilsonības izpratni.



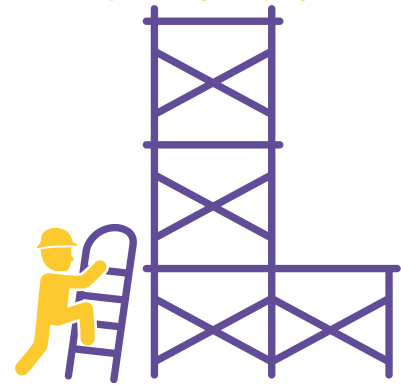
2. DIGITĀLĀ STĀSTA ELEMENTI



Lai radītu saistošu un efektīvu digitālo stāstu, būtiski ievērot skaidru struktūru un integrēt galvenos stāstniecības elementus.

Stāsta struktūra

Labi veidots digitālais stāsts seko loģiskai secībai, kas palīdz auditorijai iedziļināties:



Levads

Prezentē tēmu un kontekstu. Ievadam uzreiz jāpiesaista uzmanība un skaidri jāiepazīstina ar stāsta galveno motīvu.

- Āķis: sāk ar intriģējošu jautājumu, negaidītu faktu vai spēcīgu vizuālu kadru, kas raisa ziņkāri.
- Vieta un fons: iepazīstini ar stāsta norises laiku, vietu un apstākļiem, lai radītu skaidru priekšstatu.
- Noskaņa: izmanto mūziku, krāsas un stāstījuma toni, lai radītu emocionālo noskaņojumu.
- Varoņa iepazīstināšana: prezentē galveno varoni (vai varoņus) un viņu sākotnējo situāciju, padarot varoņus saistošus un interesantus.

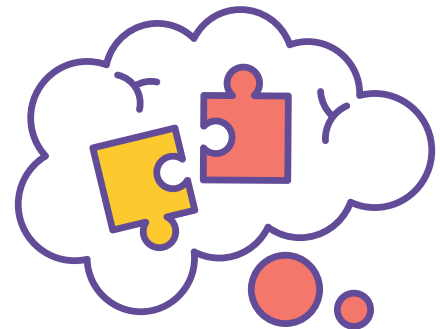
Attīstība

Iepazīstini ar svarīgākajiem notikumiem, tēliem un emocijām. Šī ir stāsta sirds, kas veido iesaisti un emocionālo saikni.

- Varoņa attīstība: parādi, kā varonis mainās piedzīvoto notikumu, grūtību vai atklāsmju rezultātā.



- Spriedze un konflikts: ievies izaicinājumus, dilemmu vai šķēršļus, kas padziļina stāstu.
- Emocionālā iesaiste: izmanto personiskas pārdomas, skaidrojumus un dinamiskus vizuālos elementus, lai radītu emocionālu saikni ar skatītāju.
- Ritms un pārejas: nodrošini vienmērīgu pāreju starp ainām, lai saglabātu stāsta skaidrību un plūsmu.



Nobeigums

Sniedz galveno vēstījumu, morāli vai aicinājumu rīkoties, kas mudina auditoriju domāt vai iesaistīties.

- Konflikta atrisinājums: parādi, kā stāsta izaicinājumi tiek pārvarēti vai pārvērsti par jaunām iespējām.
- Galvenā atziņa: izcel svarīgāko domu, ko auditorijai vajadzētu atcerēties.
- Aicinājums rīkoties (ja paredzēts): mudini auditoriju pārdomāt, dalīties vai iesaistīties atbilstoši stāsta tēmai.
- Noslēgums: izmanto spēcīgu citātu, vizuālu kadru vai emocionālu brīdi, kas paliks atmiņā.

Praktisks piemērs: stāsts par vietējo tradīciju saglabāšanu

IEVADS

- Sākuma aina: īss video kadrs ar iepriekš notikušu festivālu skatiem, kas kontrastē ar tukšu pilsētas laukumu mūsdienās.
- Jautājums uz ekrāna: "Kas notiktu, ja mūsu tradīcijas izzustu?"
- Mūzika: sākumā klusa, nostalgiska melodija, kas pakāpeniski pāriet modernā skaņdarbā.



ATTĪSTĪBA

- Filmē interviju: vecākā paaudze, kas dalās atmiņās par festivālu.
- Parādi mūsdienu skatījumu: intervijas ar jauniešiem par to, vai un kā viņi piedalās tradīcijās.
- Savij kopā vecos kadrus ar jaunajiem: parādi, kā tradīcijas ir mainījušās.
- Padari stāstu personisku: ja pats vēl nekad neesi piedalījies, nofilmē savu pirmo pieredzi.

NOSLĒGUMS

- Kadrs ar košu, dzīvīgu festivālu, kurā novērojama aktīva jauniešu iesaiste.
- Noslēguma teksts uz ekrāna: "Tradīcijas turpinās, ja izvēlamies tās uzturēt. Vai būsi daļa no šī stāsta?"
- Iedvesmojoša, pacilājoša noslēguma mūzika.



Galvenie elementi

Tēli un vide

Kas ir stāsta galvenie varoņi? Kur notiek stāsts? Šie elementi palīdz auditorijai veidot emocionālu saikni ar stāstu.



Vēstījums un emocijas

Katram digitālajam stāstam ir emocionāls mērķis un galvenais vēstījums. Ir svarīgi nodot stāsta nozīmi un iesaistīt skatītāju personiskā līmenī.



Skaidrība un vienkāršība

Valodai jābūt tiešai un viegli uztveramai, ko pastiprina efektīva vizuālā struktūra (īsi teksti, skaidras ainas un rūpīgi atlasīti attēli).



3. PAREIZO RĪKU IZVĒLE DIGITĀLAJAI STĀSTNIECĪBAI



“Digitālie rīki ir otas. Tavs stāsts ir glezna.”

Lai izveidotu veiksmīgu digitālo stāstu, būtiski izmantot atbilstošus rīkus. Zemāk redzama salīdzinājuma tabula ar ieteicamo programmatūru un lietotnēm, kas pielāgotas katram stāstniecības posmam. Katram rīkam veltīts īss apraksts, ikona un QR kods ar saiti uz tiešsaistes pamācību.

Kategorija	Rīks	Īss apraksts	Pamācības QR kods
Grafiskais dizains un attēlu apstrāde	Canva	Viegli izmantojams rīks grafiskajiem elementiem, plakātiem, prezentāciju sagatavēm.	
	Pixlr	Intuitīvs attēlu apstrādes rīks attēlu uzlabošanai, filtriem, efektiem.	
Video montāža	iMovie	Vienkārša video montāžas programma ar pamata pārejām un efektiem.	
	CapCut	Bezmaksas lietotne ar avancētiem rīkiem ātrai un aizraujošai video montāžai.	
	InShot	Ideāli piemērots rīks īsiem video ar tekstu, uzlīmēm un skaņu efektiem.	
	Lumen 5	Mākslīgā intelekta platforma, kas vienkāršo video montāžu, ļaujot ātri un viegli pārvērst blogu, rakstu vai pat ideju par video.	

Kategorija	Rīks	Īss apraksts	Pamācības QR kods
Audio montāža	Audacity	Bezmaksas audio apstrādes rīks balss ierakstīšanai, efektiem.	
	GarageBand	Profesionāli mūzikas vai balss ierakstīšanas un miksēšanas rīki.	
Rakstīšana un stāstu iedvesmas kolāžas	Storyboard That	Tiešsaistes rīks stāsta iedvesmas kolāžu veidošanai.	
Bezmaksas attēli un grafiskie elementi	Unsplash	Augstas kvalitātes bezmaksas attēlu krātuve stāstu ilustrēšanai.	
	Pixabay	Liela bezmaksas attēlu un video bibliotēka.	
Bezmaksas mūzika un skaņas efekti	Free Music Archive	Bezmaksas dziesmas fona mūzikai	

Kategorija	Rīks	Īss apraksts	Pamācības QR kods
Bezmaksas mūzika un skaņas efekti	YouTube Audio Library	Mūzika bez autortiesībām video montāžai.	
Animācija	Gacha Club	Bezmaksas mobilā spēle, kurā spēlētāji var izveidot un pielāgot anime stila varoņus, iesaistīties cīņās un veidot stāstus spēles studijas režīmā.	

Aktivitāte: Ideju ģenerēšana un iedvesmas kolāžu veidošana

Veido savu digitālo stāstu! Vai vēlies izveidot saistošu digitālo stāstu? Sāksim ar pamatu - skaidru ideju un stabilu struktūru. Šajā grupu aktivitātē liksim lietā radošo domāšanu un veidosim iedvesmas kolāžas, lai izstrādātu savu projektu.

Radošā ideju ģenerēšana

Mērķis: radīt oriģinālas idejas un izvēlēties jēgpilnu tēmu.



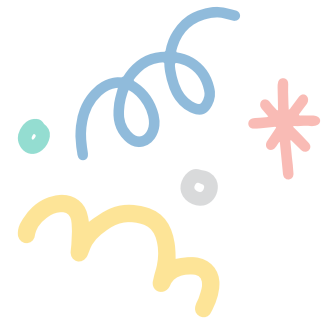
Kas jādara?

- Sadalieties grupās pa 3–5.
- Izvēlieties tēmu, kas saistīta ar dzīvi laukos. Dažas idejas:
 - Vietējās tradīcijas (svētki, senie amati, novada leģendas);
 - Daba un vide (klimata pārmaiņas, ilgtspējīga lauksaimniecība);
 - Dzīvesstāsti (personiskas pieredzes, kopienas apraksti).
- Pierakstiet idejas uz papīra līmlapiņām vai izmantojiet digitālo tāfeli (piem., Miro, Jamboard).

4. Sagrupējiet līdzīgās idejas un izvēlieties, kuru stāstu veidot.

Noderīgi digitālie rīki:

- Google Jamboard digitālai ideju ģenerēšanai;
- Trello ideju sakārtošanai tematiskās kartītēs.



Iedvesmas kolāžu veidošana

Mērķis: sakārtot stāstu, lai veidotu skaidru secību.

Kas jā dara?

1. Uzzīmējiet vienkāršu stāsta secību ar trīs galvenajām daļām:
 - Sākums - iepazīstināšana ar tēmu un galvenajiem varoņiem.
 - Attīstība - stāsta galvenie notikumi.
 - Noslēgums - vēstījums vai aicinājums rīkoties.
2. Definējiet detaļas:
 - Vide - kur notiek stāsts?
 - Varoņi - kas ir galvenie tēli?
 - Ainas - kas ir svarīgākie mirkļi?
3. Ja iespējams, izmantojiet digitālu iedvesmas kolāžu veidošanas rīku (Storyboard That, Canva) vai strādājiet uz papīra, izmantojot izdrukātas sagataves.

Noderīgi rīki:

- Storyboard digitālās iedvesmas kolāžas veidošanai.
- Izdrukātas sagataves darbam uz papīra.

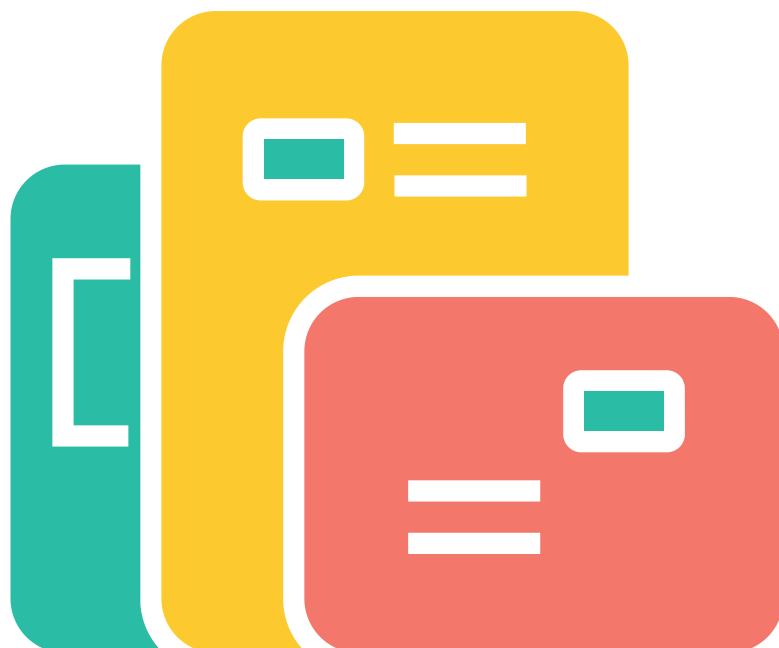
Tagad jūsu komandas kārta! Izvēlieties tēmu, attīstiet idejas un atdzīviniet savu digitālo stāstu!

Iedvesmas kolāžas paraugu skatīt nākamajā lapā. (Ar attēliem un aprakstiem)

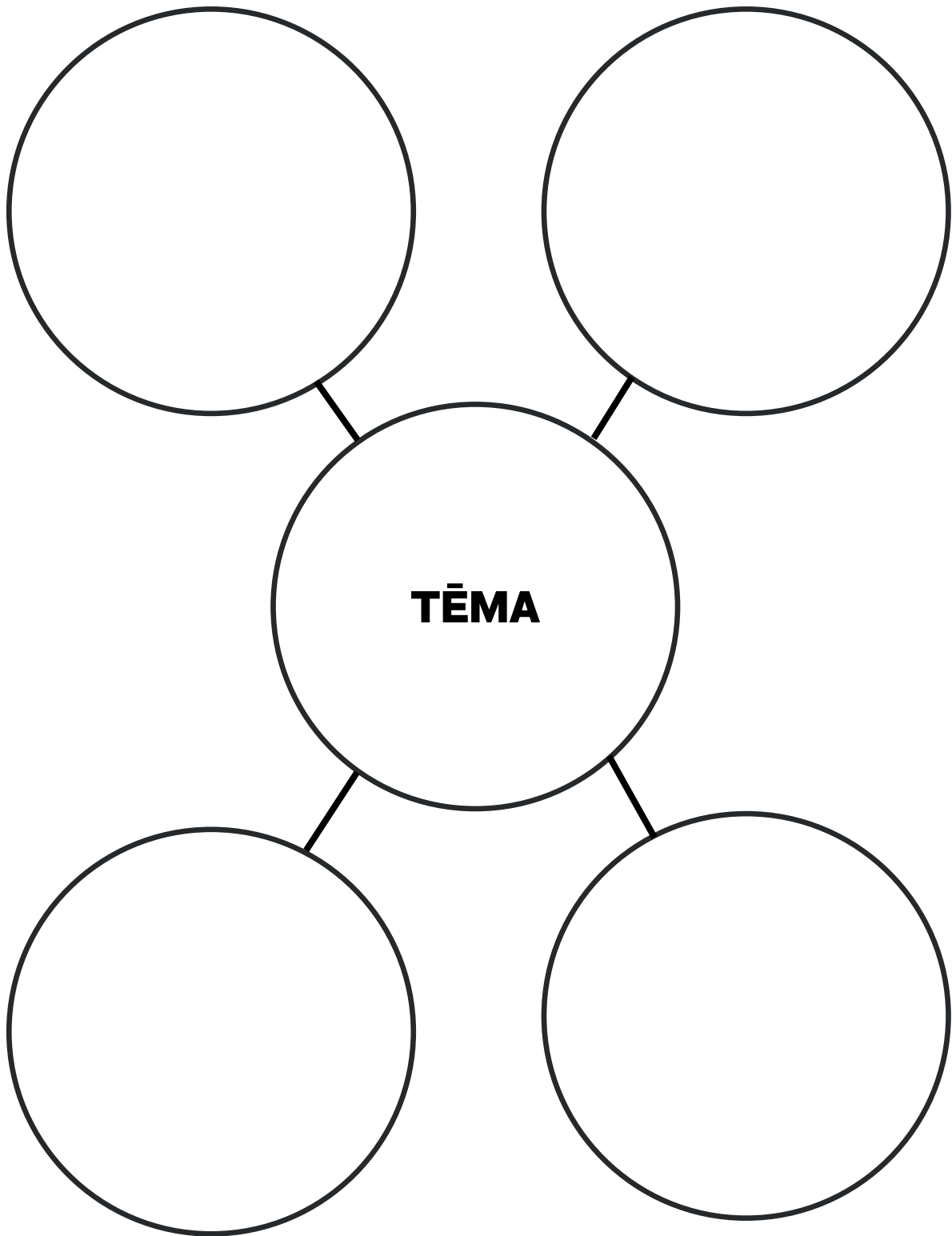


Tēma	Ievads	Galvenā daļa	Nobeigums
Vietējais festivāls	Ciematš gatavo dekorācijas ikgadējam laternu festivālam.	Kopiena pulcējas; bērni kopā ar vecākiem iedodz laternas.	Pārdomas par to, kā tradīcijas vieno paaudzes.
Lauksaimnieka ikdiena	Iepazīšanās ar Mariju, jaunu bioloģisko lauksaimnieci.	Cīņa ar sausumu un novatoriski risinājumi.	Vēstījums par ilgtspējīgu lauksaimniecību un cerību.
Vietējā leģenda	Bērns klausās vecu pasaku par meža ģaru.	Kopīgi pēta ar leģendu saistītos pavedienus.	Tiek atklāts slepenais avots, kas savieno pagātņi ar tagadni.

Izmantojiet interaktīvās sagataves, lai vizualizētu savas idejas.



RADOŠO IDEJU KARTE



STĀSTA IEDVESMAS KOLĀŽA



Ainas apraksts:

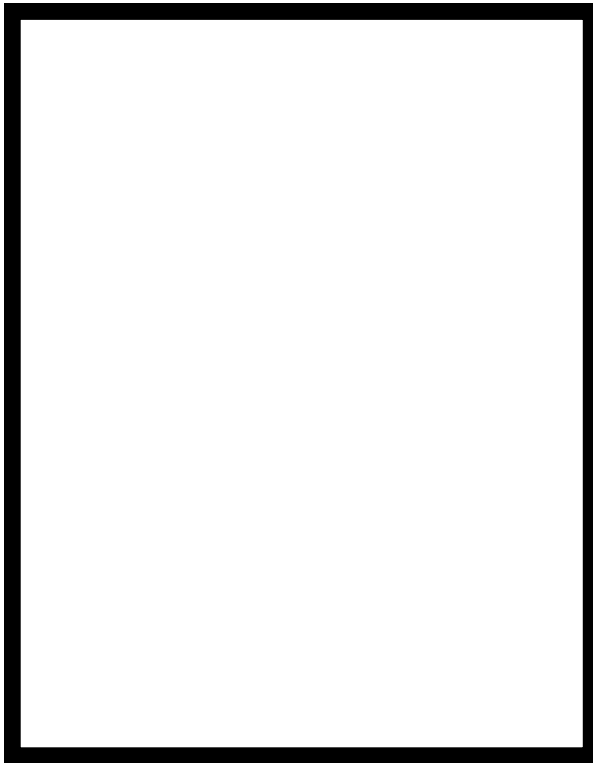
.....
.....
.....

Stāstījums/aizkadra balss:

.....
.....
.....
.....



TĒLU UN VIDES LAPA



Uzzīmē tēlu vai vidi

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Apraksti tā(-s) lomu, rakstura iezīmes vai nozīmi

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. RAŽOŠANAS TEHNIKAS: FILMĒŠANA UN IERAKSTĪŠANA

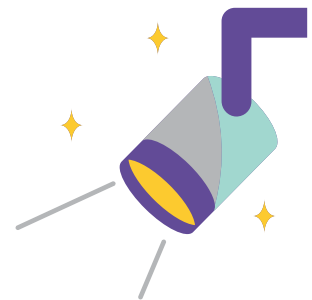


Lai stāsts aizrautu auditoriju, svarīgi veidot kvalitatīvu video saturu. Būtiska nozīme ir apgaismojumam, skaņai un kadra kompozīcijai. Lūk, ceļvedis, kas palīdzēs uzlabot savu filmēšanas tehniku.

Padomi kvalitatīvai filmēšanai

Apgaismojums un kadrs

- Pēc iespējas vairāk izmanto dabisko gaismu - filmē "zelta stundā" (agri no rīta vai vēlu pēcpusdienā, kad aust vai riet saule), lai iegūtu vieglu, siltu apgaismojumu.
- Izvairies no apgaismošanas no aizmugures - novieto gaismas avotu priekšā filmējamajam objektam.
- Stabilizē kadru - izmanto statīvu vai atbalsti telefonu uz stabilas virsmas.



Audio kvalitāte

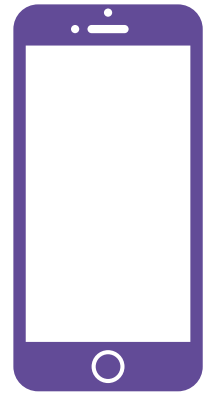
- Ieraksti klusā vidē - fona troksnis var novērst uzmanību.
- Izmanto ārējo mikrofonu - neliels piespraužams mikrofons ievērojami uzlabo skaņas kvalitāti.



- Veic testa ierakstu - pirms pilnas ainas filmēšanas pārlicinies, vai audio ir kvalitatīvs.

Tehniskie jautājumi: horizontāls vai vertikāls kadrs?

- Horizontāli (16:9) - labākais formāts "YouTube", mājaslapām un prezentācijām; kino efekts.
- Vertikāli (9:16) - "Instagram" reels, "TikTok" un "Snapchat"; saturs mobilajām ierīcēm.
- Kvadrāts (1:1) - paredzēts "Instagram" un "Facebook" ziņu lentām (feed).



Aktivitāte: filmē stāstu par lauku vidi

Mērķis: nofilmēt 30 sekunžu garu video ar viedtālruni, iemūžinot kādu nozīmīgu lauku dzīves aspektu.

- Izvēlies tēmu: piemēri - vietējais amatnieks, kurš izgatavo rokdarbus, tradicionāli lauku svētki vai festivāli, dabas ainava, piemēram, saullēkts pār pļavu.
- Izplāno kadrus: nosaki tuvplānus, platus kadrus un kustību, lai video būtu dinamisks.
- Filmē vairākus mēģinājumus: leņķu dažādība noderēs montāžas laikā.
- Pievieno stāstu vai skaņu: ieraksti balss ierakstu vai apkārtējās dabas skaņas, kas piešķir atbilstošu atmosfēru.

Padomi

- Vienmēr notīri kameras lēcu pirms filmēšanas.
- Sociālajiem tīkliem paredzēti video līdz 60 sekundēm.
- Izmanto vienkāršu video montāžas lietotni (CapCut vai iMovie), lai uzlabotu video materiālu.



6. REDIĢĒŠANA UN KADRU KOMPOZĪCIJA



“Tonis, laiks, balss un izpildījums piešķir stāstam dzīvību.”

Kad video materiāls ir nofilmēts, montāža kļūst par nākamo būtiskāko soli. Tā pārvērš atsevišķus kadrus saistošā stāstā. Šajā posmā tiek atlasīti labākie mirkļi, pievienoti efekti, uzlabota skaņa un radīta dinamiska plūsma.

Montāžas posmi

1. Datņu importēšana

- Augšupielādē video, attēlus un audio montāžas programmā.
- Sakārto failus mapēs, lai veidotu kārtīgu darba vidi.

2. Kadrēšana un atlase

- Izgriez liekos fragmentus, saglabājot svarīgākos mirkļus.
- Sakārto ainas atbilstoši stāsta struktūrai.
- Uzturi vienmērīgu ritmu un izvairies no pārāk straujām pārejām vai garām pauzēm.

3. Efekti un pārejas

- Izmanto plūstošas pārejas.
- Pievieno tekstu skaidrībai vai nosaukumiem.
- Uzlabo skaņas kvalitāti ar fona mūziku vai efektiem (piem., Free Music Archive).

Noderīgi rīki:

- CapCut / InShot → ātrai un intuitīvai montāžai telefonā
- iMovie / DaVinci Resolve → jaudīgākai montāžai datorā.

Montāžas rīku pārskats

Programma	Platforma	Galvenās iezīmes
iMovie	iOS/Mac	Viegli izmantojams, pamata efekti, augstas kvalitātes eksports.
InShot	iOS/Android	Viegli izmantojams, pamata efekti, augstas kvalitātes eksports.
CapCut	iOS/Android	Viegli izmantojams, pamata efekti, augstas kvalitātes eksports.

Padoms: izmēģini dažādas video montāžas programmas, lai atrastu sev piemērotāko!

Aktivitāte: samontē savu video!

Mērķis: izveidot 30-60 sekunžu garu video, izmantojot iepriekš nofilmētos kadrus un iedvesmas kolāžu.

Soļi:

1. Strādāji grupās un izvēlieties atbilstošu montāžas programmu.
2. Augšupielādējiet videoklipus un atlasiet labākos kadrus.
3. Pievienojiet pārejas, efektus un mūziku, lai veidotu stāsta plūsmu.
4. Eksportējiet gala video un prezentējiet to grupai, lai saņemtu atsauksmes.



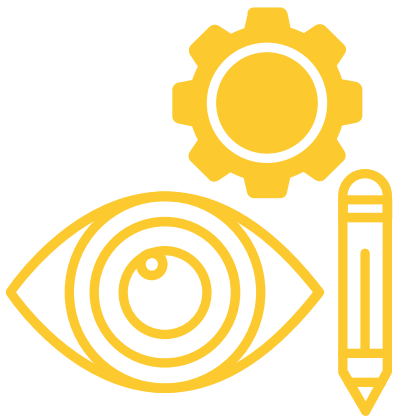
2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320

Aktivitātes variācijas:

- Radošais izaicinājums: izveidojiet divas video versijas - vienu dinamisku un ātru, otru mierīgu un balstītu uz stāstu.
- Skaņas eksperiments: vienu versiju montējiet ar mūziku, otru - bez. Salīdziniet panākto emocionālo efektu.



7. PADOMI EFEKTĪVAM VIZUĀLAJAM IZKĀRTOJUMAM



“Labi vizuālie elementi ne tikai izģrezno, bet arī komunicē.”

Labi izstrādāts vizuālais noformējums bagātina stāstījumu, padarot saturu saistošāku un vieglāk uztveramu. Lūk, būtiskākie dizaina principi, kas jāņem vērā, veidojot digitālo stāstu.

Praktiski padomi efektīvai prezentācijai

Krāsu palete - izvēlies saskanīgu un vizuāli pievilcīgu krāsu komplektu, kas atspoguļo lauku kopienas identitāti.

- Praktiski piemēri: ja vēlies veidot simbolizēt tradīcijas un siltumu, izmanto zemes toņus - brūnu, bēšu, terakotu. Ja vēlies izcelt dabu un ilgtspējību, izvēlies maigus zaļos un zilos toņus.
- Noderīgi rīki: Colors, Adobe Colour - harmoniskas krāsu paletes veidošanai.

Salasāms teksts - izmanto modernus un skaidrus teksta fontus, lai nodrošinātu vieglu lasāmību.

- Praktiski piemēri: virsrakstiem izmanto izteiksmīgus fontus, piemēram, *Montserrat* vai *Lora*. Galvenās daļas tekstam izmanto skaidrus, vienkāršus fontus, piemēram, *Open Sans* vai *Roboto*.
- Padoms: izvairies no fonu dažādības - pieturieties pie diviem fontiem, lai teksts būtu viegli uztverams un skaidrs.



Attēli un grafiskie elementi - autentiski attēli padara stāstu pārlicinošāku un dzīvīgāku.

- Praktiski piemēri: stāstot par lauku vidi, izvairies no vispārīgiem attēliem. Uzņem īstus foto no savas kopienas – fotogrāfijas ar cilvēkiem darbā, vietējiem pasākumiem, unikālām ainavām.
- Kur iegūt attēlus? Ja tev nav savu fotogrāfiju, izmanto bezmaksas augstas kvalitātes attēlu vietnes, kā Unsplash, Pexels, Pixabay, lai atrastu emocionālus un autentiskus attēlus.



Ar šiem elementiem tavš digitālais stāsts būs ne tikai interesants, bet arī vizuāli iespaidīgs.

Dizaina rīki profesionālam rezultātam

- Canva → Lietotājiem draudzīga platforma izkārtojumu, plakātu un digitālo prezentāciju veidošanai.
- Adobe Spark → Lieliski piemērots rīks sociālo tīklu saturam, video titriem un stāsta dizainam.

Padoms: izmanto gatavas veidnes, personalizējot tās ar vietējās kopienas elementiem, lai piešķirtu stāstam unikalitāti.

2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

STĀSTNIECĪBAS PIEMĒRI EIROPĀ

Nacionālie piemēri no Lietuvas, Īrijas, Latvijas un Itālijas

No īsfilmām līdz interaktīvām kartēm - jaunie satura radītāji visā Eiropā apvieno tehnoloģijas un iztēli, lai stāstītu stāstus, kuriem ir nozīme. Šie piemēri parāda, kā digitālie mediji var atdzīvināt balsis, savienot kopienas un padarīt stāstniecību pieejamāku, izteiksmīgāku un spēcīgāku.

Lietuva

“Portāls” ir projekts, ko radījis lietuviešu mākslinieks Benediktas Gili. Tas ir iedvesmojošs piemērs tam, kā tehnoloģijas un māksla var vienot cilvēkus. Milzīgs apaļš ekrāns Viļņā reāllaikā savieno pilsētu ar citām vietām pasaulē, kā Ļubļinu (Polijā), Dublinu (Īrijā), Filadelfiju (ASV). Tiešraides video plūsma ļauj cilvēkiem sveicināties, smaidīt un sajūst saikni pāri robežām. Ekrāns ir kā digitālais tilts starp kultūrām, atgādinot, ka pat attālināti varam būt kopā.



Īrija

Youth Media Project (YMP) Īrijā sniedz jauniešiem iespēju izmantot digitālo stāstniecību, lai aktualizētu sociāli nozīmīgus jautājumus. Darbnīcās jaunieši apgūst video veidošanu, fotografēšanu un sociālo medijus kā platformu, lai radītu stāstus par tādām tēmām kā garīgā veselība, klimata pārmaiņas un sociālais taisnīgums. Projekts aicina dalībniekus publicēt savus stāstus sociālajos tīklos, tādējādi pastiprinot vēstījumu un sasniedzot plašāku auditoriju. YMP veicina jauniešu pārliecību, radošumu un aktīvu pilsonību. Projekts palīdz jauniešiem veidot saikni ar savu kopienu, apšaubīt stereotipus un iestāties par pārmaiņām, izmantojot digitālos rīkus.



2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Latvija

Kristaps Kukainis ("Instagram" un "YouTube" atrodams kā @kristvps) ir satura veidotājs un videogrāfs no Latvijas, kas bāzējas Dubaijā. Viņš specializējas personīgo zīmolu veidošanā un attīstībā, izmantojot dinamisku video saturu. Kristaps dalās ar padomiem par video montāžu, personīgā zīmola veidošanu un satura radīšanu, izmantojot tādus rīkus kā CapCut un InShot, lai veidotu augstas kvalitātes vizuālos materiālus. Kristapa pieeja parāda, kā satura radītāji var izmantot publiski pieejamus rīkus, lai veidotu spēcīgus stāstus un uzlabotu digitālo klātbūtni.



Italy

Sems Jūkiliss ir fotogrāfs un video mākslinieks, kurš poētiskā un unikālā stilā iemūžina ikdienišķus dzīves brīžus Itālijā. Viņa īsie vertikālie video, kas lielākoties publicēti "Instagram", atklāj mazas, autentiskas dzīves ainas: vecāka gadagājuma cilvēki pie galda, ciema svētku gājiens, bērni rotaļās. Jūkiliss bieži izmanto statiskas, nepārtrauktas ainas bez montāžas izgriezumiem, ļaujot notikumiem ritēt dabiskā tempā. Arī skaņa ir autentiska: balsis, soļi, putnu dziesmas, attālumā dzirdama satiksme. Ja viņš izvēlas mūziku, tā ir rūpīgi piemeklēta, lai pastiprinātu emocijas. Vizuāli Sems dod priekšroku dabiskajam apgaismojumam, maigām un siltām krāsām un sabalansētam kadrējumam - bieži simetriskam vai centrētam. Katrs video ir kā kustīgs fotouzņēmums, kur pat mazākās detaļas gūst emocionālu svaru.



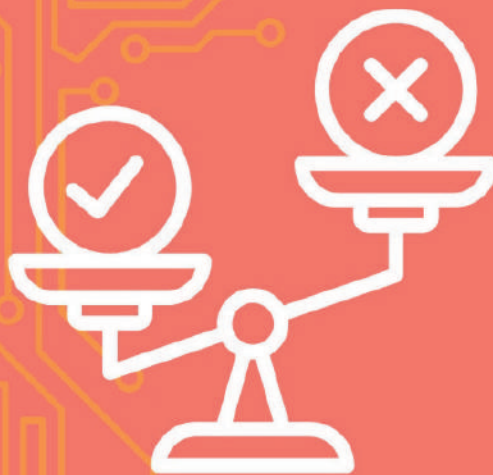
DALIES AR SAVU STĀSTU



No kopienas veidošanas līdz
jauniešu nodarbinātībai

**DIGITĀLAIS
STĀSTS**

**STĀSTA
ĒTIKA**



2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība



**DIGITAL
STORY**

STĀSTA ĒTIKA

DIGITĀLAIS STĀSTS | JAUNATNES CEĻVEDIS

IEVADS: STĀSTNIECĪBAS SPĒKS UN RISKI

Stāsti ir mums visapkārt. Tie piepilda mūsu ziņu lentas, atskan sarunās ar draugiem, podkāstos un kļūst populāri 30 sekunžu garos “TikTok” video.

Stāstīt savu stāstu un savu patiesību ir spēcīgs solis. Stāsts var savienot, iedvesmot, atklāt un dziedināt. Bet tas var arī nodarīt kaitējumu.

Dažkārt mūsu stāsti ietver arī citus cilvēkus. Draugus. Klasesbiedrus.

Skolotāju. Bijušo partneri. Digitālajā pasaulē šķietami nevainīgs ieraksts var sasniegt daudz plašāku auditoriju un radīt daudz nopietnākas sekas, nekā paredzam. Tāpēc stāstniecība vienmēr iet roku rokā ar ētikas jautājumiem, īpaši tad, kad mūsu vārdi var ietekmēt citus.

Šī nodaļa vēsta par to, kā stāstīt **drosmīgi** un **godīgi**, bet vienlaikus arī **taisnīgi** un **apdomīgi**. Nevēlamies tevi biedēt vai apklusināt - vēlamies palīdzēt tev stāstīt savu patiesību, vienlaikus cienot gan savu balsi, gan cilvēkus, kas ir tava stāsta daļa.

Uzdosim jautājumus, kā:

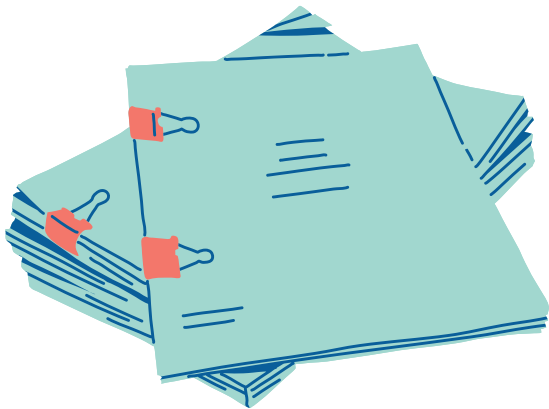
- **Vai man vajag kāda atļauju, lai viņu pieminētu savā stāstā?**
- **Vai ir iespējams būt patiesam un vienlaikus laipnam?**
- **Kas notiek, kad stāsts kļūst populārs interneta vidē?**
- **Kur ir robeža starp manu patiesību un patiesību?**

Būt ētiskam stāstniekam nenozīmē akli sekot noteikumiem. Tas nozīmē domāt kritiski, apzināties savu ietekmi un uzņemties atbildību par savām izvēlēm. Nevienam nav jābūt ideālam. Bet tev ir jābūt vērīgam.

Ķersimies klāt.



1. KAD STĀSTI IR SĀPĪGI: REĀLĀ DZĪVĒ AIZ SCENĀRIJĀ



“Tikai tāpēc, ka tas ir tavs stāsts nenozīmē to, ka tas ir tikai par tevi.”

Tu vari teikt, ka stāsts ir izdomāts. Tu vari mainīt personāžu vārdus. Tu vari pievienot saistību atrunu. Taču, tiklīdz tavs stāsts nonāk pasaulē, **tu vairs nekontrolē, kā tas tiks uztverts, vai kas to lasīs.**

Stāstīt savu stāstu var būt dziedinoši. Drosmīgi. Taču, ja tavs stāsts ietver citus cilvēkus – arī netiešā veidā - tas vienmēr nes zināmu risku. Varbūt viņi nevēlējās būt daļa no tava stāsta. Varbūt viņi notikumus atceras citādi. Varbūt kāds viņus atpazīs, pat ja mēģināji viņus noslēpt. Digitālajā pasaulē, kur stāsti izplatās zibenīgi un auditorijai patīk iedziļināties, tas, kas tev šķita personiska patiesība, kādam citam var kļūt par īstu murgu.

Situācijas analīze: “Baby Reindeer” - kas notiek, kad stāsts kļūst pārāk īsts?

Ričarda Gada seriāls “Baby Reindeer” ir daļēji izdomāta drāma, kas balstīta uz viņa pieredzi ar stalkeru jeb vajātāju. Tas ir atklāts, aizraujošs un dziļi personisks stāsts. Nosaukumi un detaļas tika mainīti - taču ne pietiekami. Seriāls guva milzīgu atzinību, un skatītāji internetā ātri identificēja īsto sievieti, kas iedvesmoja Martas tēlu.



Dažu dienu laikā viņas personīgā informācija tika publiskota, un viņa kļuva par plaša tiešsaistes uzbrukuma mērķi. Lai gan Marta stāstā tika attēlota kā vainīgā, drīz kļuva skaidrs, ka viņa ir viegli ievainojams cilvēks, iespējams, ar garīgās veselības traucējumiem. Situācija raisīja sarežģītus ētikas jautājumus par stāstnieka atbildību un to, kas notiek, kad auditorija pārņem kontroli.

Šis piemērs liek uzdot neērtus jautājumus:

- **Vai autors ir atbildīgs par sekām, ja viņas vārds netika nosaukts?**
- **Vai personiskas traumas var attaisnot stāstu, kas nodara kaitējumu citam?**
- **Vai stāsts var šķist dziedinošs vienam un postošs kādam citam?**

Režisors sacīja, ka seriāls ir par viņa sūpēm, nevis kāda atmaskošanu. Taču, tiklīdz stāsts nonāca publiskajā telpā, internets to pārņēma savās rokās. Sieviete, pēc kuras iedvesmota galvenā varone, vēlāk sniedza intervijas, atzīstot, ka jūtas nepareizi attēlota un sāpināta. Robeža starp patiesību, izdomu un atbildību bija zudusi.

Tagad iztēlojies, ka kāds stāsta stāstu, balstoties uz situāciju, kas notika ar tevi. Viņš saka, ka stāsts ir izdomāts. Bet cilvēki tevi atpazīst. Pēkšņi tu esi tēls kāda cita patiesībā, un tev nav iespējas ietekmēt to, kā tevi attēlo. Kas ir taisnīgi? Un kas ir par daudz?



Situācijas analīze: “Inventing Anna” - stāstniecība, pārspilējumi un atbildība

“Netflix” seriāls “Inventing Anna” ir balstīts uz patieso stāstu par Annu Sorokinu - krāpnieci, kura izlikās par bagātu mantinieci Ņujorkā. Seriāls ir izklaidējošs, ass un pilns negaidītu pavērsieniem, taču tas sapludina robežu starp patiesību un izdomu.

Viena no varonēm, Reičela, ir balstīta uz īstu sievieti, kuru Anna apkrāpa. Seriālā viņa ir attēlota kā auksta, egoistiska un pat nedaudz komiska. Īstā Reičela vēlāk paziņoja, ka nekad nav devusi atļauju, lai viņas stāstu attēlotu tādā veidā, un atzina, ka šis atveidojums būtiski ietekmējis gan viņas reputāciju, gan mentālo veselību.



Tas raisa jaunus ētikas jautājumus par stāstniecību:

- **Pat ja galvenais varonis ir aizraujošs, kāda ir stāstnieka atbildība attiecībā uz patiesajiem cilvēkiem?**
- **Vai vēlme “uzrakstīt labu stāstu” attaisno to, kā kāds cits tiek parādīts?**
- **Kā skatītāji vai lasītāji - cik ātri mēs noticam tam, kas parādīts uz ekrāna? Cik bieži apšaubām, vai varoņi attēloti godīgi?**

Pārdomām: tavs stāsts nav tikai tavs

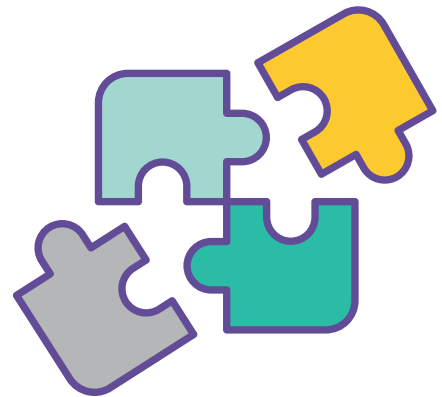
Kad dalāmies ar personiskiem stāstiem - īpaši publiski vai digitālajā vidē - ir viegli nostādīt sevi stāsta centrā. Taču neviena dzīve neeksistē pilnīgā izolācijā. Mūsu pieredzes ir savstarpēji saistītas ar citu cilvēku dzīvi, izvēlēm un reputāciju.

Tev nav jāklusē. Taču pirms stāsta publicēšanas pajautā sev:

- **Vai es to stāstu tāpēc, ka tas ir patiesi, vai tāpēc, ka tas ir iespaidīgi?**
- **Vai es justos labi, ja kāds pastāstītu šādu stāsta versiju par mani?**
- **Ko es darīšu, ja kāds jutīsies sāpināts, pat ja tā nebija mana iecere?**

Jautājumi diskusijai

- **Kad personisks stāsts kļūst par publisku?**
- **Vai vārda maiņa ir pietiekama, ja cilvēku joprojām var atpazīt vai sāpināt?**
- **Vai kādreiz esi atpazinis sevi vai kādu pazīstamu cilvēku stāstā, kas nebija tavs?**



2. “MANA PATIESĪBA” VS. PATIESĪBA



Mēs visi redzam pasauli caur savu prizmu. Mūsu atmiņas ir veidotas no emocijām. Mūsu stāsti - no mūsu skatpunkta. Un dažkārt **divi cilvēki piedzīvo to pašu notikumu, bet aiziet ar atšķirīgām versijām, abiem esot pārliecinātiem, ka tieši viņiem ir taisnība.**

Tas ne vienmēr nozīmē, ka kāds melo. Tas nozīmē, ka stāstniecība ir personiska, emocionāla un subjektīva. Bet, kad palaižam šos stāstus digitālajā telpā, mēs vairs nedalāmies tikai ar savu perspektīvu, bet gan veidojam to, kā citi redz realitāti.

Tātad - kā stāstīt savu patiesību, neuzņemoties visas patiesības piederību?

Situācijas analīze: Divas puses zem vienas prožektora gaismas - Džonija Depa un Amberas Hērdas lietas ētika

Vienā no desmitgades visplašāk apspriestajiem tiesas procesiem aktieri Džonijs Deps un Ambera Hērda pārstāvēja divas pretrunīgas versijas par savu attiecību vēsturi. Pēc šķiršanās Deps iesūdzēja Hērdu tiesā par neslavas celšanu pēc tam, kad viņa publicēja rakstu, pozicionējot sevi kā vardarbības upuri. Viņa Depu vārdā nenosauca, bet norādes bija acīmredzamas. Deps apgalvoja, ka raksts sabojājis viņa reputāciju un karjeru.

Hērda atbildēja ar saviem apgalvojumiem, sakot, ka viņa bijusi vardarbības upuris, kamēr Deps to noliedza un apgalvoja pretējo. Abi sacīja, ka ir situācijas upuri. Abi sniedza emocionālas un dziļi personiskas liecības. Un pasaule skatījās, tiesāja, reaģēja, izvēlējās savas puses.

Tiesas zāle kļuva par skatuvi. Sociālie tīkli uzsprāga ar reakcijām, mīmiem, video montāžām un tiešraides komentāriem. "TikTok" tika pārmērīgi publicēts saturs, kas izsmēja vienu pusi un aizstāvēja otru. Izzuda stāsta nianse. Stāsts vairs nebija par divu cilvēku spēēm – nu tā bija izklaide.

Šis gadījums parāda, kas notiek, kad divi atšķirīgi personiski stāsti satiekas, un kad auditorija aizmirst, ka neviens neredz patieso ainu.

Tas atkal liek uzdot ētiskus jautājumus:

- **Kas notiek, kad personiski stāsti tiek izspēlēti publiskā telpā? Vai spējam būt cieņpilni un novērtēt situācijas sarežģītību?**
- **Ja abi cilvēki apgalvo, ka ir cietuši, kā mēs klausāties stāstu, neizdarot tūlītējus spriedumus?**
- **Kā sociālie tīkli ietekmēja situācijas publisko uztveri? Vai mīmi, samontēti video un komentāri izkropļoja mūsu skatījumu uz šiem reālajiem cilvēkiem?**

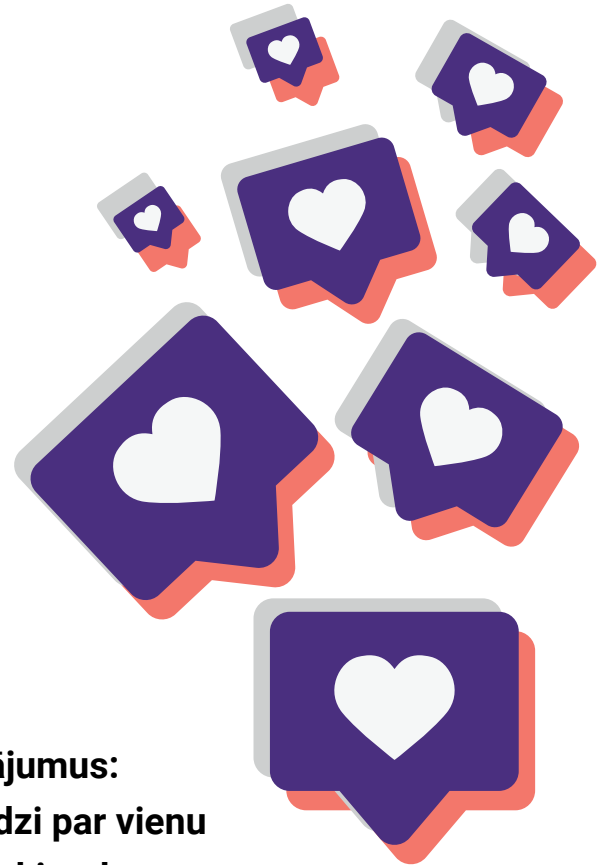


Situācijas analīze: No pēkšņas pazušanas līdz globālam haosam - kā viens stāsts pārņēma "TikTok"

2022. gada sākumā vairākas sievietes platformā "TikTok" atklāja, ka ir tikušās ar vienu un to pašu vīrieti Keilebu, mēbeļu dizaineri no Ņujorkas. Viņas publicēja video par to, kā Keilebs pēkšņi un bez paskaidrojuma izbeidzis attiecības, kā arī pārmērīgi paudis mīlestības apliecinājumus, lai sievietes emocionāli piesaistītu un kontrolētu. Keilebs sūtījis arī identiskus "Spotify" mūzikas atskaņošanas sarakstus. Video bija vieglprātīgi un pat smieklīgi, atspoguļojot katras sievietes pieredzi.

Taču tad stāsts kļuva populārs interneta vidē.

Keilebu ātri atpazīna, publiski atsaucās un sāka kaunināt. Cilvēki, kuri viņu nekad nebija satikuši, pauda savus secinājumus par viņa raksturu, balstoties tikai uz citu stāstiem. Tas, kas sākās ar pāris sieviešu stāstiem, kas "dalījās ar savu patiesību", pārvērtās par globālu interneta šovu ar reālām sekām cilvēkam, kas nebija piekritis būt šī stāsta varonis.



Šis piemērs mudina uzdot svarīgus jautājumus:

- **Ja vairāki cilvēki dalās ar savu pieredzi par vienu un to pašu personu, vai tas automātiski rada taisnīgu ainu?**
- **Kad stāsts izplatās internetā, cik daudz patiesības pazūd ceļā?**

Kādēļ tas ir svarīgi?

Tava patiesība ir svarīga. Taču cita cilvēka versija par to pašu notikumu var būt pilnīgi atšķirīga. Ētiska stāstniecība nenozīmē klusēšanu. Tā nozīmē apziņu, ka stāstiem, jo īpaši tiem, kas ietver citus cilvēkus, ir **vairāki slāņi**.

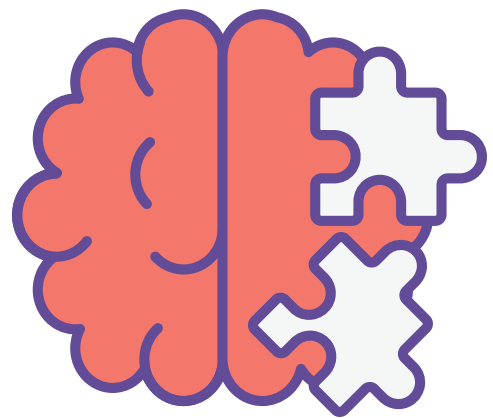
Ja mēs tos ignorējam, riskējam pārvērst sarežģītas situācijas melnbaltās, nosakot varoņus un ļaundarus, labos un sliktos. Taču dzīvē tā nav. Stāsti var būt spēcīgi, arī nepieprasot absolūtu patiesību.

Aktivitāte: perspektīvas maiņa

Uzdevums: atminies kādu īstu stāstu, ko esi kādreiz stāstījis agrāk. Tagad mēģini to pārstāstīt no otra cilvēka skatpunkta.

- Kādas detaļas viņi varētu uzsvērt, kuras tu nepieminēji?
- Vai viņi *tevi* raksturotu tāpat, kā tu raksturoji *viņus*?
- Kas stāstā mainās, kad pārslēdzies uz otru skatpunktu?

Atziņa: vienu un to pašu stāstu var pastāstīt dažādi. Ētiski stāstnieki saprot, ka viņu versija nav vienīgā.



Jautājumi diskusijai

- Vai esi kādreiz stāstījis stāstu par kaut ko, kam kāds cits nepiekrīt?
- Vai diviem cilvēkiem var būt "taisnība" par vienu un to pašu situāciju?
- Ko nozīmē būt godīgam, neizliekoties, ka zini visu?



3. INTERNETA POPULARITĀTES ĒTIKA



Tu publicē stāstu tiešsaistē. Tas ir smieklīgs. Varbūt sāpīgs. Varbūt domāts draugiem vai taviem 200 "TikTok" sekotājiem. Un tad pēkšņi tas ir visur. Cilvēki, kurus nekad neesi saticis, komentē, veido duetus, pievieno savus stāstus. Viņiem ir viedokļi. Jautājumi. Daži pat sāk meklēt cilvēkus, kas pieminēti tavā stāstā.

Tā ir digitālās stāstniecības daba - **tu vari kontrolēt to, ko publicē, bet ne to, kas ar to notiek tālāk.**

Kad stāsts kļūst populārs interneta vidē, tas zināmā mērā kļūst par publisku īpašumu. Tas sāk dzīvot pats savu dzīvi. Svešinieki pievieno savu kontekstu, izdara spriedumus, dažkārt arī rīkojas. Personisks ieraksts internetā var pārvērsties par publisku tiesu. Kā dalīties ar kaut ko īstu, negaidīti neiekļūstot interneta vētras epicentrā?



Kādēļ tas ir svarīgi?

Straujai interneta popularitātei ir milzīgs spēks. Tā var sniegt atpazīstamību, atbalstu un sakarus, bet arī spiedienu, pārmetumus un uzraudzību. Kad tavš stāsts izplatās internetā, to ir ļoti grūti apturēt. Dzēsts ieraksts neizdzēš uzņemtos ekrānuzņēmumus, pārpublicējumus un reakciju video.

Stāstniekam nav jāgaida, ka stāsts kļūs populārs acumirkļi. Taču ir jāapzinās, ka tavu stāstu var dzirdēt daudz vairāk cilvēku, nekā paredzēts.

Aktivitāte: Ko tu darītu, ja tavš stāsts pēkšņi kļūtu populārs internetā?

Uzdevums: uzraksti īsu īstu vai izdomātu personisku stāstu, ko varētu publicēt tiešsaistē. Tagad pajautā sev:

- Kas notiktu, ja stāsts sasniegtu 10 000 cilvēku?
- Vai miljonu?
- Kurš varētu sevi atpazīt šajā stāstā?
- Vai to varētu pārprast vai izraut no konteksta?
- Vai tu būtu lepns, ja šis stāsts kļūtu publisks?



Atziņa: tu nevari kontrolēt internetu. Bet tu vari kontrolēt savas rūpes un nodomu, ar kādu stāstu veido.

Jautājumi diskusijai

- Vai esi kādreiz publicējis kaut ko, kas guva vairāk uzmanības, nekā biji gaidījis? Kā tu juties?
- Vai ir iespējams “kļūt populāram atbildīgi”? Kā tas izpaustos?
- Vai stāstniekiem būtu jāatbild par to, ko dara viņu auditorija?

2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

4. PIEKRIŠANA STĀSTOS: VAI TEV VAJAG KĀDA ATĻAUJU?



“Katrs stāsts ietekmē vairāk nekā tikai stāstnieku. Arī cieņa ir daļa no stāstīšanas.”

Tu to piedzīvoji. Tu to sajuti. Tas ir tavs stāsts... vai ne?

Bet kas notiek, ja tajā ir iesaistīts vēl kāds? Ja nu tavs stāsts atklāj par viņiem ko tādu, ko viņi negribētu, lai zinātu citi? Ko viņi uztver pavisam citādi? Vai tev vajag viņu atļauju?

Piekrišana stāstniecībā ne vienmēr ir juridiska prasība, bet tā gandrīz vienmēr ir **ētiska**.

Kas ir piekrišana stāstniecībā?

Piekrišana nozīmē, ka cilvēks piekrīt būt iekļauts tavā stāstā. Tas var nozīmēt, ka tu viņu brīdini par stāstu iepriekš, lūdz atļauju, lai izpaustu konkrētas detaļas, vai vismaz apsver, vai tas, ko saki par šo personu, ir taisnīgi, cieņpilni un nepieciešami.

Tas ir īpaši svarīgi stāstos, kas ir ļoti personiski, sāpīgi, vai var padarīt kādu atpazīstamu, pat ja tu viņu nenosauc vārdā.

Digitālajā vidē viens ieraksts var mainīt to, kā šo cilvēku uztver draugi, ģimene, klasesbiedri vai pat tūkstoš svešinieku. Tā ir liela vara. Un tā nāk ar atbildību.

Situācijas analīze: vienkārša sirds kratīšana vai robežas pārkāpšana?

Kāda amerikāņu universitātes studente publicēja "TikTok" video, kur viņa izkratīja savu sirdi. Viņa stāstīja, ka viņas istabas biedrene ir pasīvi agresīva, nekārtīga un emocionāli nogurdinoša. Lai gan viņa neminēja personu vārdus, viņa atklāja pietiekami daudz detaļu: kopmītnu izkārtojumu, studijas virzienu, pilsētu. Video bija īss, smieklīgs un atklāts.



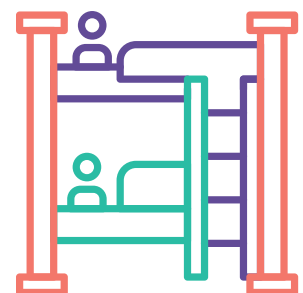
Un tad tas uzsprāga.

Komentāri sekoja viens pēc otra. Cilvēki izvēlējās puses, nosauca istabas biedreni par "toksisku", pieprasīja stāsta turpinājumu. Daži universitātes studenti ātri saprata, par kuru meiteni ir stāsts. Izplatījās ekrānuzņēmumi. Iesaistījās kopīgie draugi. Tas, kas sākās tiešsaistē, sāka ietekmēt realitāti.

Studente galu galā video izdzēsa. Bet kaitējums jau bija nodarīts.

Istabas biedrene vēlāk sacīja: "Es uzzināju, ka esmu ļaundare kāda cita stāstā, jo svešinieki sāka man rakstīt." Tas, kas sākās kā vienkāršs stāsts, kļuva populārs bez viņas ziņas un piekrišanas.

Šis piemērs parāda, cik viegli ir pastāstīt personisku stāstu, kurā parādās vēl kāds, nepadomājot, vai to tiešām vajadzētu publicēt. Nav nepieciešamas sīkas detaļas, lai citi cilvēki saliktu šo puzli, it īpaši, ja viņi dzīvo tajā pašā vietā, mācās tajā pašā skolā vai pazīst šo cilvēku personīgi.



Jautājumi diskusijai

- Vai esi kādreiz dalījies ar stāstu, kurā iesaistīts kāds cits, pirms pajautāji viņa atļauju?
- Vai padomāji, kā viņš justos, to izlasot? Vai tas būtu ko mainījis?



Kāpēc piekrišana ir svarīga

Piekrišana nav cenzūra. Tā ir cieņa. Tie ir jautājumi sev:

- Vai es šo stāstu, lai tiktu galā ar savām emocijām vai kādu sodītu?
- Vai es gribētu, lai kāds par mani šādi stāsta?
- Vai tas varētu ietekmēt kāda drošību, privātumu vai attiecības?

Dažkārt tas ir tik vienkārši kā pateikt: "Klau, es domāju šo publicēt – vai esi ar mieru?" Citreiz vajag mainīt daudz vairāk par personas vārdu. Dažreiz tas nozīmē pielāgot detaļas, nogaidīt publicēšanas brīdi vai pat izlemt, ka šo stāstu labāk tomēr npublicēt.

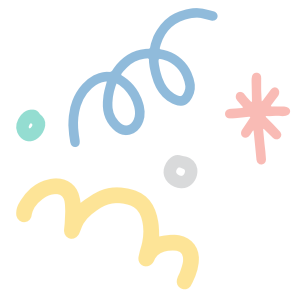


Aktivitāte: Stāsta pārrakstīšana, domājot par piekrišanu

Uzdevums: izvēlies īsu stāstu, ko esi uzrakstījis (vai izdomā jaunu). Tagad izveido divas versijas:

1. Tādu, kurā nevienu nespēs atpazīt pat tie, kas pazīst tevi.
2. Tādu, ko noteikti lasīs cilvēks, par ko ir šis stāsts. Kas mainījās?

Atziņa: rūpes un domāšana par piekrišanu stāstu nepadara vājāku. Tā to padara stiprāku, gudrāku un ētiskāku.



Jautājumi diskusijai

- Vai ir situācijas, kad piekrišana nav jāprasa?
- Kā līdzsvarot pašizpaušmi ar otra cilvēka tiesībām uz privātumu?



5. STĀSTNIECĪBA UN LIKUMS: KAS TEV IR JĀZINA



Dalīties ar stāstu var šķist ļoti personiski. Taču, ja stāsts ietver reālus cilvēkus, notikumus vai apgalvojumus par kādu, tas kļūst par **juridisku subjektu**.

Tas nenozīmē, ka tev nepieciešams jurists, lai stāstītu savu stāstu. Bet tas nozīmē, ka tev ir jāzina robežas, īpaši tad, ja stāstu publicē tiešsaistē, kur cilvēki var komentēt un dalīties.

Šī nodaļa nav juridisks padoms (jo mēs neesam juristi), bet tā palīdz *saprast*, kur stāstniecība var saskarties ar **apmelošanu, privātuma pārkāpumiem un patērētāju likumu**.

Kas var kļūt par juridisku problēmu?

Stāsti var radīt juridisku risku, ja tie:

- **Kaitē kāda reputācijai** ar nepatiesi paustu informāciju,
- **Atklāj privātus datus** bez atļaujas,
- **Pelna uz kāda cita tēla vai traumas rēķina,**
- **Apgalvo kaut ko, kas ir nepatiess vai nepierādāms.**

Svarīgi termini

- **Neslavas celšana:** nepatiess apgalvojums par kādu, kas kaitē viņa reputācijai.
 - Rakstiska apmelošana
 - Mutiska apmelošana
- **Privātuma pārkāpums:** sensitīvas, personiskas informācijas izpaušana bez atļaujas.
- **Publiskas personas:** slavenības, politiķi, influenceri - pret viņiem likums ir pielaidīgāks, jo viņi jau atrodas publiskajā telpā.
- **Piekrišana:** atļauja publicēt detaļas, kas var kādu identificēt vai nepareizi atainot.

Situācijas analīze: Bella Gibsone - labsajūtas influencerē, kas meloja

Bella Gibsone uzcēla veselu labsajūtas impēriju, kas balstījās uz meliem.

Viņa apgalvoja, ka viņai ir vēzis pēdējā stadijā un ka viņa sevi izārstējusi ar veselīgu uzturu un dabiskām terapijām. Viņas "atveseļošanās stāsts" izplatījās ātri, pateicoties "Instagram", intervijām, veiksmīgai mobilajai aplikācijai un populārai pavārgrāmatai.

Kur ir problēma? Viņai nebija vēzis.



Kad patiesība nāca gaismā, sabiedrības sašutums pārvērtās tiesas procesā. 2017. gadā Gibsoni atzina par vainīgu maldināšanā pēc Austrālijas patērētāju tiesību likuma. Tiesa noteica, ka viņas meli nodarījuši reālu kaitējumu, īpaši cilvēkiem, kas interesējās par alternatīvu ārstēšanos. Viņai piesprieda vairākus simtus tūkstošu dolāru sodu.

Gibsones stāsts ir spēcīgs atgādinājums tam, ka personiskā stāstniecība, it īpaši, iesaistot finansiālus līdzekļus un plašu auditoriju, spēj pārkāpt ētikas robežu un piedzīvot juridiskas sekas.

Secinājums: Jo lielāka platforma un lielāks apgalvojums, jo lielāka atbildība.



Ko tas nozīmē tev?

Atbildīga stāstniecība ir ne tikai ētiska, bet arī gudra. Tev nav jābeidz dalīties ar savu patiesību. Taču tev jāspēj sev pajautāt:

- Vai es to pasniedzu kā faktu vai kā savu pieredzi?
- Vai tas var netaisnīgi kaitēt kāda reputācijai?
- Vai es publicēju ko tādu, kas varētu radīt juridiskas sekas?
- Vai es justos pārliecināts aizstāvēt savu stāstu publiski - pat tiesā?

Rūpība nav cenzūra. Tā ir paš aizsardzība. Un citu pasargāšana.

Aktivitāte: Fakti, sajūtas vai izdoma?

Uzdevums: izvēlies stāstu, ko esi rakstījis vai publicējis (vai izdomā jaunu).

Izej tam cauri, rindiņu pa rindiņai, un atzīmē:

- Faktus - pierādāma patiesība
- Sajūtas - tava uztvere, emocijas
- Izdomu - jebkura nepatiesa vai pārspīlēta detaļa



Tagad pajautā sev:

- Vai kāds varētu apstrīdēt šo apgalvojumu?
- Vai es justos labi, ja cilvēki, kas stāstā iesaistīti, to lasītu skaļi?
- Vai ir skaidri nodalīts, kas ir fakts un kas ir mans skatījums?

Atziņa: stāstniecība ir spēcīga, bet skaidrība, godīgums un atbildība padara to drošu un ētisku.



Jautājumi diskusijai

- Vai esi kādreiz ko publicējis un vēlāk domājis, vai tas bija pareizi?
- Vai stāstniekiem jāatbild par to, kā viņu vārdi ietekmē citus?
- Vai pietiek ar atrunu “personu vārdi ir mainīti” vai “šis ir tikai mans skatījums”?
- Vai esi sastapies ar stāstu, kas bija pārkāpis robežu? Kāpēc tev tā šķita?

6. NOSLĒGUMA PĀRDOMAS: PATIESĪBAS, ĒTIKAS UN IETEKMES LĪDZVAROŠANA

Stāstniecība ir viena no spēcīgākajām lietām, ko varam darīt. Tā palīdz saprast, kas mēs esam, veidot saikni ar citiem un piešķirt nozīmi brīžiem, kas citādi paliktu nepamanīti. Digitālajā laikmetā tavš stāsts var izplatīties ātri, tālu un plaši.

Bet līdz ar to nāk arī atbildība.

Tas nenozīmē, ka tev būtu jāpārstāj stāstīt savu patiesību. Tas nozīmē, ka pirms dalies ar savu stāstu publiski, uzdod sev pareizos jautājumus:

- Vai šis stāsts, ko vēlos stāstīt, ir tikai mans?
- Vai tas var kādam kaitēt - emocionāli, reputācijas ziņā vai juridiski?
- Vai esmu godīgs? Vai esmu skaidrs?
- Vai esmu gatavs tam, ka šo stāstu pārpratīs, pārpublicēs vai apstrīdēs?

Labākie stāstnieki ne tikai pārstāv sevi, bet arī domā kritiski, rīkojas atbildīgi un apzinās savu vārdu ietekmi.



Tu vari būt godīgs un ētisks

Tev nav jāizvēlas starp godīgumu un cieņu. Tu vari stāstīt drosmīgus, jautrus, aizkustinošus, neērtus stāstus un vienlaikus būt laipns, apdomīgs un drošs.



Tu vari būt gan radošs, gan piesardzīgs

Ētika neierobežo radošumu. Tā to uzlabo. Tā liek domāt dziļāk, rakstīt apzinātāk un dalīties ar lielāku mērķi.



Tu vari paust savu viedokli un uzņemties atbildību

Kad publicē stāstu, īpaši tiešsaistē, tu nekontrolē to, kā cilvēki reaģēs. Bet tu kontrolē savu nodomu, toni, un uzmanību, ko velti cilvēkiem, kurus tavs stāsts var skart.



2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

Noslēguma aktivitāte: tavas ētiskās stāstniecības vadlīnijas

Uzdevums: izveido īsu savu personīgo “noteikumu” vai vērtību sarakstu, ko ievērosi, daloties stāstos par sevi vai citiem. Lūk, daži piemēri, kas palīdzēs sākt:

- Es vienmēr pajautāšu sev, kurš vēl ir iesaistīts šajā stāstā.
- Es mainīšu detaļas, ja tas nepieciešams, lai aizsargātu kāda privātumu.
- Es pārbaudīšu, vai stāstu, lai veidotu saikni, nevis kādu sāpinātu.
- Es būšu atvērts atgriezeniskajai saitei, ja kļūdīšos.
- Es uzņemšos atbildību par sava stāsta ietekmi, ne tikai nodomu.

Atziņa: nav vienas perfektas formulas. Taču iekšējais kompass palīdz stāstīt tā, lai stāsts atspoguļotu ne tikai to, kas notika, bet arī to, kas tu esi.

**Pasaule gaida
tavus stāstus,
kas ir stāstīti
ētiski**



Tev ir balss. Tev ir stāsts. Un tas ir nozīmīgs. Ja stāstīts ar rūpību, tas kļūst vēl spēcīgāks.

ĒTISKAS STĀSTNIECĪBAS PIEMĒRI EIROPĀ

Nacionālie piemēri no Lietuvas, Īrijas, Latvijas un Itālijas

Ētiska stāstniecība nozīmē rūpīgu izvēli par iekļautajiem faktiem, emocijām, humoru un publisko ietekmi. Šie piemēri parāda, kā jaunie veidotāji un kopienas Eiropā ar to tiek galā.

Lietuva - kad mīts satiekas ar realitāti

Dažkārt stāsti balstās uz patiesību. Citreiz tie ir atrodami leģendās, sapņos vai paaudzēs nodotās atmiņās. Strādājot ar kultūras mantojumu vai mitoloģiju, piemēram, baltu vai lietuviešu senajiem stāstiem, ir viegli sajaukt faktus ar fantāziju. Tāpēc ir svarīgi pārbaudīt faktus, pirms kādu stāstu pasniedz kā "patiesību". Baltu mitoloģija ir bagāta ar spēcīgiem tēliem, kā Egle, zalkšu karaliene; Saules dieviete Saule, pērkonu dievs Perkūns. Šie stāsti nes nozīmes, vērtības un emocijas, bet tie nav vēstures pieraksti. Digitālajā stāstniecībā ir skaidri jānodala, vai tas ir mīts, ticējums vai fakts. Cieņa pret kultūras saknēm nozīmē izpēti, atsaukšanos uz avotiem un pārdomātu pieeju, īpaši tad, ja leģendas jauc ar īstām vietām, cilvēkiem vai mūsdienu vēstījumiem. Radošums ir lielisks. Atbildība to padara vēl spēcīgāku.



Īrija - patiesība, atmiņa un publiskie stāsti

2018. gadā izmeklēšana par desmit cilvēku nāvi Belfāstā, Ballymurphy rajonā 1971. gada slaktiņā izgaismoja nozīmīgas stāstniecības ētikas dilemmas. Upuri, kurus britu karavīri nogalināja operācijas Demetrius laikā, sākotnēji tika attēloti kā Britu armijas kaujinieki. Izmeklēšana vēlāk pierādīja, ka viņi bija nevainīgi civiliedzīvotāji un ka slepkavības bija nepamatotas.



ĒTISKAS STĀSTNIECĪBAS PIEMĒRI EIROPĀ

Šis gadījums atklāja sarežģītus jautājumus par mediju atbildību sabiedriskās domas veidošanā, jo īpaši par to, kā tiek attēloti upuri un viņu ģimenes. Gadu desmitiem ilgā kavēšanās noveda pie emocionālām ciešanām. Šī situācija pierāda, kāpēc ētiska stāstniecība, īpaši medijos un oficiālajos naratīvos, pieprasa precizitāti, taisnīgumu un jutīgumu.

Latvija - humors un atbildība

Rojs Rodžers ir latviešu satura veidotājs un podkāsta “Vai viegli būt?” līdzvadītājs. Viņš bieži izmanto provokatīvu humoru un ironiju, lai runātu par aktuālām sociālām un ētikas tēmām. Epizodē “Vai viegli būt... Nepopulāram?” viņš apspriež jautājumus, kas izaicina sabiedrības priekšstatus un rosina domāt, kur ir robeža starp humoru un ētiku. Viņa saturs parāda, kā satura veidotāji var izmantot humoru, lai pievērstu uzmanību svarīgām tēmām, vienlaikus izvērtējot ētiskos aspektus.



Itālija - digitālā ētika darbībā

Keti La Torre ir juriste no Itālijas, kura specializējas cilvēktiesībās, diskriminācijas novēršanā un digitālajās tiesībās. Viņa izmanto “Instagram”, lai juridisko saturu padarītu saprotamu un pieejamu ikvienam. Viņas saturs skar aktuālas sociālās un ētiskās tēmas, kā LGBTQ+ tiesības, vardarbību pret sievietēm, sociālā taisnīguma jautājumus. Savos video un ierakstos viņa veicina sabiedrības izpratni un iekļaujošu, cieņpilnu attieksmi. Viņa bieži izmanto interaktīvus rīkus, kā aptaujas, jautājumu un atbilžu sesijas, lai veidotu dialogu un stiprinātu saiti ar kopienu.





Līdzfinansē
Eiropas Savienība

Projektu finansē Eiropas Savienība. Tomēr
paustie uzskati un viedokļi ir tikai autora(-u)
uzskati un viedokļi un ne vienmēr atspoguļo
Eiropas Savienības vai Jaunatnes
starptautisko programmu aģentūras viedokļus.
Ne Eiropas Savienību, ne piesūcēju iestādi
nevar saukt pie atbildības par tiem.

2024-1-LT02-KA210-YOU-000247320

