



LIETUVOS
KULTŪROS
TARYBA



APSKRIČIŲ VIEŠŲJŲ BIBLIOTEKŲ ASOCIACIJA



LIETUVOS RESPUBLIKOS
KULTŪROS MINISTERIJA

MEDIJŲ RAŠTINGUMAS

Apskričių viešųjų bibliotekų asociacijos parengta metodinė medžiaga

Metodinės medžiagos autoriai:

Ligita Balčiauskienė, Daina Bandaravičiūtė, Milda Daugintienė, Justina Gagarina,
Vaida Gedzevičiūtė, Jolanta Gorskienė, Daiva Kiminaitė, Gina Poškienė,
Jolita Rimeikienė, Lina Štreimikienė, Gitana Užkurėlienė

2021 m.

NAUJOSIOS MEDIJOS	3
E. SAUGUMAS INTERNETE	6
KOMPIUTERIŲ IR IŠMANIŲJŲ ĮRENGINIŲ SAUGUMAS	12
SOCIALINIŲ TINKLŲ PAVOJAI	14
SOCIALINIŲ TINKLŲ APSAUGA	15
NAUJŲJŲ MEDIJŲ MENAS (KŪRYBA, VERSLUMAS PASITELKIANT MEDIJAS)	16
INTERNETO DIENORAŠČIAI. SVETAINĖS. GRAFINIS DIZAINAS.....	17
TINKLALAIKŲ.....	19
SOCIALINIAI TINKLAI	21
TURINIO KŪRIMAS.....	22
NEMOKAMAS TURINYS KŪRYBAI.....	23
ETIKA MEDIJOSE	25
ELEKTRONINIS PAŠTAS	26
SOCIALINIAI TINKLAI	28
ŽURNALISTŲ ETIKA.....	31
KAIP KRITIŠKAI SKAITYTI NAUJIENĄ?	33
KAS YRA IR KAS NĖRA KRITINIS MĄSTYMAS.....	33
KUR IEŠKOTI INFORMACIJOS.....	40
NAUJIENŲ SKAITYMO MENAS.....	42
PATIKIMOS NAUJIENOS INTERNETE – KAIP AŠ GALIU PRISIDĖTI PRIE JŲ SKLAIDOS?	46
INFODEMIJA.....	47
PROPAGANDA MEDIJOSE	50
PROPAGANDOS VEIKIMO PRINCIPAI IR JOS SKIRSTYMAS REMIANTIS OBJEKTYVUMO KRITERIJUMI.....	50
POVEIKIO DARYMO, SIEKIANČIŲ PROPAGANDINIŲ TIKSLŲ, PRIEMONĖS.....	52
PROPAGANDOS FORMOS INTERNETINĖJE ERDVĖJE: TROLIAI IR BOTAI.....	57
KONTRPROPAGANDOS GALIMYBĖS IR METODAI.....	58
MEDIJŲ IR INFORMACINIO RAŠTINGUMO UGDYMO VEIKLOS BIBLIOTEKOSE	60
SKAITMENINIO RAŠTINGUMO MOKYMAI.....	62
INDIVIDUALŪS MOKYMAI. INFORMACIJOS PAIEŠKA.....	64
MEDIJŲ IR INFORMACINIO RAŠTINGUMO UGDYMO INICIATYVOS BIBLIOTEKOSE ...	66
REKOMENDUOJAMOS MIR TEMATIKA KNYGOS, KURIAS GALIMA RASTI VIEŠOSIOSE BIBLIOTEKOSE.....	70
LITERATŪRA IR ŠALTINIAI	72

PIRMINIAI INFORMACIJOS ŠALTINIAI	72
INTERNETINIAI ŠALTINIAI.....	73

Medija – komunikacijos priemonė arba kanalas, informacijos siuntėjo ir gavėjo tarpininkas, turintis savo informacijos kodavimo ir sklaidos sistemą. Kitaip tariant, medijos mums perduoda informaciją. Medijomis galime vadinti gausybę skirtingų komunikacijos būdų: televiziją, kiną, reklamą, internetą, muzikos ir vaizdo įrašus, laikraščius ir žurnalus, kompiuterinius žaidimus ir kt. Pavyzdžiui, pasitelkiant reklamą, mums perduodama žinutė, kuria skatinama atlikti tam tikrą veiksmą - nusipirkti prekę ir pan. Viena televizijos laida galbūt skatina atkreipti dėmesį į visuomenės problemas, kita, kaip pavyzdžiui, vakaro žinios, mums suteikia informacijos. Visa tai, ką gauname yra *žinutė*, kurią norėjo perduoti laidos kūrėjai. Tačiau neretai gaunama informacija gali būti suprantama ne taip, kaip norėjo siuntėjas, tad medijų veikimas iš tiesų yra sudėtingas procesas.

Šiai dienai medijos skirstomos į tradicines ir naująsias medijas, pastarosios neretai vadinamos skaitmeninėmis bei šiuolaikinėmis medijomis arba naująja žiniasklaida. Medijų išsiskyrimas į naująsias ir tradicines yra sąlyginis, nes vis kyla klausimas, ar tai, kas vakar buvo nauja, nauja ir šiandien?

MEDIJŲ RŪŠIŲ PALYGINIMAS	
TRADICINĖS MEDIJOS	NAUJOSIOS MEDIJOS
Televizijos laida	„YouTube“ kanalo laida
Spausdinta knyga	Elektroninė knyga
Sieninis kalendorius	Mobilus kalendorius
Teminis žurnalas	Internetinis forumas
Enciklopedija, žinynas	Internetinė enciklopedija „Wikipedia“, paieškos sistema „Google“ ir pan.
Muzikinė radijo laida	Muzikos klausymosi platforma „Spotify“, įvairiose platformose talpinamos tinklaidės
Dienraštis	Naujienų portalas

Naujoji žiniasklaida transliuoja turinį per ryšį ir pokalbį. Ji leidžia viso pasaulio žmonėms dalintis, komentuoti ir diskutuoti įvairiausiomis temomis. Skirtingai nei praeities technologijos, naujoji žiniasklaida yra pagrįsta interaktyvia (įsitraukiančia) visuomene.

Naujosios medijos pasiekiamos skaitmeniniu būdu:

- Socialinių tinklų svetainėmis („Facebook“, „Instagram“, „LinkedIn“, „Google+“);
- Susirašinėjimo, turinio dalijimosi programėlėmis („WhatsApp“, „Messenger“, „SnapChat“, „Skype“);
- Vaizdo įrašų dalijimosi tinklais („Vimeo“, „Youtube“);
- Forumais („Reddit“, „Quora“);
- Tinklaraščiais;
- Ir kita.

Naujųjų medijų ypatybės:

- Socialiniai tinklai leidžia kalbėti savo vardu didesnei auditorijai žmonių negu realiame gyvenime, kuriamas asmeninis įvaizdis. Pavyzdžiui, darbo rinka pasipildė tokia sąvoka kaip *asmens prekės ženklas*. Tai naujųjų medijų (bet ne tik) pagalba kuriamas įvaizdis, kuris formuoja vienokią ar kitokią nuomonę apie tiek pažįstamiems, tiek nepažįstamiems žmonėms. Pavyzdžiui, jeigu aktyviai reiškiate nuomonę „Facebook“ socialiniame tinkle, jūs jau kuriate tam tikrą įvaizdį apie save, apie tai, kas jums svarbu, kokios temos jus domina ir pan.
- Įsigalėjus naujosios medijos atsirado naujos sąvokos, tokios kaip *nuomonės formuotojai* ar *interneto etika*.
- Itin svarbi pasidarė interneto įtaka politiniam dalyvavimui ir demokratijai, internetas kaip viešoji erdvė.
- Dėl naujųjų medijų, rinkoje atsirado kūrybinių produktų bei juos kuriančių specialistų poreikis: tinklalapių dizainas, žaidimų dizainas, internetinės transliacijos, animacija, socialinių tinklų priežiūros specialistai ir kt.
- Šiuolaikinis vartotojas yra išrankus – jis gali rinktis turinį, pavyzdžiui, klausyti vienos ar kitos tinklalaidės, sekti vieną ar kitą žmogų socialinėje erdvėje ir pan.
- Šiuolaikinė komunikacija – masinė, globali.

Naujųjų medijų minusai:

- Tampa sunku atskirti kas yra tikra informacija, o kas yra melagiena ar tiesiog propaganda. Vis didesnę svarbą įgauna gebėjimas kritiškai vertinti medijose pateikiamą informaciją (ypač socialiniuose tinkluose).
- Tai kas atsiranda internete, atsiranda visam laikui. Net ištrinus tam tikrą informaciją, ji vis tiek gali likti interneto serveriuose, kitų vartotojų archyvuose.
- Versle juntama itin didelė konkurencija naujųjų medijų rinkoje, kai vartotojams prieinama gausybė informacijos, kurią jie gali atsirinkti. Organizacijoms tampa sunku išsiskirti ir būti pamatytoms. Tampa itin svarbu kurti unikalų ir gerą turinį.

Diskusija: kokių dar negatyvių veiksnių išvelgiate naujųjų medijų eroje? Daugiau plusų ar minusų? Kaip apskritai vertinate šiuolaikines medijas?

Nors internetas nėra laikomas nauju reiškiniu, bet jo mastas, išsigalėjimas visose gyvenimo srityse yra vis dar naujas, besivystantis reiškinys; interneto vartotojų skaičiai kasmet auga. Šalia tikslios ir patikrintos informacijos veši melagingos naujienos, propagandiniai žaidimai ir kt., todėl gebėjimas sukurti pasitikėjimą šiuolaikinėse medijose yra vienas iš svarbiausių žinutės siuntėjų tikslų. Socialiniai tinklai ypatingai nutrina ribą tarp to kas yra objektyvu ir kas jau yra subjektyvu. Vyrauja nuomonių kultūra. Naujosios medijos keičia ir tradicinį žiniasklaidos veidą – dalis žiniasklaidos priemonių kuriamo turinio persikėlė į naujus kanalus, tokius kaip, tinklalaidės, „YouTube“ kanalus ir pan. Nacionalinio transliuotojo televizijos laidoje „Labas rytas Lietuva“ apžvelgiamos socialinių tinklų naujienos, o tai atskleidžia, kiek mums tapo svarbūs socialiniai tinklai ir kiek tradicinei žiniasklaidai yra reikalinga aprėpti naujus informacijos pateikimo būdus.

Diskusija: jūsų nuomone, kokia ateitis laukia naujų medijų?

Papildomai:

- Apie mūsų kuriamą įvaizdį socialinėse medijose ir kodėl reikėtų netikėti viskuo ką matome (anglų kalba):
<https://www.youtube.com/watch?v=0EFHbruKEmw>;
https://www.youtube.com/watch?v=GXdVPLj_pIk
- Medijų evoliucija (anglų kalba): <https://www.youtube.com/watch?v=fWJ3vE6-r8c>

Šiuolaikinis žmogus sunkiai įsivaizduoja savo kasdienybę be interneto - vos keli mygtuko paspaudimai mus skiria nuo aktualiausių dienos naujienų, naujo pirkinio, sąskaitų apmokėjimo ar pašnekesio su kitame pasaulio krašte gyvenančiais draugais.

Paprastai naudodamiesi internetu įdiegiame papildomas kompiuterį apsaugančias programas. Tačiau pasitaiko, kad patys vartotojai dažnai elgiasi neatsakingai, nežinomiems asmenims pateikia per daug asmeninės ar finansinės informacijos, talpina įvairų turinį internete, atsisiuočia nelegalų turinį, diegia nelegalias programas, netinkamai reaguoja į skelbiamas „netikras“ naujienas ir pan.

Neabejotinai, interneto naudotojai gauna daug naudingos informacijos ir įvairių paslaugų, tačiau čia slypi ir nemažai grėsmių. Todėl kompiuterių ir išmaniųjų įrenginių naudotojai turi žinoti apie galimus pavojus internete ir galimas pasekmes, kai internetu naudojama neatsakingai.

Galimos grėsmės: asmeninės informacijos išgavimas ir grėsmė privatumui; nepatikima informacija (kadangi informaciją internete, ypač tinklaraščiuose ir socialiniuose tinkluose, gali skelbti bet kas); priklausomybė nuo technologijų; tapatybės slėpimas sukčiavimo ar nusikalstamoms veikloms; nepageidaujami laiškai ir reklama; patyčios, priekabiavimas ir t.t.

Pagrindinės e. saugos žinios ir saugus naršymas:

1. Slaptažodis. Slaptažodžiai yra viena iš labiausiai paplitusių apsaugos priemonių. Jie naudojami prieigai prie skaitmeninių įrenginių, prie juose saugomos svarbios informacijos, prie įvairių sistemų, tokių kaip el. paštas, el. parduotuvės ir pan. Slaptažodžiai kartu su vartotojo vardu leidžia nustatyti vartotojo tapatybę. Kaip susikurti saugų slaptažodį:

- Pasirinkite slaptažodį, ne trumpesnį nei 10 simbolių;
- Slaptažodis turėtų būti pakankamai ilgas ir sudėtingas. Rekomenduojama naudoti ne tik mažąsias, bet didžiąsias raides, skaičius bei specialiuosius simbolius (#, @, %, ^ ir pan.);
- Nenaudokite slaptažodžio, susidedančio iš asmeninės informacijos (vardas, pavardė, gimimo metai ir pan.);
- Nenaudokite klaviatūros šablonų (pvz. „qwerty“, „wasd“, „zxcvb“) ar nuoseklių skaičių (pvz. „12345“, „09876“);
- Neatskleiskite savo slaptažodžių kitiems bei nerinkite jų kažkam stebint;
- Nesiųskite slaptažodžių el. paštu, nesakykite jų girdint kitiems;
- Nesirinkite slaptažodžio, skelbiamo viešai ar pavyzdžio pavidalu. Pvz. „slaptažodis“, „password“ ar „examplepassword“;
- Nenaudokite slaptažodžio, kurį naudojate jau daugelį metų.

Nors saugumo ekspertai bei patyrę kompiuterių vartotojai nerekomenduoja užsirašinėti slaptažodžių, o juo labiau juos saugoti užrašytus kompiuteryje, tačiau kai kada vartotojai yra linkę prisiimti tokią riziką. Taigi, jei nusprendėte, jog nepaisant įvairių rekomendacijų, norite saugoti slaptažodžius kompiuteryje, tai siūloma padaryti naudojantis programa „KeePass“.

Papildomai:

- Slaptažodžių saugojimas naudojant „KeePass“: <https://esaugumas.lt/naujienos/slaptazodziai-ir-ju-saugojimas>
- Pasitikrinkite slaptažodžio stiprumą: www.passwordmeter.com. Jei įvedus slaptažodį rodoma žalia spalva, slaptažodis stiprus, jei oranžinė – silpnas.
- Kaip išvengti grėsmių internete: <https://youtu.be/UiFZxHvb3-c>
- Kaip užtikrinti saugų naršymą internete: <https://youtu.be/DFRKKX7PWLew>

2. Dviejų žingsnių autentifikavimas. Dviejų žingsnių autentifikavimas – tai prisijungimo procesas, kuris reikalauja ne tik prisijungimo vardo/el. pašto adreso ir slaptažodžio, bet kartu ir papildomo autentifikacijos būdo. Egzistuoja 3 pagrindiniai autentifikacijos būdai:

- Tai, ką žinote: jūsų slaptažodis, PIN, paskyros numeris ar bet kokia kita skaitmenų ar raidžių seka;
- Tai, ką turite: USB saugos raktas, telefonas ar bet kokia kita technologija kurią galite turėti fiziškai;
- Tai, kuo esate: jūsų pirštų antspaudas, akies, veido atvaizdas arba tiesiog – biometriniai duomenys.

Norint naudoti dviejų žingsnių autentifikaciją, būtina naudoti bent 2 iš 3 anksčiau paminėtų autentifikavimo būdų. Prisijungimui prie sistemų rekomenduojame visada naudoti dviejų žingsnių autentifikaciją, jeigu toks funkcionalumas yra įgalintas. Tai ženkliai padidins jūsų duomenų saugumą.

Papildomai:

- Kas yra dviejų faktorių autentifikacija: <https://youtu.be/dM5stzG3ANY>
- Slaptažodžių stiprumas, sudėtingumas ir sauga:
https://www.nksc.lt/doc/biuleteniai/NKSC_Slaptazodziu_saugumo_biuletenis.pdf

3. Apsipirkimas internetu ir elektroninė bankininkystė. Apsipirkimas internetu - populiarus būdas įsigyti prekių ir paslaugų neišėjus iš namų. Internetinėse parduotuvėse šiandien galite įsigyti beveik viską, o prekės bus greitai pristatytos tiesiai iki Jūsų namų durų. Nuo šio apsipirkimo būdo neatsiejama ir elektroninė bankininkystė, kuri suteikia galimybes įvykdyti mokėjimus. Tad vertėtų nepamiršti saugumo taisyklių, kurios padės apsaugoti jūsų duomenis ir finansus:

- Pasidomėkite kur apsiperkate. Prieš kiekvieną apsipirkimą patikrinkite internetinės parduotuvės rekvizitus ir kontaktus, taip sužinosite ar tokia įmonė egzistuoja;

- Paieškokite atsiliepimų. Google paieškos lauke, surinkę parduotuvės, kurioje norite apsipirkti, pavadinimą, rasite atsiliepimų apie šią parduotuvę. Neapsipirkinėkite parduotuvėse, kurios turi daug neigiamų atsiliepimų;
- Atidžiai patikrinkite internetinės svetainės adresą. Internetiniai sukčiai labai dažnai sukuria į tikrų parduotuvių panašius puslapius, taip siekdami pasipelnyti iš neatidžių pirkėjų. Visuomet patikrinkite parduotuvės adresą ir įsitikinkite, kad puslapis, iš kurio perkate, yra teisingas;
- Rinkitės saugius mokėjimo būdus. Jeigu už prekes atsiskaitote ne grynaisiais, o mokėjimo kortelėmis, įsitikinkite, kad mokėjimo langas, kuriame rengsite savo duomenis, būtų apsaugotas „https://“ kodavimu, o naršyklėje šalia adreso arba lango apačioje bus parodyta spynelės piktograma;
- Venkite mokėjimo tarpininkų. Sukluskite, jeigu el. parduotuvė nukreipia į mokėjimo tarpininkų puslapį. Teikdami savo duomenis ne banko, o mokėjimo tarpininko puslapyje, atskleidžiate juos tretiesiems asmenims;
- Niekada neatskleiskite savo prisijungimo duomenų net artimiausiems šeimos nariams. Visi internetinės bankininkystės prisijungimo duomenys kaip jūsų ID, kodai ir slaptažodžiai yra raktai, saugantys prieigą prie Jūsų sąskaitoje esančių pinigų. Niekada ir niekam nesiųskite savo prisijungimo duomenų elektroniniu paštu, net jei laiškas atrodytų lyg gautas iš banko. Bankas niekada neprašo tokios informacijos pateikti nei el. paštu, nei telefonu;
- Nepamirškite atsijungti. Baigę naudotis interneto banku, visuomet nuo jo atsijunkite ir užverkite interneto naršyklę. Tai būtina net tada, kai kompiuterį paliekate tik akimirksniui. Taip apsidrausite, kad pašaliniai asmenys neprieitų prie Jūsų sąskaitų;
- Naudokitės tik saugiais kompiuteriais. Namų ar darbo kompiuteryje turi veikti antivirusinė programa, interneto užkarda, o naudojama programinė įranga turi būti nuolat atnaujinama.

Papildomai:

- Dažniausiai pasitaikančios sukčiavimo schemas: <https://esaugumas.lt/articles/sukciavimo-schemas1>
- Kaip saugiai apsipirkti internetu: <https://youtu.be/46r94UAxMCE>

4. Naršymas internete. Naršant internete (ne privačiame interneto naršyklės režime), kiekviena naršyklė fiksuoja darbo istoriją, kurioje yra:

- Aplankytų tinklapių adresai;
- Prisijungimo vardai ir slaptažodžiai;
- Kiti aplankytų tinklapių duomenys (slapukai).

Naršyklės **naršymo istorija** pildoma automatiškai (jei nepakeisti naršyklės nustatymai), todėl bet kada galima pamatyti, kada buvo aplankyti tam tikri puslapiai, o taip pat sužinoti, kokius puslapius lankoma daugiausiai.

Be to, atsisiųsti iš interneto dokumentai, paveikslėliai ir kiti failai taip pat saugomi skaitmeniniame įrenginyje.

Taupant vietą diske arba dėl kitų priežasčių, galima išvalyti laikinuosius interneto failus, naršymo istoriją, įsimintus formų duomenis ar slapukus.

Papildomai:

- Rekomenduojami naršyklių nustatymai: <https://esaugumas.lt/articles/rekomenduojami-narsykliu-nustatymai>
- Kaip išjungti „Google“ duomenų rinkimą: <https://esaugumas.lt/naujienos/kaip-isjungti-google-duomenu-rinkima>

5. Privatus naršymo režimas. Privataus naršymo režime neįsimenama tokia informacija:

- Naršymo istorijos;
- Slapukų ir svetainių duomenų;
- Informacijos, kurią įvedėte formose;
- Leidimų, kuriuos suteiksite svetainėms.

Privatų naršymo režimą galima rasti visose naršyklėse, tik jis gali turėti skirtingus pavadinimus ar skirtingas piktogramas.

Papildomai:

- Privatusis ir anoniminis naršymas internete: <https://esaugumas.lt/naujienos/privatusis-ir-anoniminis-narsymas-internete>

6. Kas yra slapukas? Slapukas (angl. cookies) – tai tekstinis duomenų rinkinys, kuris yra perduodamas iš interneto tinklalapio į lankytojo kompiuterio laikmeną ir saugomas tekstiniame faile, norint rinkti informaciją apie svetainės naudojimą. Naudojant slapuką, atsimenama tam tikra informacija, tokia kaip: prisijungimo prie svetainės duomenys, svetainės kalba ir pan.

Slapukai paspartina darbą ir yra naudingi, pavyzdžiui, vieną kartą įrašius prisijungimo prie svetainės duomenis (vartotojo vardą ir slaptažodį), kitą kartą nereikia prisiminti slaptažodžio, kadangi jis įrašomas automatiškai, tik įrašius vartotojo vardą. Slapukai taip pat paspartina darbą, kadangi yra įrašomas įvairių pildomų formų laukelių turinys, pavyzdžiui, svetainės formos laukelyje pradėjus rašyti vardą pasiūloma iš karto užpildyti anksčiau įrašytą vardą ir pan.

Naršant svetainėse dažnai naudotojo yra klausama, ar išsaugoti prisijungimo duomenis, tuomet galima sutikti arba atmesti. Nereikia sutikti saugoti prisijungimo duomenis jungiantis prie svetainių naudojant viešuosius kompiuterius arba kitus skaitmeninius įrenginius, kuriais naudojasi kiti asmenys.

Papildomai:

- Kas yra slapukai: <https://youtu.be/sDWB6IKc6xQ>
- Kaip veikia slapukai: <https://youtu.be/-w2FknTb4TM>

7. Failai ir dokumentai, kurie įrašomi skaitmeniniame įrenginyje

Dažnai į savo skaitmeninius įrenginius atsisiunčiame failų ir dokumentų iš interneto svetainių ar iš mums siųstų el. laiškų (prisegti dokumentai). Reikia atkreipti dėmesį, kad dažniausiai tokie failai yra saugomi atsisiunčiamų failų aplankuose.

Jei dirbama prie viešųjų kompiuterių arba skaitmeninių įrenginių, kuriais naudojasi kiti asmenys, reiktų tokius failus ir dokumentus pašalinti baigus darbą, kad kiti asmenys negalėtų jų peržiūrėti.

Reiktų pasirūpinti, kad dokumentai ir failai būtų pašalinami ir iš šiukšlinės.

8. Tapatybės vagystės

Internetinė arba skaitmeninė tapatybė – tai asmenybės „atspindys“ elektroniniame pasaulyje. Viskas, ką apie save rašome, ką publikuojame, ką aptarinėjame, kaip komentuojame, ką skaitome, yra mūsų skaitmeninės (internetinės) tapatybės dalis. Tai duomenys, kurie pristato asmenybę virtualioje erdvėje.

Asmens duomenys – bet kuri informacija, susijusi su asmeniu. Asmens duomenų pavyzdžiai: vardas, pavardė; namų adresas; elektroninio pašto adresas; asmens tapatybės kortelės numeris; buvimo vietos duomenys (pvz., buvimo vietos duomenys mobiliajame telefone); interneto protokolo (IP) adresas; slapukų identifikatoriai; jūsų telefono reklamos identifikatorius; ligoninės arba gydytojo turimi duomenys, kurie gali būti simbolis, pagal kurį galima konkrečiai nustatyti asmens tapatybę. Specialistai pataria **internete neviešinti asmens duomenų.**

Tapatybės vagystė – tai tokia vagystė, kai pasinaudojama kito asmens tapatybę identifikuojančiais duomenimis, tokiais kaip asmens kodas, kredito kortelės duomenys, paso ar valstybinio socialinio draudimo pažymėjimo duomenys ir pan.

Dažniausiai naudojamos priemonės siekiant pavogti prisijungimo prie banko duomenis: duomenų vagystė („phishing“), šnipinėjimo programos, virusai, trojanai, klavišų paspaudimų įrašikliai („keyloggers“).

9. Tipinės tapatybės vagystės atakos:

- Skambučiai: skambina apsimetę saugumo, banko ar kitų institucijų darbuotojais; skambina dėl artimojo nelaimės ir pan.;
- E. laiškai, socialiniai tinklai ir netikros svetainės: siunčia e. laiškus su netikromis nuorodomis ir priedais su virusu; siunčia artimiesiems el. laiškus iš kitų pašto tiekėjų sukurtų adresų, pvz. žinodami vardas.pavardė@gmail.com, sukuria vardas.pavardė@yahoo.com; sukuria analogišką socialinio tinklo paskyrą jūsų vardu ir t.t.;
- Virusai, šnipinėjimo programos ir pan.

Reikėtų būti atidiems, kai kas nors jūsų prašo: pateikti asmeninę informaciją nežinomam šaltiniui; patvirtinti sąskaitos informaciją, kitaip grasinama užblokuoti jūsų sąskaitą; parduoti daiktą, kai siūloma suma yra gerokai didesnė už daikto vertę; tiesiogiai aukoti pinigų sumas; reaguoti nedelsiant; kai el. paštu gaunate sąskaitą „Zip“ formatu iš nežinomų siuntėjų; el. laiške yra nuoroda, kurią siūlo paspausti; el. laiške yra gramatinių klaidų, laiško siuntėjas nežinomas ir pan.

Papildomai:

- Kaip saugoti savo duomenis internete: <https://youtu.be/hghXjDx6Mgs>
- Duomenų vagystės („phishing“): <https://www.esaugumas.lt/articles/duomenu-vagystes-phishing>
- „Phishing“: <https://www.nksc.lt/rekomendacijos/phishing.html>
- Kaip atpažinti „phishing“: <https://www.esaugumas.lt/articles/kaip-atpazinti-phishing>
- Saugesnis internetas - privatumo ir asmens duomenų apsauga: https://www.prisijungusi.lt/medziaga/norm/3/#/?_k=0voido

10. Nepageidaujami laiškai

Dažnai el. pašto naudotojai gauna iš nežinomų siuntėjų laiškus, kurių nelaukė ir nesitikėjo. Tai būna įvairiausio turinio laiškai – prekių ir paslaugų reklamos, komerciniai pasiūlymai, beprasmingi laiškai ir pan. Tokie laiškai lietuvių kalba vadinami elektroniniu šlamštu, nepageidaujamaisiais laiškais, o anglų kalba – *spam, junk mail*.

Nepageidaujamaisiais laiškais gali būti platinamas kenkėjiško pobūdžio šlamštas, kai su elektroninio pašto laiškais gavėjus pasiekia ir kompiuterių virusai, interneto kirminai ir kita kenkėjiška programinė įranga, siekiama išgauti asmens duomenis.

Papildomai:

- Nepageidaujamų el. laiškų problematika: <https://www.esaugumas.lt/articles/nepageidaujamu-el-laisku-problematika>

KOMPIUTERIŲ IR IŠMANIŲJŲ ĮRENGINIŲ SAUGUMAS

Siekiant apsisaugoti nuo įvairių grėsmių, rekomenduojama nuolat atnaujinti savo skaitmeninių įrenginių (kompiuterių bei išmaniųjų įrenginių) programas, programėles, kai įrenginys pasiūlo tai padaryti. Rekomenduojama naudoti antivirusinę programą. Taip pat rekomenduojama atlikti programų ir programėlių profilaktiką, pavyzdžiui, pašalinti nenaudojamas, patikrinti ar visos programėlės automatiškai atsisiuntė atnaujinimus ir pan.

Galimos grėsmės:

- Virusas yra kenkėjiška programa, prisijungianti prie vykdomųjų failų arba failų, turinčių vykdomųjų komponentų (pvz., makroprogramų), gaminanti savo kopijas ir jomis užkrečianti kitus failus, galinti pažeisti sistemą arba sunaikinti duomenis, sutrikdyti programų darbą;
- „Trojanas“ (Trojos arkliai) į skaitmeninius įrenginius gali patekti nekenksmingų programėlių pavidalu bei iš tikrųjų atlikti kenkėjišką darbą – gali sunaikinti arba sugadinti kompiuteryje esančius duomenis ir programas, rasti ir kam nors išsiųsti neskelbtiną informaciją;
- Šnipinėjimo programa, be asmens žinios renkanti ir kam nors nusiunčianti jo asmeninius duomenis. Šnipinėjimo programa gali pažeisti įvairius privatumo lygius.

Iš kur atsiranda kenkėjiškos programos įrenginiuose:

- „Užkrėstų“ programų diegimas įrenginiuose;
- Elektroninis paštas;
- Internetiniai puslapiai, netinkamo turinio svetainės ir pan.;
- Dokumentų apsikeitimo programos (torrentai), failų saugyklos ir pan.

„Užkrėsto“ įrenginio požymiai:

- Kompiuteris ar skaitmeninis įrenginys veikia lėčiau negu įprasta;
- Programos ar programėlės nuolat „užstringa“, įrenginys nuolat persikrauna;
- Negalima įprastai dirbti su dokumentais ir kitais failais, pvz., negalima atverti, pašalinti dokumentų, gali atsirasti naujų failų ar aplankų ir pan.;
- Neįprastai veikia antivirusinė programa, pvz., yra užboluota, nuolat išsijungia;
- Neįprastai iššokantys langai bei reklamos ar atsiradusios nepageidaujamos programėlės;
- Numatytųjų naršyklės nustatymų pakeitimas be jūsų žinios;

Kokių priemonių imtis norint apsisaugoti nuo virusų ir įsilaužimų:

- Naudokite antivirusinę programą;
- Neatidarykite nežinomų siuntėjų el. laiškų priedų;

- Sutikite su operacinės sistemos ir programų atnaujinimu, t. y. neignoruokite jo;
- Nespauskite įtartinų iššokančių langų;
- Nesilankykite svetainėse, kuriose pateikiamas netinkamas turinys ar nelegali informacija;
- Neatidarykite keistų nuorodų, kurios siunčiamos el. laiškais, socialiniais tinklais ar SMS žinutėmis;
- Darykite atsargines failų kopijas, kad esant reikalui būtų galima atstatyti duomenis;
- Diekite tik legalias programas ir programėles;
- Programėles diekite iš patikimų šaltinių, tokių kaip „Google Play“, „Apple Store“, „Windows Store“ ir pan.

Papildomai:

- Top 3 nemokamos antivirusinės programos: <https://youtu.be/LvMul53X0BQ>
- Nemokamos antivirusinės programos: <https://esaugumas.lt/naujienos/nemokamos-antivirusines-programos>

Atsakingas elgesys internete:

- Venkite P2P programų (pvz., torentų) naudojimo ir failų dalinimosi naudojant šias programas;
- Siųskitės tik legalias programas, muziką, filmus ir kitus legalius dokumentus;
- Aiškinkite vaikams apie e. saugą internete;
- Venkite naršyti puslapiuose, kurių turinys atrodo įtartinas, žinokite, kad programų serijiniai kodai nėra nemokamai skelbiami įtartinio turinio svetainėse;
- Venkite sandorių, pagal kuriuos galite lengvai uždirbti ir pan.;
- Atsakingai naudokite el. paštą.¹

Keletas patarimų siekiant apsaugoti mobiliuosius įrenginius:

- Atidžiai diekite programėles. Diegdami programėles, atidžiai sekite diegimo metu siūlomus parametrus ir prieš spausdami mygtuką „Accept“ („Sutinku“) arba „Install“ („Diegti“) atidžiai perskaitykite, su kuo sutinkate. Atkreipkite dėmesį, ar programėlei tikrai reikės tam tikros jūsų asmeninės informacijos ar prieigos prie tam tikrų programų, ar įrenginio įtaisų;
- Atjunkite nenaudojamas ryšių funkcijas;
- Aktyvuokite PIN kodo ar kitos saugios prisijungimo funkcijos naudojimą;

¹ Šiame skyriuje naudoti informacijos šaltiniai:

a) Dr. Renata Daniėlienė mokymų medžiaga „Būkime saugūs internete“ - <https://mokymai.vipt.lt/sites/default/files/inline-files/1Priedas.Bukime-saugus-internete.pdf>;

b) Nacionalinis kibernetinio saugumo centras - <https://www.nksc.lt/>;

c) Lietuvos Respublikos ryšių reguliavimo tarnyba - <https://esaugumas.lt/>;

d) Projektas „Prisijungusi Lietuva“ - <https://www.prisijungusi.lt/savarankiskas-mokymasis/>.

- Darykite atsargines duomenų kopijas;
- Galite pažymėti įrenginį policijoje;
- Vagystės atveju kreipkitės į policiją bei ryšio operatorių;
- Naudokite skenavimo programas: „[Avira Rescue System](#)“, „[AVG Rescue CD](#)“, „[Dr.WEB LiveCD](#)“;
- Atstatykite gamyklinius įrenginio nustatymus;
- Nepavykus surasti sprendimų, kreipkitės į specialistus.

Papildomai:

- Kaip apsaugoti mobiliuosius įrenginius: <https://youtu.be/90c4h9kJ6Ts>
- Kaip jaustis saugiai internetinėje erdvėje naudojant skaitmeninius įrenginius: <https://vimeo.com/360984650>
- Kenkėjiškos programinės įrangos tipai: <https://esaugumas.lt/articles/kenkejiskos-programines-irangos-tipai>
- Mobilieji virusai: <https://esaugumas.lt/naujienos/mobilieji-virusai>
- Mobilųjų įrenginių saugumas: <https://esaugumas.lt/naujienos/mobiliuju-irenginiu-saugumas>
- Kodėl reikia atnaujinti programinę įrangą: <https://youtu.be/oVOFx8kuQRA>
- Greitoji pagalba apkrėtam kompiuteriui: <https://esaugumas.lt/naujienos/greitoji-pagalba-apkrestam-kompiuteriui>

SOCIALINIŲ TINKLŲ PAVOJAI

Socialinės medijos – tai naujos kartos kompiuterinė ar tinklo informacija ir komunikacija. Socialiniai tinklai tiesiogiai atliepia žmonių poreikį bendrauti ir būti socializacijos subjektu. Socialiniuose interneto tinkluose greitai tampama grupės nariu, susirandama realių arba virtualių draugų, keičiamasi ne tik informacija, bet ir nuotaikomis, įspūdžiais, dienotvarke, įvykiais ir t.t. Kartu su naujais įgūdžiais, naujais poreikiais, naujomis intelektinėmis ir bendravimo galimybėmis atsiranda ir naujos rizikos, nepatirtos grėsmės, kurios gali turėti poveikį nuomonės formavimuisi.

Šiandien socialinės medijos yra tapusios viena pagrindinių bendravimo ir informacijos gavimo bei perdavimo priemonių. Aktyviausiai jomis naudojasi jaunimas – didžioji dalis jų turi savo profilius įvairiuose socialiniuose tinkluose ir be socialinių medijų neįsivaizduoja kasdienybės. Dėl šios priežasties būtent jauno amžiaus žmonės tampa grupe, kuri yra neatspariausia socialinėse medijose tykantiems pavojams, tarp kurių – užslėpta reklama, propaganda, netikros ir realybės suvokimą iškreipiančios naujienos. Socialinių tinklų turinį kuria patys vartotojai, todėl naudotojus pasiekiančiam turiniui pakartotinis faktų tikrinimas dažnai nėra atliekamas. Socialinių medijų informacijos srautas yra įvairus,

o pateikiamas turinys – nuotraukos, vaizdo įrašai, naujienų istorijos – gali būti labai skirtingas, apimantis daugybę temų ir taip formuojantis savitą pasaulio vaizdą. Atsiranda rizika priimti daugumą dalykų kaip tiesą, neatkreipiant dėmesio į tai, kad dalis srauto neretai yra apgaulinga bei siekianti paveikti informacija. Socialiniai tinklai yra prieinami kiekvienam, todėl gali būti atviri norintiems pakenkti, o vartotojai ne visada moka kritiškai atsirinkti, kas yra tikra, svarbu ir naudinga.

SOCIALINIŲ TINKLŲ APSAUGA

Susireguliuokite socialinio tinklo nustatymus – kiekvienas socialinis tinklas siūlo įvairius profilio nustatymus, apibrėžiančius kas ir kokia apimtimi gali matyti jūsų viešinamą informaciją. Papildomai, esant tokiai galimybei, naudokite saugų SSL ryšį socialiniam tinklui pasiekti. Be to, nepamirškite atsijungti nuo savo paskyros ja pasinaudoję svetimame ar viešame kompiuteryje, o dar geriau ja naudotis tik savo kontroliuojamame kompiuteryje bei tinkle.

Kontroliuokite viešinamą informaciją – viešinant ar talpinant informaciją apie save socialiniame tinkle reikia suprasti, jog informacija patalpinta į socialinį tinklą tampa daugiau ar mažiau prieinama praktiškai visiems. Populiariausiuose tinkluose yra galimybė reguliuoti kam talpinama informacija yra pasiekama – visiems, tik asmenims esantiems jūsų draugų sąrašuose ir kt. Tačiau ar tikrai visi asmenys esantys jūsų socialinio tinklo draugų sąrašė tikrai yra jūsų draugai? Galbūt turite įsitraukę į kontaktus ir visiškai nepažįstamų ar galbūt realiai neegzistuojančių asmenų?

Neviešinkite „nepatogios“ informacijos – kai kuriais dalykais socialiniuose tinkluose dalintis nėra būtina. Svarbu atsiminti – tai kas patenka į internetą, lieka internete. Skaitmeninė informacija nėra lygi įprastai: ji gali būti kopijuojama ar platinama išpūdingais greičiais. Dažnas pavyzdys – įvairūs „Youtube“ vaizdeliai, kuriuose gali būti nepriimtino turinio – užfiksuota nusikalstama veika, neatsakingas vairavimas ar mobiliuoju telefonu užfiksuotos nuogybės. Neretai tokios medžiagos autoriai ją įkelia norėdami pasidalinti su draugais, tačiau draugai pasidalina su savo draugais ir grandinė greitais tempais ilgėja – vaizdelio autoriui suvokus savo klaidą, jis gali mėginti pašalinti įkeltą medžiagą, tačiau internautai jau būna pasidarę medžiagos kopiją ir ima ją platinti toliau.

Pasitikrinkite ką internetas žino apie. Tai nėra sudėtinga, tiesiog paieškokite savo vardo, pavardės ar slapyvardžio populiarioje paieškos sistemoje ir įvertinkite rezultatus su mintimi, jog kiekvienas ieškantis apie jus informacijos, matys lygiai tokius pačius rezultatus. Neretai įvairios organizacijos (pvz. mokymo, valstybės įstaigos) įkelia asmens duomenis į viešąją erdvę t.y. mokymo įstaigos gali skelbti grupių sąrašus su tvarkaraščiais ar panašiai. Todėl, bet kas susipažinęs su informacija apie jus gali ją panaudoti saviems tikslams. Saugokite savo duomenis!

Papildomai:

- Švaresnis internetas: kaip pranešti apie žalingą turinį internete:
<https://youtu.be/ubjuM9ByG1w>

Naujųjų medijų menas reiškia meno kūrinus, sukurtus naudojant technologijas, įskaitant skaitmeninį meną, kompiuterinę grafiką, kompiuterinę animaciją, virtualųjį meną, interneto meną, interaktyvųjį meną, garso meną, vaizdo žaidimus, robotiką, 3D spausdinimą, kiborgo (*kiborgas* (angl. *cyborg*) – organizmas, kurio natūralios biologinės galimybės papildytos nebiologiniais organais, naudojančiais techninės kibernetikos galimybes) meną. Naujųjų medijų meno ištakos siejamos su XIX amžiaus pabaigos fotografijos išradimais. 1958 m. Wolfas Vostellas tapo pirmuoju menininku, į savo darbą įtraukusiu televizorių. Ši instaliacija pavadinta „Black Room Cycle“ yra „Berlinische Galerie“ kolekcijos dalis.

Pagrindinis naujųjų medijų meno bruožas yra tai, kad turinys susijęs su vartotojo patirtimi. Buvome pripratę į meną žiūrėti linijiškai ir aiškiai (tapytas paveikslas, skulptūra, skaitoma knyga ir t. t.). Dabar menas peržengia šios formos ribas ir leidžia žmonėms susikurti savo kūrinio patirtį. Netiesioginis menas paprastai reikalauja auditorijos dalyvavimo arba bent jau to, kad atsižvelgiama į „lankytoją“, keičiant rodomą turinį.

Maždaug 10-ojo dešimtmečio viduryje kilo susirūpinimas, kaip išsaugoti skaitmeninius kūrinius. Judantys vaizdai, daugialypė terpė, interaktyvios programos ir kompiuteriu sukurtas menas turi kitokių savybių nei fiziniai meno kūriniai, pavyzdžiui, tapyti paveikslai ar skulptūros. Skaitmeninį failą galima nukopijuoti į naują laikmeną, nepabloginant turinio, tačiau viena iš skaitmeninio meno išsaugojimo problemų yra ta, kad formatai laikui bėgant keičiasi: 8 colių diskeliai, 5,25 colio diskeliai, 3 colių diskeliai, CD-ROM, DVD, USB laikmenos. Šiandien duomenys vis dažniau laikomi internetinėse debesų saugyklose.

Visame pasaulyje kuriamos bakalauro ir magistro studijų programos, daugiausia dėmesio skiriant interaktyviam menui, medijų arba žiniasklaidos menui, naujajai žiniasklaidai, medijų dizainui, skaitmeninei medijai ir kt.

Lietuvoje VDU siūlo studijų programą „Naujųjų medijų menas“. Rengiami profesionalūs medijų meno specialistai, kurie gali savarankiškai kurti naujųjų medijų meną, rengti kūrybinius projektus, prasmingai valdyti šiuolaikines medijas. Programos absolventai dirba laisvai samdomais kūrėjais kultūrinių ir kūrybinių industrijų srityje. Šioje programoje mokoma praktinių medijų meno pagrindų (fotografija, vaizdo, garso menas, kompiuterinė grafika, multimedijos technologijos), taip pat ir audiovizualinės kultūros ir komunikacijos, analizuojami šiuolaikinio meno procesai, asmeninės vadybos principai (daugiau apie programą skaitykite: <http://menufakultetas.vdu.lt/studijos/bakalauro-studijos/naujuju-mediju-menas/>).

Atsiradus interaktyviai žiniasklaidai naujųjų medijų menas daro įtaką visuomenei per socialinį aktyvumą (*interaktyvus* – sąvoka, vartojama kalbant apie internetą, tai vartotojų dalyvavimas komunikacijoje ir turinio kontrolėje).

Šiandien kiekvienas, ne tik profesionalūs menininkai, gali kurti, reikšti mintis, išsakyti nuomonę, atskleisti savo kūrybiškumą naudojant šiuolaikines naujasias medijas, kurių įvairovė kasdien vis auga. Apžvelgsime keletą priemonių ir įrankių, kuriuos galite išbandyti.

INTERNETO DIENORAŠČIAI. SVETAINĖS. GRAFINIS DIZAINAS.

Tinklaraštis, dar vadinamas *blogu* (angl. *blog*, *web log* – *web* 'žiniatinklis' + *log* 'įrašų žurnalas, knyga') – asmeninis internetinis dienoraštis, automatiškai formatuojami naujienų puslapiai.

Tinklaraščiams priskiriamos specializuotos interneto svetainės arba bendrųjų svetainių sritys, kuriose skelbiamos dažnai rašomos publikacijos, išdėstytos chronologine tvarka, kuriose autoriai, vadinamieji tinklaraštininkai (angl. *bloggers*), išsako savo mintis, aprašo įvykius, pastebėjimus, skleidžia savo idėjas ir pažiūras. Tinklaraščiuose dažniausiai komentuojamas pasirinktos temos turinys, pavyzdžiui, muzika, kinas, maistas, politika ar naujienos. Daugelis tinklaraščių veikia kaip asmeniniai dienoraščiai. Tipinis tinklaraštis sudarytas iš teksto, paveikslėlių ir nuorodų į kitus tinklaraščius, puslapius ar kitokią su tinklaraščio tematika susijusią informaciją.

1994 m. pirmąjį tinklaraštį, asmeninį dienoraštį, pradėjo rašyti Džastinas Holas. Tinklaraščių rašymas itin išpopuliarėjo pasirodžius automatizuotoms tinklaraščių (blogų) sistemoms, ypač 2003 m., kai „Google“ įsigijo „Blogger“ platformą. 2006 m. pasirodžius „Blogger“ įkūrėjo Evano Viljamsso „Twitter“ platformai, tapo populiarūs mikrotinklaraščiai.

Dar prieš kelerius metus, norint sukurti svetainę, reikėjo naudoti specialias programas interneto puslapių kūrimui, taip pat mokėti specialią interneto puslapių kūrimo kalbą **HTML** (angl. *Hypertext Markup Language*). Tačiau šiuolaikinės priemonės leidžia sukurti interneto tinklalapius ir svetaines nenaudojant jokių specialių programų ir nebūtina mokėti HTML kalbos. Be to, šios priemonės leidžia iš karto sukurtą puslapį ar svetainę skelbti internete.

Nusprendę pradėti savo tinklaraštį arba susikurti savo tinklalapį, turėsite nuspręsti, kokią platformą jam pasirinkti. Daugelis, neturinčių programavimo žinių ir nenorinčių mokėti IT specialistams už individualios svetainės sukūrimą, renkasi nemokamas platformas, kurias naudoti nėra sudėtinga.

Nemokamos platformos tinklaraščiui, interneto svetainei, grafiniam dizainui kurti:

- „**Blogger**“ (<https://www.blogger.com/about/?bpli=1>) turinio valdymo sistema paprasta, turinti smagių ir naudingų svetainės konfigūravimo ir populiarinimo funkcijų (*pavyzdys: Gerardo Bagdonavičiaus ekslibrisų fondas. Šiaulių apskrities Povilo Višinskio viešoji biblioteka <http://ekslibrisai.blogspot.com/>*);
- „**WIX**“ (<https://www.wix.com/>) lengvai valdoma, nemokama versija turi daug naudingų funkcijų. Galima iliustruoti nuotraukomis, žemėlapiiais, pridėti įvairių dokumentų, nuorodų (*pavyzdys: puslapis, sukurtas renginiui. skelbiama informacija apie renginio dalyvius, vietą, programą ir kt. <https://savblt.wixsite.com/forum>*);

- „**SimpleSite**“ (<https://www.simplesite.com/>) yra nemokama platforma (**pavyzdys**: individualus puslapis, reklamuojantis žemės ūkio veiklą, pateikiamos nuotraukos <http://serbentaimedus.simplesite.com/443646608>);
- „**Google Sites**“ (<https://sites.google.com>) yra nemokama platforma (**pavyzdys**. Šiaulių apskrities Povilo Višinskio viešojoje bibliotekoje vykusio renginio programa <https://sites.google.com/view/savbforumas/apie-forum%C4%85>).

Papildomai:

- Kaip sukurti interneto svetainę „Google Sites“:
<https://www.youtube.com/watch?v=g6vFqMeQ-2s>
- Kaip sukurti interneto svetainę „Google Sites“:
<https://www.youtube.com/watch?v=cjsoX5Md4Y8> (anglų kalba)
- Išsamus aprašymas, kaip sukurti svetainę, daug papildomos informacijos:
https://mokymai.vipt.lt/sites/default/files/inline-files/Buk-aktyvus-unikalus-ir-verslus_1.pdf

Internete galite rasti įvairių grafinio dizaino kūrimo įrankių (pradėkite nuo paprastesnių, o įgiję daugiau patirties ir įgūdžių galėsite išbandyti ir kažką sudėtingesnio.). Dauguma jų turi nemokamas versijas:

- „**Crello**“ (<https://crello.com/>);
- „**Canva**“ (<https://www.canva.com/lt-lt/>);
- „**Adobe Spark**“ (<https://spark.adobe.com/>).

***Diskusija:** šiame straipsnyje pateikiama 18 priežasčių, kodėl nemokamos interneto svetainės nėra tinkamos jūsų verslui, ir kodėl jos dažnai nėra visiškai nemokamos: <https://www.devstudio.lt/18-priezasciu-kodel-nemokama-interneto-svetaine-yra-prasta-ideja/>. Kokių kyla minčių, perskaičius straipsnį? Ar pateikta informacija gali būti vertinama kaip patikima, objektyvi ir teisinga?*

Papildomai:

- Filmuko kūrimas „Adobe Spark“ bei kitomis vaizdo montavimo priemonėmis:
<https://mokymai.vipt.lt/sites/default/files/inline-files/5-tema-inovatyvus-saves-pristatymas.pdf>
- Apžvelgiami įvairūs svetainių kūrimo įrankiai:
<https://www.tamo.lt/laisvalaikis/top-5-geriausi-svetainiu-kurimo-irankiai-2020/>
<https://www.iv.lt/kaip-susikurti-interneto-svetaine-gidas-nuo-a-iki-z/>

TINKLALAIIDĖS

Tinklalaidė, dar vadinama *podkastu* (angl. *podcast* < *iPod* + *broadcast* „laida“) – tai tarsi tinklaraščiai, tik garsiniai. Tai skaitmeninio formato muzikinė laida arba pokalbis, parsisiunčiami iš interneto. Tinklalaidėse kalbama įvairiomis temomis: politikos, kultūros, verslo, pramogų, sveikatos, taip pat ir aktualiomis siauroms auditorijoms. Tai gali būti tiek tradicinės televizijos bei radijo laidų įrašai, skelbiami internete, tiek turinys, sukurtas išskirtinai interneto vartotojams. Juos kurti gali bet kas, jie yra laisvesnės formos nei radijo laidos. Naujųjų garso pasakojimų ar pašnekusių galima klausytis internetu arba parsisiuntus į įrenginį. Šiuos įrašus patogų įsijungti vairuojant, sportuojant ar atliekant kitus darbus.

Podkastas. Rekomendaciniame Svetimžodžių atitikmenų sąrašė (patvirtintame VLKK 2012 m. lapkričio 8 d. protokoliniu nutarimu Nr. PN-4) teikiami atitikmenys *tinklalaidė* (angl. *podcast*) ir *tinklalaidžių sklaida*, *tinklalaidžių prenumerata* (angl. *podcasting*). Taip pat siūloma vadinti: angl. *screencasting* – ekranlaidė; angl. *videocasting* – videotinklalaidė <http://www.vlkk.lt/konsultacijos/7535-podcasts-parsisiunciama-laida-siuntinukas>.

Vaizdo tinklaraštis, dar vartojami terminai *vlogas* (angl. *vlog* – video blog), *vaizdo tinklalaidė*, *video tinklalaidė*, *video podkastas* – tinklaraštis, kuriame pagrindinė informacijos perteikimo forma yra vaizdo įrašai. Vaizdo tinklaraštininkai (vlogeriai) paprastai kuria mados, kosmetikos, sporto, kelionių, kompiuterinių žaidimų, gyvenimo būdo ir kt. vaizdo tinklaraščius. Vaizdo tinklaraščių reikšmė pastaruoju metu tiek Lietuvoje, tiek pasaulyje didėja, ypač tarp tūkstantmečio kartos (Y, Z).

Pirmieji vaizdo tinklaraščiai pasirodė kartu su pirmosiomis vaizdo įrašų dalijimosi platformomis internete. 2007 m. šio reiškinio paplitimą dar labiau paskatino „YouTube“ pristatyta partnerystės paslauga, suteikianti galimybę jų kūrėjams užsidirbti iš internetinių reklamų.

Nuo tradicinių radijo ar televizijos laidų tinklalaidės skiriasi tuo, kad transliuojama ne realiu laiku, bet pagal poreikį – vartotojas gali klausytis arba žiūrėti tinklalaidės jam patogiu metu. Transliuojama ne radijo ar televizijos eteriu, o internetu. Labai svarbus bruožas – prenumerata. Užsiprenumeravus tinklalaidę, naujos laidos yra automatiškai atsiunčiamos į vartotojo įrenginį. Yra galimybė laidas žiūrėti neturint interneto ryšio – atsiuntus tiesiogiai į savo įrenginį.

Iš pradžių tinklalaidžių autoriais dažniausiai būdavo tinklaraštininkai, tačiau vėliau joms išpopuliarėjus savo tinklalaidės ėmė leisti įvairūs laikraščiai, žurnalai, televizijos ir radijas. Neretai ir tradicinės radijo ar televizijos laidos yra platinamos kaip tinklalaidės (pvz., Lietuvoje tokiu būdu laidas platina LRT, Žinių radijas ir kt.).

Tinklalaidžių idėją 2000 m. pasiūlė Tristanas Louisas (JAV) ir tais pačiais metais ją įgyvendino Dave'as Wineris (JAV). Pirmasis *podcasto* sąvoką 2004 m. pavartojo Benas Hammersley (Didžioji Britanija). „Apple“ integravo *podkastus* į „iTunes“ ir taip pristatė juos plačiajai publikai. Amerikoje šis formatas greitai išpopuliarėjo dėl ilgų atstumų, nes tinklalaidžių žmonės klausosi automobiliuose.

Portalo „Podcast Insights“ duomenimis, šiuo metu pasaulyje yra daugiau nei 750 tūkst. skirtingų tinklalaidžių ir daugiau nei 30 mln. jų epizodų, o šie skaičiai kasdien vis auga. Dažniausiai tinklalaidžių klausosi 18–44 metų amžiaus žmonės (67 proc. visų klausytojų). Populiariausia pasaulyje laikoma tinklalaidė „Serial“, kurią kuria žurnalistė Sarah Koenig. Šioje tinklalaidėje nagrinėjama tikra istorija apie 18-metės merginos Hae Min Lee dingimą ir žmogžudystę 1999 m. Baltimorėje. Jau pirmieji epizodai sulaukė didžiulio susidomėjimo, tinklalaidė pelnė ne vieną prestižinį apdovanojimą, skirtingų jos serijų buvo parsisiųsta 267 milijonus kartų.

Lietuvoje tinklalaidės pradėtos kurti 2011 m. Dabar jų klauso (žiūri) 36 % interneto vartotojų. Pirmoji profesionali (t. y. pirmoji išlaikanti save finansiškai) lietuviška tinklalaidė „Nyla“ (šiuo metu randama „Nara.lt“ puslapyje) pasirodė 2017 m. rugsėjį.

Populiariausia platforma – „**Youtube**“, kurią renkasi 96 % klausytojų, „**Spotify**“ renkasi 14 % (čia savo tinklalaidę turi ir buvęs JAV prezidentas Barackas Obama su sutuoktine Michelle), po 6 % teigė taip pat naudojantys „**SoundCloud**“ ir „**iTunes**“, 3 % – kitus kanalus.

Tinklalaidžių dažniausiai klausomasi telefone, įvairiose programėlėse. Visuose „iPhone“ telefonuose automatiškai yra įrašyta programėlė „Apple Podcasts“, o „Android“ vartotojai gali parsisiųsti nemokamą programėlę „Google Podcasts“ arba įrašų ieškoti tiesiog telefono sistemos naršyklėje.

Tinklalaidžių galima ne tik klausytis, bet ir jas kurti patiems – svarbiausia rasti aktualių temų ir įdomių pašnekovų. Tinklalaidei įrašyti profesionali garso įrašų studija nėra būtina, užtenka į telefoną atsisiųsti išmaniają programėlę – pavyzdžiui, programėlės „**Anchor**“ ir „**Spreaker Podcast Studio**“, kurios yra skirtos įrašinėti bei tvarkyti garso įrašus arba iš karto transliuoti juos realiu laiku. Jos taip pat suteikia galimybę prie tinklalaidžių prijungti kitus žmones, pridėti papildomų garsų ar foninės muzikos, galima planuoti ir savo publikacijų tvarkaraštį, stebėti klausytojų skaičių bei klausymo statistiką.

„Podcats.lt“ (www.podcasts.lt) svetainės tikslas – surinkti visas lietuviškas tinklalaides į vieną vietą, kad jas būtų lengva rasti ir paskatinti tinklalaidžių kūrėjus bei klausytojus atrasti vieną bendrą platformą turiniui skelbti. Svetainėje galite rinktis turinį pagal dominančias temas, pagal pavadinimus, kūrėjus ir kt. Prie tinklalaidžių pateikti grafiniai paveikslėliai (piktogramos) nurodančios, kokioje platformoje galite rasti tinklalaidę.

Praktinė užduotis: surasti ir paklausti tinklalaidę patinkančia tema. Galima pasiūlyti dalyviams atsisiųsti programėlę į savo išmanųjį įrenginį.

Papildomai:



- **Apple Podcasts** (iOS): [Apple Podcasts on the App Store](#)



- **Google Podcasts** (Android):
[Google Podcasts: Discover free & trending podcasts - Apps on Google Play](#)



- **Anchor** (iOS): <https://apps.apple.com/us/app/anchor/id1056182234>
(Android): https://play.google.com/store/apps/details?id=fm.anchor.android&hl=en_US



- **Spreaker Podcast Studio** (iOS): <https://apps.apple.com/us/app/spreaker-podcast-studio/id585625596>
(Android):
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.spreaker.android.studio&hl=en>

SOCIALINIAI TINKLAI

Naujosios medijos leidžia kurti turinį, jį transliuoti, sulaukti dėmesio ir įvertinimų. Dažnai tai tampa ne tik saviraškos priemone, bet ir pajamų šaltiniu. Verslas neatsiejamas nuo socialinių tinklų:

- **„Facebook“** – Lietuvoje populiariausias tinklas. Vieni susikuria interneto svetainę ir tuomet kuria „Facebook“ puslapį, o kiti pradeda veiklą nuo „Facebook“ puslapio ir įgiję pakankamai klientų – kurią interneto svetainę. Įmonės „Facebook“ paskyra, kuri yra sukurta ne pagal reikalavimus ir standartus, o taip, kaip „man gražu“ – dažnai gadina įmonės įvaizdį.
- **„Instagram“** (angl. žodžių *instant*, *telegram* trumpinys; liet. *akimirksniu gauta telegrama*) – nuotraukų ir kt. vaizdinio turinio dalijimosi socialinis tinklas. „Instagram“ skelbia, kad turi daugiau nei 1 mlrd. bent kartą per mėnesį prisijungiančių vartotojų, iš kurių 500 mln. prisijungia kasdien. Šiuo metu „Instagram“ priklauso „Facebook“ įmonei. Pirminė „Instagram“ paskirtis buvo galimybė dalytis nuotraukomis, papildant jas žymėmis (angl. *tags*) bei buvimo vietos (angl. *location*) informacija. Iš pradžių skelbiamos nuotraukos galėjo būti tik kvadratinės, kaip klasikinių momentinių fotoaparatus, 2015 m. šis apribojimas buvo pašalintas. Dabar nuotraukas galima redaguoti pasirinktais filtrais. Socialiniame tinkle galima dalytis 1 minutės trukmės vaizdo įrašais. Taip pat dalytis 15 sekundžių trukmės skaidrėmis (angl. *stories*), kurios išnyksta po paros ir iki 1 valandos trukmės vaizdo įrašais savo kanaluose (IGTV). Vartotojai gali suteikti kito vartotojo pasidalytam turiniui patiktuką (angl. *like*), jį komentuoti bei vieni kitus sekti, (angl. *follow*), taip įtraukdami kitų vartotojų sukurtus įrašus į savo naujienų srautus. Be to, vartotojai gali susirašinėti tarpusavyje (angl. *direct messaging*).

Papildomai:

- Straipsnyje pasakojama, kaip sukurti „Facebook“ puslapį verslui, apžvelgiami svarbiausi „Facebook“ nustatymai, kuriuos bet kuris „Facebook“ puslapio administratorius turi tinkamai atlikti:

<https://www.verslosparnai.lt/kaip-sukurti-facebook-puslapi-verslui/>

<https://www.verslosparnai.lt/svarbiausi-facebook-nustatymai-verslui/>

- Pamoka „Youtube“ kaip sukurti „Facebook“ verslo puslapį:

<https://www.youtube.com/watch?v=N1y3o7W52I8>

- Daug naudingų patarimų „Instagram“ tinklo naudotojams:

<https://www.verslosparnai.lt/instagram-verslui/>

- Norint patraukliai pateikti savo idėjas, galite pasinaudoti nuotoliniais mokymų kursais. Kaip teigia programos kūrėjai - šiose pamokose sužinosite: kas yra grafinis informacijos pateikimas, kokios priemonės naudojamos, kaip tekstinė informacija virsta infografiku ir kt.:

<https://www.epilietis.eu/category/mokymai/skaitmenine-kuryba/>

TURINIO KŪRIMAS

Turinio kūrėjas yra tas, kuris sukuria patrauklų ir pagarbų turinį vartotojams. Kuriamas turinys gali būti mokomasis arba pramoginis, pritraukiantis kurio nors lankytojo, kuris anksčiau nesidomėjo tam tikru prekės ženklu, dėmesį. Turinio kūrėjai naudojami savo idėjomis, kad pakeistų vartotojo įpročius, pakviestų įsigyti siūlomas prekes ar pasinaudoti paslaugomis. Šiuolaikiniame pasaulyje labai svarbu dirbti su savo turiniu. Viskas, ką internetinis vartotojas mato internete, gali juos pritraukti, pakviesti juos apsilankyti jūsų puslapyje.

Dažniausiai pasitaikančios turinio kūrimo problemos:

- Kokybė. Anoniminio ir vartotojo sukurtas turinio populiarėjimas pateikia tiek galimybių, tiek iššūkių interneto vartotojams. Tinklaraščiai, ir kitos asmeninio turinio kūrimo platformos suteikia galimybę pasiekti didesnę auditoriją. Tačiau tai gali tapti priemone gaudyti ir klaidingos informacijos sklaidai, kas apsunkina kokybiško turinio, atitinkančio vartotojų informacijos poreikius, paiešką.
- Metaduomenys. Skaitmeninį turinį sunku organizuoti ir skirstyti į kategorijas. Tinklalapiuose, forumuose ir leidyklose taikomi skirtingi metaduomenų arba informacijos apie turinį, pvz., jo autoriaus ir sukūrimo datos, standartai. Įvairių metaduomenų standartų taikymas gali sukelti prieigos ir aptikimo problemų.
- Autorių teisės. Gali būti sunku nustatyti skaitmeninio turinio nuosavybės teisę, kilmę ir teisę juo dalytis. Vartotojų sukurtas turinys tradicinio turinio kūrėjams kelia iššūkių dėl nelicencijuotų ir neleistinų išvestinių kūrinių, piratavimo ir plagijavimo plėtos.

Išpopuliarėjus socialiniams tinklams, susiformavo nuomonės formuotojų (*influencerių*) kultūra. *Influenceris* (žodis kilęs iš angliško žodžio „influence“ – įtaka) – žmogus, kuris, vedinas asmeninių tikslų, formuoja nuomonę apie tam tikrus produktus, prekės ženklus ar įvykius. Tai žmonės, diktuojantys mados, kelionių, politikos ar valgio kultūros tendencijas ir tokiu būdu veikiantys eilinio vartotojo sprendimą, ką įsigyti, pasirinkti ir net ką manyti.

Influenceriai naudojami socialinės žiniasklaidos platformomis, kurdami savo asmeninį prekės ženklą arba darydami įtaką savo sekėjams (įskaitant produktų pirkimą, prekės ženklo palaikymą ar atostogas tam tikroje vietoje). Nors tai gali atrodyti lengvabūdiška pramoga, kai kurie *influenceriai* savo veikla užsiima profesionaliai, todėl jie tampa šiuolaikiniais verslininkais. Rinkodaros specialistai naudojami *influencerių* paslaugomis, kad įtvirtintų patikimumą rinkoje, kurtų socialinius pokalbius apie prekės ženklus ir sutelktų dėmesį į pardavimo internete ar parduotuvėje skatinimą. *Influencerių* rinkodaros sėkmė vertinama pagal uždirbtą žiniasklaidos vertę, parodymus ir kainą už veiksmą.

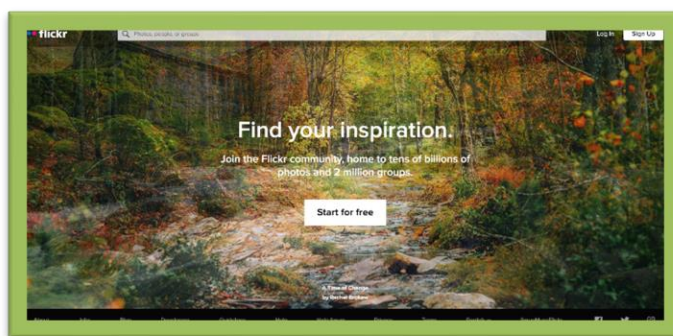
Šiandien nuomonės formuotojai internetinėje erdvėje turi tūkstančius sekėjų, o didžiausi jų gerbėjai – paaugliai. Nepaisant fakto, kad nuomonių formuotojai kuria reklamos turinį ir jį parduoda vartotojams, jais dažnai pasitikima kur kas labiau nei įprastomis reklamomis.

NEMOKAMAS TURINYS KŪRYBAI

Norint savo pasakojimus, tinklaraščius, tinklalapius ar kitas medijas papildyti nuotraukomis, vaizdo įrašais ar garso takeliais reikia žinoti, kad ne viską, ką randate internete, galite laisvai naudoti. Geriausia naudoti savo darytas fotografijas, vaizdo įrašus, tačiau ne visada tai yra patogiu, kartais norisi ko nors ypatingo. Dauguma interneto svetainių kūrimo platformų pateikia nemokamą turinį, kurį galite naudoti, o kai ką galima naudoti tik už papildomą mokestį.

Nesuklysite pasinaudoję nemokamų nuotraukų publikavimo svetainėmis (pvz.: <https://picjumbo.com/>, <https://pixabay.com/>, <https://www.pexels.com/>). Jose galite rasti įvairių meninių fotografijų, vaizdo įrašų; patikusį turinį galite atsisiųsti į savo įrenginį nemokamai. Jei norite, galite paremti autorių bet kokia pinigų suma per „Paypal“ („nupirkti jam kavos puodelį“). Prisiregistravę svetainėje galite įkelti savo nuotraukas ar vaizdo įrašą.

„Flickr“ yra amerikiečių kompanijos sukurta vaizdų ir vaizdo įrašų saugojimo, skelbimo paslauga, taip pat internetinė bendruomenė. Čia galite rasti mėgėjų ir profesionalių fotografų įkeltas didelės raiškos nuotraukas. Prisiregistravę svetainėje galite įkelti iki 1000 vaizdų nemokamai.



„Flickr Pro“ abonentai gali naudoti apsaugos nuo kopijavimo įrankius, kurie gali nustatyti, ar atvaizdai buvo naudojami be leidimo. Yra galimybė siųsti automatines pretenzijas žmonėms ar įmonėms, naudojančioms nuotraukas nelegaliai.

Taigi, visada galite laisvai naudoti tik tas nuotraukas, vaizdo įrašus, muzikos kūrinius, kuriems nėra taikoma autorių teisių apsauga arba yra suteiktas pačių autorių leidimas.

Papildomai:

- Apie autorių teises naudojant „Youtube“:

<https://www.youtube.com/watch?v=m13O6uLhVNU>

<https://www.youtube.com/watch?v=8ZliyPysEt4>

<https://audiojungle.net/> (šioje svetainėje galite įsigyti licencijas ir legaliai naudoti muzikos įrašus)

Etika – bendra sąvoka, kuria dažniausiai apibūdinama moralės teorija. Filosofijoje etiškas elgesys yra toks, kuris laikomas geru, deramu ar teisingu kito asmens arba aplinkos atžvilgiu. Vakarų tradicijose etika kartais vadinama moralės filosofija.

Tinklo etiketas (angl. *Netiquette*) – bendravimo rekomendacijų internete rinkinys. Formalios internetinio bendravimo taisyklės pirmą kartą pavišintos apie 1995 metus, vėliau jos ne kartą kito ir plėtėsi augant ir plečiantis technologijų panaudojimo galimybėms. Kaip ir bet kokios kitos mandagumo taisyklės, jos nėra privalomos, tačiau tinklo etiketo nepaisantis asmuo sudaro neigiamą įspūdį apie save.

Tinklo etiketas nusako, kaip bendrauti elektroniniu paštu, socialiniame tinkle, rašant komentarus, susirašinėjant, skleidžiant informaciją, publikuojant ją socialiniuose tinkluose. Pagrindinės „Netiquette“ taisyklės:

- **Gerbkite žmogų.** Visuomet prisiminkite, kad internetu naudojasi gyvi žmonės ir reikia gerbti jų pažiūras, jausmus, įsitikinimus.
- **Būkite etiškas.** Naudodamasis internetu, laikykkitės tų pačių etikos taisyklių kaip ir įprastame gyvenime.
- **Taupykite kitų žmonių laiką.** Prieš siųsdami informaciją, pagalvokite, ar ji įdomi, ar reikalinga, aktuali tam, kam siunčiate.
- **Puoselėkite gerą įvaizdį.** Atminkite, kad internete jūs vertinamas pagal gebėjimą rašyti: aiškiai, logiškai reikšti mintis, nedaryti gramatinių klaidų. Taip pat svarbu suprasti kitų mintis ir tinkamai į jas reaguoti. Niekada nereikėtų veltis į barnius, karščiuotis.
- **Valdykite savo jausmus.** Internete galima išsakyti savo griežtą poziciją: aistringai ką nors pareikšti ar supykti. Tačiau tai neturėtų ilgai trukti, ypač neturėtų būti piktų serijinių laiškų tarp keleto žmonių, nes diskusija pasidaro neįdomi kitiems diskusijų grupės nariams.
- **Gerbkite kitų žmonių privatumą.** Negalima skaityti svetimų elektroninių laiškų. Jokie motyvai (išskyrus įtarimus nusikalstamais veiksmais) skaityti svetimus laiškus nėra pateisinami.
- **Nepiktnaudžiaukite savo padėtimi.** Niekomet nederėtų puikuotis savo žiniomis ar savo padėtimi.
- **Atlaidžiai žiūrėkite į kitų žmonių klaidas.** Visuomet pasitaiko įvairių laiškų ar pokalbių – ir piktokų, ir ilgų, ir netaisyklingai žargoniškų, ir kvailų klausimų. Reikia stengtis reaguoti į tai ramiai, nepulti tuoj pat mokyti. Jei nusprendžiate ką nors informuoti apie klaidas, reikia stengtis tai padaryti kuo mandagiau, privačiu laišku, nerodant savo nepasitenkinimo.

Bendravimas internete skirstomas į asmeninį bendravimą, kitaip sakant, „vienas vienam“ (el. laišakai, privatūs pokalbiai) arba į bendravimą grupėje – „vienas grupei“, t. y. konferencijos, forumai, naujienų grupės, grupės susirašinėjimai. Atitinkamai pagal turinį, turite prisitaikyti prie viduje egzistuojančių taisyklių, o jei jų nėra, rekomenduotina laikytis interneto etiketo principų.

Papildomai:

- <https://www.epilietis.eu/mokymai/prad/9/#/>

ELEKTRONINIS PAŠTAS

Turbūt pirmasis įrankis, kurį susikuriame „įžengę“ į skaitmeninį pasaulį – elektroninio pašto adresas. Tai puikus būdas greitai ir patogiai bendrauti, dalytis informacija ir t. t. Reikėtų nepamiršti, kad ir čia galioja „**Netiquette**“ taisyklės. Žemiau pateikiama netinkamo el. pašto naudojimo pavyzdžių:

- **Nepageidajami laiškai.** Dažnai el. pašto naudotojai gauna laiškų iš nežinomų siuntėjų, kurių nelaukė ir nesitikėjo. Tai būna įvairiausio turinio laiškai – prekių ir paslaugų reklamos, komerciniai pasiūlymai, beprasmiški laiškai ir pan. Tokie laiškai lietuvių kalba vadinami elektroniniu šlamštu, brukalu, nepageidajamais laiškais, o anglų kalba – *spam*, *junk mail*. Nepageidajamais laiškais gali būti platinamas kenkėjiško pobūdžio šlamštas, kai su elektroninio pašto laiškais gavėjus pasiekia ir kompiuterių virusai, kita kenkėjiška programinė įranga, kuria siekiama išgauti asmens duomenis. Tokie laiškai ar žinutės paprastai siunčiami elektroniniu paštu dideliais kiekiais be gavėjų sutikimo. Elektroninio šlamšto siuntėjui tokių laiškų siuntimas nieko nekainuoja, tačiau dideli šlamšto srautai mažina tinklų pralaidumą, o pašto gavėjui tenka gaišti laiką juos rūšiuojant ir šalinant. Dažniausiai pašto programos šlamštą atpažįsta ir jį perkelia į specialų šlamšto aplanką. Tačiau pasitaiko, kad el. pašto platforma atpažįsta ne visus brukalo laiškus, todėl rekomenduojama tokių laiškų neatverti, negalima atsakinėti į juos, negalima atidaryti pridėtų dokumentų, nespauti ant tekste pateiktos nuorodos, nors ji ir atrodytų viliojančiai.
- **Grandininiai laiškai.** Tokio pobūdžio laiškų mes negalime išvengti, tačiau kai kas priklauso nuo mūsų pačių elgesio. Vienas grandininių laiškų pavyzdžių, atrodantis visai nekaltai – „PowerPoint“ programa sukomponuoti gražūs paveikslėliai su *prasingais* užrašais, aiškinantys gyvenimo tiesas ar dėstantys pamokančias istorijas. Lyg ir nieko tokio iš draugo gauti tokį laišką, tačiau paskutinė skaidrė dažniausiai ir vėl prašo šį *grožį* persiųsti visiems savo draugams. Kitas pavyzdys – laiškas, kuris pasakoja esą 100 metų senumo istorijas apie kokio nors kinų išminčiaus atrastą gyvenimo tiesą. Laiško gale dažniausiai reikalaujama persiųsti laišką visiems savo draugams, nes tik taip sulauksite laimės, pinigų ar dar kokių nors gėrybių. Dažnai net nurodoma, koks laiškų kiekis atneš laimę ir pinigus, o jeigu laiško neišsiųsite, tai visą gyvenimą būsite nelaimingas.

Nepageidajamais galime vadinti visus laiškus, kurie siunčiami be gavėjo sutikimo. Taigi grandininiai laiškai yra lygiai toks pat brukalas, kaip ir įkyrūs reklaminiai laiškai. Žinoma, persiųsti grandininį laišką draugui, su kuriuo dažnai susirašinėji ir manai, kad jam tai aktualu, nieko blogo. Tačiau

jei toks laiškas siunčiamas dideliu kiekiu ir gerokai platesniam gavėjų ratui, tada tai būtų galima klasifikuoti kaip brukalą.

Kas verčia žmones platinti šiuos laiškus? Pasak psichologės psichoterapeutės Vilmos Mažeikienės: „jeigu asmenybė stipri, žmogus yra savimi pasitikintis, žino, ko nori ir kokiomis priemonėmis gali savo norus įgyvendinti, tai tokiomis laiškais nelabai tiki arba tiesiog nekreipia į juos pernelyg daug dėmesio. Gali pasižaisti – išsiųsti kelis ir tiek. O silpnos savivertės žmonės, nepasitikintys savimi, priklausomi nuo kitų nuomonės, gali būti tokių laiškų paveikiami ir labai skrupulingai juos siuntinėti, tikėdamiesi pagelbėti kitiems arba sulaukti žadėtosios laimės“. V. Mažeikienė pažymi, kad, tokiuose grandininuose laiškuose slypi pavojus, nes žmogus tampa savotišku vergu, marionete, kuria manipuliuojama: „Blogiausia, kad asmuo švaisto savo ir kitų laiką. Žinoma, kiti gali paskaityti ir ištrinti, tuo viskas baigiasi. O siunčiantysis po dešimtis laiškų sugaišta labai daug laiko, kuris yra labai svarbus. Tuo metu galėtų veikti ką nors visai kito, pavyzdžiui, bent pasivaikščioti“.

Šaltinis: (<https://www.ve.lt/naujienos/visuomene/sociumas/zmogiskieji-virusai-plintantys-elektroniniu-pastu-627132/.page.2>)

Papildomai:

- [Devyniasdešimt devyni \(Subtitrai\) | United Kingdom](#) (3 min. linksmas filmukas su lietuviškais subtitrais apie grandininius laiškus)

Keli naudingi patarimai rašant el. laiškus:

- Laiškas turi būti mandagus, parašytas taisyklinga lietuvių kalba (ar kitokia kalba, kuria bendraujate su pašnekovu);
- Nesiųskite daugeliui žmonių informacijos, kuri reikšminga tik siauram draugų ratui;
- Nesiųskite grandininių laiškų, neskleiskite reklaminės informacijos, pranešimų apie galimus virusus;
- Atsakydami į laišką cituokite klausimą, į kurį atsakote. Venkite laiškų, kurių negalima suprasti be konteksto;
- rašydami oficialiems asmenims nevertokite žargono, šypsėnėlių, atspindinčių rašančiojo nuotaiką ar jausmus;
- Pridėkite dokumentą tik tada, kai žinote, kad gavėjas galės jį atverti (pvz., ne visi turi „Excel“, „PowerPoint“ programas);
- Nerašykite laiškų vien didžiosiomis raidėmis. Didžiąsias raides naudokite, kai norite pabrėžti žodžio reikšmę, nepersistenkite su spalvomis;
- Internetu laikykitės tų pačių etikos ir mandagumo taisyklių kaip ir įprastame gyvenime;
- Laiško temos (angl. „Subject“) laukelyje nurodykite turinį atitinkančią temą. Nerašykite miglotai ar per daug.

SOCIALINIAI TINKLAI

Internetinę tapatybę kuria kiekvienas žmogus, besinaudojantis socialiniais tinklais. Vieši asmenys, visuomenės veikėjai, politikai, pramogų pasaulio atstovai, sportininkai, ekonomistai, žurnalistai, nuomonės formuotojai seniai perprato, kad nuo jų prisistatymo ir elgesio socialiniuose tinkluose labai daug kas priklauso. Jie gana atsargiai reiškia savo nuomonę visuomenei svarbiais klausimais, kiti net samdo profesionalų komandas, kurie rūpinasi teigiama skaitmenine tapatybe. Nesirūpinimas savo internetine tapatybe gali atnešti žalos reputacijai, o kartais net ir materialinių nuostolių.

Kauno technologijos universiteto Ekonomikos ir verslo fakulteto Marketingo katedros tyrėja Eglė Vaičiukynaitė sako, kad žmogaus asmeninis profilis atskleidžia labai daug informacijos – nuo profesionalumo lygmens iki asmenybės tipo. Pirmas dalykas, į kurį atkreipiame dėmesį analizuodami žmogaus profilį socialiniame tinkle – profilio nuotrauka. „Profilio nuotrauka parodo, kokia emocija dominuoja žmogaus veide. Daugelis tyrimų patvirtina, kad intensyvios teigiamos emocijos demonstravimas veide atspindi tam tikras lyderio savybes. Naujausias tyrimas, atliktas „Twitter“ tinkle, atskleidžia, kad yra ryšys tarp sekėjų skaičiaus ir profilio nuotraukos veide užfiksuotos emocijos“, – teigia E. Vaičiukynaitė. Pasak tyrėjos, taip pat svarbu, ar žmogaus pateikta nuotrauka yra profesionali. Peržiūrėjus visą žmogaus socialiniame tinkle skelbiamą informaciją pat galima susidaryti vaizdą apie to asmens profesinius interesus – ar žmogus domisi savo srities naujausiomis žiniomis, ar yra savo atstovaujamos srities ekspertas.

Diskusija: ką Jūs manote apie kitų asmenų profilio nuotraukas? Ar tikite, kad profilio nuotraukos visuomet atskleidžia tikrąją žmogaus asmenybę ir tai, ką jis nori papasakoti kitiems apie save?

Papildomai:

- Interaktyvi nuoroda į žaidimą (Reikia „Flash player“): <https://www.socialweb-socialwork.eu/content/modules/profilbilderspiel> (5 min.)

Kiekvienas asmuo yra savo socialinio tinklo paskyros šeimininkas. Jis gali formuoti turinį, publikuoti įrašus, skatinti diskusijas, šalinti iš pokalbių narius, kurių nenori matyti. Reikia atkreipti dėmesį, kad socialinių tinklų profilio ir viršelio nuotraukos tampa viešai matomos visiems. Tačiau galima keisti nuotraukų arba albumų nustatymus, nurodyti, kad nuotraukos būtų matomos draugams, draugų draugams, konkreitiems asmenims ir pan.

Diskusija: ar susimąstėte: Kas turi prieigą prie nuotraukų? Ar yra daugiau žmonių nuotraukoje? Ar nuotraukoje nėra svarbių detalių? Ar nuotraukoje yra saugoma vietovės GPS informacija?

Kokio turinio **nebūtina skleisti** savo socialinio tinklo paskyroje:

- Senų (kelių mėnesių ar metų senumo) pagalbos prašymų, jie tikriausiai neaktualūs. Dažnai žmonės dalijasi tikrai senais (metų, dvejų, trejų senumo) pagalbos prašymais, nepatikrinę datos;
- Nepatikrintų prašymų aukoti pinigus, tai gali būti apgaulė. Bandoma pasipelnyti kitų žmonių gerumo sąskaita;
- Nepatikrintos informacijos apie prekybos centrų, oro vežėjų, degalinių ir kt. Akcijas;
- Nepatikrintų istorijų apie grobiamus vaikus, AIDS užkrėstus švirkštus, artėjančias globalias katastrofas bei kitą informaciją, kuri nepagrįstai didina nerimą ir baimę;
- Įkyrių reklamų;
- Turinio, kuris yra vulgarus, kursto neapykantą, žeidžia mažumas, skatina smurtą. Net tuo atveju, jei tokius reiškinius norite pasmerkti.

Atminkite, kad socialinio tinklo publikacijas mato tie, kas įtraukti į draugų ratą. Žmonės, skaitydami savo draugų įrašus, susidaro nuomonę apie juos ir apie jų gyvenimą, apie jų pažiūras, pomėgius ir kt.

Socialiniuose tinkluose, forumuose, naujienų svetainėse savo nuomonę galite pareikšti komentarais. Komentatorių dėka kartais išsivysto įdomių informatyvių diskusijų, skatinančių nuomonės formavimą, kritišką požiūrį ir atsakingumą. O kartais išiplieskia barniai, konfliktai, skyla draugų ratai, atsisakoma bendravimo. Todėl nuo nuomonės reiškimo stiliaus priklauso labai daug.

Jūsų mintis gali perskaityti bet kas. Todėl visada apgalvokite, ar norite skelbti viešai tai, ką manote. Diskusijose ypač svarbūs tampa etika, mandagumas, komentarų prasmingumas. **Kelios komentavimo ypatybės:**

- Komentuojant nebūtina pasisveikinti ar atsisveikinti, prisistatyti ar kitaip aprašyti save;
- Atsakydami į klausimą ar komentuodami kieno nors mintį, būtinai pacituokite pirminį tekstą, kad būtų aišku, apie ką kalbama;
- Jei būtinai norite pareikšti savo pastabas kuriam nors diskusijos dalyviui, nusiųskite žinutę jam asmeniškai;
- Valdykite savo jausmus;
- Internetė laikykitės tų pačių etikos taisyklių kaip ir įprastame gyvenime;
- Niekada nerašykite komentarų, kurie būtų neetiški ir kuriuose būtų smurtinio, seksualinio, įžeidžiančio ar rasistinio pobūdžio informacijos;
- Nepamirškite, kad smurtą ir neapykantą skatinantys pasisakymai ir realiame gyvenime, ir virtualioje erdvėje užtraukia baudžiamąją atsakomybę.

Šiandien virtualus bendravimas tampa norma, todėl tradicinė kalba nuolat kinta. **Skaitmeninė kalba** (angl. *digital speech*) vadiname kalbą, kurią kalbėtojai vartoja kompiuteriu ar telefonu, dalydamiesi informacija ir bendraudami vieni su kitais. **Skaitmeninės kalbos** sudedamosios dalys dabar jau yra ne tik paprastos tekstinės žinutės, ne tik rašytinės kalbos formos, bet ir nuotraukos, „gifai“ ar trumpi vaizdo įrašai. Populiariąja „emoji“ vartojimas – „emoji“ yra ikonėlės, kurios padeda iliustruoti veido išraiškas, jausmus ar tiesiog pagyvinti pokalbį.

2020 m. duomenimis populiariausi „emoji“ yra šie:

- Veidas su džiaugsmo ašaromis 😂
- Garsiai verkiantis veidas 😭
- Graudus veidas 😢
- Juoko veidas, pasisukęs šonu 😄
- Raudona širdelė ❤️
- Blizgučiai ✨
- Šypsena su širdelėmis akyse 😊
- Suglaustos rankos 🙏
- Besišypsantis veidukas 😄
- Veidas su šypsena ir širdelėmis aplink 😊

Diskusija. Kokias ikonėles naudojate jūs? Ką norite jomis išreikšti? Kada tai tinka, o kada ne?

Dėl palyginti neseniai atsiradusios **naujųjų medijų kalbos** (arba skaitmeninės kalbos) mokslininkai vis dar nesutaria – vieni siūlo laikyti ją visiškai nauja elektronine kalba ar elektronine medija, kuri nepriklauso nuo visuomenės, šalies kalbos, kultūros, (juk ši kalba – universali skirtingose kultūrose), kiti laikosi nuomonės, kad tai yra pakitusi įprastinė kalba (tiek lietuvių, tiek anglų, tiek bet kuri kita kalba).

Atsiradus plačioms nuotraukų ir vaizdų platinimo galimybėms, žmogaus privatus gyvenimas tapo labai pažeidžiamas. Kiekvienas mūsų galime bet kuriuo momentu patekti į kitų asmenų daromą nuotrauką, nuotraukos vėliau gali būti platinamos, komentuojamos, ir kt. Todėl egzistuoja mandagumo ir konfidencialumo taisyklės, kurios užtikrina fotografuojamų ir filmuojamų asmenų saugumą:

- Gerbkite kitų žmonių privatumą. Jei norite platinti nuotrauką, kurioje užfiksuoti kiti žmonės, paprašykite jų leidimo. Savo reklaminėje medžiagoje nenaudokite kitų asmenų nuotraukų, jei jie nedavė tam sutikimo;
- Neplatinkite svetimų vaikų nuotraukų be jų tėvų sutikimo;
- Nepažįstamuosius fotografuoti galima tik viešojoje vietoje;
- Jei asmuo aiškiai išreiškė nenorą, jo fotografuoti negalima;

- Nenaudokite nuotraukų ir vaizdo įrašų platinimo kaip keršto ar pajuokos įrankio;
- Neplatinkite smurtinių, kurstančių neapykantą, įžeidinėjančių nuotraukų ir vaizdo įrašų. Net tuo atveju, jei norite pasmerkti smurtą ar neapykantą;
- Neplatinkite nuotraukų ir vaizdo įrašų, kur jūs ar jūsų artimieji užfiksuoti nesilaikantys taisyklių, elgiasi nederamai ar net pažeidžia įstatymus;
- Jei radote nuotrauką, kurioje esate užfiksuoti patys arba jūsų artimieji (vaikai, tėvai ir t. t.), ir nenorite, kad ši nuotrauką būtų platinama, imkitės tokių priemonių:
 - Kreipkitės į skelbėją ir aiškiai prašykite pašalinti nuotrauką. Kreiptis geriau tomis pačiomis priemonėmis, kuriose radote nuotrauką (jei radote socialiniame tinkle, kreipkitės to paties socialinio tinklo priemonėmis). Jei nerandate skelbėjo, naudokite kitus jo žinomus kontaktus;
 - Kreipkitės į socialinio tinklo administratorių ir prašykite pašalinti nuotrauką, išaiškindami situaciją. Socialiniai tinklai paprastai turi specialias kreipimosi į administraciją formas, kurios skirtos tokiems ir panašioms atvejams. Jei išvardyti veiksmai nepadėjo, kreipkitės į Asmens duomenų apsaugos inspekciją.
 - Jei žinote ar įtariate, kad kas nors iš jūsų atvaizdo gauna komercinės naudos, o jūs nesate tam davę sutikimo, galite susisiekti su skelbėju ir prašyti nuotrauką šalinti. Ši taisyklė negalioja tais atvejais, kai fotografavimosi ar filmavimosi metu buvo sudaryta sutartis, kurioje pažymėta, kad jūsų atvaizdą fotografas gali naudoti reklamos ar komercijos tikslams.

ŽURNALISTŲ ETIKA

Žurnalistų etikos inspektorius tarnyba yra valstybinė institucija, atsakinga už informavimo teisės normų vykdymo kontrolę Lietuvoje. Žurnalistų etikos inspektorius tarnyba tiria skundus dėl Visuomenės informavimo įstatymo ir Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamos viešosios informacijos poveikio įstatymo normų pažeidimų. Taip pat Tarnyba tiria skundus dėl asmens garbės ir orumo pažeidimo. Jeigu nesate tikras, ar buvo pažeistos jūsų teisės, arba nežinote, ar Žurnalistų etikos inspektorius tarnyba kompetentinga tirti jūsų atvejį, jūs galite, prieš pateikdamas skundą, parašyti Tarnybai elektroninį laišką (zeit@zeit.lt) arba paskambinti telefonu (+370 5 223 7310). Tarnyba gali padėti jums išspręsti įvairius su vartotojų teisėmis susijusius klausimus, tačiau atminkite, kad Tarnyba negali būti jūsų advokatu, suteikti neribotą nemokamą teisinę pagalbą ar atstovauti jums teisme.

Lietuvos visuomenės informavimo etikos kodeksas patvirtintas viešosios informacijos rengėjų ir skleidėjų organizacijų ir Visuomenės informavimo etikos asociacijos narių atstovų 2016 m. vasario 29 d. susirinkime <https://www.etikoskomisija.lt/teisine-informacija/etikos-kodeksai/item/215-visuomenes-informavimo-etikos-kodeksas>.

Papildomai:

- Apie Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnybą: <http://www.zeit.lt/lt/apie-tarnyba/6>
- Įvairių pasaulio žiniasklaidos priemonių etikos kodeksai: <https://stirna.info/etikos-kodeksai>
- Apie autorių teises dr. Manto Rimkevičiaus paskaita (1 val. 18 min): <https://mokytojtvtv.emokykla.lt/2017/09/mantas-rimkevicius-autoriu-teise-kas.html>

Praktinė užduotis: perskaitykite „Kodeksą“ ir atsakykite į klausimą, ar gali žurnalistai, viešosios informacijos rengėjai ir sklaidėjai skelbti informaciją apie asmens sveikatos būklę, gydymą, prognozes be to asmens ar jo įstatyminių atstovų sutikimo?

2017 m. Lietuvos Respublikos Kultūros ministerijos vykdytame „Žiniasklaidos priemonių naudojimo raštingumo lygio nustatymo tyrime“ paaiškėjo, kad vartodami žiniasklaidą gyventojai nėra kritiškai – faktų pateikimo skirtumai skirtinguose informacijos šaltiniuose pastebimi gana retai, o ir pastebėti skirtumai dažniausiai ignoruojami; „netikros žinios“ pastebimos retai, o žiniasklaidos priemonė retai vertinama kaip įtakos darymo priemonė. Visa tai rodo gana žemą auditorijos kritinį mąstymą, todėl ir santykinai geras Lietuvos žiniasklaidos vertinimas sietinas ne su gera žiniasklaidos kokybe, o visų pirma su silpnais vartotojų gebėjimais ją vertinti. Gyventojai dažniau linkę pastebėti ir kritiškiau vertinti galimai paslėptą reklamą nei galimas politines manipuliacijas, propagandą. Prastas kritiškas žiniasklaidos priemonių vertinimas reiškia, kad gyventojai yra mažiau atsparūs manipuliacijai informacija, sunkiau suvokia, koks yra žiniasklaidos priemonių reguliavimas ir drauge kokios yra jų pačių teisės, susidūrus su žalingu ar klaidinančiu žiniasklaidos turiniu. Be to, labai žemas ir vartotojų elgsenos įvertinimas – kitaip tariant, žmonės nesiima jokių priemonių, jeigu ir atkreipia dėmesį į klaidinančią arba žalingą turinį, pavyzdžiui, nesikreipia į jo autorių arba institucijas, kurios reguliuoja žiniasklaidos priemones.

KAS YRA IR KAS NĖRA KRITINIS MĄSTYMAS

Kritinio mąstymo sąvoka siekia Antikos kultūros laikus ir kildinama iš graikiškų žodžių „kritikos“ – išvalgus protas, nuovokumas ir „kriterion“ – kriterijus, arba tam tikras matas, standartas. Apjungus šias dvi sąvokas, būtų galima teigti, kad kritinis mąstymas senovės graikams reiškė išvalgų protą ar protavimą (samprotavimą), paremtą tam tikrais kriterijais. Sokrato žymusis posakis – žinau, kad nieko nežinau, iš vienos pusės atrodo sakyti, kad net neįmanoma siekti žinojimo, tačiau iš kitos – tai rodo, kad kuo daugiau žinoma, tuo daugiau kyla klausimų ir abejonių, kurios verčia toliau ieškoti, tyrinėti, atrasti. Kitaip tariant, Antikos mąstytojai padėjo pagrindą vienam iš svarbiausių kritinio mąstymo bruožų atsirasti – sveikam skepticizmui, nuolatinio klausimo kėlimui – o kas? jeigu?

Nepakanka vien tik mąstyti, reikia galvoti, kaip mąstai, būtent kodėl taip mąstai, kaip tavo mąstymas veikia tave ir kitus, kodėl atsitinka vieni ar kiti dalykai, kaip tavo mąstymas daro įtaką įvykių eigai ir ką galima pakeisti savo mąstyme. Tai veda prie kito labai svarbaus kritinio mąstymo bruožo. Kritinis mąstymas – individualus mąstymas, prisiimant už jį atsakomybę.

Kiekvienas žmogus mąsto savaip, remdamasis savo žiniomis, patirtimi, vertybių nuostatomis. Ta pati perskaityta knyga, klausoma muzika, žiūrimas filmas gali sukelti skirtingų minčių, emocijų skirtingiems žmonėms, būtent dėl jų turimos skirtingos patirties, išgyvenimų, žinių, nuostatų ir pan. Kiekvienas vertins savaip ir darys savas išvadas. Ir kiekvienu atveju jie bus teisūs, nes turės savų argumentų savajam požiūriui paaiškinti. Kritinis mąstymas sveikina nuomonių įvairovę ir nesiekia

vienintelių teisingų atsakymų, nes tokių gyvenime mažuma. Be to, nuomonių įvairovė leidžia į reiškinių, situaciją pažvelgti iš visų pusių, ieškoti problemų sprendimų iš daugelio galimų.

Mokslinėje literatūroje aptinkama gausybė „kritinio mąstymo“ apibrėžimų bei sąvokos interpretavimų, pvz.:

- „Kritinis mąstymas apima informacijos paiešką, idėjų tyrinėjimą, įvairių požiūrių išraišką, problemų sprendimą, argumentavimą, sprendimų priėmimą ir nepriklausomos nuomonės formavimą“ (Gudžinskienė, 2001).
- „Kritinis mąstymas – mąstymas, kai prie problemos prieinama siekiant įvertinti žinių apie ją pagrįstumą ir aptikti silpnus, menkiau argumentuotus teiginius. Kritinis mąstymas – tai sistemingas mąstymas vertinant stebėjimo, patirties, samprotavimo ir bendravimo būdu surinktą ar sukurtą informaciją; sąmoningai pasirenkant šia informacija tikėti, netikėti ar susilaikyti nuo sprendimo. Kritiškai mąstyti – tai nuolat abejoti ir klausti - “kas, jeigu?”, ieškoti atsakymų į įvairius klausimus, turėti savo nuomonę ir ją apginti. Kritinis mąstymas – tai sudėtingas procesas, prasidedantis informacijos suvokimu ir pasibaigiantis sprendimo priėmimu. „Kritiškai mąstyti – tai priimti idėjas ir ieškoti jų prasmės, lyginti su priešingais požiūriais, kurti įtikinamas sistemas joms pagrįsti ir remtis šiomis struktūromis savo veikloje“ (Penkauskienė, 2000).

O ko negalėtume vadinti kritiniu mąstymu? *Kritikavimas – tai nėra kritinis mąstymas*. Kritiškai mąstantys žmonės yra nešališki, nesavanaudiški, gebantys remtis įvairiomis nuomonėmis, daryti originalias, argumentais grįstas ir pagarbias kitų atžvilgiu išvadas. Jie nėra linkę kritikuoti, neigti, jiems kur kas svarbiau ieškoti vienos ar kitos nuomonės, reiškinių pagrįstumo.

Taigi galima daryti išvadą, kad kritinis mąstymas - tai sistemingas mąstymas vertinant stebėjimo, patirties, samprotavimo ir bendravimo būdu surinktą ar sukurtą informaciją; sąmoningai pasirenkant šia informacija tikėti, netikėti ar susilaikyti nuo sprendimo.

Kita vertus, kritinis mąstymas yra įgūdis, leidžiantis įvertinti gaunamą informaciją ir spręsti, kas yra tiesa, o kas – melas, manipuliacija. Kritiškai mąstyti – tai stabtelėti prieš pradėdant naudotis informacija, pagalvoti dar kartą, mokėti patikrinti informaciją, nagrinėti alternatyvas, faktus, prielaidas ir nesilaikyti išankstinių nuostatų.

Informacijos vertinimo kriterijai. Viena iš pagrindinių raštingumo kompetencijų yra gebėjimas įvertinti informaciją:

- **Kruopščiai tyrinėkime tai, ką matome internete.** Pradedant nuo savo vaiko mokyklos siunčiamų laiškų ir baigiant reklamomis internete, išmokite vertinti šaltinį, turinio kokybę ir patikimumą.
- **Apsaugokime savo ir kitų asmeninę informaciją internete.** Informacija keiskimės išmokę interneto saugumo pagrindų, pvz., sukurti tvirtus slaptažodžius, naudoti privatumo nustatymus ir gerbti kitų privatumą.

- **Tinkamai naudokimės kitų žmonių darbais.** Pasaulyje, kuriame bet ką galima nukopijuoti, labai svarbu išmokti teisingai cituoti šaltinius.
- **Mes paliekame skaitmeninius pėdsakus.** Viskas, ką veikiamo skaitmeninėje erdvėje – bendraujame, kuriame, dalinamės, komentuojame – palieka pėdsakus visame žiniatinklyje. Ir visus šiuos pėdsakus gali pamatyti kiti.
- **Gerbkime vienas kito idėjas ir nuomones.** Skaitmeninė erdvė siūlo fantastiškas galimybes. Norint, kad šis platus virtualus pasaulis tinkamai veiktų, jame visi turime būti atsakingi ir geri skaitmeniniai piliečiai. Neplatinkite abejotinos, šališkos ar melagingos informacijos. Jei socialinis tinklas siūlo galimybę pranešti apie tokius įrašus, pasinaudokite ja.
- **Įvertinkite informacijos patikimumą ir teisingumą.** Naudokite šiuos kriterijus – autorius, organizacija ar įmonė, paskirtis, šaltinis, informacijos aktualumas, faktai ir duomenys, paplitimas.

Dažniausios netikslios ar nepatikimos informacijos rūšys, kurias atpažinti internete gali padėti kritinis mąstymas:

- **Reklaminiai skelbimai.** Jie išnyra beveik visose internetinėse platformose. Siekiant paskatinti spustelėti reklamą internete, naudojama daugybė įvairių taktikų: klausimai, interaktyvūs žaidimai, skandalingos „clickbait“ antraštės, apgaulingas turinys iš socialinės žiniasklaidos įžymybių ir pan. Išskirtinis visų jų bruožas – skatinti leisti pinigus.
- **Masinanti antraštė (angl. „Clickbait“).** Tai akį traukiančios, šokiruojančios, iš kojų verčiančios ir neįtikėtinas naujienas žadančios antraštės, skirtos atkreipti vartotojo dėmesį ir provokuojančios jas paspausti. „Clickbait“ turinys paprastai nepatenkina vartotojo lūkesčių – atsidarius puslapį, galite rasti visai ne tai, kas buvo žadama pavadinime. Po frazės „Nepatikėsite ...“, deja, gali būti labai nuspėjamas ar menkas turinys.
- **Gilasis padirbinys (angl. „Deepfake“).** Taip vadinama technologija, leidžianti itin kokybiškai sukeisti žmonių veidus vaizdo įrašuose ar fotografijose, sukuriant pribloškiančiai įtikinamą medžiagą apie veiksmus, kurie niekada nebuvo padaryti. Tampa beveik neįmanoma atskirti, kur yra tikras asmuo, o kur – sukurtas kompiuteriu. Ši klaidinančios informacijos rūšis naudojama apgaulės, šantažo tikslais. „Deepfake“ ypač išgarsėjo pasirodžius pornografiniams video su žymiais politikais, garsenybėmis.
- **Netikros naujienos (angl. „Fake News“).** „Fake News“ arba netikros naujienos yra platus terminas, kuris iš pradžių reiškė melagingą, dažnai sensacingą informaciją, skleidžiamą naujienų reportažuose. Vis labiau pripažįstama, kad netikros naujienos yra skėtinis terminas ir gali reikšti sąmoningą melą, iš dalies netiesą skleidžiančias ar šališkas istorijas, propagandą ar net satyrą.
- **Elektroninis sukčiavimas ir apgavystės (angl. „Scams“, „Phishing“).** Sukčiaužama tuomet, kai vartotojui pažadama ką nors suteikti ar duoti mainais už atskleidžiamą informaciją, pvz.,

atsiųsti suklastotus bilietus ar kitas neegzistuojančias prekes. Tai gali būti ir laiškas, kuriuo bandoma išgauti jūsų internetinius prisijungimus ar banko duomenis. Gudrūs sukčiai dažnai naudoja labai patikimai atrodančius el. laiškus, kuria tinklalapius ar žinutes, tarsi jie būtų nuo patikimų institucijų, tačiau taip nėra, todėl atpažinti klastotes yra svarbus įgūdis!

12 kritinio mąstymo patarimų (šaltinis – <https://www.prisijungusi.lt/savarankiskas-mokymasis/12-kritinio-mastymo-patarimu/>):

ATKREIPKITE DĖMESĮ	PATARIMAI
<p>1. ĮVERTINKITE INFORMACIJOS APLINKĄ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kas konkrečiai paskelbė informaciją? • Ar tai patikima žiniasklaidos priemonė? • Kokios rūšies informacija vyrauja šioje žiniasklaidos priemonėje? • Naujienų, mokslo, skandalų, humoro? 	<p>Apie kiekvieną interneto svetainę ir jos turinį daug ką gali pasakyti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Svetainės paskirtis; • Ar joje yra daugiau informacijos šia tema; • Jos autoriai; • Ar nurodomi žinomi informacijos šaltiniai.
<p>2. ĮVERTINKITE INFORMACIJOS AUTORIŲ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ar nurodytas informacijos autorius? • Ar tai realus asmuo? • Ką dar jis yra paskelbęs? • Kur šis autorius skelbia informaciją, ar tai patikima žiniasklaida? • Ar kiti šio autoriaus tekstai yra panašaus stiliaus ir turinio? 	<p>Labai svarbu, kas yra informacijos autorius:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jei autorius visai nenurodytas arba informaciją paskelbė ne šios srities ekspertas, tai gali būti reklama; • Patikimas autorius būna paskelbęs ne vieną panašų straipsnį.
<p>3. ĮVERTINKITE INFORMACIJOS ŠALTINIUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ar nurodyta, iš kur gauta informacija? • Ar tikrai yra tokie asmenys arba šaltiniai? • Ar patikimi cituojami asmenys? • Ką dar jie yra paskelbę šia tema? • Ar patikimi cituojami šaltiniai? 	<p>Patikima interneto svetainė pagrindžia savo požiūrį šaltiniais ir faktais. Jie turėtų būti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tikslūs; • Patikrinti ir įrodyti; • Vengiama paprastų apibendrinimų; • Neturėtų nepagrįstai prieštarauti kitiems šaltiniams.
<p>4. PASITIKRINKITE KITUOSE INFORMACIJOS ŠALTINIUOSE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ar šią informaciją skelbia kiti, žinomi ir patikimi kanalai? • Ar informacija skirtinguose šaltiniuose iš esmės sutampa, nėra pakeista ar iškraipyta? • Ar labai nesiskiria informacijos paskelbimo data skirtinguose šaltiniuose? 	<p>Pagrindinis būdas išvengti netikrų naujienų – mažiau tikėti socialiniais tinklais ir remtis tik visuotinai žinoma ir patikima spauda, nacionaline žiniasklaida</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geriausia, kai žinia yra paskelbta keliose nesusijusiose žiniasklaidos priemonėse; • Pasidomėkite, ką ir kaip apie tarptautinius įvykius rašo užsienio spauda.

<p>5. NEPLATINKITE NEPATIKIMOS INFORMACIJOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pagalvokite prieš persiūsdami ar skelbdami kitų asmenų informaciją; ● Neplatinkite apgaulingų laiškų, paramos prašymų, įspėjimų apie virusus ir pan.; ● Neplatinkite žinučių, kuriose prašoma jas persiūsti kitiems. 	<p>Gavę bet kokią įtartina žinutę patikrinkite, ar ji nėra melaginga</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Internete paieškokite žinutės siuntėjo, teksto fragmentų, sąskaitos numerio ir pan.; ● Jei siuntėjas prisistato jums pažįstamu asmeniu – paskambinkite jam!
<p>6. NEPASIDUOKITE SPAUDIMUI</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ypač kritiškai vertinkite raginimus skubiai ką nors daryti; ● Nepasiduokite gąsdinimui; ● Prieš spausdami nuorodas, pateikdami informaciją – pagalvokite; ● Nepateikite bet kam svarbių duomenų; ● Net banko darbuotojai neturi teisės reikalauti slaptažodžių; ● Jei kilo įtarimas, paskambinkite į banką. 	<p>Atsargiai vertinkite bet kokį bandymą jus skubinti, raginti, išgąsdinti</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Visada pagalvokite, – kodėl turite tą daryti, kodėl būtina skubėti, kas nutiks, jei visai nereaguosite į raginimus? ● Niekas ir niekada negali iš jūsų reikalauti atskleisti slaptažodžius ar kitus prisijungimo duomenis.
<p>7. SUABEJOKITE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Gavote žinutę apie laimėjimą, bet ar toje loterijoje žaidėte? ● Draugas žinute prašo pervesti jam pinigų. Ar tikrai? Paskambinkite paklausti! ● Nepažįstamasis siūlo pasidalyti jo tetos palikimą. Kodėl jums? Kodėl pasidalyti? ● Laimėjote kelionę! Galbūt. Bet kodėl turite dar kažką privalomai pirkti ir mokėti pinigų? 	<p>Daugelis žmonių išgirdę apie siūlomus laimėjimus, prizus ar pinigus praranda atsargumą</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pagalvokite, ar žaidėte toje loterijoje? Kodėl atsirado kažkokių papildomų sąlygų ir mokesčių? ● Dažnai pasitaiko laiškų iš tolimų kraštų, kuriuose siūloma pasidalinti milijonus palikimo. Kas užkimba ant šio kabliuko, turi mokėti už neva įvairias tarpininkų paslaugas ir galiausiai lieka be nieko.
<p>8. NESIDALINKITE INFORMACIJA, KURIA GALĖTŲ PASINAUDOTI ĮSILAUŽĖLIAI</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Neskelbkite viešai savo ir artimųjų dienotvarkės, planų, pomėgių, bet kokios informacijos, kuri leistų atspėti prisijungimų duomenis ir saugumo klausimus; ● Neišmeskite senų skaitmeninių įrenginių, jei juose buvo laikoma kokia nors informacija. 	<p>Informacija apie jūsų ir artimųjų gyvenimą labai vertinga įsilaužėliams</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Neskelbkite patys ir paprašykite artimųjų viešai neskelbti jūsų gyvenimo duomenų. Jei išvykstate į kelionę ir paliekate namus be priežiūros, visai nebūtina, kad visi tą sužinotų; ● Senus nereikalingus skaitmeninius įrenginius atiduokite sunaikinti. Įprastinėmis priemonėmis informacijos juose nepašalinsite negrįžtamai.
<p>9. ĮVERTINKITE, AR INFORMACIJA NĖRA ŠALIŠKA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pirmenybę visada teikite faktams, ne nuomonėms; ● Ar nurodyta, kieno tai nuomonė? ● Ar tai tikras asmuo, ir ar jis turi autoritetą šioje srityje? ● Kas gali nulemti tokią nuomonę: faktai, ar asmeninės priežastys? 	<p>Socialiniai tinklai plačiai pasitelkiami nuomonei formuoti daugelyje valstybių</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Net demokratinėse valstybėse prieš rinkimus pasitelkiami netikri sekėjai ir klaidinančios žinutės; ● Dažnai socialiniai tinklai pasitarnauja informacijai kontroliuoti, užgniaužti opozicijos nuomonę bei kurstyti nesantaiką.

<ul style="list-style-type: none"> ● Ar pateikiamus faktus galima patikrinti? 	
<p>10. ELKITĖS APGALVOTAI SOCIALINIULOSE TINKLUOSE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Prieš ką nors paskelbdami – pagalvokite dukart; ● Nespauskite nuorodų, reklamų, testų ir pan.; ● Nepriimkite į draugus nežinomų asmenų; ● Savo paskyroje nepateikite daugiau savo duomenų, nei būtina. Išjunkite vietos žymes; ● Aprobokite savo paskyros matomumą. 	<p>Internete verta pateikti tik tokią informaciją, kuri nesukeltų nepatogumų</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Socialiniuose tinkluose pateikite tik privalomus savo duomenis; ● Saugokite ne tik savo, bet ir šeimos ar artimųjų duomenis, neatskleiskite buvimo vietos, pomėgių ir pan.
<p>11. NEPASITIKĖKITE BET KUO SOCIALINIULOSE TINKLUOSE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Venkite netikrų paskyrų. Patikrinkite abejotinų paskyrų draugų sąrašą ir kokio pobūdžio informacija ten skelbiama; ● Net ir gerų draugų pakartota informacija gali būti netikra; ● Nepasiduokite raginimams ką nors skubiai daryti; ● Neskelbkite savo ir kitų privačios informacijos. 	<p>Ar žinojote?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Vien 2019 m. pirmąjį ketvirtį feisbukas pašalino daugiau nei 2 milijardus netikrų paskyrų; ● Įprastinis netikrų paskyrų socialiniuose tinkluose skaičius siekia apie 5 proc.; ● Tokias paskyras tūkstančiais kuria kibernetiniai įsilaužėliai, kai kurių šalių kibernetinio karo ir propagandos tarnybos, siekdamos paveikti vartotojų nuomonę, skleisti melagingas žinias.
<p>12. BŪKITE ATSARGUS SOCIALINIULOSE TINKLUOSE</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Neskelbkite itin asmeniškų nuotraukų; ● Venkite neįprastų, keista kalba parašytų žinučių; ● Prieš ką nors spausdami, pagalvokite; ● Žinokite, kad ką nors priimdami į draugus, leidžiate jam matyti ir skelbti informaciją jūsų paskyroje. 	<p>Reguliariai tvarkykite savo privatumo nustatymus</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Interneto svetainės ir socialiniai tinklai dažnai keičia savo privatumo taisykles, todėl laikas nuo laiko pasidomėkite savo paskyros privatumo nuostatomis ir jas iš naujo suderinkite.

Praktinė užduotis: padiskutuokite apie turinio ir šaltinio patikimumą, parenkant aktualius pavyzdžius.

Klausimai, padėsiantys įvertinti informaciją:

KRITERIJUS	KLAUSIMAI
Tikslas	<ul style="list-style-type: none"> ● Koku tikslu kuriama informacija (šviesti, informuoti, linksminti, ginti nuomonę, parduoti produktą ir pan.)? ● Kam gali būti įdomu ir naudinga skelbti konkrečią informaciją? ● Prie kokios veiklos tiesiogiai ar netiesiogiai kviečia prisijungti ši informacija?
Informacijos aktualumas	<ul style="list-style-type: none"> ● Ar pateikiama informacijos publikavimo data? Ar buvo atnaujinta senesnė informacija, kad turinys būtų aktualus (per palyginti trumpą laiką duomenys gali drastiškai pasikeisti)? ● Kokie įvykiai įvyko po informacijos paskelbimo ir ar tai galėjo turėti įtakos?

<p>Autorius, organizacija arba įmonė</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ar tiksliai ir aiškiai nurodytas autorius? ● Ar autorius atstovauja kokiai nors organizacijai? Jei taip, ar ji gali būti suinteresuota skelbti informaciją? ● Ar yra nurodyta autoriaus ar atstovaujamos organizacijos kontaktinė informacija? ● Ar šio autoriaus darbai cituojami ar minimi kituose su šia tema susijusiuose straipsniuose? ● Ką galite sužinoti daugiau apie autorių ir (arba) organizaciją? Ar jie verti pasitikėjimo? ● Ar autorius ir (arba) organizacija dalyvavo skandaluose?
<p>Šaltinis</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Jei šaltinis yra svetainė, ar pavadinimas yra toks, koks turėtų būti? Kartais netikros naujienų svetainės naudoja adresą, panašų į populiarų ir patikimą svetainę, tokią kaip http://abcnews.com.co, panašiai kaip http://abcnews.go.com. ● Ar svetainė šiuolaikiška? Kaip dažnai skelbiama ir atnaujinama joje esanti informacija? Kada paskutinį kartą informacija buvo paskelbta šioje svetainėje? ● Ar svetainėje yra kontaktų skyrius? Ar jame nurodyta organizacijos misija, atstovai, telefonas ar el. paštas? ● Kas prižiūri šią svetainę? Kam ji priklauso? ● Taip pat yra nemokamų svetainių, kuriose vertinama ir teikiama patikimumo informacija, pvz., www.scamadviser.com.
<p>Faktai ir duomenys</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ar informacija išsami ar sutelkta į vieną aspektą? ● Ar pateikiama informacija yra informatyvi, neprovokuojanti, be išankstinio nusistatymo ir subjektyvumo? ● Ar faktai atskirti nuo nuomonių? ● Ar vienodai atsižvelgiama į visų suinteresuotųjų šalių nuomonę? ● Ar kiti šaltiniai patvirtina pateiktus faktus? Ar nurodoma, iš kur jie atsirado? ● Ar lentelėse ir grafikuose pateikti duomenys yra aiškūs?
<p>Informacijos paplitimas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ar šaltinis papildo, palaiko ar pateiktą informaciją derina su kituose šaltiniuose esančia informacija? ● Ar šiame šaltinyje išreikštos nuomonės yra ginčijamos kituose šaltiniuose?

Praktinė užduotis: kritinio mąstymo testas - <https://www.epilietis.eu/2020/01/21/kritinio-mastymo-testas>.

KUR IEŠKOTI INFORMACIJOS

Norint surasti informaciją pasirinkta tema, reikia apsvarstyti, kokius paieškos žingsnius atlikti, kaip ir kur ieškoti. Galima vadovautis informacijos paieškos strategija, kurioje aiškiai išdėstyti paieškos etapai. Strategijų gali būti įvairių, o pati informacijos paieška yra dinamiškas procesas – paieška gali kisti eigoje. **Patarimai, kaip atlikti efektyvią informacijos paiešką:**

- Pasirinkti tokius informacijos paieškos įrankius (skirtus mokslinei informacijai ar savišvietai), kuriuose būtų galima rasti pakankamai tinkamų šaltinių neekvojant per daug laiko ir pastangų;
- Svarbu žinoti, kad nėra vieno teisingo sprendimo, vieno paieškos įrankio ar tik keleto tinkamų paieškos žodžių. Paieškai nepasisekus, visada galima rasti kitų paieškos galimybių, todėl reikia išbandyti naują paieškos strategiją ir taktiką;
- Reikėtų užsirašyti pagrindinius pasirinktus paieškos žodžius, iš karto išsaugoti rastus tinkamus viso teksto dokumentus ir informaciją apie juos, pasižymėti pastabas, išsisaugoti vertingų paieškos įrankių nuorodas ir kt.
- Gavus pirmuosius paieškos rezultatus, būtina įvertinti rastų šaltinių tinkamumą, kokybę, įvairovę ir naujumą. Jei reikia, paieška tikslinama ir koreguojama. Jeigu gauti šaltiniai netenkina poreikių, reikia iš naujo apgalvoti paieškos strategiją;
- Svarbu įvertinti, kiek ir kokios informacijos reikia:
 - Kokio naujumo? Ieškant naujausių mokslinių tyrimų duomenų bazėse ar paieškos įrankiuose galima pasirinkti publikacijų išleidimo laikotarpį. Jeigu ieškoma senesnių publikacijų, paiešką gali tekti atlikti duomenų bazių archyvuose, bibliotekų korteliniuose kataloguose;
 - Kokio tipo informacijos šaltinių reikia? Mokslinių straipsnių, konferencijų leidinių, ataskaitų, oficialių dokumentų;
 - Kokio formato informacijos reikia? Galima ieškoti tekstinės (spausdintos ar elektroninės) informacijos, garso ir vaizdo įrašų, vizualios ar 3D informacijos;
 - Kokiomis kalbomis bus atliekama paieška? Rašant studijų ar kitus rašto darbus dažniausiai turi būti naudojami informacijos šaltiniai, išleisti bent keliomis kalbomis.

Vertinant informacijos šaltinių turinio kokybę ir tinkamumą temai, atkreipti dėmesį į:

- Patikimumą. Patikima informacija pateikiama ir publikuojama mokslo publikacijose (moksliniuose straipsniuose, monografijose, disertacijose ir kt.) ir kituose leidiniuose (enciklopedijose, žinyuose ir kt.), kurie yra recenzuojami.
- Autorystę. Jeigu reikalinga itin patikima mokslinė informacija, reikėtų atkreipti dėmesį į publikacijos autoriaus institucinę priklausomybę, pareigas, mokslinį laipsnį, ankstesnes publikacijas.

- Šaltinius. Patikimos interneto svetainės (pavyzdžiui, knygų ir mokslinių straipsnių) turėtų nurodyti pateikiamos informacijos šaltinius. Kartais verta patikrinti, ar pavyksta rasti publikacijai naudotus (literatūros sąraše ar išnašose nurodytus) pirminius informacijos šaltinius.
- Leidėją. Vertėtų atkreipti dėmesį, ar mokslo leidinys išleistas žinomoje tarptautinėje leidykloje arba mokslo ir studijų institucijoje.
- Auditoriją. Pasirenkant informaciją svarbu įvertinti jos tinkamumą pagal paskirtį. Netgi to paties leidėjo ar organizacijos publikuota informacija gali būti nevienoda – skirta specialistams arba plačiajam skaitytojų ratui.
- Publikavimo tikslą. Atliekant atranką reikėtų nepamiršti įvertinti, kokių tikslų yra publikuota informacija (supažindinti mokslo bendruomenę su mokslo pasiekimais ar informuoti plačiąją visuomenę apie įvykius, reklamuoti ir parduoti produktą, skleisti propagandą ir kt.)
- Naujumą. Vertinant informacijos šaltinius, svarbus kokybės kriterijus yra naujumas bei išsamumas.
- Rašymo stilių. Vertėtų pasirinkti šaltinius, kurie yra parašyti suprantamai, juose pateikti apibrėžimai ir paaiškinimai dėstomi logiškai ir argumentuotai, tekste nėra gramatinių ir stiliaus klaidų.
- Cituotus šaltinius. Atkreipkite dėmesį, ar rastame informacijos šaltinyje yra cituojami kitų autorių darbai ir ar pateiktas naudotos literatūros sąrašas.
- Vardų sritis (domenus). Atkreipkite dėmesį į domeno sritį po taško. Pavyzdžiui .com, .org ir .net, gali nupirkti ir naudoti bet kuris individas. Tačiau .edu sritis skirta kolegijoms ir universitetams, .gov reiškia vyriausybės interneto svetainę. Jei įmonė prisistato dirbanti Lietuvoje, o adresas nurodo kitos šalies santrumpą ir adrese yra ne įmonės pavadinimas ar jo dalis, arba svetainės adresas yra kitoks nei įprasta (pavyzdžiui, vietoj www.imone.lt, nurodoma www.imone-akcija.lt), jei svetainės adresas yra simbolių kratinys ir pan., tada reikėtų atsargiai vertinti tokią svetainę.
- Neigiamus atsiliepimus. Kilus įtarimui, kad svetainė gali būti nepatikima, galima paieškoti internete atsiliepimų, gal ne jums vienam kilo abejonių ir kažkas pasidalijo savo patirtimi. Tačiau vien tik teigiami atsiliepimai ir komentarai negarantuoja, kad nežinoma svetainė yra patikima. Tokiu atveju papildomai reikėtų patikrinti kontaktinius duomenis, ar įmonė, nurodyta svetainėje, registruota ir pan.

Taigi, jei kilo abejonių:

- Patikrinkite informaciją bent trijuose nepriklausomuose šaltiniuose;
- Palyginkite ją su jūsų turima informacija, paimta iš patikimų šaltinių;
- Raskite autoritetingų ekspertų, ypač jei informacija susijusi su sveikata;

- Prireikus papildomai kreiptis į tos informacijos autorių ir prašyti pateikti papildomų duomenų; jei kontaktinių duomenų nėra, būkite atsargūs.

Papildomai:

- Kaip atpažinti suklastotą internetinę parduotuvę (Nacionalinis kibernetinio saugumo centras):
<https://www.nksc.lt/doc/biuletiniai/2018-11-21%20Kaip%20atpazinti%20suklastota%20elektronine%20parduotuve.pdf>
- Pavyzdys apie melagingą reklamą, pasitelkiant žymių žmonių veidus:
https://www.lrt.lt/naujienos/gyvenimas/13/1320981/jurkutes-neva-reklamuojamu-papildu-isigijusi-kelmickaite-ir-gudrios-vistos-uodega-nusidilgina?fbclid=IwAR05Z60SPDeOuVV0c_DskApQmdUV2wQP6SgAMKAwzguGKIG62lcb2Tkiyik

Praktinė užduotis: pagal savo dabartinę informacijos paieškos patirtį užrašykite atsakymus į pagrindinius informacijos paieškos strateginius klausimus: Kur ieškote informacijos? Kokių informacijos šaltinių ieškote? Kiek laiko skiriate informacijos paieškai? Ar naudojate išplėstine paieška? Ar tikslinate paiešką pagal metus, temas ir kt. požymius?

NAUJIENŲ SKAITYMO MENAS

Tam, kad radijas atsirastų daugelio žmonių namuose (50 milijonų naudotojų) prireikė 38 metų, televizijai – 13 metų, *iPod* – 4 metų, internetui – 3 metų. Prognozuojama, kad 2025 metais prie interneto bus prijungta 1 trilijonas (tūkstantis milijardų) objektų. Kaip manote, per kiek laiko „Facebook“ naudotojų skaičius išaugs iki 50 milijonų? „Facebook“ pasiekė 50 milijonų vartotojų per 1 metus. Sukurtas 2004 m. buvo skirtas tik Harvardo universiteto studentams. Vėliau – visų JAV universitetų

studentams, dar vėliau – įmonių darbuotojams, organizacijų nariams, 2006 m. rugsėjo mėnesį – užsienio studentams. 2008 m. pavasarį platforma išversta į vokiečių, ispanų, prancūzų kalbas.

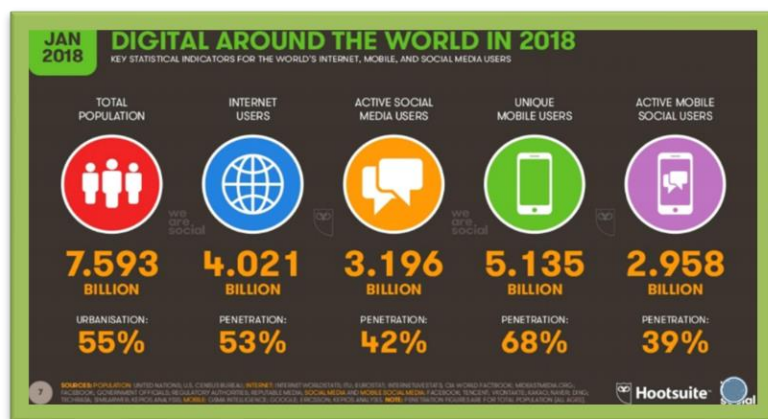
2017 m. duomenimis („Kantar TNS“), Lietuvoje iš 63 % besinaudojančių socialiniais tinklais šalies gyventojų 97,4 % naudojami šiuo tinklu.

Nuotraukoje kairėje – per 1 minutę pasaulyje sugeneruojamos informacijos kiekis:

<https://www.domo.com/learn/data-never-sleeps-8>



Nuotraukose žemiau – pasaulio gyventojų naudojami skaitmeniniai įrankiai (2018 m. ir 2015 m. duomenys).



Dauguma Lietuvos gyventojų vis dar linkę pasyviai naudoti informaciją. 2017 m. atlikto „Sprinter“ tyrimo duomenimis, 73 % respondentų pagrindine žiniasklaidos priemone renkami televiziją. 89 % gyventojų naudojami mobiliuoju telefonu, 62 % – internetu. Tačiau yra ir tokių, kurie nė karto nesinaudojo internetu (21 %). Žiniasklaidos priemonės dažnai priklauso tam tikriems verslo modeliams ir naivu yra manyti, kad jos yra visiškai nešališkos ir nepriklausomos arba neatstovauja tam tikriems interesams. „Transparency International“ Lietuvos skyrius (TILS) 2013 m. sukūrė interneto svetainę, kurioje galite sužinoti, kam priklauso žiniasklaidos priemonė www.stirna.info

Praktinė užduotis:

- Svetainėje www.stirna.info patikrinkite, kurie asmenys ar organizacijos yra susiję su jūsų mėgstama žiniasklaidos priemone;
- Kokio tipo svetainės žinote?
- Pateikti svetainių adresai. Nustatyti, kokio tipo svetainė:
 - <http://savb.lt/lt/>, <https://inkagency.lt/>;
 - <https://www.delfi.lt/>, <https://www.lrt.lt/>;

- <https://pigu.lt/lt/>;
- <https://www.facebook.com/SAVB.info/>;
- <https://gyvojipsichologija.lt/>;
- <https://sielosnamai.lt/>.

Pagal turinį galima išskirti kelis pagrindinius svetainių tipus:

- **Naujienų svetainės.** Nacionalinių ir tarptautinių naujienų svetainės, elektroniniai laikraščiai, žurnalai.
- **Prekybos ir paslaugų svetainės.** Aprašomos prekės ar paslaugos, pateikiami prekių ar paslaugų katalogai, pateikiama informacija apie pardavėją, kontaktinė informacija. Dažniausiai prekes ar paslaugas galite užsisakyti.
- **Socialinių tinklų svetainės.** Jungia panašių interesų turinčius žmones, kurie bendrauja vieni su kitais, keičiasi informacija.
- **Įmonių svetainės.** Pateikia įmonės veiklos aprašymą, kontaktus, naujienas, informuoja lankytojus apie įmonės ar organizacijos teikiamas paslaugas ar parduodamą produkciją.
- **Asmeninės svetainės.** Internetiniai dienoraščiai, svetainės. Pateikiama informacija gali būti vienašališka.

Atliekant paiešką internete, spaudžiant nuorodas socialiniuose tinkluose, el. laiškuose, galima aptikti netikrų ir identiška originalioms atrodančių svetainių. Tos svetainės yra sukuriamos sukčių, siekiant gauti kokios nors naudos, pavyzdžiui, finansinės, arba padidinti svetainės lankomumą ir pan.

Ar ši svetainė – tikra? Patekus į nežinomą įtartina interneto svetainę pirmiausia reikėtų įsitikinti, ar ji nėra tik sukčių paliktas jaukas. Lengviausia tai padaryti, pasitelkus nemokamus internetinius įrankius, pavyzdžiui:

- „**Sucuri**“: <https://sitecheck.sucuri.net/>;
- „**URLVoid**“: <https://www.urlvoid.com/>;
- „**VirusTotal**“: <https://www.virustotal.com/gui/home/url> (tikrina failus, svetaines);
- „**Is It Hacked**“: <http://isithacked.com/> (ar nebuvo įsilaužta į svetainę).

Nukopijavus svetainės URL adresą į vieną iš šių įrankių, jis automatiškai suteiks informaciją apie svetainės registracijos šalį, domeno savininkus, sukūrimo datą. Šie įrankiai taip pat įvertina, ar svetainėje nebūta sukčiavimo atvejų, ar ji neužkrėsta virusais. Matydami šią informaciją, galėsite objektyviau įvertinti jos patikimumą.

Praktinė užduotis:

- Šioje svetainėje galite patikrinti, ar jūsų elektroninio pašto paskyra nebuvo nulaužta <https://haveibeenpwned.com/>
- Parinkti pavyzdžiai iš socialinio tinklo „Facebook“

— Ar nuoroda į svetainę nekelia abejonių? Į ką atkreipti dėmesį vertinant informacijos patikimumą? Diskusija su dalyviais apie tai, kiek žmonių pasidalijo žinia. Kiek žmonių paspaudė „patinka“ ir t. t.



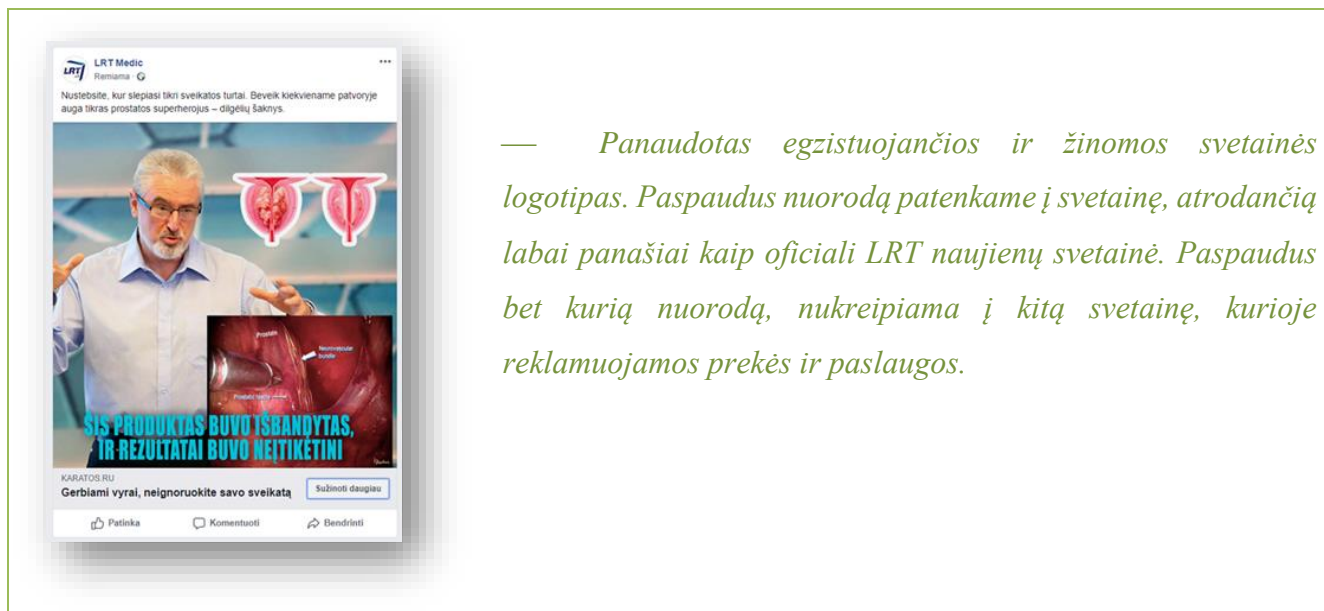
— Kaip vertinate šią informaciją? Kokie požymiai verčia abejoti, o gal čia pateikta informacija yra patikima? Atkreipkite dėmesį į svetainės adresą (wixsite), tai rodo, kad svetainė sukurta pasinaudojant nemokama svetainių kūrimo platforma.



— Keistas svetainės adresas. Galite patikrinti prieš tai pateiktais įrankiais.

— Nuoroda į „netikrą“ svetainę, atrodančią kaip Delfi.lt. Atkreipti dėmesį į fotografijas ir kt., kas kelia įtarimų?





— Panaudotas egzistuojančios ir žinomos svetainės logotipas. Paspaudus nuorodą patenkame į svetainę, atrodančią labai panašiai kaip oficiali LRT naujienų svetainė. Paspaudus bet kurią nuorodą, nukreipiama į kitą svetainę, kurioje reklamuojamos prekės ir paslaugos.

Papildomai:

- Projekto „Kintantis medijų pasaulis: atsakingo vartotojo ugdymas“ paskaita „Netikros naujienos ir jų sklaida“ ir kitos laisvai prieinamos šio projekto paskaitos: <https://www.youtube.com/watch?v=ms9hvujnT1g&list=PLZam5NGI7XF33pYZDGGue7HdCw17RkuK1&index=1>.

PATIKIMOS NAUJIENOS INTERNETE – KAIP AŠ GALIU PRISIDĖTI PRIE JŲ SKLAIDOS?

Gyvename laikais, kai visi informacinės erdvės komponentai persipina, radijas ir televizija kartoja socialinių tinklų informaciją ir atvirkščiai. JAV atlikti tyrimai skelbia, kad 1 iš 5 amerikiečių gauna iš socialinių tinklų. Telefonas liovėsi būti vien tik skambinimo priemonė, dabar tai itin svarbi priemonė naršyti internete. Ir štai, šis būdas labai patogus bet kur ir bet kada pasiekti socialinius tinklus ir juose pateikiamą informaciją. O tai reiškia, kad visame pasaulyje vyksta labai greitai apsikeitimai milžiniškais informacijos kiekiais.

Mes gauname labai didelę informacijos srautą. Užsienio mokslininkai netgi siūlo įdomų terminą – socialinių medijų naudotojų naujienų dieta. Jų nuomone, turėtų būti pateikiamas sakingas informacijos kiekis vienu metu, kad „nepersivalgytume“. Daugiausia neteisingos informacijos platiname mes patys, ne vadinamieji „troliai“ ar užsienio nedraugiškos suinteresuotos tarnybos. Socialinis tinklas „Facebook“ rodo mums tas naujienas, kurias, jų nuomone mes norime matyti. Jei padėjome patiktuką po kažkuo, tikėtina kasdiniame naujienų sraute rasime panašaus pobūdžio straipsnių ir... vėl dalinsimės toliau.

Yra puikiai visiems žinomas patarimas, ką daryti, jeigu parduotuvėje pamatėte jums labai patinkančią daiktą, o jo nėra jūsų suplanuotų pirkinių sąrašė. Siūloma nepirkti iš karto, o palikti sprendimą rytdienai, taip pat siūloma pagalvoti, kiek valandų jums teks dirbti, kad galėtumėte įsigyti šį daiktą. Tas

pat galioja ir su internetinėmis naujienomis. Paros laukti tikrai nereikia, bet siūloma bent 5 sekundes pamąstyti, ar tikrai dalintis ar kažkaip reaguoti į informaciją. Taigi, prieš dalinantis:

- Reikia pasidomėti iš kur ateina originali žinutė. Reikia atskirti, ar tai originalus jūsų artimojo, bičiulio tekstas jo sukurtas ir pasidalintas feisbuke, ar jūsų bičiulis dalinasi kažkieno sukurtu įrašu. Kai žinutė yra dalijamasi daugiau nei 5 kartus, ji žymima dvigubos strėlytės paveikslėliu. Jei nesate tikras, kas autorius, tikrinkite.
- Tikrinkite nuotraukas, vaizdo ir garso įrašus. Jei tą pačią istoriją galima rasti patikimuose puslapiuose, labiau tikėtina kad ji tikra.
- Kitiškai vertinkite tekstą ir jo aplinką, –turinį, ir pateikimą, ir svetainę, kurioje jis publikuojamas. Jei žinutė skamba pernelyg gerai ar pernelyg keistai, atkreipkite į tai dėmesį (kaip pavyzdys, straipsnis apie nelegalių lieknėjimo preparatų poveikį...) Nuorodos į puslapius su tekstais pilnais gramatinių klaidų neatrodo patikimai (dažnai jomis naudojasi sukčiai, kurie verčia tekstus su „Google“ vertėju). Save gerbianti svetainė moka redaktoriams už tinkamą pateikimą, todėl neturėtų būti grubių rašybos, skyrybos, stiliaus klaidų.

Net jei žinia dalinamasi daug kartų, dar nepatvirtina jos tikrumo. Nereiktų pulti skubėti dalintis toliau, kad ir kaip primygtinai tai siūlytų siunčiantis jums žinutę asmuo. Jei matote, kad asmuo ar grupė nuolat dalijasi nepatikima informacija, reikia apie tai pranešti „Facebook“ pagalbai. Dažnai kartojamas melas tampa tiesa. Taigi, reaguoti yra pats tikriausias būdas, siekiant sustabdyti melagingų žinių plėtrą.

Būtinai stebėkite savo naujienų rinkimo būdus, kad ne visa informacija būtų gaunama tik iš socialinių tinklų. Vyriausybės, jai pavaldžių įstaigų tinklalapiai, kiti patikimų patikimą reputaciją turintys portalai gali būti puikios pagalbines priemonės vertinant pateikiamus tekstus.

Papildomai:

- International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) pateikė rekomendacijas bibliotekoms, išleido reklaminių plakatų, kaip atpažinti netikras naujienas: <https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/how-to-spot-fake-news-lt.pdf>

INFODEMIJA

Infodemija (angl. *infodemic* < *info-* + *epidemic* „epidemija“) – tai per didelis informacijos srautas, kuriame sunku pasirinkti patikimus šaltinius ir patarimus. Tai ypač aktualu politinės, socialinės ar ekonominės krizės metu, kai visuomenės jautrumas informacijai būna išaugęs. Šis naujas žodis gana plačiai paplito ir vartojamas, norint apibūdinti kilusią informacinę epidemiją.

Vartosenos pavyzdys: „Premjero patarėjas Skirmantas Malinauskas LRT televizijai sako, kad informacija nėra pakitusi – Lietuvoje nėra nė vieno koronaviruso atvejo. Pasak jo, visuomenėje kilusi panika ir žmonių sprendimai pirkti maisto, vaistų ateičiai nėra pagrįsti realia situacija. Anot jo, tai galima

vadinti „infodemija“. Šaltinis: 15min.lt, internetinė žiniasklaida, 2020.02.27. Naujažodį pavartojo: Skirmantas Malinauskas

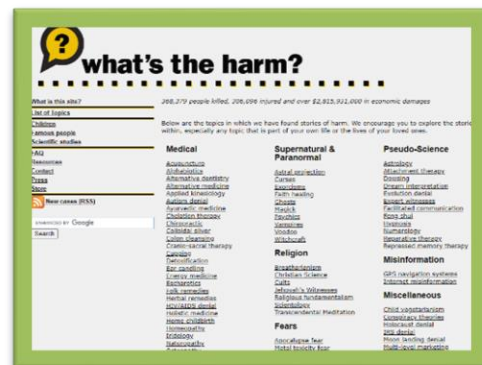
Duomenų bazėje „Press Gazette“ nurodoma, kad viso pasaulio faktų tikrintojai (visame pasaulyje dirba daugiau nei 100 faktų tikrintojų) įvertino daugiau nei 7100 klaidingų teiginių apie pandemiją. Melagysčių platinimo lyderis yra socialinis tinklas „Facebook“, aiškiai išsiskiriantis iš kitų svetainių, kuriose informaciją skleisti gali bet koks asmuo.

Prie kiekvieno duomenų bazės įrašo yra tekstinis laukelis, kuriame nurodomas melagystės šaltinis. Prie kai kurių melagysčių gali būti nurodomas daugiau nei vienas šaltinis (pvz., „Facebook“, „Whatsapp“). Šioje duomenų bazėje užregistruotos tik tos melagystės, kurias išaiškino faktų tikrintojai, todėl tikėtina, kad kai kuriose valstybėse populiarūs kiti melagysčių skleidimo būdai.

Iki pandemijos buvo galima pastebėti tikslingas melagienas, nukreiptas į mūsų saugumo sektorių. Lietuvoje iki karantino būdavo taikomasi į mūsų partnerius – NATO pajėgas, taip pat Europos Sąjungą. Buvo kuriama nepasitikėjimo NATO atmosfera: pavyzdžiui, galėjome stebėti bandymus diskredituoti vokiečių karių, bandant susieti jų buvimą Lietuvoje su „nauja vokiečių okupacija“, taip mėginant jaudrinti mūsų rusakalbę auditoriją.

Dažnai melagienų platinimas siejamas su priešiška nusiteikusių valstybių ar individų veikla, tačiau melagienų platintojais, net to nesuprasdami, gali tapti kiekvienas iš mūsų. Nerijus Maliukevičius, VU TSPMI dėstytojas: „Šiuolaikinės dezinformacijos kampanijos – tai strategiškai suplanuoti veiksmai, kai įvairios konspiracijos teorijos yra sukuriamos, išmetamos į viešąją erdvę ir planingai platinamos, o emocijų užvaldyti žmonės jas tiražuoja ir skleidžia.“

Kokią žalą daro neteisinga informacija? <http://whatstheharm.net/> svetainėje aprašomi tikri įvairūs atvejai, kai dėl melagingos informacijos žuvo 368 379 žmonės, 306 096 sužeisti ir buvo patirta ekonominė žala už daugiau kaip 2 815 931 000 dolerių.



Pavyzdžiai:

- Irane paskleista žinia, kad neva alkoholio vartojimas naikina COVID-19 virusą. Jau dabar skirtingais duomenimis skaičiuojama, kad Irane įregistruota apie 700 mirčių apsinuodijus metanoliu (metilo alkoholiu). Pranešama apie tragiškus atvejus, kai tėvai davė savo vaikams alkoholio;
- JAV atsirado teorija, kad audinių baliklis gerai naikina virusus nuo paviršių, todėl neva reikėtų pabandyti jį ir vidiniam naudojimui. Jau netrukus JAV ligonines užplūdo žmonės, sunegalavę nuo audinių baliklio vartojimo. Tokių bandymų pasitaikė ir Lietuvoje;
- Didžiojoje Britanijoje paskleidus informaciją apie 5G ir COVID-19 sąryšį buvo pradėtos naikinti telekomunikacijos antenos.

Melagienos kuria chaoso ir nepasitikėjimo atmosferą, ypač krizių metu. Labai svarbu pasitikėti oficialiomis komunikacijos priemonėmis. Valstybės stengiasi užkirsti kelią melagingų naujienų plitimui. Pavyzdžiui, šiuo metu sukurti ir naudojami net internetiniai robotai-pagalbininkai, suteikiantys tikslią informaciją apie COVID-19 virusą. Lietuvoje sukurtas portalas <https://koronastop.lrv.lt/>



Pandemijos metu labai svarbi mokslininkų, ekspertų pateikiama informacija. Atsiranda visažinių pseudomokslininkų, siūlančių gydymo būdus ar vaistus. Svarbu mokėti **suprasti, patikrinti šaltinius, mokėti naudotis socialiniais tinklais, nedaryti platinimo klaidų**. Tai yra objektyvūs medijų raštingumo gebėjimai.

Svarbus ir **emocinis intelektas** (tai žmogaus gebėjimas įvardyti savo jausmus, valdyti emocijas, mokėjimas motyvuoti tiek aplinkinius, tiek ir save pačius, gebėjimas bendrauti su aplinkiniais, empatija, įgūdis atpažinti kitų žmonių emocijas bei mokėti šią informaciją pakreipti tinkama linkme). Melagienos yra visų pirma nukreiptos į mūsų emocijas. Todėl ne visada neteisinga informacija platinama sąmoningai, pasitaiko ir nesusipratimų, žmogiškų klaidų bei emocinių reakcijų.

Papildomai:

- Linksmas ironiškas filmukas <https://www.youtube.com/watch?v=yR0lWICH3rY> apie tai, kaip informacija gali būti neteisingai suprantama dėl objektyvių priežasčių, šiuo atveju – nepakankamų užsienio kalbos žinių.
- <https://www.delfi.lt/projektai/sustiprink-imuniteta-2020/covid-ne-tik-epidemija-bet-ir-infodemija-zmones-naiviai-pasitikejo-melagienomis.d?id=84950727>
- <https://www.prisijungusi.lt/savarankiskas-mokymasis/12-kritinio-mastymo-patarimu/>
- <https://www.tspmi.vu.lt/komentarai/nerijus-maliukevicius-kovojame-ne-tik-su-pandemija-bet-ir-infodemija/>

Praktinė užduotis: sugalvokite „gandą“ apie COVID-19 (galima naudoti Sli.do). Pabandykite argumentuotai paneigti kolegų sugalvotus gandus.

Propaganda (lot. *propago* – skleidžiu, platinu) yra viešas, instituciškai reglamentuotas, tinklinis, pasikartojantis masių ar socialinių grupių įtikinėjimas. Propagandą taip pat galime apibrėžti kaip filosofijos, mokslo, religijos ir kt. teorijų ir (ar) idėjų tyčinį ir nuoseklų skleidimą, siekiant jomis ugdyti, veikti žmonių pažiūras, nuotaikas, manipuliuoti, skatinti tam tikrus veiksmus, kurie prisidėtų prie propagandos skleidėjų siekiamų tikslų. Propaganda, iš esmės, siekiama paveikti tikslinės grupės emocijas ir nuomonę.

Garth S. Jowett ir Victoria O'Donnell savo knygoje „*Propaganda & Persuasion*“ propagandą apibūdina kaip sistemingą manipuliavimo metodą. Jis yra susijęs su specialiu mąstymo formų konstravimu, ideologinių suvokimo ir vaizduotės schemų indoktrinacija, emocijų ir jausmų stimuliavimu ir valdymu. Propaganda tai pasiekia, kurdama patrauklias kalbas, paveikslus, deivus (angl. *slogan*), eilėraščius, skulptūras, kino filmus, mokomąją literatūrą, architektūrinę ir programinę aplinką. Kitaip tariant, propaganda yra glaudžiai susijusi su kultūrinėmis ir kūrybinėmis industrijomis, švietimu, o jos veikla gali būti kritikuojama filosofiniu, sociologiniu, antropologiniu ir psichologiniu požiūriais.

Pagrindinis propagandos tikslas beveik visais laikais, pradedant XVI amžiumi, buvo paversti įtikinėjimo adresatus platinamo diskurso autonomiškais subjektais. Propagandos subjektu gali tapti pavienis asmuo, bendruomenė arba visuomenė. Trumpalaikiai propagandos uždaviniai gali būti siauresni: emociškai įkvėpti, nukreipti, motyvuoti ideologijos subjektus, indoktrinuotus asmenis. Dažniausiai kalbama apie politinę, socialinę ir religinę propagandą. Bet kokiu atveju politiškumo momentas lieka labai svarbus, net jei jis pasirodo ne tiesiogiai politinių debatų metu, o viešosios politikos pavidalais, susijusiais su darbo organizavimu, socialine rūpyba ar kultūrine veikla.

Būtina suvokti, kad propaganda yra galios demonstravimo būdas – paslėpta arba atvira forma. Tai nėra lygių dialogas ieškant sprendimo. Todėl pasipriešinimas propagandai – prievartiniam įtikinėjimui, smegenų plovimui (angl. *brainwashing*), pakeistiniam mąstymui, mąstymo pertvarkymui (angl. *thought reform*), yra nepaprastai reikšmingas demokratizacijos ir modernizacijos procesui. Būtent stiprios įtikinėjimo technologijos ir lygiaverčiai įtakingi demokratiniai sąjūdžiai bei laisva kūryba charakterizuoja šiuolaikines Vakarų visuomenes.

PROPAGANDOS VEIKIMO PRINCIPAI IR JOS SKIRSTYMAS REMIANTIS OBJEKTIVUMO KRITERIJUMI

Šiuolaikinei propagandai, labiausiai pasireiškiančiai socialinėje reklamoje, socialinio įtikinėjimo, švietimo kampanijose bei vykdant mikropropagandą, būdingos sąveikos su socialine inžinerija. Propagandos ir socialinės inžinerijos ryšiai, jų santykis su rinka ir demokratinėmis visuomenės organizacijos formomis atgaivino propagandą naujam gyvenimui. Šiandieną ji naudojama ne tik informaciniuose karuose, bet ir plėtojant tikslinį masinį poveikį, visuomenei sprendžiant skausmingas

socialinės rūpybos, darbo, saugumo, politinio pasirinkimo, kultūros raidos, istorinės atminties problemas bei tarpusavyje konkuruojant skirtingoms visuomenės grupėms.

Propagandos efektyvumas didinamas iš dalies sakant tiesą, bet nepateikiant visos informacijos, nutylint tam tikrus faktus. Todėl propagandą atpažinti kartais gali būti sudėtinga. Propagandoje pateikiami tam tikri teisingi faktai, tačiau pakeičiamas ar iškraipomas kontekstas. Kadangi pateiktų faktų teisingumą galima patikrinti, propagandos siunčiama žinutė atrodo kaip tiesa. Būtent taip ir siekiama suklaidinti.

Dažniausiai propaganda apibrėžiama neigiamame kontekste, kaip neleistinos, dezinformacija paremtos priemonės, skatinančios viešosios nuomonės formavimą. Propagandai apibūdinti naudojami sinonimai *melas, apgaulė, iškraipymas, manipuliacija, smegenų plovimas, minčių kontrolė, psichologinis karas*. Tačiau propaganda naudojama ir rinkodaros, socialiniams, švietimo tikslams. Tad propaganda gali veikti ir pozityviame kontekste – svarbiausia, kam ji yra pasitelkiama. Pavyzdžiui, rūkymo žala ant cigarečių pakelių – tai taip pat propaganda, nes bandoma žmones paveikti emocijomis ir pakeisti jų elgesį – priversti mesti rūkyti. Tačiau dažniausiai propaganda yra naudojama neigiamiems tikslams – neapykantai ir priešiškamui kurstyti.

Propaganda, kaip specifinis komunikacijos procesas, susiduria su konkrečiomis socialinėmis, kultūrinėmis, technologinėmis bei ekonominėmis sąlygomis, todėl, keičiantis šioms sąlygoms, propaganda savo turiniu ir komunikacine pozicija taip pat privalo keistis ir šiuolaikinio individo asmenybę veikti laikmetį ir aktualijas atitinkančiais būdais. Propaganda dažnai asocijuojasi su Antrojo pasaulinio karo plakatais, tačiau šiuo metu ji įgavusi daugiau įvairių ir subtilesnių formų. Jos veikimo būdas gali būti akivaizdus, kaip svastika, ar subtilus, kaip komentaras naujienų portale.

Propaganda pagal objektyvumą gali būti skirstoma į baltąją, pilkąją ir juodąją:

- **Baltoji propaganda.** Ji yra susijusi su maksimaliai skaidria ir atvira faktų reprezentacija. Pasitelkiamos įvairios socialinės programos ir iniciatyvos. Baltoji propaganda siekia pateikti įvairių, nepriklausomų ekspertų, atspindinčių pagrindines nuomones, išvadas. Tačiau, didėjant konkurencijai, nustatyti požiūrio teisingumą tarp įvairių visuomeninių ir verslo organizacijų tampa vis sunkiau, o ekspertų požiūriai tais pačiais klausimais vis labiau skiriasi. Todėl baltąja propaganda vadiname ketinimą ir pastangą neiškraipyti faktų ir pateikti argumentuotus paaiškinimus. Dažniausiai baltoji propaganda kalba apie savo šalies, kompanijos, organizacijos pasiekimus ir yra pozityvi. Pavyzdžiui, Lietuvos Respublika save viešina ir demonstruoja kaip tiltą tarp Vakarų ir Rytų, kur egzistuoja palankus investicijoms klimatas ir garantuojamas finansinis saugumas. Tai – propaganda, nors ir remiasi, plačiąja prasme, teisinga informacija apie nuolatos tobulinamą mūsų šalies infrastruktūrą, investavimo sąlygų gerinimą.
- **Pilkoji propaganda.** Jos atstovai sąmoningai susieja patvirtintus faktus su nepatvirtintais, pateikia tik sau palankią interpretaciją, sąmoningai iškraipo įvykio kontekstą. Pilkoji propaganda intensyviai taikoma valdomuose informaciniuose, politiniuose ar ekonominiuose konfliktuose.

Pilkoji propaganda formuoja vienpusį požiūrį į objektą, vengia kritiškumo. Tokia propaganda, pavyzdžiui, teigia, kad sava kariuomenė visados teisi. Šios propagandos atstovai vengia lygiaverčio atviro dialogo, demaskavimo, tačiau, vis dėlto, nepateikia vienpusio melo, todėl palieka galimybę keisti savo nuostatas. Plačiai pilkoji propaganda paplito Rusijos televizijos kanaluose „ORT“ ir „RTV“ prezidento Vladimiro Putino valdymo metais, kai bet kokia informacija apie Putiną ir Rusiją pateikiama pozityviai, net jeigu tarptautinis forumas Rusiją, dėl tam tikrų jos sprendimų, griežtai kritikuoja.

- **Juodoji propaganda.** Ji remiasi sąmoninga įvykių bei faktų falsifikacija ir melu. Vienas iš ryškiausių juodosios propagandos pavyzdžių istorinės retrospektyvos kontekste – jos taikymas nacistinėje Vokietijoje, pasitelkiant įvykių inscenizacijos metodus. Pavyzdžiui, nacistai, persirengę sovietų kareivių uniformomis, nusiaubdavo Lenkijos pafrontės kaimus, taip gąsdindami artėjančiu komunistiniu valdymu ir jo pasekmėmis. Juodoji propaganda remiasi ir juodosiomis technologijomis. Pavyzdžiui, rinkimų metu oponento vardu išplatinama informacija arba inscenizuojami įvykiai, kurie vėliau labai komplikuoja oponento galimybes būti išrinktam. Juodoji propaganda ir juodosios technologijos daugelyje demokratinių šalių yra persekiojamos teisiškai.

POVEIKIO DARYMO, SIEKIANT PROPAGANDINIŲ TIKSLŲ, PRIEMONĖS

- „Generalizacija / apibendrinimai“ (angl. *generalization* arba *overgeneralization*) – tai viena paprasčiausių propagandos formų, kuri pasireiškia bandymu paveikti emocijas naudojant abstrakcijas. Šis būdas dažnai naudojamas politikų rinkiminių kampanijų metu. Toks būdas itin veiksmingas sudėtingais laikotarpiais, pavyzdžiui, ekonominių, finansinių ar kitų krizių metu. Dažnai naudojami emocionalūs apibendrinantys teiginiai: „Nusipelnėme gyventi geriau“, „Už ateitį“, „Tvarka bus“, „Svarbiausia – žmogus“ ir panašiai. Pastaruoju metu ypač ryškus generalizacijos metodo taikymo pavyzdys – COVID-19 antivakserių diskursas.



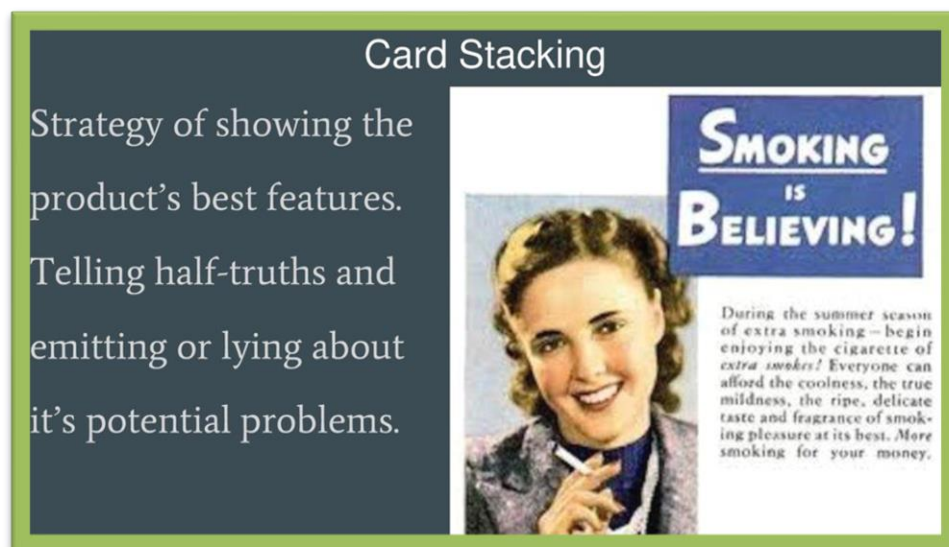
Protesto akcija prieš COVID-19 vakcinas JAV – „Vakcinai – ne“.

- „Blizgantys apibendrinimai“ (angl. *glittering generalities*) – tai propagandoje vartojami patrauklūs, tačiau miglotą prasmę turintys žodžiai. Užuoat paaiškinęs tokių žodžių reikšmę, propagandos skleidėjas jais prisidengia gindamas savo poziciją. Vartojami be konteksto ar neįvardijus aiškios reikšmės, tokie žodžiai auditorijai padeda sukelti tam tikrus jausmus. Jeigu propaganda sėkminga, šiais jausmais naudojamosi norint išlaikyti nekvestionuojamą propagandinius tikslais veikiančio subjekto poziciją.



„Blizgantis“ B. Obamos įvaizdis „Viltis“.

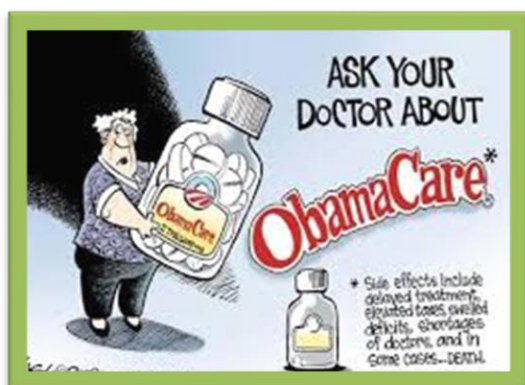
- „Kortų kaladės“ (angl. *card-stacking*) arba vienpusiškas argumento plėtojimas (angl. *case-making*) – tai propagandos forma, kuri leidžia vieną iš požiūrių laikyti pranašesniu, o alternatyvų požiūrį paneigti. Pasakomi tik teigiami faktai, o neigiami faktai nutylimi arba atvirškščiai. Nors argumentai, kurie yra naudojami taikant šią techniką, dažniausia yra pagrįsti, jie gali iškreipti situaciją, nes informacija yra pateikiama ištraukta iš konteksto arba sąmoningai praleidžiant svarbius faktus. Pavyzdžiui, politinių kampanijų metu kandidatas pristatomas tik iš teigiamos pusės, nutylint neigiamą.



Pozityvi tabako reklama „Rūkymas suteikia pasitikėjimo!“

- „Oponento / priešų įvardijimas“ (angl. *pinpointing the enemy*). Propagandos skleidėjai, pasitelkę šį metodą, sąmoningai pernelyg supaprastina sudėtingas problemas ar tam tikrą situaciją, išskirdami vieną priežastį arba vieną priešininką, kurį galima apkaltinti. Itin svarbu suvokti, kad tik dėl vienos priežasties problemų atsiranda ypač retai, tačiau toks situacijos supaprastinimas yra daromas sąmoningai. Visuomenė dažniausia laukia aiškių atsakymų, todėl pasitelkus šią techniką

ir kaip visų problemų kaltininką vaizduojant konkretų priešininką, visuomenė ar bent jau jos dalis noriai priima pateiktą požiūrį. Kitaip sakant, tai veikia.



B. Obamos sveikatos apsaugos sistemos reformos JAV kampanija „Paklausk savo gydytojo apie Obamacare“ (šios reformos tikslas buvo sveikatos apsaugos sistemą paversti labiau prieinama kiekvienam JAV piliečiui, sumažinant kainas už paslaugas tiems, kurie nepajėgūs padengti aukštus kaštus).

- „Etikečių kljavimas“ (angl. *name calling*) – tai neigiamą konotaciją turinčių žodžių vartojimas siekiant sumenkinti priešininką arba paneigti priešingą požiūrį. Ižeidžiantys žodžiai dažnai vartojami vietoje logiškai pagrįstų argumentų, apeliuojama į emocijas, o ne į protą. Propagandos skleidėjams yra būdinga tam tikrą etiketę klijuoti dažniausiai didesnei žmonių grupei, nors tokios priemonės taikymas galimas ir vieno asmens ar konkrečios organizacijos atžvilgiu – t. y. su konkrečiu asmeniu, organizacija ir pan. susiejama negatyvi idėja, veiksmas, emocija. Taikant „etikečių kljavimo“ techniką, naudojamas sarkazmas, pašaipos, todėl šis propagandos būdas gali būti ypač efektyvus, kadangi, kaip žinia, atsikratyti priklijuotos etiketės, pavyzdžiui – *melagis, teroristai, korumpuotas ir pan.*, yra labai sunku.



B. Obamos antireklaminė kampanija prieš 2012 m. JAV prezidento rinkimus „Tu nesuprasi – tai elito reikalai“. (siekdamas įgyti rinkėjų palankumą, Mittas Romney savo oponentą Baracką Obamą vadino snobu).

- „Sąsajų su simboliais“ technika (angl. *symbols in propaganda*) – tai įvaizdžio, faktų, įvykių stiprinimas arba menkinimas pasitelkiant simbolius.



Rusijos prezidentas – aukštas moralines vertybes simbolizuojančioje aplinkoje; V. Putiną supantys simboliai sudaro vaizdą, kad šis asmuo asocijuojasi su simbolizuojamomis vertybėmis.

- „Bandos jausmas“ (angl. *bandwagon*) – tai metodas, kai yra sukuriamas įvaizdis, jog idėja turi platų pritarimą, todėl, atmesdamas ją, liksi izoliuotas ir nepritaęs. Žmonės yra linkę priklausyti daugumai ir nenori likti nuošalyje; taigi, ši technika manipuliuoja žmonėmis, apeliuojant į jų saugumo, kolektyvizmo, bendruomeniškumo poreikius. Pavyzdžiui, buvęs JAV prezidentas Donaldas Trumpas savo rinkimų kampanijos metu dažnai vartodavo frazę „Mane remia šimtai, tūkstančiai žmonių“. Tuo tarpu, rinkodaroje ta pati technika taip pat yra plačiai taikoma – pavyzdžiui, tokios frazės kaip „Prekių skaičius ribotas“, „Paskubėk, liko paskutiniai vienetai“, „Tik šiandien“ ir pan. leidžia manipuluoti vartotojų sąmoningumu ir prekybininkams palankia kryptimi formuoti jų vartojimo įpročius bei didinti pardavimų apimtį.



„Kiekvienam tai patinka!“

- Asociacijų kėlimas (angl. *association, false connection*) – technika, kuria siekiama emocijas ir sąsajas nuo vienos idėjos, simbolio ar asmens nukreipti į kitą.
- Liudijimo metodas (angl. *testimonials*) – pasinaudojama tuo, kad visuomenėje yra tam tikra žmonių, kuriais pasitikime, grupė, nors ir nepaisant fakto, kad tai labiau lemia jų atpažįstamumas,

o ne protu pagrįstas pasitikėjimas. Propagandos skleidėjai tokius žmones gali išnaudoti saviems tikslams ir atitinkamai nukreipti visuomenės pasirinkimus. Tai gali būti žymūs ir visuomenėje populiarūs bei gerbiami asmenys, kurių palankumas, pavyzdžiui, valdančiajam elitui padeda gauti ir eilinių piliečių pritarimą bei tam tikra prasme legitimizuoja valdžios politiką.

- „Tapatinimasis su eiliniu piliečiu, paprastumo demonstravimas“ (angl. *plain folk*) – tai technika, kurią ypač mėgsta politikai. Demonstruojamas paprastas gyvenimo būdas, prielankumas žmonėms. Išreiškiama ir plačiai viešinama nuomonė ar pozicija, kuriai pritaria arba nepitaria didelė visuomenės dalis ar net „visa visuomenė“. Ši tapatinimosi su „eiliniu piliečiu“ technika yra naudojama siekiant įgyti visuomenės pasitikėjimą bei sudarant liaudies ir elito vienovės įvaizdį, o vėliau – ir manipuliuojant daugumos nuomone.
- „Karštos bulvės“ metodas (angl. *hot potato*) – naudojantis šia technika, oponentui lyg karšta bulvė „sviedžiama“ nepalanki arba nepatogi informacija; yra siekiama išprovokuoti reakciją, galinčią oponentą sukompromituoti, ir, tokiu būdu, diskredituoti pastarąjį visuomenės akyse. Beje, tai nebūtinai turi būti išgalvotas įvykis ar situacija. Didžiausias efektas pasiekiamas, jeigu pavyksta pasinaudoti tokiais įvykiais ar faktais, su kuriais subjektas, besinaudojantis tokia propagandos technika, nėra niekaip susisijęs. Naudojant „karštos bulvės“ techniką ir siekiant kuo didesnio efekto, ypač svarbų vaidmenį įgyja ir tinkamo laiko pasirinkimo, ir atitinkamo aplinkybių interpretavimo faktoriai.
- „Delsimas“ (angl. *stalling*). Delsimo technika siekiama, kad priešininkas prarastų susidomėjimą ir budrumą. To pasiekus, didesnė tikimybė sėkmingai panaudoti puolimo technikas.
- „Emocinis sužadėjimas“ (angl. *activation strong emotions*) – siekiama sužadinti tokias stiprias emocijas kaip baimė, pyktis, liūdesys, susierzinimas. Dažniausiai bandoma parodyti, kad vienas ar kitas reiškinys turės neigiamas pasekmes, t. y. pasitelkiamos žmonių baimės.

Facebook įkūrėjas Mark Zuckerberg „memas“, sukurtas Rusijos trolių per 2016 m. JAV prezidento rinkimus (atsižvelgiant į tuomet ypač sparčiai augusią Facebook socialinio tinklo įtaką, tikinama, kad šiame tinkle verbuojami nariai ISIS teroristinei grupei. Taip bandyta bauginti ir griauti pasitikėjimą politikais, besinaudojančiais šiuo socialiniu tinklu).



PROPAGANDOS FORMOS INTERNETINĖJE ERDVĖJE: TROLIAI IR BOTAI

Propagandos procesui persikėlus į internetinę erdvę, atsirado naujos propagandos formos, žinomos kaip troliai ir botai. Jų tikslas – daryti įtaką rinkimų rezultatams, demoralizuoti, diskredituoti ar izoliuoti politinius oponentus, dalyvauti visuomenės apklausose, skleisti propagandą ir melagingas žinias.

Troliai – tai propagandiniai tikslais samdomos dešimtys tūkstančių žmonių, kurių paskirtis – išsistą parą tikslinės grupės naujienų portaluose, socialiniuose tinkluose komentuoti aktualiausias naujienas, įrašus ir savo prieš bendrąją nuomonę nukreiptais komentarais kelti erzelį tarp interneto vartotojų, skleisti dezinformaciją, niekinti vyraujančias vertybes ir požiūrius.

Kaip atpažinti trolį:

- Demokratiškos vertybių nepripažįstančios valstybės atitinkamo turinio, pavyzdžiui, prorusiško, įrašai ar žinutės;
- Dažnos rašybos klaidos;
- Nedidelis skaičius sekėjų;
- Dalinimasis žinutėmis @konkreto žmogaus pavardė ar vardas, pavyzdžiui, @putin_leader;
- Rėmimasis alternatyviais šaltiniais, jų nenurodant;
- Komentarai ar dalinimasis įrašais, žinutėmis tik tam tikra konkrečia tema.

Botas – kompiuterinė programa, automatizuotai atliekanti tam tikrus veiksmus, kuriuos galėtų atlikti ir su kompiuteriu dirbantis žmogus. Propagandoje botai pasitelkiami rašant propagandinius komentarus naujienų portaluose, įrašus socialiniuose tinkluose. Šios programos generuoja skirtingus komentarus: parengiamas šablonas ir iš to šablono pergeneruojamas naujas komentaras. Tarpiniai serveriai (angl. *proxy server*) suteikia skirtingus IP adresus, todėl atrodo, kad komentarus rašo daugybė skirtingų žmonių. Pavyzdžiui, apie 15 proc. socialinio tinklo *Twitter* vartotojų yra botai.

Kaip atpažinti botą:

- Profilio nuotrauka: dažniausiai tai – piešiniai, gamtos vaizdai, politikų ar įžymybių nuotraukos, neretai profilio nuotrauka, apskritai, gali būti neįkelta. [Kaip patikrinti?](#) Rekomenduojama surasti duomenis apie profilio nuotraukos kilmę, pasitelkus *Google Images* paieškos sistemą;
- Ilgas vartotojo vardas. Daugelio botų vartotojo vardas – neįprastas, su skaičiais arba neturintis prasmės;
- Neįmantraus turinio ar pasikartojantys įrašai ir žinutės. Botai sukurti tuo tikslu, kad tam tikra tema ar grotažymė socialiniuose tinkluose taptų vyraujančia. Siekiant šio tikslo, atitinkama žinute ar įrašu pasidalinama daugybę kartų;
- Vartotojo paskyra – tuščia. Realių žmonių sukurtos vartotojų paskyros turi daug asmeninės informacijos; botų atveju asmeninė informacija nepateikiama arba jos pateikiama labai mažai;

- Didelis sekamų žmonių skaičius – botai socialiniuose tinkluose seka kur kas daugiau žmonių negu patys turi sekėjų;
- Dalinamasi daugybe įrašų ir žinučių. Jei vartotojas nuolat, net naktimis dalinasi daugybe įrašų, didelė tikimybė, kad tai – botas;
- Dalinamasi radikaliais politinio turinio įrašais ar žinutėmis. Dažniausiai tai – ideologinės klišės, patriotiniai, militaristinio pobūdžio tekstai, prieštaraujantys vyraujančioms vertybėms ir nuostatoms;
- Vartotojo, o, iš tiesų – boto, naujienų sraute daug stereotipinių įrašų, tokių kaip sentencijos, vaizdo įrašai su gyvūnais ir pan. Tokio pobūdžio turinį botai įprastai naudoja laikotarpiuose tarp rinkimų arba kitų aktualių įvykių.

Pasitikrinti, ar nesebate botų *Twitter* socialiniame tinkle galite prisijungę adresu:

<https://botcheck.me>

KONTRPROPAGANDOS GALIMYBĖS IR METODAI

Socialinė kritika, kaip propagandinio įtikinėjimo priešnuodis, buvo atrasta jau XX amžiuje. Šiandieną dažnai ji yra keliakryptė ir naudojama siekiant: demaskavimo, kai griunamos ideologijos; desubjektyvacijos, kai žmogus atskiriamas nuo ideologijų; deinstitucionalizacijos, kai naikinamos ideologiją ir jos subjektą atgaminančios (reprodukuojančios) institucijos. Ryškus desubjektyvacijos pavyzdys yra Vakarų Vokietijos denacifikacijos politika po II pasaulinio karo, užtrukusi bent keletą dešimtmečių ir siekusi panaikinti fašistinį tikėjimą, arijų mitus ir sekimą nacizmo idealais. Uždraudus viešą fašistinį diskursą ir griunant tokio užslėpto diskurso galias, uždraudus platinti nacistinius simbolius ir idealus, pavyko pakeisti absoliučios Vakarų vokiečių daugumos politines tapatybes ir tikslus.

Lietuvoje jau ne vienerius metus veikia iniciatyva *Demaskuok.lt* (<https://demaskuok.lt/>). Šio projekto tikslas – suburti įvairių sričių profesionalus, taip pat ir mėgėjus – nuo socialinių, humanitarinių, tikslųjų mokslų specialistų iki žiniasklaidos, verslo, pramogų pasaulio atstovų ar jų sekėjų, kurie savo indėliu galėtų prisidėti kovoje su propaganda ir dezinformacija.

Įgyvendinant šią iniciatyvą yra susibūrusi aktyvių ir pilietiškų Lietuvos žmonių bendruomenė; tai – taip vadinami elfai. Lietuvos elfai – ne mitologinės ar fantastinės būtybės, o realūs, pilietiškai ir patriotiškai nusiteikę žmonės, kurių neriboja valstybių sienos. Juos vienija bendras tikslas: savanoriškai, įvairiomis priemonėmis prisidėti prie kovos su priešiška Lietuvai dezinformacija. Elfai yra kovotojai ir gynėjai, dezinformacijos ir propagandos medžiotojai. Jie yra nematoma, neišardoma, virtualioje erdvėje esanti pirma ir paskutinė valstybės gynimo linija; jų tikslas – atskleisti antidemokratiškų valstybių valdžios institucijų, įskaitant ir Kremlių, o taip pat jų samdinių skleidžiamą dezinformaciją ir

manipuliacijas bei kovoti internetinėje erdvėje su dezinformacijos, antidemokratinio ir propagandinio turinio skleidėjais. Elfai – sąmoningumo, pilietinių, kultūrinių, istorinių ir kitų vertybių saugotojai, kurie stiprina Lietuvos visuomenės atsparumą informacinėms grėsmėms bei rodo pavyzdį mūsų valstybės sąjungininkams.

Būdai, įgalinantys atremti propagandą:

- Atsakinga ir nepriklausoma žiniasklaida;
- Mitų dekonstrukcija ir strateginė komunikacija;
- Laisva ir išsilavinusi visuomenė;
- Nuolatos lavinamas gebėjimas kritiškai vertinti informaciją;
- Nacionalinio naratyvo, istorinės atminties formavimas ir stiprinimas.

Medijų ir informacinis raštingumas (MIR) – tai būtinosios kompetencijos (žinios, įgūdžiai ir nuostatos), įgalinančios piliečius efektyviai naudotis medijomis (spauda, radijo ir televizijos laidomis, kino filmais, reklama, internetu ir kt.) ir kitais informacijos šaltiniais (įskaitant bibliotekas, archyvus, muziejus), nepriklausomai nuo naudojamų technologijų. Tai kompetencijos, susijusios su kritinio mąstymo ir mokymosi visą gyvenimą įgūdžiais, reikalingais socializacijai ir aktyviam gyvenimo pilietinėje visuomenėje būdai. Gebėjimas kritiškai mąstyti padės lengviau prisitaikyti prie XXI amžiaus poreikių ir suteiks galimybę objektyviai įvertinti visa, ką mokomės ir ką darome.

Skaitmeniškai raštingas žmogus turi gebėti informacijos ieškoti, ją įvertinti, rūšiuoti, valdyti ir savarankiškai kurti skaitmeninį turinį bei panaudoti jį siekiant asmeninių ar profesinių tikslų. Tai reiškia:

- Surasti informacijos šaltinius efektyviai naudojantis paieškos sistemomis;
- Rūšiuoti ir pasirinkti labiausiai poreikius atitinkančią informaciją;
- Įvertinti informacijos vertę atsižvelgiant į jos patikimumą, tikrumą ir autorystę;
- Valdyti informaciją suprantant, kaip ją tinkamai naudoti, pavyzdžiui, kaip cituoti šaltinį ar atsisiųsti failus;
- Kurti originalų turinį neplagijuojant kitų darbo.

Medijų ir informacinio raštingumo (MIR) ugdymas – šiandienos bibliotekų uždavinys. Pastaruoju metu informacijos ir technologijų naudojimosi poreikis išaugo kaip niekada stipriai. Tampa svarbu mokėti naudotis pateikiama informacija, ją pasirinkti, analizuoti ir sisteminti. Neįmanoma įsivaizduoti šiuolaikinės visuomenės be informacinių ir komunikacinių technologijų (IKT) naudojimo, kuris keičia mūsų gyvenimo ir mąstymo būdą, kultūrą ir bendravimo stilių. „Kantar“ tyrimas⁷ parodė, kad 2019 m. Lietuvos gyventojas vidutiniškai 7 val. 10 min. per parą praleido naudodamasis įvairiomis medijomis: internetu, vaizdo įrašais, socialiniais tinklais, žaidimais, televizija ir radiju. Medijoms vis labiau įsitvirtinant kasdieniniame mūsų gyvenime, gebėjimai jomis naudotis ir pasirinkti, kritiškai vertinti ir interpretuoti gaunamą informaciją tampa ypač svarbūs.² O 2020–2021 metais pasaulį apėmus Covid–19 pandemijai, IKT ir MIR įgūdžių svarba įgavo didžiulę reikšmę. Šis medijų ir informacinio raštingumo (toliau – MIR) poreikis iškėlė naujus uždavinius bibliotekoms.

Lietuvoje šiuo metu veikia 1240 viešųjų bibliotekų, iš kurių beveik 1000 yra įsikūrusios kaimo vietovėse – tai tankiausias kultūros įstaigų tinklas Lietuvoje, o tai didelis privalumas, norint kad MIR ugdymas pasiektų atokiausias Lietuvos vietas. Nors pirminis bibliotekos vaidmuo – buvimas informacijos saugojimo ir perdavimo visuomenei centru – išlieka, dėl vis didėjančios skaitmenizacijos

² Rūta Beinoriūtė, Greta Kundrotaitė. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo viešosiose bibliotekose modelis. Vilnius, 2020, p. 5 [žiūrėta 2021 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/MIR-ugdymo-vie%C5%A1iosiose-bibliotekose-modelis.pdf>

bei informacijos sklaidos tinklų visuomenėje jis vis kinta.³ Bibliotekose diegiamos technologinės naujovės, siekiama gyventojams suteikti visas galimybes prieigai prie patikimos informacijos, sudarant sąlygas ne tik išmokti naudotis kompiuterinėmis informacinėmis technologijomis, bet ir kritiškai vertinti medijomis gaunamą informaciją.

Bibliotekų potencialas MIR ugdymo srityje pažymimas ir Bibliotekų plėtros strateginėse kryptyse 2016–2022 metams. Šiame dokumente teigiama, kad „bibliotekos galėtų tapti visuomenės medijų ir informacinio raštingumo ugdymo koordinatorėmis, aktyviomis mokymo(si) dalyvėmis, gebančiomis derinti skirtingas mokymo(si) formas, integruoti medijų ir informacinio raštingumo ugdymą į formalųjį ir neformalųjį švietimą“.⁴ Tai lemia ir pačių bibliotekų įsitraukimas į MIR ugdymo plėtrą, vykdant įvairias iniciatyvas MIR tema.

Medijų edukacija – procesas, kurio metu yra mokoma ir mokomasi suprasti medijas.

Medijų ir informacinis raštingumas – būtinosios kompetencijos (žinios, gebėjimai ir nuostatos), įgalinančios piliečius efektyviai naudotis medijomis, žiniasklaida ir kitais informacijos šaltiniais (bibliotekomis, archyvais, muziejais), susijusios su kritinio mąstymo ir mokymosi visą gyvenimą gebėjimais, reikalingais socializacijai ir aktyviam gyvenimui pilietinėje visuomenėje.⁵

MIR ugdymas / medijų edukacija – tai ugdymo procesas, kurio pagrindas – žinios apie tinkamą medijų naudojimą, kokybiško medijų turinio kūrimą ir platinimą. Ugdymo procese siekiama visuomenei suteikti šias kompetencijas (pagal UNESCO, MIR kompetencijos skirstomos į šias pagrindines grupes):

- Gebėjimus atpažinti informacijos ir medijų turinio paieškos poreikį, gebėjimas jų ieškoti, surasti ir pasinaudoti;
- Gebėjimus suprasti, vertinti ir analizuoti informaciją ir medijų turinį;
- Gebėjimus kurti, naudoti ir stebėti informacijos bei medijų turinį.⁶

Lietuvos švietimo pagalbos įstaiga „Ugdymo plėtotės centras“ papildo ir detalizuoja šiuos gebėjimus, pabrėždama bendravimo medijose specifiškumą ir saugų naudojimąsi medijomis:

- Kritiško mąstymo ir analizės: gebėjimas suprasti ir savaip interpretuoti įvairių medijų turinį.
- Bendravimo ir komunikavimo: gebėjimas bendrauti per medijas ir susitapatinti su skirtingais vaidmenimis jose. Šie gebėjimai padeda išreikšti savo požiūrius ir nuostatas.

³ Rūta Beinoriūtė, Greta Kundrotaitė. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo viešosiose bibliotekose modelis. Vilnius, 2020, p. 9. Prieiga per internetą: <https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/MIR-ugdymo-vie%C5%A1osiose-bibliotekose-modelis.pdf>

⁴ Rūta Beinoriūtė, Greta Kundrotaitė. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo viešosiose bibliotekose modelis. Vilnius, 2020, p. 9. Prieiga per internetą: <https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/MIR-ugdymo-vie%C5%A1osiose-bibliotekose-modelis.pdf>

⁵ Rūta Beinoriūtė, Greta Kundrotaitė. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo viešosiose bibliotekose modelis. Vilnius, 2020, p. 1-2. Prieiga per internetą: <https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/MIR-ugdymo-vie%C5%A1osiose-bibliotekose-modelis.pdf>

⁶ Rūta Beinoriūtė, Greta Kundrotaitė. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo viešosiose bibliotekose modelis. Vilnius, 2020, p. 13 [žiūrėta 2021 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/MIR-ugdymo-vie%C5%A1osiose-bibliotekose-modelis.pdf>

- Estetinius ir kūrybinius: gebėjimas suvokti, kurti ir interpretuoti medijų turinį.
- Saugaus naudojimosi: gebėjimas apsaugoti savo privatumą ir išvengti kenksmingo turinio ir žalingų ryšių.⁷

MIR kompetencijų ir žinių apie jų taikymo sritis įgijimas – ilgas, sudėtingas, ir kompleksinių įgūdžių reikalaujantis procesas, kuriam reikalingas tarporganizacinis bendradarbiavimas. Prie šių visuomenės gebėjimų ugdymo bibliotekos prisideda vykdydamos skaitmeninio raštingumo mokymus pradedantiesiems ir pažengusiems, įgyvendinant projektą „Prisijungusi Lietuva“, konsultuodamos savo lankytojus medijų ir informacinio raštingumo klausimais.

Diskusija: kokios organizacijos turėtų būti labiausiai suinteresuotos MIR ugdymu? Kaip jos galėtų efektyviai prisidėti prie šios veiklos? Ar žinote MIR ugdymo pavyzdžių?

SKAITMENINIO RAŠTINGUMO MOKYMAI

Į skaitmeninių įgūdžių ugdymą orientuotos veiklos yra aktyviausiai įgyvendinamos šalies viešosiose bibliotekose dėl bibliotekos darbuotojų turimų kompetencijų ir vykdytų projektų: „Bibliotekos pažangai“ (2008–2012 m.), „Bibliotekos pažangai 2“ (2013 m.–2016 m.) ir šiuo metu vykdomo „Prisijungusi Lietuva“ (2018–2021 m.) projekto. Be šių trijų projektų kiekvienais metais teikiamos projektinės paraiškos ir vykdomi kiti projektai MIR tema įvairiose šalies apskrityse bei savivaldybių bibliotekose. Bibliotekų darbuotojai ir savanoriai konsultuoja bibliotekų lankytojus elektroninių paslaugų, informacijos paieškos bei kitais medijų naudojimo klausimais. Mokymų dalyviai mokomi ne tik ieškoti patikimos informacijos ir ją naudotis, bet ir ją kurti, pateikti bei saugiai dalintis skaitmeninėje erdvėje.

Projekto „Prisijungusi Lietuva: efektyvi, saugi ir atsakinga Lietuvos skaitmeninė bendruomenė“ tikslas – padėti gyventojams išmokti veiksmingai, saugiai, atsakingai naudotis informacinėmis technologijomis bei internetu ir jo teikiamomis galimybėmis. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymas integruotas į skaitmeninio raštingumo mokymus bibliotekose pagal projekto „Prisijungusi Lietuva“ programas 2018–2021 m.: mokymai pradedantiesiems, mokymai pažengusiems ir savarankiškas mokymasis:

1. Skaitmeninis raštingumas pradedantiesiems – tai mokymai, skirti ugdyti bibliotekos lankytojų skaitmeninio raštingumo gebėjimus: supažindinti su kompiuteriais ir jų ypatybėmis, mokyti ieškoti įvairios informacijos paieškų sistemose, supažindinti su elektroninėmis paslaugomis, elektroninio pašto galimybėmis, išmokyti parengti dokumentus su „Word“ programa, paaiškinti kaip saugiai elgtis internete. Pagrindiniai skaitmeninio raštingumo pradedantiesiems mokymų dalyviai – senjorai. Jie noriai

⁷ Ugdymo plėtotės centras. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo metodinė medžiaga. 2015, p. 4. [žiūrėta 2021 m. sausio 20 d.). Prieiga per internetą: https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/medijurastingumaslt_leidiny.pdf

naudojasi išmaniosiomis technologijomis, nes jiems tai yra būtinybė, norint palaikyti ryšį su toli gyvenančiais artimaisiais. Baigę šiuos mokymus, senjorai moka internete rasti reikalingą informaciją, sužinoti naujienas, pasiklausyti muzikos ar parašyti elektroninį laišką.

Mokymuose neretai dalyvauja ir Užimtumo tarnyboje užsiregistravę gyventojai, kuriems trūksta kompiuterinio raštingumo žinių. Išmokus dirbti kompiuteriu ir naudotis internetu atsiveria daugiau galimybių kelti kvalifikaciją, pvz. mokytis nuotoliniu būdu, susirasti darbą. Informacinis ir skaitmeninis raštingumas lemia visokeriopą šalies politinę, ekonominę, socialinę ir kultūrinę raidą, o jo nebuvimas neigiamai veikia jos pažangą. Dėl šių priežasčių skaitmeninio raštingumo mokymai pradedantiesiems ypač svarbūs, įgalinant vyresnio amžiaus bei kitų socialinių grupių žmones tinkamai naudotis medijų teikiamomis galimybėmis.

Pastebėtina, kad dar viena socialinė grupė, kuriai labai reikalinga bazinė informacija apie medijų raštingumą yra moksleiviai. Jiems trūksta žinių, kaip rasti patikimą informaciją internete, kaip naudotis katalogais ir duomenų bazėmis, kaip kritiškai įvertinti rastą informaciją, kaip ją atsirinkti ir pan. Nors vaikai ir jaunimas daugiausia susiduria su medijomis ir lengvai išmoka jomis naudotis, tačiau būtent jie labiausiai stokoja gebėjimų vertinti tai, kas juos pasiekia įvairiais kanalais.

Papildomai:

- Apie mokymus pradedantiesiems: <https://www.prisijungusi.lt/mokymai/mokymai-nuo-pradziu>

2. Skaitmeninio raštingumo pažengusiems mokymų temos:

Mokymų pažengusiems turinys ugdo ir skatina dalyvius gilinti savo medijų raštingumo žinias. Neretai mokymuose dalyvavę asmenys kreipiasi į lektorę, norėdami sužinoti daugiau informacijos juos sudominusia tema arba norėdami prisiminti išgirstą informaciją. Klaipėdos apskrities I. Simonaitytės viešosios bibliotekos mokymų lektorė pažymėjo, kad suaugusiems viena aktualiausių MIR temų – duomenų saugumo. Jie konsultuojasi, kaip apsaugoti savo duomenis, kaip pakeisti socialinių tinklų ir elektroninio pašto paskyrų saugumo nustatymus, domisi, kodėl yra renkami ir kur panaudojami jų duomenys internete. Pastebėta, kad suaugusieji, kurie naudojami internetu, jau turi nemažai žinių ir moka atpažinti netikras naujienas, užsakomuosius straipsnius, įvairius bandymus apgauti ir pan. Jiems labiau reikia žinių apie tai, kaip valdyti asmeninę informaciją, kurią jie skelbia internete, kaip gauti naudos iš dalinimosi asmeniniais duomenimis, kaip kurti skaitmeninį turinį, kaip apriboti prieigą nepageidaujamiems asmenims, kaip susitvarkyti su medijų „šiukšlėmis“ ir pertekline negatyvia informacija, patyčiomis internete, kaip rasti patikimus informacijos šaltinius, kaip ieškoti darbo internete.

Papildomai:

- Mokymai pažengusiems: <https://www.prisijungusi.lt/mokymai/norintiems-pagilinti-zinias/>

3. Savarankiškas mokymasis. Interneto svetainėje „Prisijungusi.lt“ pateikiama išsami informacija, mokymuisi skirta medžiaga, kuria gali pasinaudoti kiekvienas Lietuvos gyventojas, norintis savarankiškai mokytis ir daugiau sužinoti apie patrauklų informacijos pateikimą, elektronines paslaugas, saugumą internete, skaitmeninius produktus, inovatyvias technologijas, programavimą ir duomenų analitiką, išmaniojo telefono programėles, interneto banko galimybes.

Papildomai:

- Daugiau informacijos savarankiškam mokymuisi: <https://www.prisijungusi.lt/savarankiskas-mokymasis/>

Praktinė užduotis: susipažinti su projekto „Prisijungusi Lietuva“ mokymais: [prisijungusi.lt](https://www.prisijungusi.lt) Kokios temos jums aktualiausias? Kokias temas, priemones, mokymus būtų galima įtraukti, siekiant efektyvesnio MIR gebėjimų ugdymo?


INDIVIDUALŪS MOKYMAI. INFORMACIJOS PAIEŠKA

Pastaraisiais metais didėjant sukuriamos informacijos kiekiui, tampa sudėtinga susigaudyti informacijos šaltinių ir juos jungiančių informacijos paieškos sistemų gausoje. Tikslingai informacijos paieškai tenka skirti daugiau laiko. Nesame visų sričių ekspertai, todėl turime įgyti informacijos vartojimo gebėjimų, nes kaip teigia mokslininkas T. D. Wilson, *informacijos ieška nėra įgimta, jos išmokstama (Wilson, 1994)*.⁸ Ugdant save kaip sumanų ir aktyvų informacijos vartotoją, sugebanti tinkamai ieškoti ir rasti informacijos, sugebanti rasta informacija naudoti naujo kokybiško turinio kūrimui, pasitelkiant šiuolaikinės medijas, ypač svarbus – nuolatinis mokymasis.

Skirtingi vartotojų poreikiai ir įgūdžiai suformuoja skirtingą informacijos paiešką. Priklausomai nuo informacijos paieškos rūšies, naudojami skirtingi informacijos šaltiniai ir paieškos įrankiai. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymu yra siekiama išmokyti pasirinkti tinkamą informaciją, atsižvelgiant į išsikeliamus informacijos naudojimo tikslus. Bibliotekose vykdomų skaitmeninio raštingumo mokymų, teikiamų individualių konsultacijų ir individualių mokymų metu pastebėta, kad informacijos vartotojai neturi pakankamai žinių ir įgūdžių rasti naudingos ir aktualios informacijos įvairiose paieškos sistemose, nežino informacijos paieškos įrankių bei jų naudojimo galimybių. Bibliotekos savo interneto puslapiuose pateikia naudingų nuorodų sąrašą informacijos paieškai, pvz.:

- **Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka** <https://www.lnb.lt> → atradimai;
- **Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka** <https://www.amb.lt/lt> → PAŽINKIME;

⁸ V. Grigas, A. Šuminas ir kt. *Šiuolaikinės medijos ir informacija: požeminiai garažai Google karalystėje*. Vilnius, 2016, p. 14.

- **Kauno apskrities viešoji biblioteka** <https://kvb.lt/lt> → El. IŠTEKLIAI;
- **Klaipėdos apskrities viešoji Ievos Simonaitytės biblioteka** www.klavb.lt → katalogai → naudingos nuorodos;
- **Šiaulių apskrities Povilo Višinskio viešoji biblioteka** <http://savb.lt/lt> → PASLAUGOS;
- **Panevėžio apskrities Gabrielės Petkevičaitės-Bitės viešoji biblioteka** <https://www.pavb.lt> → Paslaugos → El. ištekliai;
- **Lietuvos mokslų akademijos Vrublevskių biblioteka** www.mab.lt → ištekliai internete → mokslo žurnalai (Lietuvos mokslinių periodinių leidinių sąrašas – atvirosios prieigos žurnalai pažymėti simboliu ).

Išmokę naudotis **bibliotekų katalogais**, lankytojai turi didesnes galimybes informacijos paieškai. Elektroniniame bibliotekos kataloge galima rasti informacijos apie knygas lietuvių bei užsienio kalbomis, rankraščius, natus, žemėlapius, periodinius bei tęstinius leidinius, vaizdo ir garso įrašus, elektroninius išteklius ir kt. Katalogas nuolat pildomas naujai gautų ir rekataloguojamų dokumentų iš bibliotekos fondų įrašais.

Elektroniniu bibliotekos katalogu nesudėtinga naudotis, jis yra pritaikytas mobiliesiems įrenginiams. Elektroniniame kataloge bibliotekos skaitytojai turi galimybę atlikti dokumentų paiešką, užsakyti ir/arba rezervuoti leidinius, prasižesti pasiskolintus spaudinius.

Pagrindinės funkcijos:

- Bibliotekoje esančių dokumentų paieška;
- Paieškos rezultatų filtravimas pagal autorių, pavadinimą, dokumento tipą, kalbą, išleidimo šalį.
- Spaudinio užimtumo rodymas;
- Jeigu spaudinys šiuo metu yra pasiskolintas kito vartotojo, yra galimybė jį rezervuoti.

LIBIS suvestinis katalogas (<https://www.libis.lt>) – bendra bibliografinė sistema, jungianti į vieną visumą informaciją apie Lietuvos bibliotekose saugomus dokumentus: spaudinius, mikrofilmus, mikrofišas, filmus, vaizdo juostas, plokšteles, elektroninius dokumentus, disertacijas ir kt. Šiuo metu katalogo sudaryme dalyvauja per 80 Lietuvos bibliotekų.

Vienas svarbiausių Suvestinio katalogo uždavinių – panaikinti katalogavimo procesų dubliavimą ir padaryti šio proceso rezultatus pasiekiamais šalies ir užsienio bibliotekų vartotojams.

Naudojantis suvestiniu katalogu skaitytojas greičiau gali rasti leidinį, esantį bet kurioje šalies bibliotekoje. Tam nereikia tikrinti informacijos skirtinguose bibliotekų kataloguose.

Bendroji Suvestinio katalogo sistema turi būti pagrįsta atitinkamais tarptautiniais ir nacionaliniais standartais. Šiuo atveju bibliografiniai ir vardų, antraščių ir dalykų (authority) įrašai turi būti rengiami atitinkamai UNIMARC ir UNIMARC/AUTHORITIES formatais pagal IFLA rekomendacijas bei standartus ir šio projekto nurodymus.

Suvestinio katalogo duomenų bazės praktiškai atsako už atitinkamų standartų ir taisyklių, susijusių su katalogavimu, duomenų pasikeitimo formatais, dokumentų pateikimu vartotojui ir t.t. laikymąsi.

Suvestinis katalogas yra kompiuterinė sistema, siūlanti plačią informacijos paslaugų sferą. Pagrindinės bendros Suvestinio katalogo sistemos funkcijos yra:

- Duomenų įvedimas;
- Duomenų kopijavimas ir daugkartinis panaudojimas;
- Duomenų eksportas ir importas;
- Duomenų apie dokumentų saugojimo vietą pateikimas;
- Dokumentų paieška ir informacijos apie dokumentus pateikimas vartotojui (OPAC);
- Tarpbibliotekiniai mainai (TBA);
- Tarptautiniai tarpbibliotekiniai mainai (TTBA).

Mokyklų bibliotekos naudoja informacinę sistemą – MOBIS, skirtą mokyklos bibliotekos funkcijoms vykdyti. Paiešką MOBIS kataloguose gali atlikti mokyklos bendruomenės nariai.

Aukštųjų mokyklų bibliotekų informacinė sistema – ALEPH, kurios kataloguose paiešką gali atlikti akademinų bibliotekų vartotojai. Kiekvienas interneto vartotojas, ieškodamas patikimos informacijos, atliktų mokslinių tyrimų, gali naudotis virtualia biblioteka „eLABa“. Paieška šioje bibliotekoje [čia](#).

Praktinė užduotis: susipažinti su Individualiai savišvietai siūlomomis nuorodomis:

- „IT+“: 12 patarimų naršant informacijos „Google“ paieškoje vaizdžiai nuorodoje: <https://www.youtube.com/watch?v=aTeRUhSe82s> Kokių patarimų nežinojote ir nenaudojote iki šiol?
- Testas skirtas informacijos paieškos suvokimui atlikti: <https://atviri.emokymai.vu.lt/mod/hvp/view.php?id=14>.

MEDIJŲ IR INFORMACINIO RAŠTINGUMO UGDYMO INICIATYVOS BIBLIOTEKOSE

Bibliotekos, siekdamos ugdyti visuomenės MIR, organizuoja ne tik mokymus, bet ir renginius, edukacijas, parodas, projektus, kuria tinklalaidės ir bendradarbiauja su kitomis organizacijomis. Šių veiklų ir iniciatyvų bibliotekose pavyzdžiai:

1. Projektai:

- Kauno apskrities viešosios bibliotekos projektas „*Kintantis medijų pasaulis: atsakingo vartotojo ugdymas*“ 2018 m. Šio projekto tikslas – ugdyti Kauno regiono vyresnio amžiaus asmenų ir asmenų su negalia gebėjimus naudotis ir kritiškai vertinti bei analizuoti tradicinėmis ir šiuolaikinėmis medijomis perduodamą informaciją, tobulinti jų gebėjimus patiems kurti naują

informaciją ir medijų turinį. Bendradarbiaujant su Vytauto Didžiojo universitetu, Kauno pedagogų kvalifikacijos centro lektorais, Kauno apskrities vyriausiojo policijos komisariato Viešosios tvarkos valdybos bendruomenės pareigūnais ir kitais specialistais, buvo organizuotos paskaitos bei praktiniai užsiėmimai apie medijas ir jų naudojimo kultūrą. Projekto paskaitos: <https://www.youtube.com/watch?v=ms9hvujnT1g&list=PLZam5NGI7XF33pYZDGge7HdCw17RkuK1>

- Vilniaus apskrities A. Mickevičiaus viešoji biblioteka, bendradarbiaudama su Lietuvos žurnalistikos centru ir Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetu, 2018 m. vykdė projektą „*Vilniaus regiono bendruomenės medijų ir informacinio raštingumo ugdymas bibliotekose*“. Projekto metu Lietuvos žurnalistikos centre dėstantys žurnalistai ir kiti kviestiniai lektoriai prisidėjo prie Vilniaus regiono gyventojų gebėjimų ne tik kritiškai vertinti žiniasklaidą ir atpažinti propagandą, bet ir išmokti efektyviai naudoti informacinius išteklius, vykdyti informacijos paiešką, sužinoti apie asmens duomenų saugumo pagrindus internete, susipažinti su interneto etika, autorių teisių problematika.

Daugiau informacijos: <https://www.amb.lt/lt/naujienos/pirmieji-projekto-bendruomenes-mediju-ir-informacinio-rastingumo-ugdymas-bibliotekose-seminarai-vilniaus-regione/1150>

- „*Internetas – vartai į kultūros pasaulį!*“ – Klaipėdos apskrities I. Simonaitytės viešosios bibliotekos 2019 m. įgyvendintas projektas. Projekto tikslas – ugdyti mąstančią, kritišką visuomenę, kurti ir įgyvendinti nuoseklią informacinio raštingumo politiką, plėtoti vyresnio amžiaus asmenų gebėjimus ir įgūdžius naudotis ir kritiškai vertinti tradicinėmis ir naujomis žiniasklaidos priemonėmis perduodamą turinį. Projekto metu aplankyti Klaipėdos miesto globos namų ir VšĮ Telšių vyskupijos Caritas Klaipėdos regiono globos namų gyventojai, kurie buvo mokomi efektyviai pasiekti informaciją, naudojantis vaizdais, garsais ir tekstais, pasitelkiant interneto išteklius, taip užtikrinant socialiai atskirtų visuomenės grupių aktyvų dalyvavimą pilietiniame, socialiniame gyvenime.

Daugiau informacijos: <https://www.kulturpolis.lt/renginiai/internetas-vartai-i-kulturos-pasauli/>

- „*Mediaformeriai: jaunimo medijų dekonstrukcijos laboratorija*“ – Šiaulių apskrities P. Višinskio viešosios bibliotekos projektas, įgyvendintas 2020 m., bendradarbiaujant su Šiaulių „Aušros“ muziejumi, Vytauto Didžiojo universiteto Menų fakulteto Šiuolaikinių menų katedra, Vilniaus universiteto Komunikacijos fakultetu, MB „Socialinė reklama“ SocialDrum. Projekto tikslas – padėti jaunimui kritiškai pažvelgti ir išnaudoti medijas. Projekto metu organizuoti naujųjų medijų raštingumo mokymai IX–XII klasių Šiaulių miesto ir rajono gimnazistams.

Daugiau informacijos: <http://savb.lt/lt/renginys/mediaformeriai-arba-kaip-paaugliai-turetu-isnaudoti-naujasias-medijas/>

- „*Naujųjų medijų laboratorija*“ – Panevėžio apskrities G. Petkevičaitės-Bitės viešosios bibliotekos 2020 metų projektas, skirtas įvairių meninių, kūrybinių veiklų pagalba mokyti

jaunimą kūrybiško mąstymo, komandinio darbo, gilinti supratimą apie meną, technologijas ir ryšį tarp jų. Vienas iš pagrindinių projekto uždavinių – paneigti vis dar klestintį stereotipą, kad menai ir technologijos yra nesuderinami tarpusavyje.

Daugiau informacijos: <https://www.pavb.lt/2020-metu-projektai/naujuju-mediju-laboratorija-2020/>

2. Renginiai:

- *Saugesnio interneto savaitė*. Jos metu Lietuvos bibliotekose ir mokyklose vyksta įvairios šviečiamosios veiklos, kurių tikslas – atkreipti dėmesį į aktualius skaitmeninius iššūkius, skatinti saugesnį, ypač vaikų ir jaunuolių, naudojimąsi internetu ir skaitmeninėmis technologijomis. Daugiau informacijos: <https://www.prisijungusi.lt/renginiai/saugesnio-interneto-savaite-2021/>; <https://www.epilietis.eu/saugesnio-interneto-savaite-2021/>

- *Skaitmeninės savaitės (angl. sAll Digital Week)* renginiais siekiama paskatinti europiečius nuolat tobulinti savo skaitmeninius įgūdžius, kad galėtų visapusiškai dalyvauti visuomenės gyvenime ir gautų naudos iš skaitmeninės transformacijos.

Daugiau informacijos: <https://www.prisijungusi.lt/renginiai/skaitmenine-savaite-2020/>

- *Senjorų dienos internete* – asociacijos „Langas į ateitį“ nacionalinė teminė akcija, prie kurios prisideda bibliotekos. Akcijos tikslas – sudominti ir paskatinti senjorus naudotis šiuolaikinėmis išmaniosiomis technologijomis, elektroninėmis paslaugomis, išmokyti kritiškai vertinti viešai prieinamą informaciją, tobulinti skaitmeninius įgūdžius. Senjorų dienų internete metu rengiami nuotoliniai seminarai įvairiomis senjorams aktualiomis temomis su žinomais žmonėmis.

Daugiau informacijos: <https://www.prisijungusi.lt/renginiai/senjoru-dienos-internete-2020/>

- *Informacinių technologijų (IT) plėtros diena* pasaulyje minima spalio 24 dieną. Šios dienos tikslas – informuoti visuomenę apie technologines naujienas, didinti technologinį raštingumą, spręsti informacinių technologijų plėtros problemas. Pažymint IT plėtros dieną, bibliotekose vyksta įvairūs renginiai.

Vienas iš pavyzdžių – Klaipėdos apskrities I. Simonaitytės viešojoje bibliotekoje minėta IT plėtros diena: <http://bibliotekos.klavb.lt/informaciniu-technologiju-diena-klaipedos-i-simonaitytes-bibliotekoje/>

Praktinė užduotis: susipažinti su mokymų MIR tema medžiaga: epilietis.eu ir atlikti testus – <https://www.epilietis.eu/testai-testai-internetu-ziniu-ivertinimas-verslo-testai-it-testai-programu-testai/>.

3. Edukacijos:

- Šilutės rajono savivaldybės F. Bajoraičio viešoji biblioteka organizuoja edukacijas, orientuotas į šiuolaikinių technologijų naudojimą. Vienas pavyzdžių – „Žinių kodas” veiklos, kurios apima kompiuterinio raštingumo mokymus pradedantiesiems ir pažengusiems, organizuojamos žinių lygos, turnyrai, viktorinos vaikams, jaunimui, savivaldos atstovams, policijos darbuotojams ir kitoms grupėms. Daugiau informacijos: <https://www.silutevb.lt/silute/hubas/>
- Šiaulių apskrities P. Višinskio viešosios bibliotekos interaktyvus edukacinis užsiėmimas „Epaveldas: mokslui, darbui ir laisvalaikiui”. Supažindinama su virtualia kultūros paveldo svetaine www.epaveldas.lt: kolekcijomis, paieškos ypatybėmis, o žinios įtvirtinamos, žaidžiant interaktyvų žaidimą, naudojant išmaniąsias technologijas (planšetinius kompiuterius, išmaniuosius telefonus) ir virtualų įrankį „Quizlet”. Daugiau informacijos: <http://savb.lt/lt/savb/paslaugos/edukaciniai-uzsiemimai/5-12-kl-moksleiviams-ir-suaugusiems/epaveldas-paieskos-ypatumai/>

4. Parodos:

Tarptautinės nevyriausybinės organizacijos „Tactical Tech” parengta tarptautinė paroda apie klaidinančią informaciją „The Glass Room” atskleidžia, kokią informaciją matome, o ko nepastebime, kaip galime atskirti teisingą informaciją, kodėl aptikti „melagingas naujienas” nėra paprasta, kaip kuriamos sintetinės vaizdo klastotės ir kodėl socialinių tinklų platformos taip įtraukia ir kaip jomis galima pasinaudoti, siekiant pakeisti mūsų nuomonę.

Šią informatyvią parodą gyvai buvo galima apžiūrėti Lietuvos nacionalinėje M. Mažvydo bibliotekoje, Utenos A. ir M. Miškinų viešojoje bibliotekoje ir Klaipėdos apskrities I. Simonaitytės viešojoje bibliotekoje, o virtualiai šią parodą gali aplankyti kiekvienas.

Praktinė užduotis: aplankyti parodą „The Glass Room”. Prieiga per internetą:
<https://www.theglassroom.org/lt/klaidinancia-informacija/>.

5. Tinklalaidžių kūrimas:

Klaipėdos apskrities I. Simonaitytės viešosios bibliotekos tinklalaidės „Bibliotekininkas ieško atsakymo“ vienoje iš temų “#9: kaip mus pasiekia naujienos?” vyko pokalbis su žurnaliste, komunikacijos specialiste, lektore Laura Sėleniene apie medijas, medijų raštingumą bei kritinio mąstymo ugdymo svarbą šiuolaikinėje visuomenėje. Prieiga per internetą:

<https://www.youtube.com/watch?v=bWUfxbKgF8w>.

6. Bibliotekų bendradarbiavimas su kitomis organizacijomis, siekiant skatinti visuomenės MIR:

„Dideli maži ekranai. Medijų raštingumas Lietuvos mokyklose“ – Lietuvos mokykloms bei kitoms su mokyklinio amžiaus jaunimu dirbančioms ugdymo įstaigoms skirtas medijų raštingumo projektas, kurį jau 5-tus metus vykdo medijų edukacijos bei tyrimų centras „Meno avilys“ ir Britų taryba Lietuvoje. Projektu siekiama ugdyti Lietuvos jaunimo ir jaunimo ugdytojų medijų raštingumo gebėjimus bei atrasti, tyrinėti savo bendruomenę ir puoselėti dialogą su kitomis, pasitelkiant kūrybines ir analitines medijų raštingumo veiklas. Ypatingas dėmesys skiriamas audiovizualinėms medijoms ir mokiniams aktualiems medijų produktams (filmams, reklamoms, kompiuteriniams žaidimams, socialiniams tinklams, televizijos laidoms ir serialams, multimedijų žurnalistikai).⁹ Bibliotekose pristatomos vykdomo projekto veiklos, mokinių kūrybiniai darbai.

Praktinė užduotis: susipažinti su projekto metodine medžiaga – <https://www.didelimaziekranai.lt/>.

Bibliotekos bendradarbiauja su politine organizacija „Europe Direct“, kuri teikia visą informaciją apie Europos Sąjungą ir turi padalinių Lietuvos regionuose. Viešųjų bibliotekų partnerystė su panašiomis organizacijomis suteikia vietos bendruomenėms lengvesnę prieigą prie informacijos, susijusios su nacionaliniais ir tarptautiniais politiniais procesais. Panašiomis veiklomis užsiima Kauno apskrities, Utenos A. ir M. Miškinų, Tauragės rajono savivaldybės B. Baltrušaitytės viešosios bibliotekos, kurios bendradarbiauja su „Europe Direct“ informacijos apie ES centrais.¹⁰ „Europe Direct“ informacijos centras Tauragės rajono savivaldybės bibliotekoje: <http://www.tauragevb.lt/lt/europe-direct.html>.

Diskusija: kokios MIR ugdymo priemonės / veiklos labiausiai priimtinos jums? Kaip dar bibliotekos galėtų prisidėti prie MIR ugdymo?

REKOMENDUOJAMOS MIR TEMATIKA KNYGOS, KURIAS GALIMA RASTI VIEŠOSIOSE BIBLIOTEKOSE:

1. 21 pamoka XXI amžiui / Yuval Noah Harari. - [Vilnius] : Kitos knygos, [2019]. - 381 p. - ISBN 978-609-427-354-4. - UDK: 94(100) atsirinkti ir pan.
2. Medijinis ugdymas: švietimas, lavinimas ir mokymas apie žiniasklaidą. / Mokojoji knyga. Klaipėda, 2009, 111 p.

⁹ Klaipėdos miesto savivaldybė. „Dideli maži ekranai“ medijų festivalis. 2021 [žiūrėta 2021 m. vasario 15 d.]. Prieiga per internetą: <https://www.klaipeda.lt/lt/naujienos/skelbimai/7656/dideli-mazi-ekranai-mediju-festivalis:1240>

¹⁰ Alma Masevičienė, Marija Pečiulytė. Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos medijų ir informacinio raštingumo ugdymo strateginės kryptys. Vilnius, 2019, p. 15 [žiūrėta 2021 m. sausio 19 d.]. Prieiga per internetą: https://www.lnb.lt/media/public/bibliotekininkui/Dokumentai/Nacionalin%C4%97s_bibliotekos_medij%C5%B3_ir_informacinio_ra%C5%A1tingumo_ugdymo_strategin%C4%97s_kryptys.pdf

3. Naršymo metas: kodėl mūsų smegenys nespėja prisitaikyti prie skaitmeninio gyvenimo būdo ir kaip jas apsaugoti nuo perkaitimo / Anders Hansen. - Vilnius : BALTO leidybos namai, 2020. - 207, [1] p. - ISBN 978-609-487-018-7. - UDK: 004.81:159.94/95
4. Niekas nėra tiesa ir viskas yra įmanoma: nuotykiškai naujojoje Rusijoje / Peter Pomerantsev. - Vilnius : Sofoklis, 2015. - 314, [1] p. - ISBN 978-609-444-161-5. - UDK: 32(470).
5. Panevėžio apskrities G. Petkevičaitės-Bitės viešoji biblioteka. Elektroninės knygos apie medijas ir informaciją [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://www.pavb.lt/2020/12/elektronines-knygos-apie-medijas-ir-informacija/>
6. Propagandos kerai: šimtas nuomonės kontroliavimo metų / Joonas Pörsti. - Vilnius : Sofoklis, 2020. - 399, [1] p. - ISBN 978-609-444-316-9. - UDK: 316.658.4
7. Šiuolaikinės medijos ir informacija: požeminiai garažai Google karalystėje / Vincas Grigas, Andrius Šuminas, Arūnas Gudiničius, Modestas Grigaliūnas. – Vilnius : Akademinė leidyba, 2016. – 247 p.

PIRMINIAI INFORMACIJOS ŠALTINIAI:

1. Balčiūnienė, R. Medijoms skiriame daugiau laiko nei miegui. Verslo žinios, 2019 [žiūrėta 2021 m. sausio 20 d.]. Prieiga internete: <https://www.vz.lt/rinkodara/medijos/2019/09/21/medijoms-skiriame-daugiau-laiko-nei-miegui>
2. Beinoriūtė, R., Kundrotaitė, G. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo viešosiose bibliotekose modelis. Vilnius, 2020 [žiūrėta 2021 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/MIR-ugdymo-vie%C5%A1iosiose-bibliotekose-modelis.pdf>
3. Garmutė, D. (2011). Akademinė biblioteka – mokslinės informacijos ir medija centras: magistro darbas. Vilniaus universitetas. Prieiga per eLABa – nacionalinė Lietuvos akademinė elektroninė biblioteka.
4. Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell. Propaganda & Persuasion. 2014.
5. Grigaliūnas, Modestas. Naujųjų medijų ir populiariosios kultūros šiuolaikinėje propagandoje tyrimai: teorinės ir metodologinės prielaidos. 2016; <http://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:6092302/datastreams/MAIN/content>
6. Grigas, V., Šuminas, A. ir kt. Šiuolaikinės medijos ir informacija: požeminiai garažai Google karalystėje. Vilnius, 2016, p. 14.
7. Kundrotaitė, G., Beinoriūtė, R. Medijų ir informacinis raštingumas Lietuvoje: esamos situacijos analizė. Programos „Kurk Lietuvai“ projekto dalis. Vilnius, 2020 [žiūrėta 2021 m. sausio 21 d.]. Prieiga per internetą: <http://kurk.lt/wp-content/uploads/2020/05/MIR-esamos-situacijos-analize.pdf>
8. Masevičienė, A., Pečiulytė, M. Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos medijų ir informacinio raštingumo ugdymo strateginės kryptys. Vilnius, 2019 [žiūrėta 2021 m. sausio 19 d.]. Prieiga per internetą: https://www.lnb.lt/media/public/bibliotekininkui/Dokumentai/Nacionalin%C4%97s_bibliotekos_medij%C5%B3_ir_informacinio_ra%C5%A1tingumo_ugdymo_strategin%C4%.pdf
9. Mažeikis, Gintautas. Propaganda ir simbolinis mąstymas (monografija). Kaunas, Vytauto Didžiojo universitetas. 2010; <https://www.vdu.lt/cris/bitstream/20.500.12259/247/1/ISBN9789955125754.pdf>
10. Medijų ir informacinis raštingumas: propaganda; <https://atviri.emokymai.vu.lt/mod/book/view.php?id=12>
11. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo metodinė medžiaga; file:///C:/Users/Mokymai/Desktop/DK/AVBA%20projektas/Material/LT%20leidinys-galutinis.pdf

12. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo viešosiose bibliotekose modelis: projektas „Kurk Lietuvai“ (parengė Rūta Beinoriūtė Ir Greta Kundrotaitė). 2020; <https://lrkm.lrv.lt/uploads/lrkm/documents/files/MIR-ugdymo-vie%C5%A1iosiose-bibliotekose-modelis.pdf>
13. Rusijos propaganda: analizė, įvertinimas, rekomendacijos (monografija). Vilnius, Rytų Europos studijų centras. 2017; https://www.eesc.lt/uploads/news/id987/RESC%20monografija_propaganda.pdf
14. Soules Marshall. Media, Persuasion and Propaganda. Edinburgh University Press Ltd. 2015; <https://www.eupublishing.com/userimages/ContentEditor/1429263846827/Media,%20Persuasion,%20Propaganda.pdf>
15. Šiuolaikinės medijos ir masinės komunikacijos teorijos : mokomoji knyga / Laima Nevinskaitė. - Vilnius : Petro ofsetas, 2011. - 119, [1] p. - ISBN 978-609-420-203-2
16. Ugdymo plėtotės centras. Medijų ir informacinio raštingumo ugdymo metodinė medžiaga. 2015, p. 4. [žiūrėta 2021 m. sausio 20 d.). Prieiga per internetą: https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/medijurastingumaslt_leidinys.pdf
17. Viešųjų bibliotekų galimybių medijų ir informacinio raštingumo srityje apklausa: rezultatai ir išvalgos [žiūrėta 2021 m. sausio 28 d.] Prieiga per internetą: <http://kurkl.lt/wp-content/uploads/2020/07/Apklausos-ap%C5%BEvalga-MIR-ugdymas-vie%C5%A1iosiose-bibliotekose.pdf>

INTERNETINIAI ŠALTINIAI:

1. <https://atviri.emokymai.vu.lt/mod/book/view.php?id=20>
2. <https://atviri.emokymai.vu.lt/mod/book/view.php?id=37>
3. <https://botcheck.me>
4. https://en.wikipedia.org/wiki/Content_creation?fbclid=IwAR3X3HczadiljL1pgujlerB9AX89npdbyUiGyI0gPC_XMDNdj0IDr1W52YH0
5. https://en.wikipedia.org/wiki/Influencer_marketing?fbclid=IwAR2odDTITDX25GR6WMxdOIabhxEQLV7hovmdhCr1ibVITFhh1FME3Seea9
6. https://en.wikipedia.org/wiki/New_media_art
7. <https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/?fbclid=IwAR10xXjiO43yRi5RD3sVVCeUfYbMW4cqci9TF9metKfJHWOHmbhXbLtMzqQ>
8. <https://lt.wikipedia.org/wiki/Etika>
9. <https://lt.wikipedia.org/wiki/Podkastas>
10. <https://lt.wikipedia.org/wiki/Vlogas>

11. https://mokymai.vipt.lt/sites/default/files/inline-files/Buk-aktyvus-unikalus-ir-verslus_1.pdf
12. https://mokymai.vipt.lt/sites/default/files/inline-files/5-tema-inovatyvus_saves_pristatymas.pdf
13. <http://menufakultetas.vdu.lt/studijos/bakalauro-studijos/naujuju-mediju-menas/>
14. <http://naujazodziai.lki.lt/?zodis=infodemija&id=5806>
15. <https://rasau.lt/kaip-ivertinti-literaturos-saltinio-patikimuma/>
16. <https://unesco.lt/komunikacija-ir-informacija/mediju-ir-informacinis-rastingumas>
17. <http://webdav.ktub.labt.lt/www/studentai/TP/Paieskos%20procesas/98060.html>
18. https://www.academia.edu/11185472/Media_Art_Towards_a_New_Definition_of_Arts_in_the_Age_of_Technology
19. <https://www.delfi.lt/projektai/sustiprink-imuniteta-2020/covid-ne-tik-epidemija-bet-ir-infodemija-zmones-naiviai-pasitikejo-melagienomis.d?id=84950727>
20. <https://www.demaskuok.lt/>
21. <https://www.domo.com/learn/data-never-sleeps-8>
22. <https://www.epilietis.eu/category/mokymai/skaitmenine-kuryba/>
23. <https://www.epilietis.eu/mokymai/prad/9/#/>
24. <https://www.esaugumas.lt/lt/duomenu-vagystes-phishing/kaip-atpazinti-phishing/249>
25. <https://www.esaugumas.lt/lt/naujienos/9/y2021>
26. <https://www.esaugumas.lt/lt/socialiniu-tinklu-saugumas/305>
27. <https://www.etikoskomisija.lt/teisine-informacija/etikos-kodeksai/item/215-visuomenes-informavimo-etikos-kodeksas>
28. <https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/how-to-spot-fake-news-lt.pdf>
29. <https://www.klaipeda.lt/lt/naujienos/skelbimai/7656/dideli-mazi-ekranai-mediju-festivalis:1240>
30. <https://www.kurstoti.lt/s/1378/naujuju-mediju-kalbos-studijos-siuolaikiskiams>
31. <https://www.nksc.lt/doc/biuletiniai/2018-11-21%20Kaip%20atpazinti%20suklastota%20elektronine%20parduotuve.pdf>
32. <https://www.prisijungusi.lt/mokymai/norintiems-pagilinti-zinias/>
33. <https://www.theglassroom.org/lt/klaidinancia-informacija/>
34. <https://www.tspmi.vu.lt/komentarai/nerijus-maliukevicius-kovojame-ne-tik-su-pandemija-bet-ir-infodemija/>
35. <https://www.vle.lt/straipsnis/medija/>
36. <http://www.vlkk.lt/konsultacijos/7535-podcasts-parsisiunciama-laida-siuntinukas>
37. <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/nuomones/egle-aleksandraviciute-skaitmenine-kalba-18-481716?copied>