

Medijų raštingumo trenerio vadovas

LT

MEDIA LITERACY

IN THE BALTICS



TURINYS

Kaip vesti medijų raštingumo mokymus?

„Išmokite atskirti“ mokymo principai.....	2
Bendrieji mokymų vedimo principai.....	3
Veiklų pasirinkimas	4
Pasiruošimas mokymams	5
Mokymai ir dalomoji medžiaga.....	5
Aktualūs vietiniai pavyzdžiai	6

1 DALIS. SUPRANTANT MEDIJAS

A. Medijų kraštovaizdis

1. pamoka. Įvadas	9
2. pamoka. Turinio rūšys	15
3. pamoka. Informacija prieš įsitikinimus.....	25
4. pamoka. Žodžio laisvė	33
5. pamoka. Kodėl reikalinga žurnalistika?.....	37
6. pamoka. Naujienos ir nuomonė.....	47
7. pamoka. Žurnalistikos standartai.....	53

B. Besikeičianti medijų aplinka

1. pamoka. Naujos medijų formos ir pokyčiai tradicinėse medijose	59
2. pamoka. Pasitikėjimas žiniasklaida	67

C. Darbotvarkės nustatymas ir informacijos kontrolė

1. pamoka. Naujienų pasirinkimas, objektyvumas ir pusiausvyrą	71
2. pamoka. Medijų savininkai.....	75

2 DALIS. NETIKROS NAUJIENOS IR MANIPULIAVIMAS

A. Kas yra netikros naujienos?

1. pamoka. Netikrų naujienų rūšys	83
2. pamoka. Visuomenės apsauga ar cenzūra?	95
3. pamoka. Trolinimas.....	99

B. Tikrinant savo emocijas

1. pamoka. Įvardijame savo emocijas.....	103
2. pamoka. Suprasti antraštes	105
3. pamoka. Privatumas ir duomenų apsauga internete.....	107

C. Stereotipai

1. pamoka. Stereotipai ir šališkumas medijose.....	115
--	-----

3 DALIS. KOVA SU KLAIDINGA INFORMACIJA

A. Rašytinio turinio įvertinimas: informacijos šaltinių, citatų ir faktų tikrinimas

1. pamoka. Šaltinio paieška (informacijos šaltinio turinio vertinimas).....	123
2. pamoka. Šaltinių, dokumentų ir citatų tikrinimas	127
3. pamoka. Faktų, įrodymų tikrinimas.....	131
4. pamoka. Kaip patikrinti publikavimo datą ir aptikti pokyčius.....	137

B. Nuotraukos, vaizdo įrašai ir socialiniai tinklai

1. pamoka. Pakartotiniai panaudotos nuotraukos ir vaizdo įrašai.....	139
2. pamoka. Nuotraukų klastojimas.....	143
3. pamoka. Vaizdų pasirinkimas.....	147
4. pamoka. Nuotraukų sekimas	151
5. pamoka. Netikri profiliai socialiniuose tinkluose.....	153
6. pamoka. Netikri pokalbiai ir tekstiniai pranešimai.....	157

C. Mokslo ir sveikatos naujienos

1. pamoka. Sveikata ir mokslas	163
2. pamoka. Informacijos šaltiniai apie sveikatą ir mediciną.....	171
3. pamoka. Psichologinio poveikio metodai.....	179

D. Santrauka

1. pamoka. Ateitis: parodyk kelią	187
---	-----

Svarbiausia kaip, o ne kas

Ši mokymo programa skirta pakeisti medijų vartojimo įpročius, o ne turinį, kurį renkamės, tad programos mokymo principas yra kaip, o ne kas. Programa skirta ugdyti dalyvių įgūdžius, o ne nustatyti „gerus“ ir „blogus“ informacijos šaltinius ar kritikuoti žiniasklaidos pasirinkimą. Dalyvius kviečiame įgyti įgūdžių ir sužinoti būdų bei galimybių patiemis įvertinti turinį ir padaryti išvadas, kuriais informacijos šaltiniais galima pasitikėti.

Raskite bendrą pamatą

Žmonių požiūriai ir nuomonės paprastai skiriasi - suvokite tai ir palikite savo asmenines politines pažiūras už klasės ribų. Proceso metu periodiškai gali kilti politinių klausimų, tačiau viena iš mūsų užduočių yra padėti dalyviams sutelkti dėmesį į pagrindinę užduotį - pagerinti jų gebėjimą atpažinti kokybišką informaciją ir patikimus šaltinius. Susitelkite į užduotį ir nebandykite įtikinti kitų savo nuomone. Ruošiate komandą, kuri vadovaus kovai su dezinformacija ir manipuliacija.

Sukurkite drąsų erdvę

Vertinkite visų idėjas ir indėlių be išankstinio nusistatymo. Mes visi turime savo išankstinius nusistatymus ir stereotipus apie pasaulį. Turime juos atskirti ir pabandyti geriau suprasti, kaip mūsų išankstiniai nusistatymai, šališki pasirinkimai gali sudaryti klaidingą įvaizdį. Susirinkome mokyti, kaip juos atpažinti, taigi žmonės turi jaustis pasirengę mokyti.

Rinkitės išmintingai

Šiame vadove yra daug medžiagos - mes nesitikime, kad kiekvienas mokymuose panaudos ją visą! Vietoj to, pasirinkite modulius, tinkamiausius jūsų auditorijai pagal mokymui skiriamą laiką. Perskaitykite likusius įvadinis skyrius, kad aiškiau suprastumėte, kas jūsų auditorijai gali būti naudingiausia!

Kaip vesti medijų raštingumo mokymus?

BENDRIEJI MOKYMŲ VEDIMO PRINCIPAI

IREX visuose mokymuose stengiasi laikytis šių principų - prašau jų nepamiršti vedant mokymus! Mokymai turėtų būti:

Orientuoti į auditoriją.

Į auditoriją orientuotas mokymasis vyksta aplinkoje, kurioje ypatingas dėmesys skiriamas kiekvieno dalyvio žinioms, įgūdžiams, požiūriui ir įsitikinimams. Tai reiškia, kad niekada nebus vedamos dvi vienodos pamokos ta pačia tema, nes kiekviena auditorija suburia skirtingos patirties turinčius žmones.

Įtraukiantys.

Mūsų dalyviai atstovauja skirtingoms geografinėms vietovėms ir etninėms grupėms, kalba skirtingomis kalbomis, laikosi skirtingų įsitikinimų, turi skirtingą lytį ir seksualinę orientaciją. Didelė dalyvių įvairovė reiškia, kad turime įsitikinti, jog kiekvienas dalyvis gali ir yra skatinamas dalyvauti vienodai ir dalytis savo patirtimi. Skirtingi veikėjai pateikia skirtingas perspektyvas ir tai jiems visiems naudinga. Būtinai abipusis pasitikėjimas ir atvira, saugi aplinka keitimuisi idėjomis.

Orientuoti į veiksmus.

Į veiksmą orientuotas mokymasis sutelktas į žinias, įgūdžius ir požiūrį, kurie yra praktiškai pritaikomi, kad vėliau dalyviai galėtų juos taikyti ir naudoti.

Grįsti patirtimi.

Mokymasis iš patirties yra mokymasis, kuris vyksta darant. Patyriminio mokymosi teorija yra išsamus, cikliškas procesas, numatantis, kad efektyvus mokymasis įvyksta tada, kai nauja patirtis yra susieta su asmenine ankstesne patirtimi, o mokymosi metu yra galimybė pritaikyti žinias ar įgūdžius atliekant užduotis.

Aktyvūs.

Aktyvių mokymų metu dalyviams suteikiama galimybė interaktyviai įsitraukti į mokymosi procesą. Aktyvus mokymasis skiriasi nuo patyriminio, nes jis taip pat naudoja formaliojo mokymosi elementus, kurie padeda įgyjant žinias. Visos užduotys yra sukurtos taip, kad dalyviai įgytų žinių ir įgūdžių per savo asmeninę patirtį, o ne tik jas atliktų.

Su išmatuojamais rezultatais.

Mokymosi įvertinimui naudojami mokymosi tikslais pagrįsti vertinimo planai ir metodai, padedantys nustatyti, kurie metodai veikia ir turėtų būti taikomi kuriant mokymą.

Jūs esate savo mokymų dizaineriai - tikriausiai pažįstate ir suprantate savo mokymų dalyvius. Žemiau pateikiami pamokų projektai ir patarimai yra tik pasiūlymai - drąsiai rinkitės tinkamas temas, kurias, jūsų manymu, labiausiai domina dalyvius. Mes rekomenduojame visada įtraukti 1A1 pamokos įvadą, nes jame pateikiama labai trumpa visų pagrindinių medijų vartojimo raštingumo elementų santrauka.

Žemiau pateikiami pamokų planavimo pasiūlymai, atsižvelgiant į tai, kiek laiko skiriama mokymams. Rinkdamiesi pamokas, atsižvelkite į dalyvių poreikius, jų žiniasklaidos įpročius. Derinkite veiklą pagal poreikį!

Jei turite:

		 2 dienas	 3 dienas
1 valanda	 1A1 Įvadas	Visi anksčiau išvardyti dalykai taip pat:	Viskas, kas buvo minėta anksčiau, taip pat:
2 valandas	Viskas, kas buvo minėta anksčiau, taip pat:  3A2 Informacijos šaltinių tikrinimas;  3B1 Pakartotinai panaudotos nuotraukos ir vaizdo įrašai	 1A3 Informacija prieš įsitikinimus  1A6 Naujienos ir nuomonė  1B1 Besikeičiančios medijų platformos  1C1 Naujienų pasirinkimas, objektyvumas ir pusiausvyra	 1A4 Žodžio laisvė  1B2 Pasitikėjimas žiniasklaida  1C2 Medijų savininkai  2B1 Įvardijame savo emocijas  2B3 Duomenys, jų privatumas ir algoritmai
3 valandas	Viskas, kas buvo minėta anksčiau, taip pat:  1A7 žurnalistikos standartai	 2A1 Netikrų naujienų rūšys  3A1 Šaltinio paieška (informacijos šaltinio turinio vertinimas)	 3A3 Faktų, įrodymų tikrinimas  3B4 Nuotraukų sekimas
4 valandas	Viskas, kas buvo minėta anksčiau, taip pat:  2B2 Suprasti antraštes  2B1 Stereotipai ir šališkumas medijose	 3B3 Vaizdų pasirinkimas  3C1 Sveikata ir mokslas  3C3 Medijų įpročių įtaka gerovei	 3B2 Nuotraukų klastojimas  3B5 Netikri profiliai socialiniuose tinkluose
7 valandas	Viskas, kas buvo minėta anksčiau, taip pat:  1A2 Turinio rūšys  1A5 Kodėl reikalinga žurnalistika?  3G1 Ateitis: parodyk kelią		 3B6 Netikri pokalbiai ir tekstiniai pranešimai

Pasiruošimas mokymams

MOKYMAI IR DALOMOJI MEDŽIAGA

Ruošdamiesi veiklai, kurią pasirinkote vykdyti, paruoškite visą medžiagą, kurią norite platinti (darbalapius, žiniasklaidos medžiagas ir kt.). Taip pat paruoškite pagrindines mokymo priemones, kurių reikia kiekvienai pamokai - ko tiksliai reikia, nurodoma kiekvienos pamokos aprašymo instrukcijose.

Daugeliu atvejų kontaktiniams mokymams jums reikės šių medžiagų ir įrankių:

- kompiuterio pristatymui ir garso / vaizdo medžiagai demonstruoti
- projektoriaus ir balto ekrano ar sienos, ant kurių galima projektuoti vaizdą
- dalomosios medžiagos atspausdintos spausdintuvu ir kopijavimo aparatu
- Įvairių spalvų lipdukų, skirtų naudoti atliekant užduotis
- Pieštukų ar mažų žymeklių skirtų dalyviams naudoti
- Lentos žymeklių, skirtų rašyti ant lentos arba lentos popieriaus
- lentos iš popieriaus ar kito didelio popieriaus, ant kurio galite rašyti ar piešti
- lipnios juostos ar kitos medžiagos popieriui pritvirtinti prie sienos
- taip pat pagalvokite apie dalyvių patogumą, saugumą ir pasirinkite mokymams tinkamą patalpą, reguliariai vėdinamą, šviesią, tylią, su galimybe palaikyti atstumą tarp dalyvių
- jei įmanoma, parūpinkite dalyviams vandens ir nedidelių užkandžių, ypač ilgesnėms treniruotėms, arba pakvieskite dalyvius atsinešti savo vandens ir užkandžių

Mokantis nuotoliniu būdu dažniausiai jums reikės šių medžiagų ir įrankių:

- kompiuterio pristatymui ir garso / vaizdo medžiagai demonstruoti
- Galimybės naudoti vieną iš vaizdo skambučių platformų, tokių kaip „Zoom“, „MS Teams“, „Lifesize“, „Skype“ ar kita
- Atkreipkite dėmesį, kad kai kurių nemokamų platformų versijų funkcionalumas yra ribotas, todėl būtinai patikrinkite platformą iš anksto kaip ji veikia
- stabilaus interneto ryšio tiek treneriui, tiek dalyviams
- Skatinkite dalyvius prisijungti prie mokymų vietoje, kurioje yra kuo mažiau trikdančių
- Pakvieskite dalyvius pasiruošti vandens, gėrimų ir sveikų užkandžių

Instruktorius vadove yra daugybė vietinių ir tarptautinių pavyzdžių, apibūdinančių skirtingas situacijas. Tačiau kiekvieną dieną į žiniasklaidos pasaulį ateina nauja informacija, todėl raginame naudoti kitus pavyzdžius, kuriuos žinote ir suprantate geriau.

Siūlome keletą patarimų, kaip juos pasirinkti:

1. Pirmiausia nuspręskite kokio turinio ieškote. Ar tai suklastota informacija, vartotojo sukurtas turinys, ar tikras (nors ir klaidingas) pranešimas žiniasklaidoje?
2. Norėdami pamatyti tikrų, aukštos kokybės žiniasklaidos leidinių / pranešimų pavyzdžius, apsilankykite žiniasklaidos svetainėse ar portaluose. Naudokitės tiek viešosios, tiek privačios žiniasklaidos sukurtu turiniu.
3. Norėdami rasti straipsnį ar vaizdo įrašą konkrečia tema, naudokite „Google“ paiešką. Naudodami raktinius žodžius, galite rasti tiek tradicinių, tiek socialinių tinklų vartotojų paskelbtus įrašus.
4. Sukurtas turinys dažniausiai kuriamas ne vietoje jūsų mieste, o šalies ar net tarptautiniu mastu. Pasinaudokite mokymuose įgytomis žiniomis tokiam turiniui atpažinti.
5. Atminkite, kad dalindamiesi netikru turiniu su mokymų dalyviais švietimo tikslais neturėtumėte iš karto pastebėti, kad jis yra netikras. Tokiu būdu galite sekti, kaip gerai dalyviai jau sugeba atpažinti melagingą informaciją ir atskirti ją nuo kokybiškos, patikimos informacijos.





1 DALIS

Suprantant medijas

SIEKTINI REZULTATAI

- Įvardyti asmeninius medijų vartojimo įpročius ir juos permąstyti
- Atpažinti kaip medijos iššaukia auditorijos emocines reakcijas
- Suvokti, kad auditorija yra atsakinga už naujienas, kuriomis dalijasi
- Suvokti antraščių ir istorijų motyvus
- Išmokti naudotis įrankiais, kaip atpažinti ir suprasti emocines reakcijas, kylančias vartojant medijas

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Popieriaus lapai, rašikliai (arba rašymas telefone bei kompiuteryje)

TRUKMĖ

60-80 min. ⌚

SAVOKOS

Media - medijos - visos masinės komunikacijos priemonės

Media Literacy - medijų raštingumas - įgūdis, skatinantis kritišką medijų turinio vartojimą

Misinformation - klaidinga informacija

Disinformation - dezinformacija - tyčia suklastojama informacija, siekianti pakenkti žmogui, socialinei grupei, organizacijai ar valstybei

Mal-information - tikra informacija, kurios viešinimu stengiamasi pakenkti. Dažniausiai viešai paskelbiant privačią informaciją

Instruktoriaus pasirengimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorių, kad visi dalyviai matytų skaidres

PAMOKOS EIGA

Įžanga

10 min. ⌚



Klaidinančios informacijos aplink mus - pilna. Ji paveikia mūsų sugebėjimą priimti sprendimus - balsuojant, renkantis gydymą, ir mūsų nuomonę apie pasaulį. Pavyzdžiui, 2016-aisiais per JAV prezidento rinkimus populiarūs klaidinantys pranešimai sulaukė daugiau reakcijų feisbuke nei didžiųjų naujienų tarnybų "The New York Times" ar "The Washington post" geriausi straipsniai apie rinkimus. Klaidinanti informacija taip pat apsunkina kritinį

mąstymą, pavyzdžiui, apie skiepus. Dėl šių ir kitų priežasčių svarbu įgalinti naujienų vartotojus mokėti atskirti, patikrinti kasdien vartojamą informaciją - ji teisinga ar melaginga. Tai iš esmės ir yra medijų raštingumas. Klaidinančių informacijos žałą tiriantys mokslininkai sutinka, kad medijų raštingumas yra esminis ginklas kovoti su klaidinančia informacija.

Klausimai auditorijai

- Kaip manote, ar paskelbus klaidinančią informaciją, sunku ją ištaisyti?
- Ką tai sako apie mūsų atsakomybę dalijantis informaciją?

TEMOS POKALBIUI

Klaidingą informaciją ištaisyti yra labai sudėtinga. Dažniausiai klaidinanti informacija sulaukia gerokai daugiau dėmesio nei jos patikslinimas. Tai reiškia, kad turime pasistengti kritiškai vertinti medijų turinį aplink mus ir nesidalyti nepatikrinta informacija. Tiesa, reikia pripažinti, kada **visi mes** kovojame su savo instinktais, kai mėginame atsiriboti nuo sensacingos

naujienos. Sensacionalizmas veikia, nes žmones jis tiesiog traukia. Štai kodėl klaidingos istorijos plinta greičiau nei tikrosios. Sufabrikuotos, įaudinančios naujienos savyje talpina kažką, ką mes vertiname, ir kartu sukelia mums baimę. Baimė išjungia mūsų kritinį mąstymą. Štai kodėl svarbu mokytis atpažinti mumyse kylančias emocijas.

APŠILIMAS

10 min. ⌚

Bet prieš pradėdami kalbėti daugiau, susipažinkite su dalyviais. Jeigu yra galimybė, susėskite ratu. Paprašykite dalyvių prisistatyti: pasakyti savo vardą, truputėlį apie save, iš kur yra, kokia jų

profesija, hobiai ir kita, kodėl jie prisijungė prie kurso ir kai ką, ko niekas kamaryje apie juos nežino. Duokite pavyzdį pradėdami nuo savęs.

Šioje užduotyje kalbėsime apie mūsų medijų vartojimo įpročius.

Paprašykite auditorijos užpildyti dokumentą - "Mano medijų vartojimas", žr. priedą "Mano medijų vartojimas". Tegu jame surašo viską, ką vartoja - ar tai būtų naujienos, ar feisbukas, ar instagramas, youtubas, tiktokas, podkastai - viską. Tuomet paprašykite jų apibendrinti gautus duomenis - ar jie pastebi kokių nors vartojimo įpročių? Galbūt kas nors jus nustebino?

Klausimai auditorijai

- Kaip jaučiatės matydami šį sąrašą?
- Ką manote apie jūsų vartojamas medijas ir įrangą?
- Kaip manote, kiek informacijos vartojate?
- Daugelis žmonių susiduria su dideliais informacijos kiekiais. Kaip manote, kaip tai paveikia gebėjimą įvertinti, kokia informacija yra kokybiška?

TEMOS POKALBIUI 1: INFORMACIJOS PERTEKLIUS

Informacijos perteklius - kai esame užversti informacijos srautais, turime sekti įvairiausias naujienas, naudotis gausa įrenginių - vargina daugybę iš mūsų. Atsijungti nuo viso to gali būti labai sunku. Kita vertus, būti tokiaime sraute taip pat ne išėitis. Neseniai JAV publikuotas tyrimas rodo, kad jauname amžiuje socialinių tinklų naudojimas tiesiogiai susijęs su depresija.

Gebėjimas būti sąmoningu apie savo vartojimo įpročius ir medijų raštingumo įgūdžiai gali padėti sumažinti neigiamą informacijos gausos įtaką. Turime priimti atsakomybę už tai, ką, kur ir kada vartojame.



**TEMOS POKALBIUI 2: ĮVARDYK IR PRISIJAUKINK**

Naujienos ir medijų turinys gali paskatinti mus pasijusti vienaip ar kitaip - pavyzdžiui, nustebti, įpykti, sutrikti, nuliūsti. Tačiau padarę nedidelę pauzę ir pamėginę įsivardyti emociją, kurią jaučiame, galime geriau suprasti tai, ką matome naujienoje, geriau suprasti mūsų pačių įsitrukimą į aptariamą temą ir išvengti klaidingos informacijos dalijimosi.

„Įvardyk ir prisijaukink“ principas

Sustok: nusuk galvą nuo ekrano

Paklausk: ką aš jaučiu?

Įvardyk: jausmą sau

Šis principas vadinamas: įvardyk ir prisijaukink, frazė, kurią sukūrė neurobiologas daktaras Danas Siegelis. Įvardydami emocijas, kurias jaučiame, aktyvuojame tas smegenų dalis, kurios atsakingos už kontrolę ir gebėjimą valdyti save. Tai leidžia mums toliau priimti ne emocionalų, o sąmoningą sprendimą, kaip norime reaguoti į provokatorių, ar tai būtų žmogus, naujiena ar nuotrauka. Padarydami pertrauką, įvardydami emociją galime lengviau suprasti, ar paskelbta informacija yra tiesa, ar bent jau nesidalyti melaginga informacija.

ANTROJI UŽDUOTIS

15 min. ⌚

Šiame pratime auditoriją pakviesime patyrinti savo jausmus, kurie kyla dėl naujienų.

Pasakykite auditorijai, kad naujienos, kurias rodysite, nėra išgalvotos, o tikros.

Parodykite auditorijai pirmąją naujieną.

Tuomet paaiškinkite, kaip veikia „įvardyk ir prisijaukink“ principas. Perskaitykite jį garsiai.

Paprašykite auditorijos užrašyti tai, ką jaučia. Kad būtų lengviau tą padaryti, pademonstruokite emocijų ratą.

Paklauskite, ar jie dalytųsi šia naujiena?

Pakartokite tą patį su kitomis naujienomis.

Paklauskite: ar kas nors kada nors yra matęs kokią antraštę, kuri sukėlė jiems stiprias emocijas? Kas tai buvo? Kaip jie reagavo? Ką tuomet jie mąstė? Ar dalijimasis informacija, kuri gali išprovokuoti kokiam nors veiksmui, yra visada nefinkama?

Papildomas klausimas: aptarkite, kaip šis pratimas paveikė auditorijos jausmus. Kokią įtaką jiems padarė skirtingos antraštės? Galbūt kai kurie jausmai sustiprėjo, o gal kai kurie visai išblėso?

Alternatyva: Šį pratimą galite atlikti poromis - vyrus suporuokite su moterimis ir po kiekvienos antraštės pirmiausia įgyvendinkite „įvardyk ir prisijaukink“ principą, o vėliau jausmais pasidalinkite su savo partneriais.

Į pagalbą pasitelkite emocijų ratą, Žr. Priedą „Emocijų ratas“

TREČIOJI UŽDUOTIS

10 min. ⌚

Šiame pratime toliau tęsime „Įvardyk ir prisijaukink“ principą.

Parodykite papildomas 5 naujienas. Galite spręsti, kaip koordinuoti auditorijos darbą.

Prie stipresnių pavyzdžių paklauskite auditorijos: kas nori, kad jūs reaguotumėte į šias antraštes stipriomis emocijomis? Kas iš to gauna naudą?

* Galima paminėti, kad teksto autorius yra teisias už neapykantos kurstyto ir galimai turi kokių nors politinių siekių.

** Pasakykite auditorijai, kad šis tekstas - reklaminis straipsnis apie naują laidą.



TEMOS POKALBIUI 3

Tikimės, kad šis pratimas padėjo jums kiek geriau suprasti, kaip emocijos ir kitas turinys gali žaisti su jūsų emocijomis. Ši tema - viena svarbiausių kurse. Suvokti ir įvardyti emocijas, kurios

kyla naudojant medijas, yra pirmas žingsnis, nusprendžiant, ar reaguoti į jas, ar ne.

Patarimai instruktoriui

Viskas gerai, jeigu žmonės dar nenori dalytis savo jausmais - tai juk pirmoji pamoka. Svarbiausia, kad jie užmegzstų ryšį su savo jausmais.

Priklausomai nuo auditorijos, galite jaustis laisvi adaptuoti pavyzdžius. Jeigu to prireiks, rekomenduojama pasirinkti tuos, kurie gali iššaukti diskusiją. Tačiau venkite stipriai politinių ar kitų karštų temų pavyzdžių, kurie gali uždaryti arba prislopinti norą diskutuoti.

TEMOS POKALBIUI 4

Visa kurso programa yra skirta lavinti „Įvardyk ir prisijaukinti“ principą ir taip tapti sąmoningu naujienų vartotoju. Kita vertus, informacijos ekosistema yra labai sudėtinga, taigi turime dar apie daug ką pasikalbėti. Štai apie ką kalbėsime artimiausiose pamokose:

Turinio tipai - ar turinys skirtas mus informuoti ar įtikinti? Ar tai naujiena, nuomonė ar analizė? Svarbiausi klausimai, pradėdamas vertinti turinį.

Spaudos ir žodžio laisvė - Gera žurnalistika stiprina demokratiją, žodžio laisvę, bloga - silpnina. Kurioje pusėje norime būti?

SIEKTINI REZULTATAI

Dalyviai išmoks atpažinti medijose sutinkamas informacijos strategijas ir skirtingus turinio pateikimo būdus (angliškai - content types): informavimą, propagandą, socialinę reklamą, ryšius su visuomene ir komercinę reklamą.

PASIRUOŠIMAS IR MEDŽIAGA

- pavyzdžių atspaudai ir skaidrės
- dalomoji medžiaga
- lipnūs užrašų lapeliai
- tušinukai
- spalvoti žymikliai

PAMOKOS LAIKAS

50 minučių ⌚

Mokytojo pasiruošimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorius ir ekraną, jeigu rodysite skaidres, klasės/prezentacijų lentą..

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Šiandien išmoksime kaip atskirti informavimą nuo įtikinėjimo (nuomonės formavimo) bei atpažinti turinio pateikimo būdus: informavimą, propagandą, socialinę reklamą, ryšius su visuomene

ir komercinę reklamą. Ši pamoka yra svarbi, nes norėdami įvertinti informacijos patikimumą turime suprasti informacijos kūrėjų ir skleidėjų siekius.

UŽDUOTIS NR. 1

15 minučių ⌚

Sudarykite 2 arba 3 mokymų dalyvių grupes. Išdalinkite grupėms straipsnių/pranešimų, kuriuose naudojami skirtingi turinio pateikimo būdai, pavyzdžius. Pavyzdžiai: naujienos pranešimas, žurnalistinis komentaras (nuomonė), propaganda, ryšiai su visuomene, socialinė ir komercinė reklama pateikiami Priede Nr. 1.

Grupės turi 5 minutes peržiūrėti straipsnių pavyzdžius ir surūšiuoti juos pagal turinio pateikimo būdą. Rūšiojimui pasiūlykite naudoti lipnius lapelius, kuriuose dalyviai užrašo turinio pateikimo būdą.

Duokite grupėms lipnių užrašų lapelių ir informacijos turinio pateikimo būdų sąrašą (Priedas Nr. 2).

Po darbo grupėse skirkite 10 minučių pristatymams. Jų metu grupių atstovai pristato surūšiuotą ir paaiškina, pagal kokius požymius atpažino ir priskyrė straipsnius tam tikram turinio pateikimo būdai.

Patarimai mokytojui

Priklausomai nuo situacijos galite atlikti šią užduotį keliais būdais. Galite naudotis programos Power Point skaidre, kuriose dalyviai mato turinio pateikimo būdų sąrašą ir skirsto popierinius straipsnių

pavyzdžius išdalintus kaip dalomąją medžiagą, klijuodami ant jų lipnius lapelius su užrašais. Galite kartu su straipsniais išdalinti popierinį turinio pateikimo būdų sąrašą ir leisti dėl straipsnių žymėjimo strategijos sutarti kiekvienos grupės viduje.

TEMOS POKALBIUI

Mokytojas turėtų pagirti dalyvius už teisingus atsakymus ir pakviesti juos apsvarstyti "kaip jie nusprendė dėl tokio rūšiavimo?" savarankiškai. Atsakymas į šį klausimą yra toks: visi mes ieškome savitų užuominų, tačiau dažnai neįvardiname

ar net nesusimąstome, kokios konkrečiai yra tos užuominos. Mokymasis atpažinti praktinius turinio pateikimo būdų požymius yra puikus būdas tapti sąmoningesniu informacijos vartotoju, geriau pasiruošusiu atskirti informavimo ir įtikinėjimo atvejus.

UŽDUOTIS NR. 2**30 minučių** ⌚

Sudarykite 2 arba 3 mokymų dalyvių grupes. Išdalinkite po vieną lentelę **Praktiniai požymiai: 6 turinio pateikimo būdai** (Priedas Nr. 3) grupei.

Padalinkite grupėms po vieną skirtingų kategorijų straipsnių/pranešimų (juos rūšiavote Užduoties Nr. 1 metu). Viena iš grupių būtinai turi gauti informavimo, kita įtikinėjimo pavyzdžius. Kiekviena grupė skiria 10 minučių vieno straipsnio/pranešimo analizei. Grupė nusprendžia, ar jų straipsnio/pranešimo

pavyzdys yra informavimas ar įtikinėjimas ir pažymi turinio pateikimo būdą atitinkamame Priedo Nr. 3 laukelyje.

Po darbo grupėse dalyviai turi 5 minutes atsakyti Praktinių požymių sąrašo (Priedas Nr. 3) klausimus ir įrašyti atsakymus lentelėse.

Esant poreikiui galite parodyti, kaip atliekama užduotis. Atsakykite į klausimus klasės/prezentacijų lentoje vertindami vieną iš turinio pateikimo pavyzdžių kartu su auditorija.

Patarimai mokytojui

Kol grupės pildo Praktinių požymių sąrašą, nubraižykite lentelę klasės/prezentacijų lentoje, arba tiesiog padalinkite ją į du stulpelius: vieną skirtą informavimo, kitą skirtą įtikinėjimo atvejams. Naudosite ją dalyvių atsakymų užrašymui. Atkreipkite dėmesį, kad įtikinėjimo atvejai sulauks panašių atsakymų apie siekiamą poveikį ir apeliavimą į emocijas

dažniau nei informavimo atvejai. Tačiau atskiri straipsnių/pranešimų vertinimai turėtų šiek tiek skirtis priklausomai nuo juose naudojamo turinio pateikimo būdo. Mokytojas turėtų vadovautis žemiau esančia numatomų dalyvių atsakymų lentele. Atkreipkite dėmesį, kad atsakymai priklauso nuo išdalintų straipsnių pavyzdžių, todėl klasės atsakymai nuo lentelės gali skirtis.

Medžiaga mokytojui

Informavimas ir įtikinėjimas - Praktiniai požymiai: 6 turinio pateikimo būdai



KLAUSIMAI / TURINIO PATEIKIMO BŪDAI	NAUJIENŲ PRANEŠIMAS	ŽURNALISTINĖ NUOMONĖ	REKLAMA	SOCIALINĖ REKLAMA	RYŠIAI SU VISUOMENE	PROPAGANDA
Informavimas ar įtikinėjimas	Informavimas	Įtikinėjimas	Įtikinėjimas	Įtikinėjimas	Įtikinėjimas	Įtikinėjimas
Naudoja nuomonę ar faktus?	Turėtų naudoti faktus. Autorius vengia atskleisti savo nuomonę, nurodomi nuomonių autoriai.	Autorius išreiškia savo nuomonę. Geresni straipsniai remiasi faktais.	Nuomonę, kad turėtumėte pirkti produktą ar paslaugą.	Nuomonę, kaip turėtumėte elgtis.	Nuomonę apie kompaniją.	Nuomonę, dažniausiai apie politiką.
Kokiam tikslui?	Informuoti	Paveikti (kuo tikite).	Paveikti (pasirinkimą, ką perkate).	Paveikti (tai, kaip elgiatės norėdamas savo arba visuomenės gerovės).	Paveikti (tai, kaip galvojate apie kompaniją).	Paveikti (politines pažiūras, pasirinkimus ir t.t.) arba paskatinti veikti
Kokias emocijas, įspūdžius ar poveikį sukelia?	Smalsumą, domėjimąsi, mokymąsi.	Baimę, pyktį, susirūpinimą.	Aistrą, džiaugsmą, susirūpinimą.	Pasiuokojimą, baimę, susirūpinimą.	Teigiamus jausmus apie kompaniją.	Pasididžiavimą, buvimo dalimi jausmą, pyktį, norą veikti, neapykantą, baimę, siaubą.
Kaip veikia, kokius mechanizmus naudoja?	Aprašymą, vaizdavimą, palyginimą.	Argumentus, aprašymą, palyginimą, apeliavimas į emocijas.	Apeliavimą į troškimus, paveikius arba patraukianči us dėmesį vaizdus arba muziką.	Apeliavimą į moralę, užuojautą, atsakomybės jausmą, troškimą tobulėti. Gali skolintis reklamos metodus.	Apeliavimą į pozityvias emocijas, sąsajas.	Įžeidimus, insinuacijas, padidinimą, dėmesio nukreipimą, autoriteto nuomones, žongliravimą faktais, manipuliavimą simboliais ir stereotipais, reguliary kartojimą.
Kokia turinio laikysena temos atžvilgiu?	Neutrali	Pozityvi ir negatyvi	Pozityvi	Pozityvi (siekiant išvengti ar sprendžiant problemą) ir/arba negatyvi (apie problemą).	Pozityvi	Pozityvi ir negatyvi

Praėjus 5 minutėms paprašykite grupės, kuri gavo informuojančio straipsnio pavyzdį, pristatyti atsakymus prieš auditoriją - jūsų paruoštoje lentelėje klasės/prezentacijų lentoje. Tuomet savo atsakymus paprašykite pristatyti vienos iš grupių, kuri gavo įtikinėjantį straipsnio pavyzdį. Paprašykite kitų dalyvių pasisakyti ir papildyti lentelę savo įžvalgomis.

Užpildžius lentelę, mokytojas peržvelgia ir palygina dalyvių atsakymus su atsakymais mokytojams skirtoje lentelėje. Ar dalyviai teisingai nurodė informavimo ir įtikinėjimo požymius? Jeigu požymiai sutampa, pagirkite juos. Jeigu požymiai nesutampa arba sutampa tik dalinai, skirkite laiko sąvokų peržiūrėjimui ir aptarkite, kas lėmė neatitikimus, su auditorija.



Klausimai aptarimui

- Kokius panašumus pastebėjote tarp skirtingų įtikinėjimo būdų?
- Ar įtikinėjimas gali turėti neigiamų pasekmių?
- Teigiamų pasekmių?
- Kodėl taip manote?

TEMOS POKALBIUI

Informavimas pristato faktus, kurie skirti apšviesti auditoriją tam tikra tema. Informavimas gali apimti nuomones apie faktus, nuomonės ir jų autoriai turi būti aiškiai nurodyti ir nuomonė neturi užimti centrinės vietos straipsnyje/pranešime. Visų įtikinėjimo rūšių tikslas yra poveikis. Įtikinėjantis turinys apeliuoja į emocijas dažniau, nei informuojantis turinys. Įtikinėjimas tampa problema tada, kai slepiamas jo motyvas arba intencija (angliškai - *true nature*). Pavyzdžiui, jeigu pastebėjote žymeklį „mokamą reklamą“ prie įmonių „Lietuvos geležinkeliai“ arba „Apple“ atstovo straipsnio, vertindami jį tikriausiai turėsite omenyje įmonės motyvus. Jeigu reklaminis

straipsnis nepažymėtas, vertindami jį tikriausiai būsite mažiau atidus, nei turėtumėte.

Taip pat, turėkite omenyje, kad net ir patys kokybiškiausi žurnalistinio komentaro pavyzdžiai nepateikia jums pilno tikrovės vaizdo. Teisingi faktai nereiškia, kad autorius mini visus faktus. Žurnalistiniuose komentaruose faktai prieštaraujantys straipsnio idėjai dažniausiai praleidžiami. Todėl skaitant svarbu susipažinti su nuomonių įvairove ir atpažinti išskirtinai faktais besiremiančius naujienų pranešimus. Prisiminkite, kad prastos kokybės žurnalistiniai komentarai gali pateikti ir klaidingą arba tyčia klaidinančią informaciją.

IŠVADOS

5 minutės

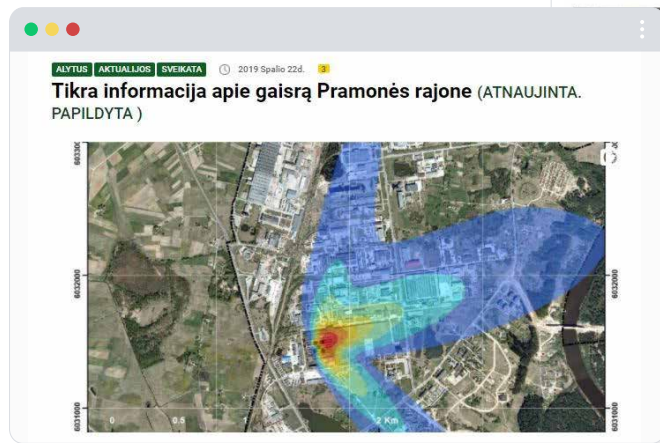
Šios pamokos dalyviai susipažino su skirtumais tarp informavimo ir įtikinėjimo. Naujienų pranešimas yra informavimas, o daugelis kitų turinio pateikimo būdų: **propaganda, ryšiai su visuomene, so-**

cialinė ir komercinė reklamos yra skirti įtikinėjimui. Dalyviai turėtų jausti, kad gali įvardinti įtikinėjimo požymius ir lengviau atpažinti įtikinėjantį turinį.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Dalomoji medžiaga - Straipsniai/pranešimai

Naujienų pranešimai



Žurnalistiniai komentarai

The screenshots show various news content:

- Top-left window:** Article titled "E. Lucasas. Padėtis Baltarusijoje kaista" (E. Lucas. Situation in Belarus is heating up) with a photo of E. Lucas.
- Top-right window:** Article titled "Žilvinas Šilėnas: Kiek uždirba mokytojas" (Žilvinas Šilėnas: How much does a teacher earn) with a photo of Žilvinas Šilėnas.
- Bottom window:** Article titled "„Bankų“ mokestis: geriau vadinkime daiktus tikraisiais vardais" (Bank tax: let's call things by their real names) with a photo of a man in a suit.

Additional elements include a "POPULARIAUSI" (Most Popular) sidebar, a "SVARBAUSI INDEKSAI" (Important Indices) table, and a "PALŪKANOS" (Interest Rates) table.

Corpus	Ataka	Amrita
Euro Stoxx 50	3161.07	+62.35 (+2.01%)
FTSE 100		
DAX	12324.22	+235.24 (+1.95%)
Nikkei	2617.68	+51.24 (+1.94%)

Bankas	Užim. EUR	Užim. USD
Pašaukimo norma		
Euribor 1 mėn.	-0.5400%	0.0000%
Euribor 3 mėn.	-0.5200%	0.0000%
Euribor 6 mėn.	-0.5130%	0.0000%

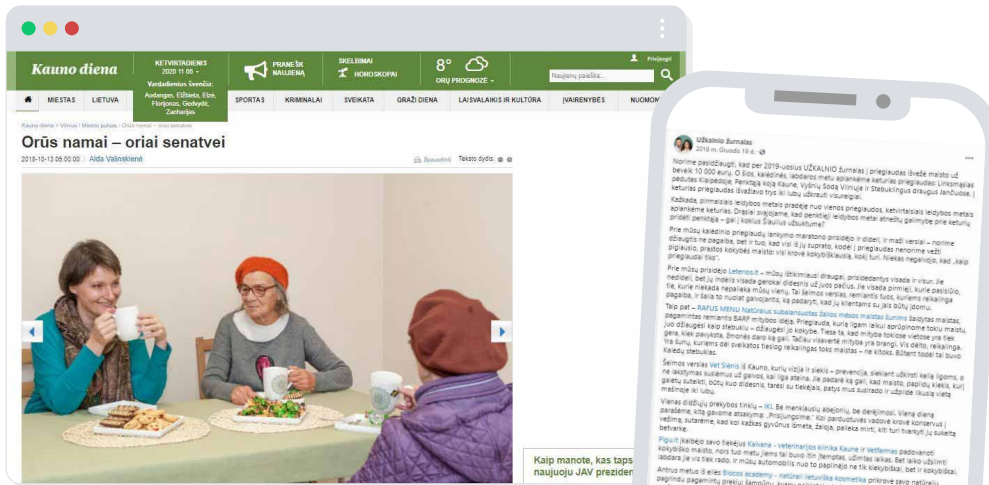
Reklama

The screenshots show advertising content:

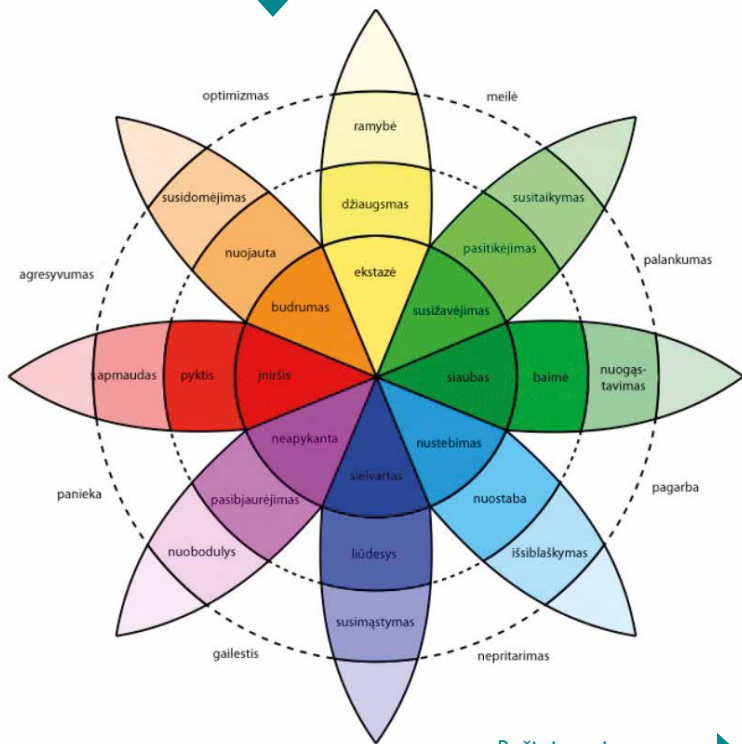
- Left window:** Instagram post from "moterismagazine" featuring a photo of Douglas makeup products.
- Right window:** Website page for "SAVAITĖ" with navigation links and a featured article titled "Sportui namuose – trys iššūkiai" (Sport at home – three challenges).

A vertical column of horizontal dashed lines for taking notes, starting with a pencil icon at the top.

Socialinė reklama



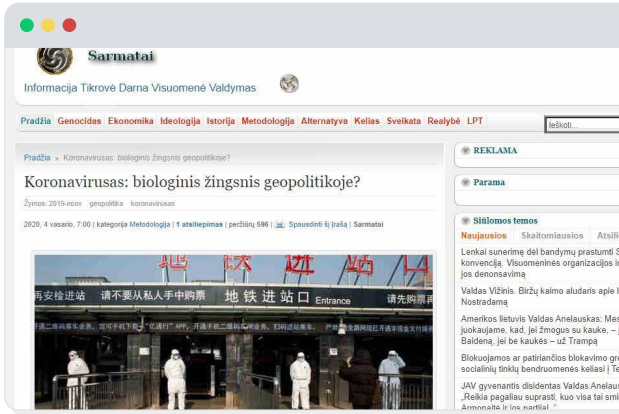
Priedas "Emocijų ratas"



Ryšiai su visuomene



Propaganda



A series of horizontal dashed lines for writing, starting from the top right of the page and extending downwards.

Priedas Nr. 2 - Dalomoji medžiaga - Šešių turinio pateikimo būdų sąrašas

Šeši turinio pateikimo būdai

Naujienų pranešimas Žurnalistinis komentaras Reklama Socialinė reklama Ryšiai su visuomene Propaganda

Priedas Nr. 3 - Dalomoji medžiaga - Šešių turinio pateikimo būdų klausimai

Praktiniai požymiai: šešis turinio pateikimo būdus atpažinimo klausimai

Jrašykite savo pastebėjimus apie straipsnį žemiau.

Straipsnio pavadinimas: _____

Kokiai auditorijai skirtas?	
Kokio tikslo siekia?	
Kokias emocijas, įspūdžius ar poveikį sukelia?	
Kaip veikia, kokius mechanizmus naudoja?	
Kokia autoriaus laikysena temos atžvilgiu?	
Kokią informaciją pristato?	
Koks poveikis medijų vartotojui?	

Turinio pateikimo būdas: _____

Straipsnis yra:

- Informavimas
- Įtikinėjimas

1 dalis. Suprantant medijas. A. Medijų kraštovaizdis

3 PAMOKA. INFORMACIJA PRIEŠ ĮSITIKINIMUS

SIEKTINI REZULTATAI

- Gebėti kritiškai vertinti ir analizuoti žiniasklaidos pranešimus, išmokti atskirti tikrus informacijos ir įtikinėjimo atvejus
- Pagilinti žinias apie pagrindinius medijų veikimo principus: intencijas, metodus ir auditorijas.

MOKYMOŠI MEDŽIAGA

- Atspaudai:
 - a. tuščias „Praktiniai požymiai“ atspaudas,
 - b. Faktų sąrašas „Gripo vakcina“.
- Rašikliai ir popieriaus lapai
- Kompiuteris, projektorius ir ekranas

TRUKMĖ

50 min. ⌚

Mokytojo pasiruošimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorius ir ekraną.

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Pritaikykime praktikoje tai, ką išmokome praėjusioje pamokoje. Jau žinote, kaip veikia informavimas ir įtikinėjimas. Ar

subgėtumėte atskirti tikrus informavimo ir įtikinėjimo pavyzdžius. Ar norėtumėte sužinoti, kaip jie kuriami?

UŽDUOTIS NR. 1

30 minučių ⌚

Sudarykite 2 mokymų dalyvių grupes. Viena „žurnalistų“, kitą „komentatorių“. Duokite abiem grupėms po iš anksto paruoštą atspaudą **Faktų sąrašas: gripo vakcina**. (Priedas Nr. 1)

- Grupės turi dešimt minučių perskaityti faktų sąrašą ir pasiruošti pranešimui prieš auditoriją.
- Komentatorių grupės užduotis yra įtikinti auditoriją pačios grupės pasirinktos pozicijos teisingumu. Tuo tarpu, žurnalistų grupės užduotis yra remiantis sąrašu auditoriją informuoti.

- Grupė išrenka atstovą darysiantį dviejų minučių pranešimą prieš auditoriją. Pranešimą galima perskaityti arba improvizuoti.
- Grupės nutaria, kaip panaudos faktus įgyvendindama šias užduotis, ir padeda pranešėjui pasiruošti.

Praėjus dešimčiai minučių skirkite laiko grupių pranešimams pristatyti. Po pranešimų pratęskite diskusiją bendrai su abiem grupėmis.

Patarimai instruktoriams

Padėkite grupėms pasufleruodama(s) pasiruošimo klausimus, pavyzdžiui: ar naudosite visus faktus? Ar pridėsite papildomos informacijos? Kokių tonu pristatinėsite informaciją?

Patarkite pranešėjams pasitreniruoti prieš savo grupę. Paprašykite grupės patarti savo pranešėjams, kaip atlikti užduotį geriau. Pasinaudokite praėjusioje pamokoje naudota lentelė Praktiniai požymiai: šešių turinio pateikimo būdų atpažinimo klausimai

(Priedas Nr. 4) jeigu pranešėjams nesiseka. Pavyzdžiui: „Kokia jūsų laikysena temos atžvilgiu?“, „Kokias emocijas, įspūdžius ar poveikį siekiate sukelti?“

Šią užduotį galima atlikti du kartus. Pirmą kartą suskirsčius auditoriją į „žurnalistų“ ir „komentatorių“ grupes, antrą kartą į „žurnalistų“ ir „socialinės reklamos vykdytojų“ arba „propagandistų“ grupes.

Klausimai auditorijai

- Kokios detalės padarė vieną pristatymą informatyviu, o kitą įtikinančiu?
- Ar ką nors būtumėte darę kitaip, jeigu būtumėte kitoje komandoje?

NUORODOS POKALBIUI

Informuojantis žurnalistų grupės pranešimas turėjo pristatyti faktus ir nepateikti nuomonių, arba pateikti nuomos subalansuotai ir su nuorodomis į jų autorius. Įtikinėjantis komentatorių pranešimas galėjo minėti faktus - geriausi argumentai paremti faktais - tačiau pagrindinė komentatorių pranešimo užduotis turėjo būti įsiūlyti vieną nuomonę.

Tiek Socialinės reklamos vykdytojų, tiek propagandistų pranešimai būtų panašūs į komentatorių grupės pranešimą. Tačiau Socialinės reklamos vykdytojui siektų atkreipti dėmesį į auditorijos santykį su tema, o Propagandistų siektų paremti savo nuomonę emocijas keliančiais argumentais.

UŽDUOTIS NR. 2

10 minučių ⌚

Pažiūrėkite du trumpus reportažus: vieną informatyvų, kitą įtikinėjantį. (Priedas Nr. 2)

Klausimai auditorijai

- Ar atskiriate įtikinėjantį ir informuojantį turinį žiniasklaidoje?
- Ar naujienų, TV reportažų kūrėjai naudoja tokius pat įrankius, kaip ir jūs? Kaip reaguojate, kai atpažįstate įtikinėjimą?
- Kaip reaguojate, kai atpažįstate informavimą?
- Žinodami tai, ką žinote dabar - ar mąstote apie informaciją, kurią vartojate, kitaip?
- Kaip kitaip?



NUORODOS POKALBIUI

Įtikinėjantys pranešimai siekia pristatyti temą, apie kurią kalba, iš teigiamos pusės (jeigu tai reklamuojamas produktas arba politikas) arba iš neigiamos pusės (jeigu tai pavojus sveikatai). Informuojantys pranešimai pasakoja, kas atsitiko, kiek įmanoma neutraliai. Jeigu nagrinėjama tema vyksta kokio

nors diskusija, informuojantys pranešimai atskleidžia abi nuomones.

Įtikinėjančių pranešimų argumentai dažniausiai pagrindžiami emocijomis ir vizualia informacija. Ar dažnai pranešimuose bandoma ištrinti ribas tarp įtikinėjimo ir informavimo?

UŽDUOTIS NR. 3

10 minučių ⌚

Dabar, kai įgavome raktinių įgudžių reikalingų atskiriant informavimą ir įtikinėjimą, pažvelkime į klastingesnius pavyzdžius. Pažiūrėkite du iš žemiau esančių video reportažų. (Priedas Nr. 3)

Klausimai auditorijai

- Kaip atskiriate, ar tai įtikinėjimas ar informavimas?
- Kokie įtikinėjimo įrankiai naudojami?
- Kaip siekiama ištrinti arba išblukinti ribas tarp įtikinėjimo ir informavimo šiuose reportažuose?
- Ar mąstote apie informaciją, kurią vartojate, kitaip dabar, kai pamatėte šiuos reportažus?

NUORODOS POKALBIUI

Šie reportažai siekia ištrinti ribas tarp informavimo ir įtikinėjimo. Raktas šių ribų atpažinimui - siekti įvardinti gamintojų, paslaugų teikėjų siekius. Tai ne visada įmanoma. Tačiau, kai kurie įtikinėjančio turinio pavyzdžiai, kaip SEB banko reklama „apsimeta“ informuojančiais pranešimais gana atvirai. Juose siekiama sudaryti faktų pateikimo auditorijai įspūdį pasitelkiant autoritetingą pranešėją ir infografikų formatą, nors reportažo siekis teigiamai pavaizduoti banko paslaugas akivaizdus. Lietuvos žinių reportaže apie su alkoholiu susijusius draudimus suteikiama tam tikros informacijos apie Seimo veiksmus, tačiau pirmame plane - rėkiančios spalvos ir aštrūs vaizdeliai. Tuo tarpu, faktas, kad ribojimai dar tik svarstomi paminėtas tik tarp kitko, o apie argumentus už ir prieš ribojimus apskritai neužsimenama.

Galima teigti, kad tai politinė propaganda siekianti parodyti valdančiosios partijos sprendimus iš blogosios pusės. Laisvės TV reportaže naudojami mokytojų streiko vaizdai sudaro dokumentinio reportažo įspūdį, tačiau naudojama dramatiška muzika, pateikiamos vienos pusės (mitingo dalyvių) nuomonės atskleidžia, kad tai socialinė reklama. Pranešimas apie Laisvosios rinkos instituto siūlomo mokesčio skaičiavimo įrankį primena žinių reportažą. Jame pasitelkiami žmonių iš gatvės komentarai, o vienas iš jų - žinomas politikas. Po šių komentarų du tos pačios įstaigos ekspertai informuoja, kodėl toks įrankis reikalingas. Reportažas įvilktas į žinių reportažo rūbą, tačiau vis tik jo tikslas yra jus įtikinti, taigi tai ne informuojantis, o įtikinėjantis pranešimas.

Patarimai instruktoriui

Neprašykite dalyvių užpildyti praėjusioje pamokoje naudotą lentelę Praktiniai požymiai: šešių turinio pateikimo būdų atpažinimo klausimai (Priedas Nr. 4). Tačiau naudokite lentelę

kaip paruoštuką, naudodamiesi juo užduokite klausimus auditorijai. Pavyzdžiui „Ar galėtumėte įvardinti, kokia reportažo autorių laikysena temos atžvilgiu?“

IŠVADOS

5 minutės

Turinio kūrėjai turi skirtingus tikslus: informuoti ir įtikinti. Yra ir kitų skirtumų, tačiau išmokti mąstyti apie kūrėjų siekius yra raktinis įgudis norint atskirti įtikinėjimą ir informavimą. Kai sugebate atpažinti siekius, lengviau įvertinti informacijos patikimumą. Ar turėtumėte nusiteikti skeptiškai?

Įtikinėjimo atpažinimas padeda nepasiduoti manipuliacijoms. Tačiau atminkime, kad įtikinėjimas niekuo ne blogesnis informacijos pateikimo būdas už informavimą. Daugeliu atveju, pavyzdžiui jeigu kalbame apie visuomenės sveikatą, jis reikalingas.

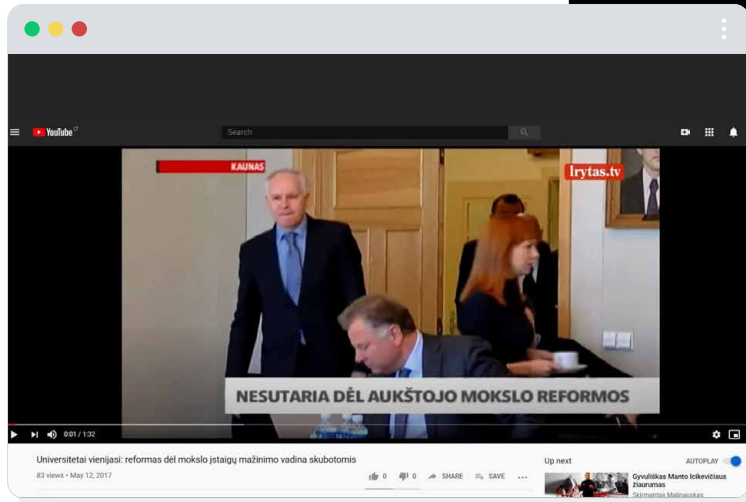
PRIEDAI**Priedas Nr. 1 - Dalijamoji medžiaga - Faktų sąrašas: gripo vakcina**

Faktų sąrašas: gripo vakcina

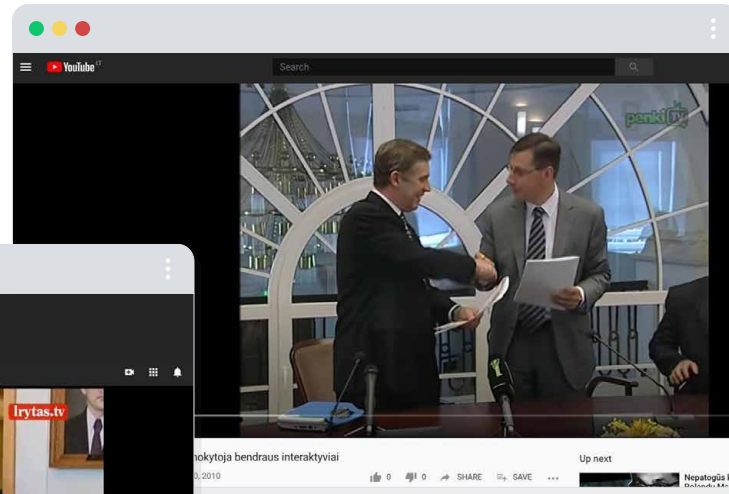
- Kiekvienais metais dėl gripo šimtai tūkstančių žmonių yra guldomi į ligonines ir tūkstančiai jų miršta.
- Kasmetinė gripo vakcinacija yra geriausias būdas apsaugoti nuo gripo ir sumažinti riziką, kad užkrėsite kitus.
- Gripo sezonas gali prasidėti spalį ir tęstis iki gegužės.
- Medicininių tyrimų centrai teigia, kad visi šešių mėnesių amžiaus ir vyresni turėtų skiepytis kiekvieną sezoną.
- Vakcinacija yra ypač svarbi rizikuojantiems patirti komplikacijas. Mažiems vaikams, nėščioms moterims, vyresniems nei šešiasdešimt penkerių ir žmonėms su lėtiniais sveikatos sutrikimais.
- Net jei vienoje iš šių pažeidžiamų grupių, gripo vakcina padeda apsaugoti jums artimus žmones jūsų aplinkoje, kurie yra šiose grupėse.
- Kai kurie žmonės neturėtų skiepytis, tačiau tokios išimtys yra retos. Tai yra žmonės turintys gyvybei pavojingą alergiją vakcinai arba jos sudėtinėms dalims: želatinai arba antibiotikams.
- Jūsų organizmas užtrunka apie dvi savaites gamindamas antikūnius, kurie apsaugo jus nuo gripo.
- Net ir po skiepų įmanoma užsikrėsti gripu, tačiau skiepų dūris sumažina riziką. Per daugelį metų skiepai sumažino riziką užsikrėsti gripu iki 40% - 60%. 2017–2018 m. gripo sezono metu vakcina sumažino usikrėtimo riziką maždaug trečdaliu.

Priedas Nr. 2 - video reportažai

Mokiniai su mokytoja bendraus interaktyviai
<https://www.youtube.com/watch?v=AQefCi5ipxE> ▶

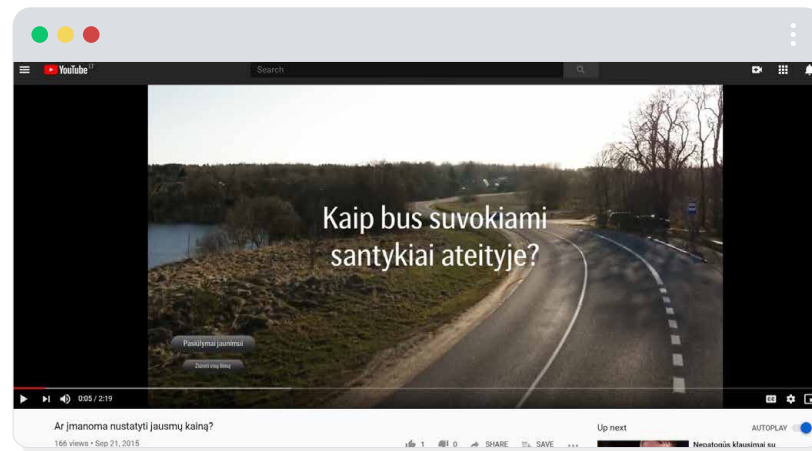


Universitetai vienijasi: reformas dėl mokslo įstaigų
mažinimo vadina skubotomis
<https://www.youtube.com/watch?v=aWICAFf-Was>

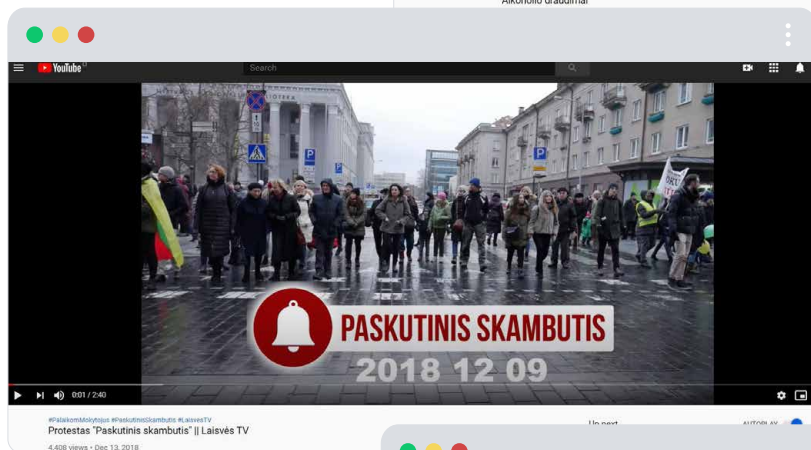


Priedas Nr. 3 - video reportažai 2

SEB bankas - Ar įmanoma
nustatyti jausmų kainą?
<https://www.youtube.com/watch?v=sGP0zhSHbgI> ▶

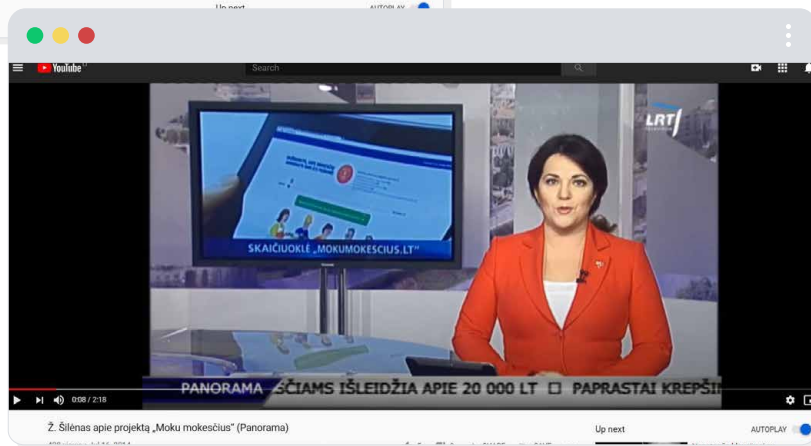


Lietuvos žinios - Alkoholio draudimai
<https://www.youtube.com/watch?v=ErGx98WbUZc>



Laisvės TV - Protestas Paskutinis skambutis
https://www.youtube.com/watch?v=Oq5r_RiNDiQ

LRT Panorama - Ž. Šilėnas apie projektą Moku mokesčius
https://www.youtube.com/watch?v=oqRbdSkCSd4&list=PLOFr9uvnm5MKhgiE0UMpnbOblck1E_SN_G&index=4&t=0s



Hand-drawn pencil icon at the top left of the writing area.

A series of horizontal dashed lines for writing, spanning the right side of the page.

Priedas Nr. 4 - Praktiniai požymiai: šešių turinio pateikimo būdų atpažinimo klausimai



Mano turinio pateikimo būdas yra		
Tai yra: (naudokite stulpelį, kuris yra po jūsų pažymėtu paukščiuku)	☒ Informavimas	☒ Įtikinėjimas
Kokiai auditorijai skirtas?		
Kokio tikslo siekia?		
Kokias emocijas, įspūdžius ar poveikį sukelia?		
Kaip veikia, kokius mechanizmus naudoja?		
Kokia autoriaus laikysena temos atžvilgiu?		
Kokią informaciją pristato?		
Koks poveikis medijų vartotojui?		

Turinio pateikimo būdas: _____

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

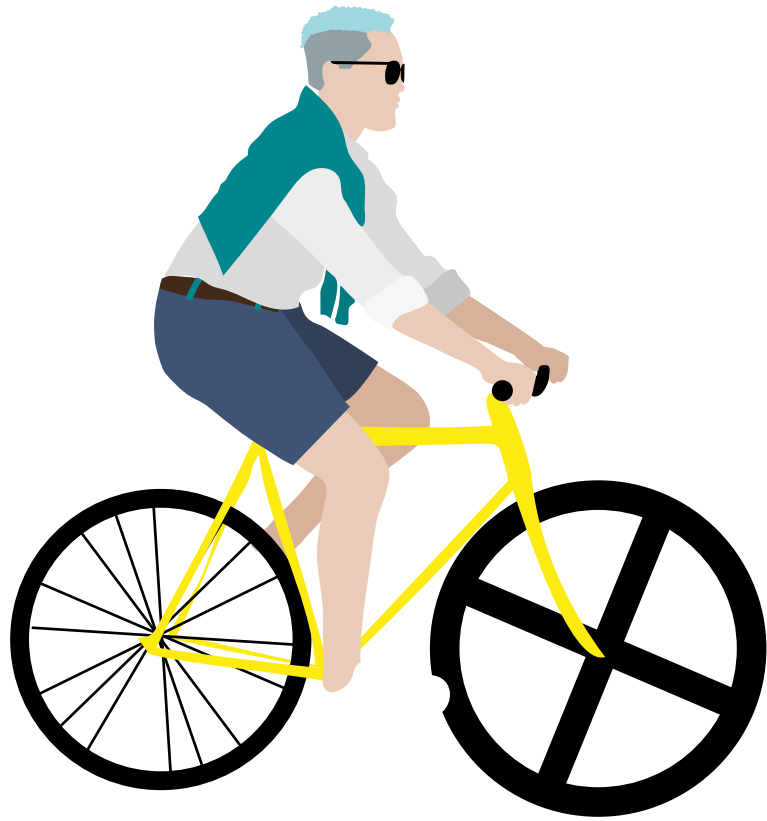
.....

.....

.....

.....

.....



1 dalis. Suprantant medijas. A. Medijų kraštovaizdis

4 PAMOKA. ŽODŽIO LAISVĖ

SIEKTINI REZULTATAI

- Suprasti, kas yra spaudos laisvė, jos svarbą, paskirtį ir su tuo tenkančią atsakomybę
- Suprasti, kad spaudos laisvė saugo įstatymai

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Popierius ir rašikliai
- Projektorius ir kompiuteris
- Kolonėlės garsui

TRUKMĖ

45 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

15 min. ⌚

Pradėkite pamoką nuo trumpo video

Klausimai auditorijai

- Paklauskite, ką auditorija galvoja apie šį filmuką?
- Ar jis įtaigus?
- Ką jie patys galvoja apie laisvę kalbėti tai, ką nori?
- Kas juos paskatintų pakeisti savo įsitikinimus?
- O jeigu esi nelaisvas ne tik kalbėti, ką nori, tačiau dar ir rašyti kaip nori? Mūsų istorijoje būta tokio laikotarpio.

Atkūrus nepriklausomą demokratinę respubliką ir priėmus aukščiausią Lietuvos įstatymą Konstituciją, joje buvo įtvirtintos ir spaudos laisvės, laisvos minties nuostatos.

Klausimai auditorijai

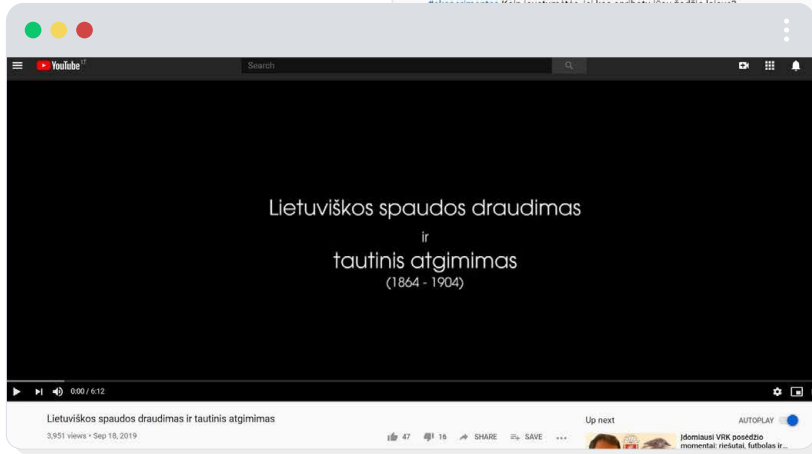
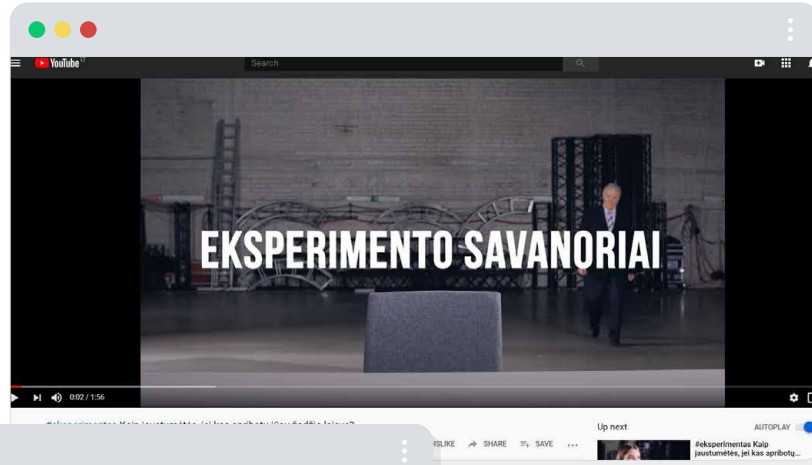
5 min.

- Kaip manote, kodėl jos yra įtvirtintos Konstitucijoje?
- Jeigu Lietuva būtų ne demokratinė respublika, bet, pavyzdžiui, autokratinė ar monarchinė, ar žodžio ir spaudos laisvė turėtų tokią pačią reikšmę kaip demokratiškai visuomenei?
- Koks yra ryšys tarp demokratijos ir žodžio laisvės?

PRIEDAI



1. LRT #eksperimentas Kaip jaustumėtės, jei kas apribotų jūsų žodžio laisvę?
https://www.youtube.com/watch?v=PhAXQXyyYvQ&feature=emb_title



2. Lietuviškos spaudos draudimas ir tautinis atgimimas:
https://www.youtube.com/watch?v=1YWYY4PtUCI&feature=emb_title

Ruled writing area with horizontal dashed lines.

1 dalis. Suprantant medijas. A. Medijų kraštovaizdis

5 PAMOKA. KODĖL REIKALINGA ŽURNALISTIKA?

SIEKTINI REZULTATAI

- Suprasti, ko siekia žurnalistai ir kodėl jie imasi žurnalistikos.
- Perprasti žurnalistų vaidmenį medijų ekosistemoje ir žurnalistikos svarbą demokratijos veikimui.
- Žinoti, kaip žurnalistai prisideda prie visuomenės gerovės, taip pat ir piliečių įgalinimo priimti geriausius sprendimus.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Žurnalistikos projektų kortelės
- Plakatai su užrašytomis žurnalistų nagrinėjamomis temomis
- Lipni juosta
- Rašiklis ir popieriaus lapai
- Kompiuteris, projektorius ir ekranas

TRUKMĖ

50 min. ⌚

Instruktoriaus pasiruošimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorių ir ekraną. Ant tuščių A4 popieriaus lapų užrašykite šešias demokratijai svarbiausias žurnalistų nagrinėjamas temas (Priedas Nr. 1) ir pakabinkite ant sienos užrašu į sieną.

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 10 minučių ⌚

Paklauskite dalyvių: Kokias temas nagrinėja žurnalistai? Kokios temos rūpi jums?

Galimi atsakymai į abu klausimus: sveikata, švietimas, sportas, kultūra, pramogos, transportas, politika, lygybė, teisėsauga, ekonomika, aplinkosauga, kariuomenė.

Paminėkite bet kokią jums rūpinčią temą ir rasime žurnalistą, kuris ją nagrinėja. Kai kurios temos labai sudėtingos, kai kurios panašesnės į pramogas. Pavyzdžiui, žurnalistai gali jums padėti sekti jūšų mėgstamiausios sporto komandos rezultatus ar nuspręsti, į kurį filmą eiti.

Tačiau žurnalistų darbas tai ne vien pagalba pasirenkant pramogas. Žurnalistika daug stipriau veikia mūsų gyvenimą. Žurnalistai dažniausiai renkasi savo profesiją, nes nori patobulinti savo aplinką: miestą, šalį, pasaulį. Tikriausiai girdėjote, kad jie neuždirba daug. Žurnalistai siekia atskleisti neteisybę arba nusikaltimus, palengvinti nuskriaustų visuomenės narių sunkumus. Jie taip pat suteikia mums

informacijos, kuri įgalina mus priimti geresnius sprendimus: pasirinkti geriausią mokyklą ar universitetą, balsuoti už sąžiningą politiką arba pasirinkti sveiką gyvenimo būdą. Dažnai žurnalistai dirba patirdami spaudimą „kepti“ reportažus ar istorijas greičiau. Kartais žurnalistai turi atlaikyti politikų ar reklamos užsakovų priekaištus, kurie nenori, kad tam tikros istorijos išvystytų dienos šviesą. Šiandienos pasaulyje mes vartojame ne tik žurnalistų sukurtą informaciją, bet ir pačius įvairiausius šaltinius. Žurnalistikos tradicijos Lietuvoje dar tik kuriasi, tiriamoji žurnalistika visai jauna. Tačiau čia dirbantys žurnalistai taip pat patiria daug kritikos ir spaudimo. Jie vaidino ir vaidina svarbų vaidmenį auginant visuomenės gerovę. Tarp informacijos kūrėjų norime matyti ir žurnalistus. Šioje pamokoje sieksime suprasti kokius ir kodėl. Šioje pamokoje pažvelgsime į tam tikrus Lietuvos žurnalistų projektus ir jų poveikį. Tačiau pirmiausia apie temas.

UŽDUOTIS NR. 1

15 minučių ⌚

Sudarykite tris mokymų dalyvių grupes. Išdalinkite žurnalistų nagrinėjamų temų sąrašą (Priedas Nr. 2) ir paprašykite surikiuoti sritis į eilę pagal svarbą demokratijai: nuo svarbiausios iki mažiausiai svarbios.

- Kiekviena grupė turi penkias minutes perskaityti sąrašą ir sudėti į eilę pagal svarbą.
- Kiekviena grupė išrenka atstovą pristatysiantį sąrašą auditorijai. Grupė padeda jam paruošti dviejų minučių pranešimą, kuriame rikiavimas argumentuotai paaiškinamas.

Praėjus penkioms minutėms kiekviena grupė turi dvi minutes pristatymui. Po pristatymų pratęskite diskusiją bendrai su abiem grupėmis.

Patarimai instruktoriui

Žurnalistų nagrinėjamų temų sąrašas yra nebaigtinis, ir jų rikiavimas pagal svarbą nėra ir negali būti galutinis. Eiliškumas gali skirtis priklausomai nuo laikmečio, šalies, socialinės padėties, ar žmogaus požiūrio į gyvenimą. Lietuvos medijų ekosistemoje rikiavimas gali atrodyti maždaug

taip: 1. Žmogaus teisių žurnalistika; 2. Politikos žurnalistika; 3. Karo ir gynybos žurnalistika; 4. Aplinkosaugos žurnalistika; 5. Teisėsaugos žurnalistika; 6. Sveikatos ir gyvenimo būdo žurnalistika; 7. Mokslo ir inovacijų žurnalistika; 8. Kultūros žurnalistika; 9. Sporto žurnalistika. 10. Sensacijų žurnalistika

Klausimai auditorijai

- Kurias žurnalistų darbo sritis kaip svarbiausias demokratijai įvertino visos grupės?
- Kurias, kaip ne svarbias?
- Kurios sritys sukėlė daugiausiai ginčų ir abejonių?
- Kokių dar žinote žurnalistų nagrinėjamų temų arba darbo sričių?

NUORODOS POKALBIUI

Vienos žurnalistų nagrinėjamos temos yra susijusios su demokratijos veikimu labiau nei kitos. Pavyzdžiui, politikos naujienos svarbesnės demokratijai nei mados žurnalistika. Tačiau tai nereiškia, kad apie kultūrą ar pramogas rašantys žurnalistai blogesni už žmogaus teisių pažeidimus atskleidžiančius žurnalistus.

Bet kurioje srityje dirbantys žurnalistas gali vadovautis žurnalistikos misija informuoti ir žurnalistikos standartais,

arba jais nesivadovauti. Pavyzdžiui, net ir iš pirmo žvilgsnio demokratijai ne svarbios sporto žurnalistikos atstovas gali atskleisti sporto nusikaltimą (korupciją skirstant pinigus, susitarimą dėl varžybų rezultatų) ir jo sukurtas turinys gali stipriai paveikti visuomenę ir demokratiją.

Tačiau dauguma žmonių sutaria, kad kai kurios žurnalistų nagrinėjamos temos yra svarbesnės demokratijai už kitas.

Atverskite šešias demokratijai svarbiausias žurnalistų darbo sritis/
nagrinėjamas temas:

1. Žmogaus teisių žurnalistika;
2. Politikos žurnalistika;
3. Karo ir gynybos žurnalistika;
4. Aplinkosaugos žurnalistika;
5. Teisėsaugos žurnalistika;
6. Sveikatos ir gyvenimo būdo žurnalistika

Išdalinkite atsitiktiniams dalyviams dvidešimt žurnalistikos projektų kortelių (Priedas Nr. 3), kuriose pristatyti Lietuvos žurnalistikos istorijai svarbūs darbai.

Žurnalistikos projektų kortelėse pateikiamas projekto pavadinimas, žiniasklaidos priemonės arba laidos logotipas, trumpas projekto ir jo poveikio (pakeistų įstatymų, išsaugotų gyvenimų, iš pareigų pasitraukusių pareigūnų ir t.t.) aprašymas.

Paprašykite dalyvių priskirti žurnalistikos projektus demokratijai svarbiausioms žurnalistų nagrinėjamoms temoms ir atsistoti prie ant sienos kabančių plakatų.

Paklauskite kelių dalyvių, ar jiems atrodo, kad projektas kortelėje, kurią jie gavo, atrodo svarbus demokratijai? O ar atrodo svarbus jiems patiems?

Tuomet išrinkite tris - keturis pranešėjus vaidmenų žaidimui.

Kiekvienas pranešėjas turės dvi minutes vaidinti žurnalistinio projekto jų kortelėse autorių, trumpai pristatyti projektą kortelėje ir atsakyti į jų klausimus prieš auditoriją. Tai turėtų skambėti maždaug taip: „Aš 15min.lt žurnalistas ir mano projektas apie Tamsiąją Mados pasaulio pusę nagrinėja merginų norinčių tapti modeliais bėdas.“

Po trumpo pristatymo paklauskite kiekvieno pranešėjo vaidinančio žurnalistą: Kokias temas dar nagrinėjate kaip žurnalistas?

Kokių sudėtingumų patiriate nagrinėdamas šias temas?

Paprašykite pranešėjų užduoti klausimų apie žurnalisto, kuriuo apsimeta, darbą vienas kitam.

Patarimai instruktoriui

Galimi atsakymai į klausimą, kokias temas dar nagrinėjate kaip žurnalistas?

1. Žmogaus teisių žurnalistika - socialinę atskirtį, skurdą, mažumų teises, darbo santykius.
2. Politikos žurnalistika - ekonomiką, transportą, rinkimus.
3. Karo ir gynybos žurnalistika - propaganda, šauktinių nepasitenkinimą.
4. Aplinkosaugos žurnalistika - klimato kaitą, užterštumą, nykstančias rūšis.
5. Teisėsaugos žurnalistika - politinė korupciją, vaikų teisių apsaugą.
6. Sveikatos ir gyvenimo būdo žurnalistika - virusus, farmacijos verslą, šamanizmą.

Priedas Nr. 1 - Šešios demokratijai svarbiausios žurnalistų temos

Užrašai ant plakatų

- Žmogaus teisių žurnalistika
- Politikos žurnalistika
- Karo ir gynybos žurnalistika
- Aplinkosaugos žurnalistika
- Teisėsaugos žurnalistika
- Sveikatos ir gyvenimo būdo žurnalistika

Priedas Nr. 2 - Dalomoji medžiaga - Žurnalistų nagrinėjamų temų sąrašas

- Politikos žurnalistika
- Sensacijų žurnalistika
- Sveikatos ir gyvenimo būdo žurnalistika
- Kultūros žurnalistika
- Karo ir gynybos žurnalistika
- Aplinkosaugos žurnalistika
- Sporto žurnalistika
- Teisėsaugos žurnalistika
- Žmogaus teisių žurnalistika
- Mokslo ir inovacijų žurnalistika

Priedas Nr. 3 - Dalijamoji medžiaga - Žurnalistikos projektų kortelės

Žmogaus teisių žurnalistika

Žiniasklaidos priemonė: LRT

Šaltinis/laida: Spalvos

Kūrinio pavadinimas: Gėjai tėčiai

Aprašymas: 2020 metais rodyta televizijos laida atskleidė homoseksualios šeimos gyvenančios santuokoje kasdienybę ir problemas. Laidoje pristatomos dvi Jungtinėje karalystėje gyvenančios homoseksualios šeimos auginančios vaikus. Nagrinėjamos problemos, su kuriomis jos susiduriama, visuomenėse, kur tokios santuokos leidžiamos.

Poveikis: Laida atvėrė diskusijai homoseksualių šeimų temą. Nepasitenkinimą itin stipriai išreiškė nepalankiai nusiteikę visuomenės atstovai, tačiau jų skundai turėjo atvirkštinį poveikį. Laida buvo pripažinta nepažeidusi Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo. Tokiu būdu tema legitimizuota visuomenės akyse..

Nuoroda:

<https://www.lrt.lt/mediateka/irasas/2000080626/spalvos-gėjai-teciai>



Series of horizontal dashed lines for writing notes.

Žiniasklaidos priemonė: LNK

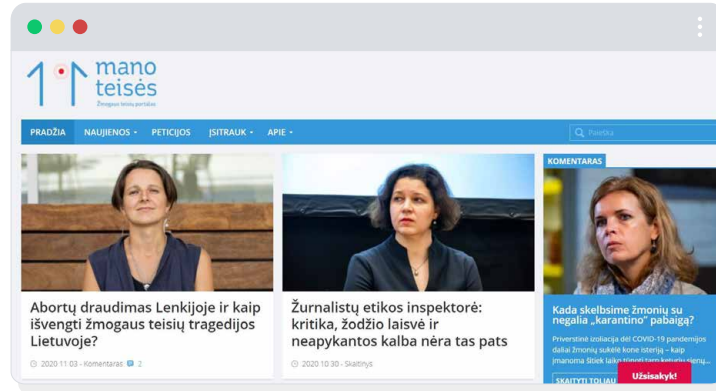
Šaltinis/laida: Info komentarai Kūrinio pavadinimas: Info komentarai

Aprašymas: 2019 metais rodyta televizijos laida pateikė anoniminį nuo seimo nario Mykolo Majausko nukentėjusios merginos liudijimą. Pasak liudijimo seimo narys išnaudojo savo, kaip vadovo padėtį ir seksualiai priekabiavo.

Poveikis: Seimo narys pasitraukė iš užimamų Seimo Savižudybių ir smurto prevencijos komisijos pirmininko pareigų. Laida atkreipė visuomenės dėmesį į visame pasaulyje vykstančius #MeToo skandalus ir įgalino kritiškiau vertinti priekabiautojus.

Nuoroda:

<https://manoteises.lt/straipsnis/i-makaraityte-atskleidus-m-majauska-seksualiniu-priekabiavimu-apkaltinusios-merginos-tap-atybe-ja-butu-suvalge/>



Politikos žurnalistika



Žiniasklaidos priemonė: LRT

Šaltinis/laida: Tyrimų skyrius

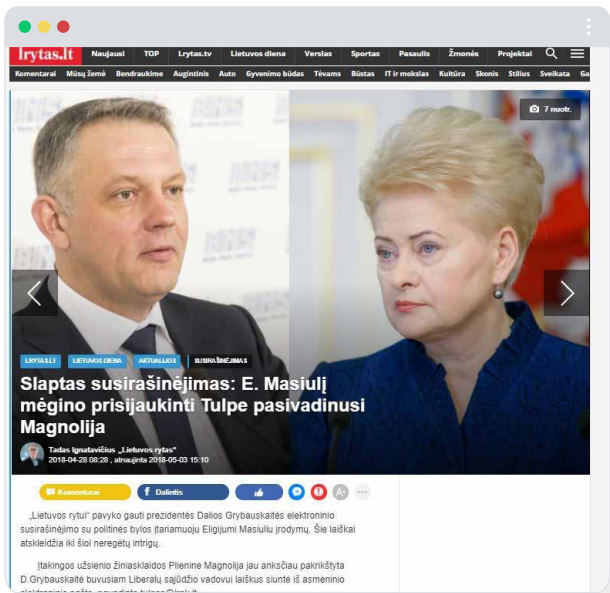
Kūrinio pavadinimas: Arvydą Vaitkų rinkimuose parėmusių verslininkų sėkmė uoste: verslo sąlygų gerinimas, žemė be konkursų ir laimėti pirkimai

Aprašymas: 2019 metais publikuotas straipsnis atskleidė Klaipėdos uosto vadovą Arvydą Vaitkų koprcinius nusikaltimus. Pasak žurnalistų Vaitkus nedeklaravo uosto verslininkų paramos Seimo rinkimuose ir vėliau išnaudojo uosto vadovo poziciją suteikdamas geresnes sąlygas rėmėjų verslui.

Poveikis: Arvydas Vaitkus buvo atleistas iš pareigų ir vėliau pripažintas pažeidęs tarnybinę etiką.

Nuoroda:

<https://www.lrt.lt/naujienos/lrt-tyrimai/5/244331/arvyda-vaitku-rinkimuose-paremusiu-verslininku-sekme-uoste-verslo-salygu-u-gerinimas-zeme-be-konkursu-ir-laimeti-pirkimai-ii-dalis>



Žiniasklaidos priemonė: lrytas.lt

Šaltinis/laida: Aktualijos

Kūrinio pavadinimas: Slaptas susirašinėjimas: E. Masiulį mėgino prisijaukinti Tulpe pasivadinusį Magnolija
Aprašymas: 2018-ais publikuotas straipsnis paviešino susirašinėjimą tarp vienos iš svarbių politinių partijų vadovo ir Prezidentės. Pasak žurnalisto, elektroniniuose laiškuose Prezidentė siekė daryti įtaką partijos sprendimams ir žiniasklaidai.

Poveikis: Straipsnis pradėjo didžiausią Lietuvos istorijoje skandalą vadinamą „MG Baltic“ skandalu. Atsistatydino ir buvo/yra teisiami aukšto rango politikai, verslo vadovai. Skandalas suteikė visuomenei galimybę pažvelgti į politinės ir žiniasklaidos korupcijos lygį šalyje.

Nuoroda:

<https://www.lrytas.lt/lietuvosdiena/aktualijos/2018/04/28/news/slaptas-susirasinejimas-e-masiuli-megino-prisijaukinti-tulpe-pasivadinusii-magnolija-6119263/>

Karo ir gynybos žurnalistika

Žiniasklaidos priemonė: YLE (Suomijos visuomeninė televizija)

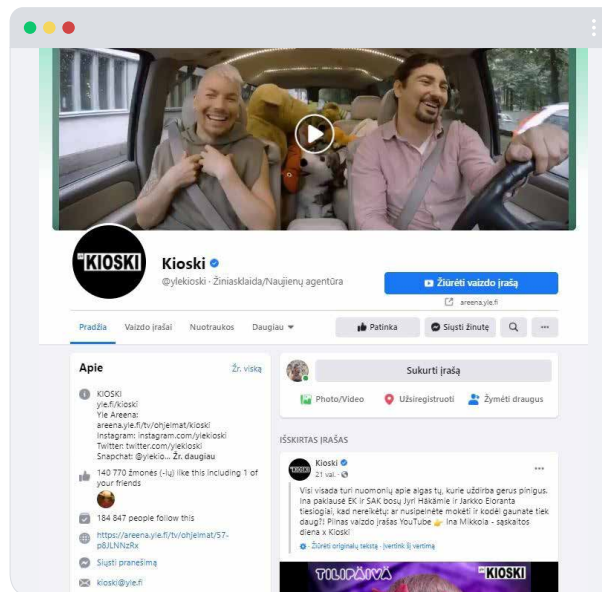
Šaltinis/laida: Kioski <https://www.facebook.com/ylekioski/>

Kūrinio pavadinimas: Yle Kioski Rusijos propagandos socialinėse medijose ištakas, medžiaga iš Trolių fabriko
Aprašymas: 2015 metais publikuotų tyrimų serija atskleidė, kaip veikia samdytų interneto komentatorių, taip vadinamų trolių fabrikas Sankt Peterburge, Rusijoje. Pasak žurnalistų, fabriko veikla turėjo didelę įtaką visuomenės nuotakoms Suomijoje.

Poveikis: Tyrimo autoriai tapo tų pačių trolių persekiojimo aukomis. Vėliau Suomijos teismas skyrė persekiojams laisvės atėmimo bausmes. Tyrimo rezultatai atkreipė užsienio žiniasklaidos dėmesį. Įvardintas, kaip pirmasis atvejys, kai Europos šalis ėmėsi priemonių prieš Kremliaus dezinformaciją socialinėse medijose.

Nuoroda:

<https://kioski.yle.fi/omat/jessikka-aros-prize-winning-stories-on-russian-propaganda>





Žiniasklaidos priemonė: Verslo žinios

Kūrinio pavadinimas: Auksiniai Kinijos investicijų antrankiai

Šaltinis/laida: Verslo žinios, Re:Baltica, Postimees

Aprašymas: 2019 metais atliktas tarptautinis tyrimas atskleidė, kad Kinija siekia nusipirkti strateginius infrastruktūros objektus Baltijos šalyse. Žurnalistų teigimu tokios investicijos kelia pavojų nacionaliniam saugumui.

Poveikis: Tyrimas atvėrė naują puslapį Baltijos šalių visuomenių požiūrio į Kiniją istorijoje. Lietuvoje prasidėjo protestai prieš ekonominę Kinijos ekspansiją ir žmogaus teisių pažeidimus šioje šalyje.

Nuoroda:

<https://www.vz.lt/transportas-logistika/2019/09/06/kinija-baltijos-salyse-iii-auksiniai-kinijos-investiciju-antrankiai>

Aplinkosaugos žurnalistika

Žiniasklaidos priemonė: Socialinės medijos Šaltinis/laida: Klaipėdos

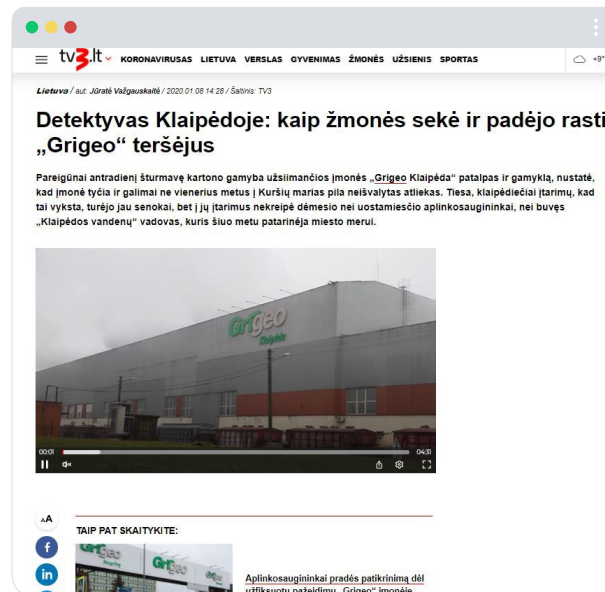
Marių Bendruomenė Kūrinio pavadinimas: Grigeo marių teršėjai

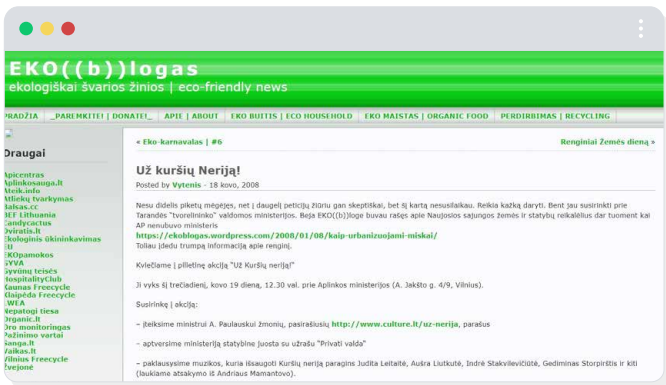
Aprašymas: 2019 metais vietos bendruomenės tyrimas atliktas bendradarbiaujant su aplinkosaugininkais atskleidė ekologinį nusikaltimą. Pasak aktyvistų, Kuršių marių pakrantėje veikianti įmonė Grigeo daugelį metų pylė kartono gamyklos nuotekas tiesiai į Kuršių marias.

Poveikis: Smarkiai sumažėjo Grigeo įmonės vertė. Nuteisti įmonės vadovai. Valstybės institucijos priėmė naujos taršos reguliavimo įstatymus.

Nuoroda:

<https://www.tv3.lt/naujiena/lietuva/1025516/detektyvas-klaipedoje-kaip-zmones-seke-ir-padejo-rasti-grigeo-tersejus>





Žiniasklaidos priemonė: LNK

Šaltinis/laida: Paskutinė instancija

Kūrinio pavadinimas: Nelegalios statybos Kuršių Nerijoje

Aprašymas: 2008 metais rodyta televizijos laidų serija pradėjo analizuoti nelegalios statybos Kuršių Nerijoje atvejus. Pasak žurnalistų, daugelis naujų statybų Kuršių nerijoje buvo pradėtos be reikalingų leidimų, o leidimai naudojantis korupciniais ryšiais sutvarkomi, kai pastatai jau stovi ir statybu inspektoriai nieko negali padaryti.

Poveikis: Laida atkreipė dėmesį į korupciją statybos versle. Per daugelį metų

Nuoroda:

<https://ekoblogas.wordpress.com/2008/03/18/uz-kursiu-nerija/>

Teisėsaugos žurnalistika

Žiniasklaidos priemonė: OCCRP

Šaltinis/laida: Siena.lt

Kūrinio pavadinimas: Per Austrijos banką buvo tuštinamos „Snoro“ bei Ukrainos bankų sąskaitos

Aprašymas: 2020 metais publikuotas tarptautinis tyrimas atskleidė, kad per „Meinl Bank“ buvo ištuštintos Lietuvoje uždaryto banko „Snoras“ sąskaitos. Žurnalistai teigia, kad žlugusio „Snoro“ savininkas Valerijus Antonovas iš trijų savo bankų per „Meinl Bank“ pavogė daugiau nei 110 mln. eurų.

Poveikis: „Meinl Bank“ pralaimėjo kovą teisme dėl Europos centrinis banko sprendimo panaikinti licenciją ir paskelbė apie bankrotą.

Nuoroda: <https://www.siena.lt/blog/meinl-bank-tyrimas>



Žiniasklaidos priemonė: Respublika

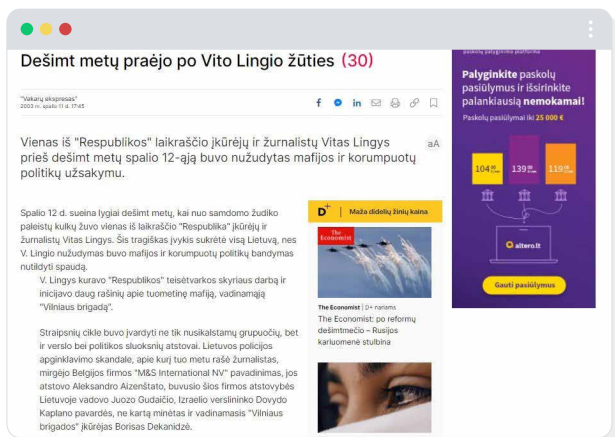
Šaltinis/laida: Kriminalai

Kūrinio pavadinimas: Vilniaus brigados vadeivos

Aprašymas: 1990 - 1993 metais publikuotų straipsnių serija skelbė detales apie Vilniaus kriminalinius nusikaltėlius. Žurnalistai pirmieji pavišino, kas vadovauja tuo metu veikusiai nusikalstamai grupuotei „Vilniaus brigadai“, atskleidė jų veiklos metodus.

Poveikis: Tyrimus pradėjo teisėsaugos institucijos. 1993 metais vienas iš žurnalistų, Vitas Lingys buvo nužudytas. Vėliau nužudymo užsakovu įvykdyta mirties bausmė. Atkreipė visuomenės dėmesį į Lietuvoje veikusios mafijos galia.

Nuoroda: <https://www.delfi.lt/news/daily/lithuania/desimt-metu-praejo-po-vito-lingio-zuties.d?id=2987295>



Sveikatos ir gyvenimo būdo žurnalistika

Žiniasklaidos priemonė: TV3

Šaltinis/laida: Gyvenimas yra gražus

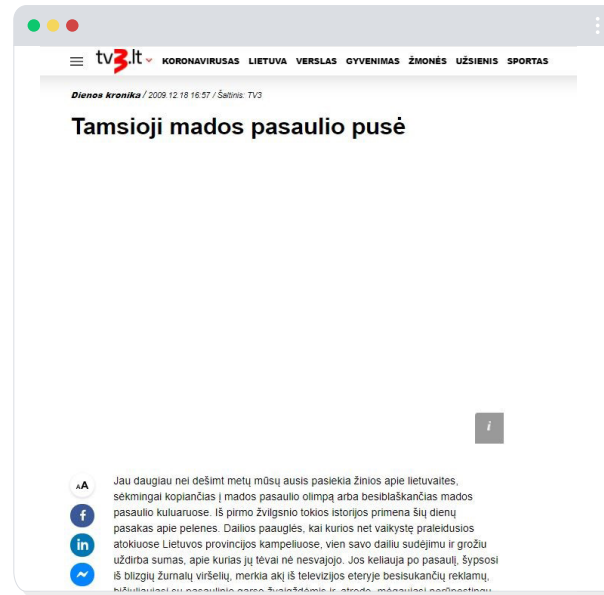
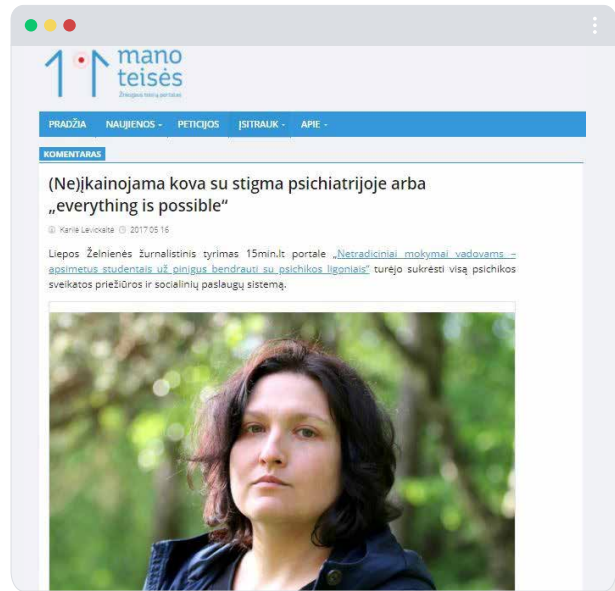
Kūrinio pavadinimas: Tamsioji mados pasaulio pusė

Aprašymas: 2009 metais transliuotojo televizijos laidoje atskleista, kaip merginas traumuoja įsitraukimas į mados pasaulį. Laida pasakoja apie į užsienį išvykusias modeliais dirbti siekusias merginas. Pasak jų didelė jų dalis įklimpsta į narkotikus, alkoholį, pasiduoda pagyvenusių milijonierių vilionėms, arba greitai grįžta dėl sveikatos sutrikimų.

Poveikis: Laida paskatino publikacijų bangą apie modelio karjerą pasirinkusias merginas iš Lietuvos. Išaugo visuomenės susidomėjimas valgymo sutrikimais. Nevyriausybinių organizacijos pradėjo organizavo socialines informavimo kampanijas apie kūno tausojimą.

Nuoroda:

<https://www.tv3.lt/naujiena/pramogos/324948/tamsioji-mados-pasaulio-puse>



Žiniasklaidos priemonė: TV3

Šaltinis/laida: Gyvenimas yra gražus

Kūrinio pavadinimas: Tamsioji mados pasaulio pusė

Aprašymas: 2009 metais transliuotojo televizijos laidoje atskleista, kaip merginas traumuoja įsitraukimas į mados pasaulį. Laida pasakoja apie į užsienį išvykusias modeliais dirbti siekusias merginas. Pasak jų didelė jų dalis įklimpsta į narkotikus, alkoholį, pasiduoda pagyvenusių milijonierių vilionėms, arba greitai grįžta dėl sveikatos sutrikimų.

Poveikis: Laida paskatino publikacijų bangą apie modelio karjerą pasirinkusias merginas iš Lietuvos. Išaugo visuomenės susidomėjimas valgymo sutrikimais. Nevyriausybinių organizacijos pradėjo organizavo socialines informavimo kampanijas apie kūno tausojimą.

Nuoroda:

<https://www.tv3.lt/naujiena/pramogos/324948/tamsioji-mados-pasaulio-puse>

SIEKTINI REZULTATAI

- Gebėti atskirti faktus nuo nuomonių
- Suprasti kada naudojami vieni ir kiti, kokių tikslų siekiama

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Kolonėlės garsui
- Dalijamoji medžiaga
- Popieriaus lapas, rašikliai ir lipukai

TRUKMĖ

50 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Paklauskite dalyvių - kas yra žurnalistika? Lietuvių žodynas teigia, kad žurnalistika yra

1. "visuomeninės veiklos sritis," apimanti aktualios socialinės informacijos rinkimą, dorojimą ir platinimą masinėmis informacijos priemonėmis;
2. žurnalistinės veiklos produkcija: laikraščiuose, žurnaluose išspausdinti straipsniai, radijo ir televizijos laidos"

Apibrėžimas sako, kad informacija yra renkama, dorojama ir platinama. Ar tai reiškia, kad žurnalistika yra tik apie faktus? Žurnalistika yra ir nuomonės apie faktus.

Šiandien pasigilinsime, kuo skiriasi faktai nuo nuomonių, kada yra naudojami vieni, o kada kiti ir kodėl kartais taip sunku juos vieng nuo kito atskirti.

Klausimai auditorijai

5 min.

- Prieš tai padiskutuokime, kuo skiriasi teiginys, išsakantis nuomonę ir išsakantis faktą?

TEMOS POKALBIUI

10 min.

Padėkite auditorijai prieiti prie šių išvadų:

- Nuomonė yra tikėjimas arba požiūris. Ji gali būti paremta faktais, tačiau nuomonė negali būti nei tiesa nei melas. Pavyzdžiui, mano nuomone, Klaipėdoje gyventi yra geriau nei Utenoje.
- Faktinis teiginys yra tai, kas gali būti patikrinta - ar tai tiesa, ar ne. Pavyzdžiui, Klaipėda turi Baltijos jūros krantą,

- o Utena ne. Šiuo faktiniu teiginiu galiu paremti savo nuomonę, kodėl Klaipėdoje gyventi yra geriau.
- Kita vertus, kai kurie faktiniai teiginiai gali būti klaidingi. Pavyzdžiui, Klaipėdoje gyvena mažiau žmonių nei Utenoje, todėl Klaipėdoje gyventi geriau. Ar Klaipėdoje tikrai gyvena mažiau žmonių? Tą galime patikrinti remdamiesi įvairiausiais šaltiniais, pavyzdžiui, Statistikos departamentu.

- Kai žurnalistai pateikia faktus, visada turėtų nurodyti jų šaltinį. Kai pateikia nuomonę, auditorija turi aiškiai

suprasti, kad tai - nuomonė. Deja, praktikoje tas nutinka ne visada.

Taigi pamėginkim atskirti faktus ir nuomones.

PIRMOJI UŽDUOTIS

20 min. ⌚

Pažiūrėkime kelis medijos turinio pavyzdžius ir pabandykime atskirti, kur pateikti faktai, o kur nuomonės.

- Ištrauka iš žinomo blogerio Ričardo Savukyno, dar kitaip žinomo kaip Rokiškio Rabinovičiaus, turinčio apie 17 tūkst. sekėjų, įrašo Facebook. Perskaitykite tekstą.

Perskaitytą tekstą užduokite auditorijai klausimą:

- Faktas ar nuomonė, kad eteriniai aliejai nepadeda nuo virusų?

Padiskutuokite, kodėl. Jeigu tai nuomonė, iš kur tą žinome. Jeigu tai faktas, iš ko mes žinome?

- Perskaitykite ištrauką iš portalo LRT.lt publikuoto teksto.

Paklauskite šių klausimų:

- Faktas ar nuomonė, kad karantinas Lietuvoje pratęstas iki balandžio 13 dienos?
- Faktas ar nuomonė, kad Vyriausybė nutarė sukurti specialų komitetą krizės valdymui?

Kuo remdamiesi sprendžiame, faktas ar nuomonė?

- Pažiūrėkite trumpą ištrauką iš Andriaus Tapino laidos "Laikykitės ten" (priedas nr. 2).

Su auditorija pamėginkite rasti atsakymus į šiuos klausimus:

- Faktas ar nuomonė, kad Klaipėda aiškinosi, ar jai reikia tramvajaus?
- Faktas ar nuomonė, kad Andrius Tapinas už dvigubai trumpiau ir mažiau galėjo pasakyti, kad Klaipėdai tramvajaus nereikia?
- Faktas ar nuomonė, kad Klaipėdos valdininkai džiaugėsi, jog praėjusiais metais buvo "mestos" didelės lėšos, kad būtų detalai atsakyta, ar miestui reikia tramvajaus?
- Faktas ar nuomonė, kad Klaipėdos valdžia planuoja paklausti, ar reikia nedidelio kosmodromo prie Rimkų?
- Faktas ar nuomonė, kad Večiaslavo (Ženios) Titovo sponsoriai paremtų klausimą, ar reikėjo Lietuvai į NATO?
- Faktas ar nuomonė, kad už pusantro milijono Klaipėdos valdžia lauks atsakymo į klausimą, ar nereikėtų sukeisti žvejo ir Anikės skulptūrų?

Klausimai auditorijai

- Ar sudėtinga atskirti faktus nuo nuomonių?
- Jeigu taip, kodėl?



NUORODOS POKALBIUI

Naujienos paprastai yra sudaromos vien iš faktų. Naujienu tikslas jus informuoti. Naujienose taip pat gali būti atspindėtos kitų žmonių nuomonės, tačiau ne teksto autoriaus. Kita vertus, žurnalistikoje yra ir kitas žanras, vadinamas komentaru. Jame žurnalistai gali pateikti savo įvykių vertinimą. Komentaruose

žurnalistai gali panaudoti vertinančių teiginių, kuriuos paprastai grindžia faktais. Tik faktai šįkart skirti ne informuoti visuomenę, tačiau pagrįsti nuomonę ir, galiausiai, paveikti auditoriją.

ANTRA UŽDUOTIS

10 min. ⌚

Remdamiesi lentele aptarkite matytus pavyzdžius. (Dalijamoji medžiaga nr. 1) Vienam pavyzdžiui parinkite kelis punktus. Pavyzdžiui, kokias emocijas skatina blogerio Ričardo Savukyno

įrašas? Arba koks yra LRT.lt portale pasirodžiusio teksto tikslas? Arba koks požiūris į istorijos veikėjus vyrauja Andriaus Tapino laidoje?

TREČIOJI UŽDUOTIS

10 min. ⌚

Pamokos pabaigoje su auditorija pažaiskite trumpą žaidimą. Išdalykite auditorijai lipukų ir rašiklių. Ant didelio popieriaus lapo parašykite žemyn mažėjančia tvarka skaičius nuo vieno iki dešimt. Skaidrėse rodysite dešimt teiginių ir auditorijai reikės parašyti ant lapukų, tai faktas, nuomonė ar sunku įvertinti, ir priklijuoti ant lapo prie skaičiaus savo pasirinkimą.

Po kiekvieno teiginio aptarkite, kokį atsakymą pasirinko auditorija, ir supažindinkite su teisingu atsakymu bei kodėl jis toks.

Teiginiai bus šie:

1. (...) "Naujesiems religiniams judėjimams priskiriami ir Jehovos liudytojai, Krišnos sąmonės bendrija bei kitos visuomenėje sektomis vadinamos organizacijos."

Atsakymas: Sunku pasakyti

Sakinyje matomi du teiginiai. Pirmasis, kad Naujesiems religiniams judėjimams yra priskiriami Jehovos liudytojai ir Krišnos sąmonės bendrija. Antrasis, kad šiai grupei yra priskiriamos ir kitos visuomenėje sektomis vadinamos organizacijos.

Autorė teigia, kad išvardinti religiniai judėjimai visuomenėje yra vadinami sektomis, tačiau nepateikia jokie šaltinio, kuris galėtų tą pagrįsti. Galimai autorė pateikia savo asmeninį požiūrį, religines bendrijas pavadindama sektomis.

2. "50,35 Eur, – štai tiek viename Lietuvos prekybos tinklų šiandien kainuoja 4 litrai dezinfekcinio rankų skysčio."

Atsakymas: Faktas

Skaičiai, aiškios aplinkybės

3. "Karantinas – tai ne pramoga, ne smagios atostogos, per kurias galima burtis, linksintis, bendrauti."

Atsakymas: Nuomonė

Citatoje pateikiama asmeninė žmogaus nuomonė, kas, jo supratimu, yra karantinas.

4. "Koronaviruso pandemijos akivaizdoje liepsnoja broliška meilė."

Atsakymas: Sunku pasakyti/ Nuomonė

Sakinyje vartojamus būdvardžius, epitetus, palyginimus visada reikia vertinti skeptiškai, norint suprasti skelbiamas faktas ar nuomonė.

5. "A. Verygos politika tildyti rodančius, į kokią pražūtį veda jo klaidos, niekam iš valdančiųjų neužkliuvo."

Atsakymas: Nuomonė

Tekste gausu vaizdingų išsireiškimų.

6. Italijos legendinis krepšininkas Dino Meneghinas emociškai pasisakė apie jaudinančią padėtį savo tėvynėje, kenčiančią nuo koronaviruso.

Atsakymas: Sunku pasakyti

Iš vieno pusės turime faktą, kad krepšininkas pasisakė, iš kitos pusės sakinyje naudojama daug vaizdingų žodžių, kurių į faktų kategoriją pridėti negalima - "jaudinanti padėtis", "kenčiančią tėvynę".

7. "Italijoje karantinas nurodo apsipirkti parduotuvėse, kurios nenutolę daugiau nei per 400 metrų nuo gyvenamosios vietos."

Atsakymas: Faktas

Nurodomas informacijos šaltinis, aiškios detalės, nenaudojami vaizdingi apibūdinimai.

8. "Minių užvaldė baimė."

Atsakymas: Nuomonė

Autorius pateikia savo požiūrį į problemą.

9. "Lietuva yra viena daugiausia karantinuočių ir izoliuotų medikų turinti valstybė Europoje."

Atsakymas: Sunku pasakyti

Teiginys skamba lyg faktas, tačiau yra vienas bet - išsireiškimas "yra viena daugiausia". Toks pasakymas yra neapibrėžtas ir gali būti naudojamas įspūdžiui sudaryti. Žurnalistai iš 15min patikrino*, ar šis faktas yra tiesa ir nustatė, kad jo neįmanoma patikrinti. Vadinasi, teiginys negali būti laikomas faktu, tačiau ir nuomone jo nepavadinasi.

10. "Šmaikštumas puošia paauglius, bet ne buvusius prezidentus."

Atsakymas: nuomonė

Asmuo pateikia savo nuomonę apie tai, ar dera buvusiems prezidentams būti šmaikštiems.

APIBENDRINIMAS

Po žaidimo apibendrinkite, kad auditorijai yra svarbu skirti faktus nuo nuomonių - faktai pristato realybę, o nuomonės pateikia faktų

vertinimą. Nuomonės negali būti nei teisingos, nei neteisingos, tuo metu faktai gali būti teisingi arba melagingi.

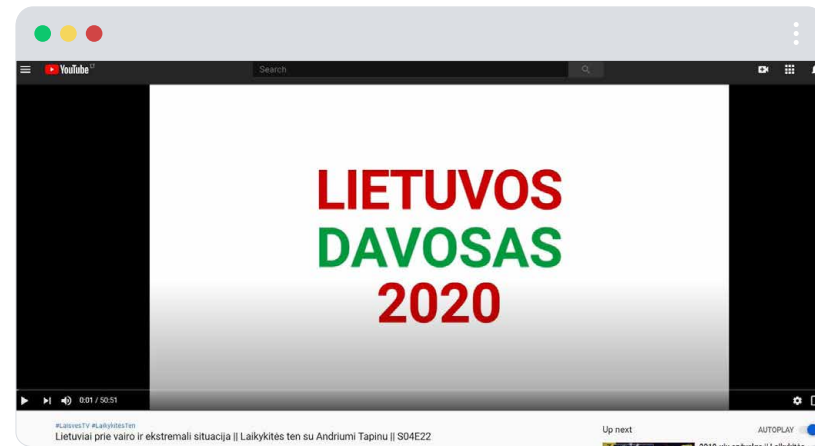
* <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/tiesa-ar-melas-g-landsbergis-lietuva-yra-viena-daugiausiai-karantinuoju-ir-izoliuotu-mediku-turinti-valstybe-europoje-56-1294334>

Dalijamoji medžiaga

1. Faktų ir nuomonių skirtumų lentelė

TURINYS	NAUJIENA, FAKTAI	NUOMONĖS
Turinio forma:	Informacinė	Daranti įtaką
Naudojami faktai ar nuomonės?	Daugiausia faktai. Nuomonės yra priskiriamos kalbėtojams, žurnalisto nuomonė nepateikiama.	Autorius išreiškia savo nuomonę. Kokybiškai išreikštos nuomonės yra grindžiamos faktais.
Tikslas	Informuoti	Paveikti įsitikinimus, požiūrį
Kokias emocijas skatina?	Norą sužinoti, susidomėjimą, mokymąsi	Baimę, pyktį, susirūpinimą
Kaip kuriamas?	Apibūdinimas ir palyginimas	Argumentai, apibūdinimas, palyginimas, žaidžiama emocijomis
Koks yra vyraujantis požiūris į turinio subjektus? (tuos, apie kuriuos rašo, kalba, rodo)	Neutralus	Pozityvus arba negatyvus
Kokia informacija yra pateikiama?	Tiksliai, išbaigta, skaidri.	Sąmoningai atrinkta, neišbaigta. Jeigu kokybiškai pateikta - tiksliai.
Koks yra galimas poveikis auditorijai?	Auditorija informuota	Pasikeitęs auditorijos požiūris, gali būti paskatinta veikti, taip pat - informuota.

2. Lietuviai prie vairo ir ekstremali situacija ||
 Laikykitės ten su Andriumi Tapinu || S04E22:
https://www.youtube.com/watch?v=sznJwJ_gugw&feature=emb_title





MOKYMOSI TIKSLAI

- Susipažinti su žurnalistų etikos kodeksu
- Suprasti, kaip jis veikia praktiškai

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Rašikliai ir popieriai
- Medžiaga padalyti

TRUKMĖ

50 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

25 min. ⌚

Paklauskite auditorijos, kokius informacijos kūrėjus jie gali išvardyti? (Pagalbai: draugai, blogeriai, vlogeriai, influenceriai, šeima, žurnalistai)

Paklauskite, kuo skiriasi žurnalistai nuo visų kitų? Atsakymus užsirašykite. (Pagalbai: jie, teikdami informaciją, vadovaujasi žurnalistų etikos kodeksu, taip įstatymais)

Reziumuokite pamokos tikslą:

“Šiandien susipažinsime su žurnalistų etikos kodeksu ir padiskutuosime, kodėl jis yra svarbus. Sužinosime, kad rašydami pagal jį žurnalistai surenka ir informaciją pateikia taip, kaip, tikėtina, to nedaro jokie kiti informacijos skleidėjai - blogeriai, vlogeriai, influenceriai ir kiti.”

PIRMOJI UŽDUOTIS

5 min ⌚

Paprašykite dalyvių pagalvoti ir užrašyti, kas jiems yra kokybiška žurnalistika.

Paraginkite keletą jų pasidalinti savo atsakymais. Pamėginkite sugrupuoti gautus atsakymus (pagalbai: atsakymai galėtų būti po “tiesos”, “objektyvumo”, “greičio” ir kitais skėčiais).

Pasakykite auditorijai, kad dauguma šių principų yra įdėti į Visuomenės informavimo etikos kodeksą, kuriuo turi vadovautis žurnalistai. Kartu priminkite jiems, kad profesijos etikos kodeksą turi ir teisininkai ar daktarai

Paaiškinkite jiems, kad žurnalistai Lietuvoje vadovautis turi ne tik Visuomenės informavimo etikos kodeksu, tačiau ir Visuomenės informavimo įstatymu. Papasakokite, kuo šie skiriasi*. Taip pat galite pridėti, kad skirtingos Lietuvoje veikiančios redakcijos papildomai turi atskirus etikos kodeksus. Pagal Visuomenės informavimo etikos kodeksą, tai yra privalu.

Padalykite Visuomenės informavimo etikos kodeksą ir duokite laiko jį apžvelgti (priedas Nr. 2).

Klausimai

10 min.

- Ką manote apie šį sąrašą?
- Kodėl šie straipsniai yra svarbūs?
- Kurie punktai atrodo patys reikšmingiausi?
- Ar norėtumėte ką nors į šį sąrašą pridėti?

* Visuomenės informavimo įstatymo laikymąsi prižiūri Žurnalistų etikos inspektorius tarnyba - valstybinė institucija. Ji priima sprendimus dėl įstatymo pažeidimų (garbės ir orumo, teisės į privataus gyvenimo apsaugą, asmens duomenų tvarkymo ir pan.). Visuomenės informavimo etikos komisija, vadovaudamasi Visuomenės informavimo etikos kodeksu, sprendžia dėl profesinės etikos pažeidimų.

ANTROJI UŽDUOTIS

20 min. ⌚

Padalykite dalyvius į dvi grupes, duokite jiems pranešimų pavyzdžių (Priedai Nr. 3 ir 4).
Taip pat duokite po lentelę kiekvienai grupei (Priedas Nr. 5).
Pasakykite grupėms, kad dabar joms teks įsikūnyti į Visuomenės

informavimo etikos komisiją ir vertinti, ar autoriai tekstuose nepažeidė žurnalistų etikos kodekso. Tą padaryti padės lentelė, kurioje klausiama, kaip pranešimuose yra įgyvendinti tam tikri punktai, privalomi etiškai žurnalistikai. (Plačiau žiūrėti priede Nr. 5).

Klausimai

10 min.

- Kurių punktų buvo laikomasi, o kurių ne?
- Kaip skyrėsi pranešimas A ir tekstas B pagal žurnalistų etiką?
- Ką galėtumėte pasakyti apie duotų pranešimų kokybę?
- Kuriuo pranešimu labiau pasitikėtumėte ir kodėl?

Detaliau padiskutuokite, kaip užpildėte lentelę (priedas Nr. 5).

- Jeigu turite laiko, aptarkite kiekvieną punktą atskirai, kas buvo rasta ir kas ne
- Kiek balų surinko pranešimai?
- Pasidalykite, kad Visuomenės informavimo etikos komisija *Klaipėdos dienos* tekstą įvertino kaip neetišką* ir, jeigu bus proga, pagirkite taip pačiai manusių grupelę :)

APIBENDRINIMAS

5 min.

Darsyk paklauskite, kuo žurnalistai skiriasi nuo kitų informacijos kūrėjų?

Papildykite anksčiau gautus atsakymus naujais.

Apibendrinkite:

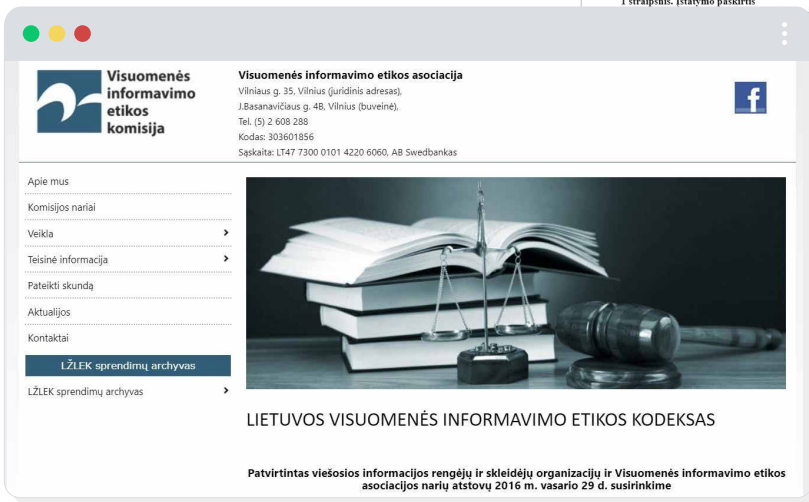
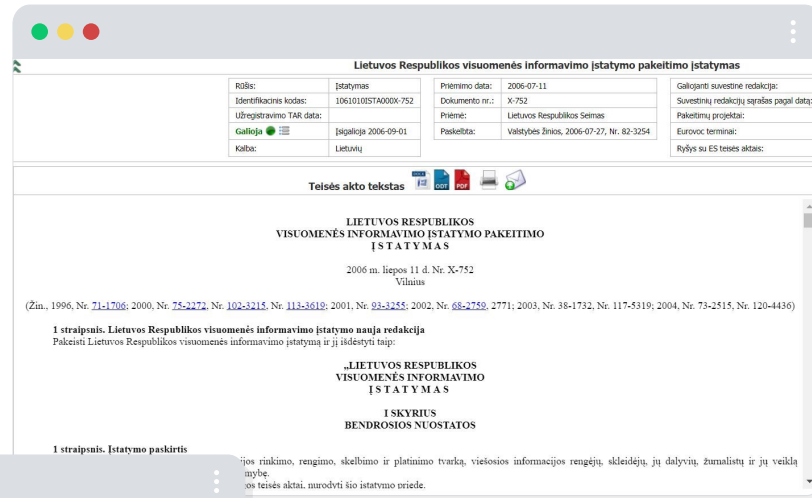
“Kaip ir kitos profesijos, žurnalistai turi savo darbo kodeksą, kuris leidžia jiems atlikt aukščiausios kokybės žurnalistiką - tikslią, patikimą, skaidrią.

Suprasdami, kokiais principais rinkdami ir pateikdami informaciją vadovaujasi žurnalistai, galime geriau įvertinti vartojamų naujienų kokybę. Šiandien mes įgavome gilesnį supratimą apie žurnalistų profesiją ir pamatėme geros bei prastos žurnalistikos pavyzdžius.”

* Visuomenės informavimo etikos komisijos 2020-02-11 sprendimas Nr. EKS-05/20

Valdo Kvedaro publikacijoje „Lietuvos geležinkeliai“ luština verslo kišenės“ („Klaipėda“, diena.lt, 2019-08-08) buvo pažeistas Lietuvos visuomenės informavimo etikos kodekso 4 straipsnis, nustatantis, jog žinios ir nuomonės turi būti aiškiai skiriamos, o žurnalistai, viešosios informacijos rengėjai ir sklaidėjai privalo užtikrinti, kad nuomonė būtų reiškiamą sąžiningai ir etiškai, sąmoningai neiškreipiant faktų ar duomenų, ir 20 straipsnis, nustatantis, jog neigiamai kritikuojamam asmeniui visada turi būti suteikta galimybė paaiškinti, patikslinti, paneigti informaciją, o jeigu tokios galimybės nėra arba asmuo atsisako pasinaudoti šia galimybe, būtina apie tai pranešti tame pačiame kūrinyje.

1. Visuomenės informavimo įstatymas - <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.280580>

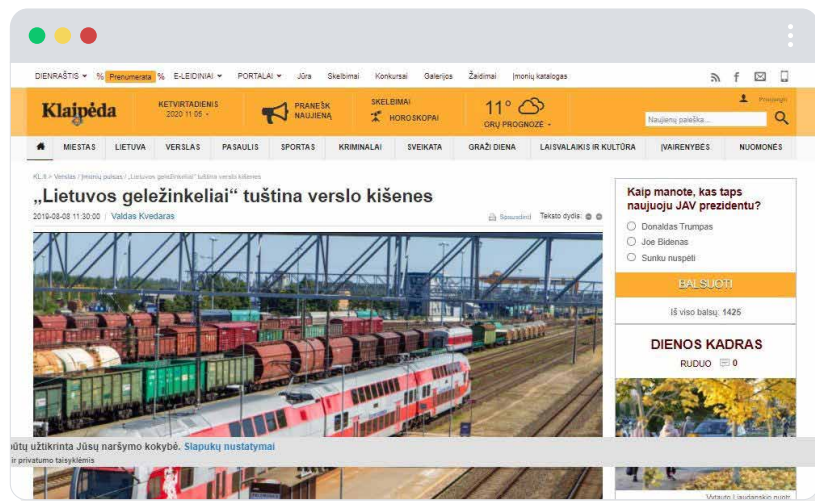


2. Visuomenės informavimo etikos kodeksas - <http://www.etikoskomisija.lt/teisine-informacija/etikos-kodeksai/item/215-visuomenes-informavimo-etikos-kodeksas>

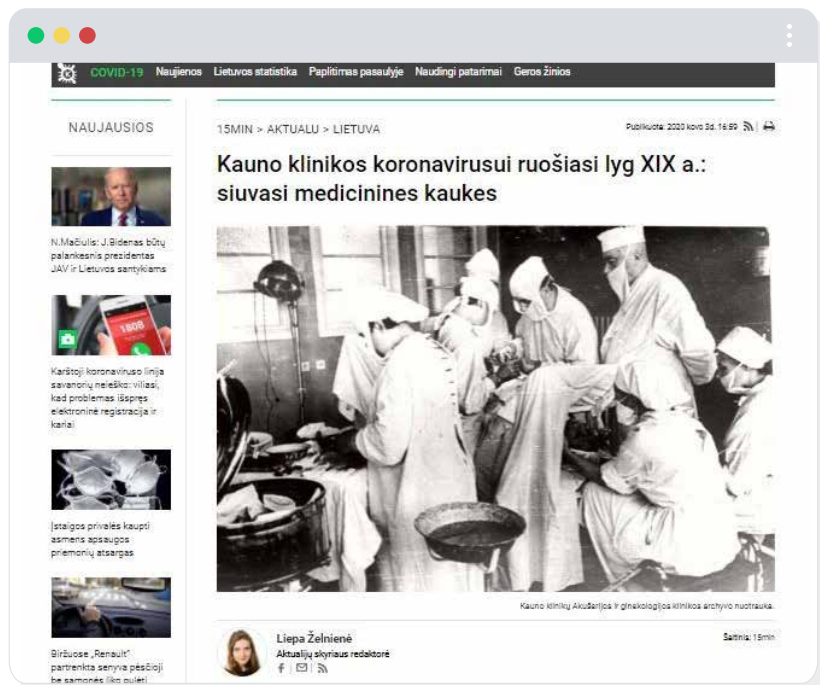


A series of horizontal dashed lines for taking notes, starting from the top right of the page and extending downwards.

3. Tekstas A:
<https://klaipeda.diena.lt/naujienos/verslas/imoniu-pulsas/lietuvos-gelezinkeliai-tus-tina-verslo-kisenes-925583>



4. Tekstas B
<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/kauno-klinikos-koronavirusui-ruosia-si-lyg-xix-a-siuvasi-medicinines-kaukes-56-1284744>



5. Lentelė aptarti (žemiau):



Žurnalistų etikos kodeksas praktikoje - lentelė

	Naujienoje, parengtoje pagal kodeksą, turėtų būti:	Taip ar ne? Kodėl?	Jeigu aišku ne iki galo, kodėl? Ko trūksta?	Vertinimo balai: 2 = Laikomasi kodekso 1 = Iš dalies laikomasi 0 = Nesilaikoma
Tikslumas	Naujienos antraštė, nuotrauka ir tekstas yra vieni kitus papildantys.			
	Kur tik galėjo, žurnalistas naudojo pirminį, o ne antrinius šaltinius.			
	Aprašomi įvykiai nėra interpretuoti arba supaprastinti.			
	Grupėms ar jų nariams įvardyti vengiami naudoti stereotipai.			
Išbaigtumas	Pagrindinių klausimų 6-ukas: kas (įvyko)? Kur? Kada? Kas (dalyvavo)? Kodėl? Kaip?			
Faktų ir nuomonių atskyrimas	Nuomonės turi būti priskirtos aiškiai įvardytiems šaltiniams.			
	Rašant apie naujieną žurnalistas nepateikia savo vertinimo (nuomonės).			
Nuomonių balansas	Žurnalistas pateikia nuomonių, atstovaujančių skirtingas pozicijas, įvairovę.			
	Jeigu asmuo nesutiko komentuoti, žurnalistas privalo apie tai informuoti.			

1 dalis. Suprantant medijas. B. Besikeičianti medių aplinka
1 PAMOKA. NAUJOS MEDIJŲ FORMOS IR POKYČIAI TRADICINĖSE MEDIJOSE

SIEKINI REZULTATAI

- Išmokti kritiškai vertinti paskutinių dviejų dešimtmečių informacijos ekosistemos (taip pat ir auditorijos) pokyčius.
- Sužinoti daugiau apie žurnalistikos prienamumą vartotojams ir prastėjančias žiniasklaidos ekonomines sąlygas.
- Suprasti, kaip atpažinti žurnalistiką pagal tam tikrus požymius, nors klausimą „kas yra žurnalistas“ atsakyti tampa vis sunkiau.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Lipukai
- Žymikliai
- Informacinių pranešimų pavyzdžiai
- Kompiuteris, projektorius ir ekranas

TRUKMĖ

1 valanda ⌚

Instruktoriaus pasiruošimas

Atspausdinkite **Informacijos istorijos laiko juosta** horizontaliai ant penkių-šešių A4 formato lapų ir pakabinkite juos į eilę ant lentos ar sienos. (Priedas Nr. 1) Pasitikrinkite, ar tikrai laiko juostos eiliškumą sudėliojote teisingai.

Ant lipnių lapukų užrašykite po vieną iš žemiau pateiktų komunikacijos priemonių. Sumaišykite lapukus ir padėkite juos ant stalo arba sienos. Lapukai turėtų būti lengvai pasiekiami mokymų dalyviams.

Komunikacijos priemonės/technologijos

- Rašymas ant molio lentelės
- Papirusas
- Rankomis rašyta knyga
- Spausdinta knyga
- Paštas
- Laikraštis
- Telegrafas
- Telefonas
- Filmas
- Radijas
- Mėgėjiškas radijas
- Televizija
- Kabelinė televizija
- Internetas
- Elektroninis paštas
- Google
- Facebook
- YouTube
- Twitter
- Išmanusis telefonas
- Whatsapp
- Planšetinis kompiuteris
- Instagram
- Snapchat
- Virtualios tikrovės žurnalistika

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Šiandien apžvelgsime, kaip per amžius keitėsi medijos. Tai svarbu norint išmokti atskirti tiesą nuo melo arba taip vadinamų melagingų

naujiųjų žiniasklaidoje. Pasikeitė ne tik naujiųjų kiekis ir kaip jos mus pasiekia, tačiau ir atskyrimas tarp žurnalistų ir auditorijos.

Patarimai instruktoriui

Pamokos metu skirkite laiko dalyvių atgaliniam ryšiui. Tai galėtų skambėti maždaug taip: „Ką manote apie šias komunikacijos

priemonės?“ „Kurias iš jų galėtume vadinti medijomis?“ „Kurios iš jų yra žiniasklaidos priemonės?“ Tai padės pasirinkti temas, kurioms turėtume skirti daugiau dėmesio tolimesnėse pamokose.

UŽDUOTIS NR. 1

5 minutės ⌚

Išdalinkite dalyviams po vieną lipnų lapelį su užrašytais komunikacijos priemonėmis.

Dalyvių užduotis priklijuoti lapelius ant sienos ar lentos kabančioje laiko juostoje. Prie laiko juostoje pažymėtų metų priskiriamos komunikacijos priemonės pagal atsiradimo datą.

Prie apytikslų pažymėtų komunikacijos priemonės atsiradimo/ atradimo metų ant sienos arba lentos kabančioje laiko juostoje.

Jeigu dalyviai nori, leiskite jiems pridėti papildomas komunikacijos priemones.

Atsakymai

Rašymas ant molio lentelės	- 3000 p.m.e.	Internetas	- XX amžiaus 7 dešimtmetis
Papyrusas	- 2400 p.m.e.	Elektroninis paštas	- XX amžiaus 8 dešimtmetis
Rankomis rašyta knyga	- 100	Google	- 1998
Spausdinta knyga	- XIV amžiaus 3 dešimtmetis	Facebook	- 2004
Paštas	- VI amžius	YouTube	- 2005
Laikraštis	- XVII amžiaus 1 dešimtmetis	Twitter	- 2006
Telegrafas	- XIX amžiaus 3 dešimtmetis	Išmanusis telefonas	- 2007
Telefonas	- XIX amžiaus 7 dešimtmetis	Whatsapp	- 2009
Filmas	- XIX amžiaus 8 dešimtmetis	Planšetinis kompiuteris	- 2010
Radijas	- XIX amžiaus 9 dešimtmetis	Instagram	- 2010
Megėjiškas radijas	- XX amžiaus pradžia	Snapchat	- 2011
Televizija	- XX amžiaus 3 dešimtmetis	Virtualios tikrovės žurnalistika	- 2015
Kabelinė televizija	- XX amžiaus 5 dešimtmetis		

Klausimai auditorijai

- Ar kas nors šioje komunikacijos technologijų istorijoje jus nustebino?
- Kuriais laikmečiais vyko daugiausiai pasikeitimų?
- Koks manote buvo šių pasikeitimų, atradimų poveikis?



NUORODOS POKALBIUI

Technologinės inovacijos, atradimai per kelis paskutinius dešimtmečius labai pagreitėjo ir komunikacijos technologijos čia vaidino labai svarbų vaidmenį. Šiandien žurnalistiką pasiekia mus ne tik per laikraščius. Turime platų įvairių šaltinių pasirinkimą. Tradicinės, jau galima sakyti senoviškos, medijos šiandien turi daug mažiau skaitytojų nei seniau.

Anksčiau kalbėjome apie žurnalistiką, kuri vadovujasi tam tikrais standartais. Tačiau ar visą informaciją šiandien gauname iš žurnalistų? Kas vadovujasi žurnalistiniais standartais? Kas apskritai yra žurnalistas? Pakalbėkime apie tai.

UŽDUOTIS NR. 2 20 minučių ⌚

Parodykite auditorijai įvairių informacinių pranešimų pavyzdžius. (Priedas Nr. 2) Rodykite maišydami pranešimus, kurie gali būti laikomi žurnalistika ir pranešimus, kurie negali būti laikomi žurnalistika, taip pat esančius ant ribos.

Kai susipažinsite su visais pavyzdžiais, užduokite klausimus.

Klausimai auditorijai

- Kurie iš šių pranešimų yra žurnalistika?
- Kas juos padaro žurnalistika?
- Ar tai yra medijos rūšis, turinys, autoriaus autoritetas, užimama pozicija arba išsilavinimas?
- O gal kalba, tonas, veikėjai ar dar kas nors?

NUORODOS POKALBIUI

Šiandien bet kas gali publikuoti turinį. Tam tikra prasme visi galime būti žurnalistais. Jūs galite įrašyti tai kas vyksta aplink jus ir pranešti savo draugams. Jūsų reportažas gali pasklisti labai plačiai jūsų bendruomenėje, šalyje ar net pasaulyje. Informacijos kokybė šiandienos medijų ekosistemoje nepaprastai įvairi. Svarbiausia žurnalistikoje yra ne jūsų

kameros raiška, ar audio įrašo kokybė, o informavimo principai. Dauguma mūsų neturi išteklių ir laiko patikrinti informacijos ir pateikti ją prasmingame kontekste taip, kaip daro žurnalistai. Dauguma žmonių, kurie dalinasi informacija internete, nesivadovuoja mūsų anksčiau aptartais žurnalistikos standartais.

UŽDUOTIS NR. 3

15 minučių ⌚

Ši užduotis, tai diskusija, padėsianti dalyviams sujungti tradicinių žiniasklaidos priemonių nuvertėjimą su prastėjančia žurnalistikos padėtimi ypač regionuose.

Parodykite auditorijai dienraščių periodiškumo grafiką. (Priedas Nr. 3)

Klausimai auditorijai

- Ar prisimenate, kada laikraščiai buvo leidžiami penkis ar šešis kartus per savaitę?
- Kada sumažėjo jūsų miesto laikraščio dažnumas?
- Kaip manote, kodėl laikraščiai išeina rečiau?
- Ar pastebėjote kokį nors sumažėjusio dažnumo poveikį?
- Kas nuo to nukentėjo?
- Ar manote, kad tai atsiliepė žurnalistikos kokybei?
- Jeigu taip, tai kaip?

NUORODOS POKALBIUI

Tradicinės žiniasklaidos verslo pelnas mažėja jau kelis dešimtmečius nuo tada, kai atsirado internetas. Nors Lietuvoje turime nepriklausomą žiniasklaidą neseniai, interneto poveikį spaudai galėjome stebėti ir čia. Laikraščių pajamas dar labiau apkarpė 2008 pasaulio ekonominė krizė. Krito prenumeratorių skaičius, krito reklamos pajamos, redakcijose sumažėjo darbuotojų.

Pajamų iš internetinės reklamos nebuvo tiek daug, kiek tikėtasi. Todėl krito ir žurnalistikos kokybė. Tai gana stipriai paveikė dar tik besikuriančią žiniasklaidos ekosistemą.

Internete dėl reklamos pajamų žiniasklaida konkuruoja su socialinėmis medijomis ir daugeliu kitų internetinės reklamos platformų. Tradicinė žiniasklaida bando keltis į internetą, tačiau ten ji priversta kovoti už kiekvieną skaitytoją ir kiekvieną

jo paspaudimą ant straipsnio pavadinimo. Taip žiniasklaidos puslapiuose atsirado keistas su žurnalistika nesusijęs turinys, išpopuliarėjo tokios skaitytojų pritraukimo taktikos, kaip „*clickbait*“ (angliškai - paspaudimų jaukas) - manipuliatyvus straipsnių pavadinimų kūrimas siekiant vartotojų dėmesio ir paspaudimų.

Tokioje aplinkoje žurnalistams vis sunkiau dirbti ir jie dažnai negali pranešti visų naujienų, kurias tikrai reikėtų pranešti. Lietuvoje per paskutinį dešimtmetį užsidarė keli laikraščiai ir daugelis jų sumažino savo tiražus ir dažnumą. Tačiau dabar tokias pačias problemas patiria ir išskirtinai internete veikiančios žiniasklaidos bendrovės. Pajamų iš reklamos neužtenka ir jos grįžta prie laikraščių modelio apmokestinti skaitytojus - tik bando įgyvendinti jį internete.



Per paskutinius kelis dešimtmečius žmonijos komunikacijos priemonės neatpažįstamai pasikeitė. Dramatiškai pakito ir naudojamos medijos ir žiniasklaidos verslas ir žurnalistika. Žurnalistai spaudžiami rašyti greitai ir pritraukti kuo daugiau skaitytojų, o šnekant technologiniais terminais, unikalių skaitytojų ir jų paspaudimų. Tai yra viena iš priežasčių, dėl kurios net ir

patikimų žiniasklaidos priemonės naudoja emociingas antraštes. Tuo pačiu metu tampa vis sunkiau pasakyti, kas yra ir kas nėra žurnalistas. Bet kas gali kurti ir publikuoti turinį, tačiau ne kiekvienas vadovaujasi žurnalistams privalomais principais. Juos perprasti ir išmokyti taikyti praktikoje - užtrunka nemažai laiko.

PRIEDAI

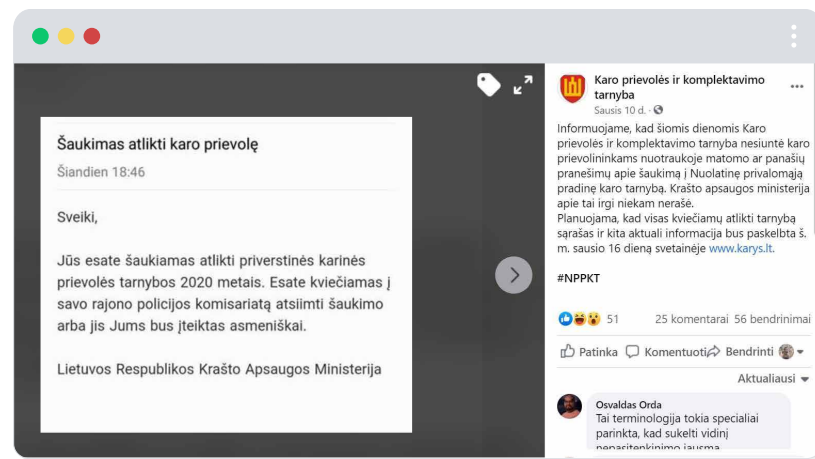
Priedas Nr. 1 - Laiko juosta

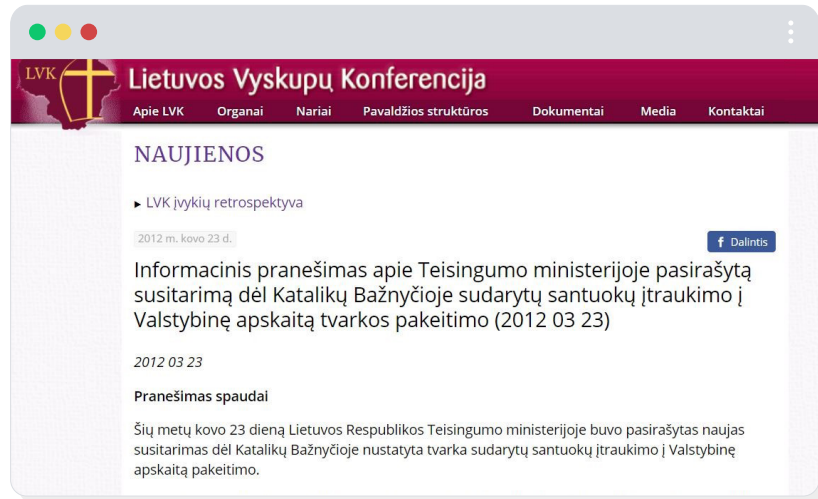
Laiko juosta nuo 2600 p.m.e. Iki 2000 m.e.

- 2600 p.m.e. Pastatytos pirmosios Egipto piramidės
- 2100 p.m.e. Prasideda pirmoji Kinijos dinastija
- 753 p.m.e. Įkurta Roma Gimsta Kristus
- 1009 Pirmą kartą paminėtas Lietuvos vardas
- 1323 Įkurtas Vilniaus miestas
- 1492 Kolumbas atranda Ameriką
- 1579 Įkurtas Vilniaus universitetas
- 1795 Galutinai padalijama Abiejų tautų respublika
- 1904 Panaikinamas spaudos lietuviškais rašmenimis draudimas
- 1945: Baigiasi Antrasis pasaulinis karas

Priedas Nr. 2 - Informacinių pranešimų pavyzdžiai

- A. Netikras šaukimas atlikti karo prievolę -
Karo prievolės ir komplektavimo tarnyba
<https://www.facebook.com/LKKPKT/photos/a.96951277028/10157210950347029/?type=3&theater>





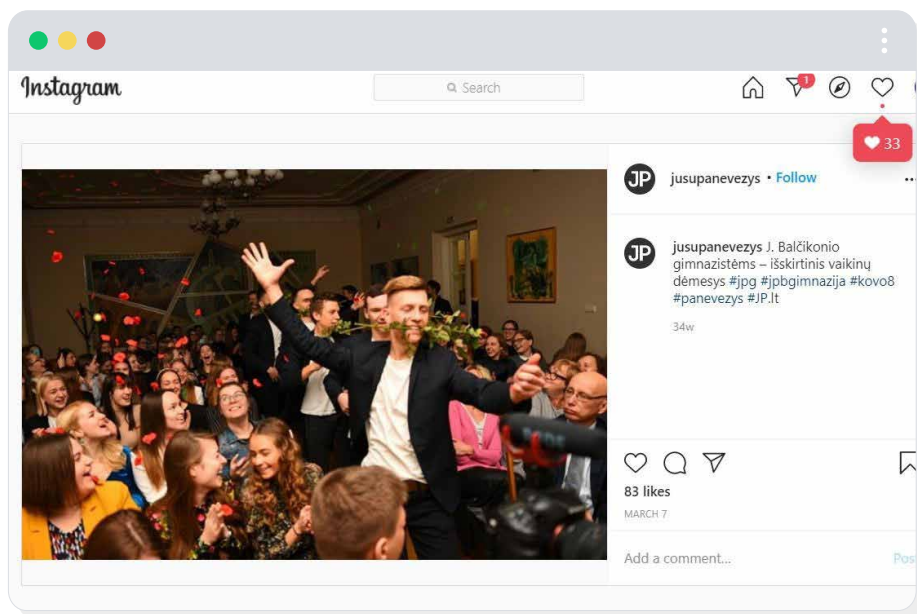
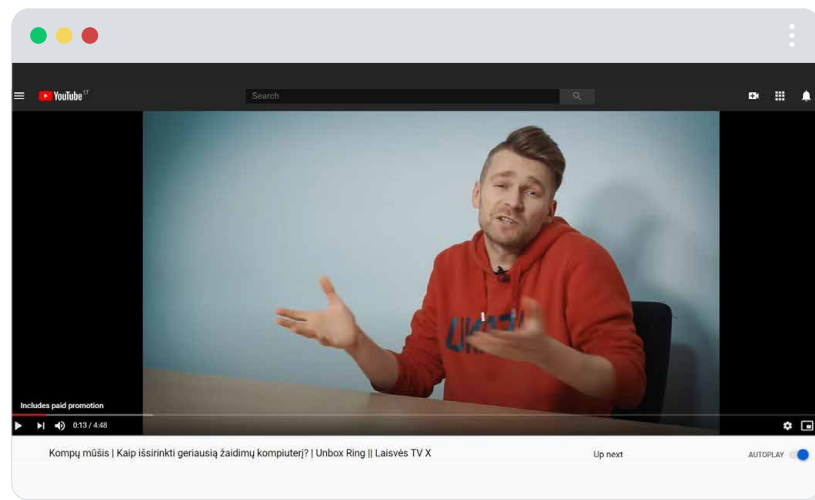
- ← B. Informacinis pranešimas apie Teisingumo ministerijoje pasirašytą susitarimą dėl RKB sudarytų santuokų įtraukimo į Valstybinę apskaitą tvarkos pakeitimo
<https://lvk.lcn.lt/naujienos/,174>

- C. Prezidento tėvas Antanas Nausėda atsidūrė ligoninėje - 15min.lt
<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/prezidento-tevas-antanas-nauseda-atsidure-li-gonineje-56-1265950>



D. Kompų mūšis, Kaip išsirinkti geriausių žaidimų kompiuterį? Unbox Ring - Laisvės TV X

<https://www.youtube.com/watch?v=1LQ99q29frM>



E. J. Balčikonio gimnazistėms – išskirtinis vaikinų dėmesys - Jūsų Panevėžys

https://www.instagram.com/p/B9bTs5MgPFx/?utm_source=ig_web_copy_link

F. Nuotraukos iš Kauno klinikinės ligoninės -
Daiva Žeimytė Bilienė

<https://www.facebook.com/daiva.zeimyte/posts/3326036577416137>



G. Liudvikas Jakimavičius. Visuomenė turėtų pareikalauti atviro LRT Tarybos posėdžio LRT šališkumo ir E.Jakilaičio žurnalistinės etikos klausimu - Tiesos.lt

<http://www.tiesos.lt/index.php/tinklarastis/straipsnis/liudvikas-jakimavicius.-visuomene-turet-u-pareikalauti-atviro-lrt-tarybos-po>

SIEKTINI REZULTATAI

- Susipažinti su psichologiniais veiksniais, darančiais įtaką informacijos vertinimui
- Suprasti, kodėl žmonės pasitiki arba nepasitiki medijomis ir kaip tai susiję su klaidingos informacijos dalijimusi

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti

TRUKMĖ

50 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Garsus boksininkas Muhamedas Ali yra pasakęs: „Neįmanoma - tai ne faktas. Tai tik nuomonė“. Ką jis turėjo omenyje? Kuo skiriasi

nuomonė nuo fakto? Kodėl svarbu diskutuoti apie faktus, o ne apie nuomones?

PASIŪLYMAS DISKUSIJAI

Norint gyventi darnioje visuomenėje, svarbu turėti bendrų požiūrio taškų apie mus supantį pasaulį ir jo problemas. Kita vertus, dažnai mūsų asmeninį situacijos vertinimą lemia ne

faktai, o vidinės nuostatos. Jos neretai daro didesnę įtaką tam, ką laikome tiesa, nei visuotinai pripažinti faktai.

PIRMOJI UŽDUOTIS

20 min. ⌚

Keturių kampų pratimas. Priskirkite kiekvienam kampui atitinkamą reikšmę: sutinku, labai sutinku, nesutinku ir labai nesutinku. Perskaitykite šiuos teiginius apie medijas ir paraginkite žmones pasirinkti savo atsakymą bei atsistoti į atitinkamą kampą. Žmonės, neturintys nuomonės, gali likti viduryje, bet paraginkite juos pasirinkti.

Perskaitykite šiuos teiginius:

- Aš pasitikiu medijomis, kad informacija jose bus patikima, subalansuota ir teisinga.
- Daugybė naujienų yra politiškai šališkos.
- Žiniasklaida yra svarbi mūsų demokratijai.
- Medijos yra svarbios, siekiant informuoti žmones.
- Medijos užtikrina, kad politikai būtų atskaitingi už savo veiksmus.
- Jeigu naujienoje politikas nušviečiamas negatyviai, tuomet tai netikra naujiena.
- Didžiosios žiniasklaidos priemonės kartas nuo karto istorijas išgalvoja.
- Valstybė turėtų galėti uždrausti redakcijai publikuoti tekstą, jeigu mano, kad jis yra šališka arba netiksli.
- Mano pasirinktos medijos yra geresnės už tai, ką vartoja dauguma žmonių.

Po kiekvieno klausimo trumpai aptarkite, kodėl dalyviai pasirinko būtent tokį atsakymą:

- Kodėl pasirinkote šį kampą?

- Ar galvojote apie kokią nors konkrečią mediją, atsakydami į šį klausimą?
- Kaip manote, kaip dauguma lietuvių atsakytų į šį klausimą?

Patarimai instruktoriui

Teiginiai gali būti keičiami pagal aplinkybes

Klausimai auditorijai (po užduoties)

- Ar pastebėjote panašumų grupės atsakymuose?
- Kokių?
- Ar kas nors nustebino grupės atsakymuose?
- Kas?
- Ar išgirdus kitų nuomones dėl pasirinkimo norėjosi pakeisti savo atsakymą?
- Kodėl?

ANTRA UŽDUOTIS

Įžanga

25 min. ⌚

“Yra daugybė priežasčių, kodėl žmonės pasitiki arba nepasitiki medijomis - dalis jų yra psichologinės kilmės. Turbūt esate girdėję pasakymų arba patys juos naudojate - “kaip nori, taip supranti” arba “matai tai, ką nori matyti”. Pasirodo, toks sau naudingas samprotavimas yra įrodytas mokslškai, jis vadinamas “motyvuotu

Pažiūrėkite paskaitą*

pagrindimu”. Ir kai kalbame apie medijas, mes esame linkę jomis pasitikėti arba nepasitikėti, priklausomai nuo to, ar jaučiame, kad jos yra “mūsų pusėje”. Taigi, ne tik mus erzinantys žmonės “girdi, ką nori girdėti”, bet ir mes visi - tokia žmonių psichologija.”

Klausimai auditorijai

- Kokios jūsų mintys apie šią kario ir skauto sąstyseną?
- Kurį tipą dažniau naudojate jūs ir jūsų artimieji?
- Kodėl?
- Ar yra situacijų, kada “kario” sąstysena gali būti naudinga ir situacijų, kai “skauto” sąstymo tipas ne?
- Kaip tai susiję su pasitikėjimu medijomis?

(Galima pasufleruoti:

- a) kario sąstymo žmogus, norintis įrodinėti savo teisybę, gali nesutikti su informacija medijose, todėl reikš nepasitikėjimą.
- b) kario sąstymo žmogus gali pats dalintis vienpusiška informacija savo medijos kanaluose.
- c) Skauto sąstymo asmuo gali mokėti išklausti abi puses ir pateikti subalansuotą informaciją ir t.t.)

* <https://www.youtube.com/watch?v=w4RLVxTGH4> (įsijunkite lietuviškus subtitrus)



“Šiandien atkreipėme dėmesį į psichologinius veiksnius, galinčius nulemti mūsų pasitikėjimą medijomis. Tiesa nėra visada lengvai aptinkama, tačiau šaltu protu turėtume vertinti, kokias naujienas

vartojame ir kaip jas vertiname. Pirmasis žingsnis yra suvokti mūsų žmogiškus psichologinius ribotumus, o toliau - imtis veiksmų, kad nuo jų nepriklausytume. Kokius? Pratęsimė kitose pamokose.”

PRIEDAI

Why you think you're right -- even if you're wrong | Julia Galef:
https://www.youtube.com/watch?v=w4RLFvXTGH4&feature=emb_title



Series of horizontal dotted lines for taking notes.

1 dalis. Suprantant medijas. C. Darbotvarkės nustatymas ir informacijos kontrolė

1 PAMOKA. NAUJIENŲ PASIRINKIMAS, OBJEKTYVUMAS IR PUSIAUSVYRA

SIEKTINI REZULTATAI

- Sužinoti, pagal kokius kriterijus žiniasklaidos priemonės pasirenka aprašyti įvykius
- Susipažinti, kuo skiriasi objektyvumas nuo balanso ir kokią įtaką daro pasitikėjimui žiniasklaida

MOKYMOŠI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Lenta arba popieriaus lapas su rašikliu
- Dalijamoji medžiaga

TRUKMĖ

50 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min ⌚

Šiandienos pamokoje aptarsime dvi svarbias temas - pirmoji apie tai, kaip redakcijos pasirenka, apie ką svarbu informuoti

visuomenę ir kaip naujienos mus pasiekia. Antroji, kas yra objektyvi bei subalansuota žinia. Pirma, apie pasirinkimus.

PIRMOJI UŽDUOTIS

15 min. ⌚

Ant lentos arba popieriaus lapo nubraižykite trijų dalių lentelę. (Priedas Nr.1) Vienoje pusėje kartu su auditorija įrašykite pastarąsias, į galvą šovusias naujienas. Tai gali būti politika, verslas, sportas, pramogų pasaulis, naujienos iš auditorijos socialinio pasaulio. Kitų dalių lentelėje kol kas neminėkite ir nepildykite.

Surašę padiskutuokite su auditorija, kaip galima šias naujienas apibūdinti? Gal jos apie negatyvius, o gal apie pozityvius dalykus? Gal jos iš vienos temos, pvz., sporto?

NUORODOS POKALBIUI

Yra daugybė faktorių, lemiančių, kokias naujienas matome ir ką prisimename. Nupieškite šį piltuvėlį ant lentos ir paaiškinkite jo reikšmę.

REDAKCIJOS SPRENDIMAI

ALGORITMAI

VARTOTOJŲ PASIRINKIMAS

TAI, KĄ
PRISIMENAME

1. **Redakcijos sprendimai.** Kokias naujienas pateikti auditorijai lemia daug faktorių. Jie apima auditorijos poreikius, temas, kurios buvo aprašytos anksčiau, taip pat ką skelbia kitos redakcijos.
2. **Algoritmai.** Internetas ir socialinės medijos naudoja algoritmus įvairiausiais būdais, kad parodytų mums galimai dominančius įrašus. Toks procesas neretai veda į

kas vadinama “filtruoti burbulai” - kai filtruojamas ir mums rodomas tik toks turinys, kuris atitinka mūsų pasaulėžiūrą.

3. **Vartotojų pasirinkimas.** Platformų, kur būtų galima vartoti medijas, yra daugybė. Taip pat kaip ir faktorių, lemiančių platformų pasirinkimus.
4. **Tai, ką prisimename.** Kodėl prisimename tai, ką prisimename? Kaip tai daro įtaką mūsų naujienų vartojimo įpročiams?

Aptarę piltuvėlį, su auditorija užpildykite antrąją lentelės grafą - kaip išgirdote, iš kur sužinojote, per kur pamatėte naujieną, kurią užrašėte anksčiau.

ANTROJI UŽDUOTIS

15 min. ⌚

Praneškite auditorijai, kad šiandien daugiau kalbėsime apie tai, kaip redakcijos priima sprendimus dėl skelbiamų naujienų. Paklauskite jų, pagal kokius kriterijus, jų manymu, žurnalistai renkasi apie ką rašyti. Kriterijus užrašykite ant lentos arba popieriaus lapo visiems matomoje vietoje.

Po to galite pajuokauti, kad dabar pažiūrėsime, ar auditorija jau galėtų būti didžiųjų žiniasklaidos priemonių redaktoriams. Pristatykite jiems dažniausiai naudojamus kriterijus.

1. **Skaitytojų lūkestis.** Redakcijos stengiasi palaikyti nuolatinį ryšį su auditorija, kad ši grįžtų vartoti jų turinio. Jeigu kalbame apie turinį internete, redakcijoms svarbu, kad žmonės paspaustų ant jų skelbiamų naujienų. Žiniasklaidos priemonių yra įvairių - vienos rašo daugiau apie verslą, kitos apie sportą, trečios apie kultūrą. Mažai tikėtina, kad žurnalo “Žmonės” redakcija skirs daug vietos nekilnojamojo turto rinkai apžvelgti.
2. **Geografija.** Vietiniai laikraščiai rašys apie tai, kas vyksta jų regione ir mažiau kas vyksta šalies mastu. O nacionalinė spauda skelbs apie visą Lietuvą liečiančius įvykius ir mažiau kas vyksta regionuose. Tiesa, žiniasklaidos priemonės rašo ir apie užsienio naujienas, tačiau prioritetas dažniausiai yra teikiamas vietos naujienoms.

3. **Retumas.** Nejprasti įvykiai sulaukia daugiau žiniasklaidos dėmesio nei kasdieniai. Kas mums būtų reta išgirsti - kad šuo įkando žmogui ar kad žmogus įkando šuniui?
4. **Įtaka.** Žemės drebėjimas, nusinešęs 10 tūkst. gyvybių bus aprašomas labiau nei tas, per kurį mirė 100 žmonių.
5. **Žinomumas ir įtaka.** Jeigu žinomas žmogus, garsenybė ar politikas kai ką padarė, tas, tikėtina, bus skelbiama spaudoje, net jeigu tokį patį veiksmą yra atlikęs ir jūsų kaimynas.
6. **Varžymasis.** Jeigu kokia nors priemonė paskelbė įdomios informacijos ir taip patraukė skaitytojų dėmesį, kiti kanalai stengsis paliesti tą pačią temą ir susižerti kilusio ažiotažo dalį. Kartu mėgins išsiskirti pateikdami mažiau matytą kampą.
7. **Išskirtinumas.** Redakcijos mėgsta publikuoti išskirtines istorijas, kurių neturi kiti kanalai.
8. **Laikas.** Įvykiams, nutikusiems neseniai, yra didesnis prioritetas nei tiems, kurie įvyko vėliau.

Aptarę kriterijus, grįžkite prie jūsų lentelės ir užpildykite trečią grafą. Jeigu auditorija būtų kokios nors redakcijos, pavyzdžiui, Delfi, 15min, LRT ar kitų, vadovai, ar publikuotų viešai anksčiau, pirmoje grafoje, surašytas naujienas? Jeigu taip, remdamiesi kokiais išvardytas kriterijais.

OBJEKTYVUMAS IR BALANSAS

Įžanga

15 min. ⌚



Šioje pamokoje susipažinsime taip pat su objektyvumo ir balanso sąvokomis. Jie yra svarbūs, kai mes kalbame apie medijų turinį. Subalansuoti ir objektyviai pateikta informacija yra gerokai vertingesnė.

Anksčiau manyta, kad žurnalistas turi būti objektyvus, tačiau ilgainiui pereita mintis, kad visiškai objektyvumas yra neįmanomas. Dabar vyraujanti nuostata: žurnalistams svarbu

dirbti taip, kad jų įsitikinimai turiniui darytų kaip įmanoma mažiau įtakos. Tą išvengti be kitų priemonių padeda balansas - kada informacija publikacijoje yra pateikiama iš įvairių šaltinių ir panašiomis proporcijomis. Kita vertus, medijų raštingume yra naudojama ir kita sąvoka - klaidingas balansas, kada pozicija grindžiama nekokybiškais argumentais. Pavyzdžiui, pateikiama nuomonė be faktų arba faktai, paneigti mokslo.

TREČIOJI UŽDUOTIS

15 min. ⌚

Perskaitykite abi publikacijas (priedas nr. 2 ir 3). Kuri iš jų atrodo labiau subalansuota? Kurioje autorius išlieka objektyvesnis? Kuria publikacija norisi labiau pasitikėti? Kodėl? Atsakymus aptarkite su auditorija.

Taip pat, jeigu turite laiko, remdamiesi redakcijų naujienų atrankos kriterijais, galite auditorijai užduoti klausimą, kodėl šios dvi naujienos pasirodė 15min.lt ir "Būkime vieningi" tinklalapiuose.

APIBENDRINIMAS

5 minutės

Šiandien susipažinome su keliais svarbiais elementais medijų pasaulyje - kaip naujienos yra atrenkamos redakcijoje, kas lemia

naujienų patekimą į mūsų akiratį, o taip pat kas yra objektyvumas ir balansas medijų turinyje.

PRIEDAI

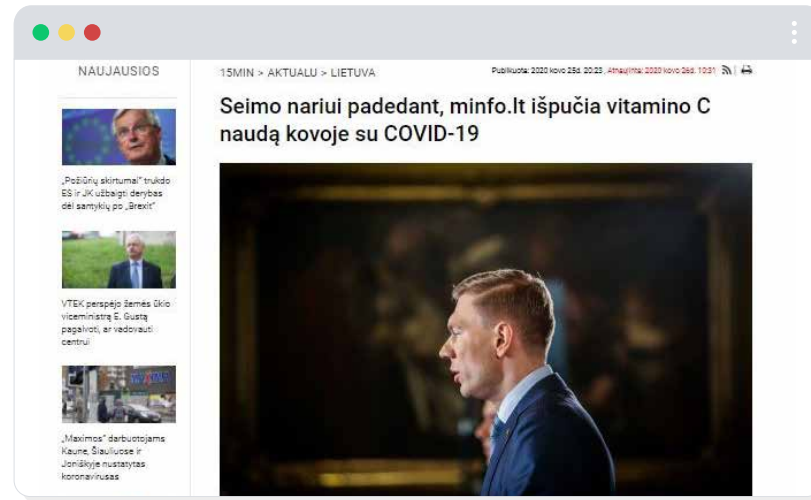
Priedas Nr. 1 - Lentelė

NAUJIENA	KAIP APIE JĄ IŠGIRDAU?	AR PRANEŠČIAU APIE TAI, JEIGU BŪČIAU REDAKTORIUS?

Priedas Nr. 2

„15min.lt“ publikacija:

<https://drive.google.com/file/d/1kFoCAJnxQ-GmflhfeJCXZdTrl2jM-jfi/view?usp=sharing>



Priedas Nr. 3



„Būkime vieningi“ publikacija:
https://drive.google.com/file/d/1116w1CGEUIK7JLWWzYvU_SDTHrN2-q3B/view?usp=sharing

1 dalis. Suprantant medijas. C. Darbotvarkės nustatymas ir informacijos kontrolė

2 PAMOKA. MEDIJŲ SAVININKAI

SIEKTINI REZULTATAI

- Įsisiqmoninti medijų savininkų vaidmenį, suprasti, kaip savininkai gali įtakoti medijas ir jas kontroliuoti.
- Susipažinti su medijų savininkų ir redakcijų atskyrimo principu, suprasti kada ir, kaip jis veikia.
- Perprasti, kaip technologinės kompanijos reguliuoja prieigą prie turinio ir įgyti bendrą supratimą apie tam naudojamus algoritmus.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Lipukai
- Žymikliai
- Konferencijų prezentacijų lenta su popierium
- Kompiuteris, projektorius ir ekranas
- Dalijamoji medžiaga

TRUKMĖ

1 valanda 20 minučių ⌚

Instruktoriaus pasiruošimas

Pasiruoškite **Informacijos kanalų plakatus**. Viršuje tuščių popieriaus lapų užrašykite medijų rūšies pavadinimus. (Priedas Nr. 1)

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Paskutinėje pamokoje kalbėjome apie tai, kaip informacija pasiekia mus iš daugybės šaltinių: platformų ir technologijų, pažymėtų galybe skirtingų prekės ženklų. Kai kurie informacijos teikėjai gali būti labai maži, kaip pavyzdžiui tinklaraštininkai.

O kaip veikia didelės žiniasklaidos priemonės ir kokį vaidmenį turinio kūrimo vaidina jų savininkai? Kas kontroliuoja kokią informaciją ir kaip ji mus pasiekia? Kodėl tai svarbu?

UŽDUOTIS NR. 1

25 minutės ⌚

Paklauskite dalyvių, kam priklauso medijos? Kokiems žmonės arba kompanijos priklauso:

- Nacionaliniai TV kanalai: LNK, TV3, LRT
- Kabeliniai TV kanalai: CNN, BBC, TVP, PBK
- Internetiniai kanalai: Netflix, HBO, Zmonescinema.lt
- Nacionaliniai laikraščiai: Lietuvos rytas, Verslo žinios,
- Nacionalinės radijo stotys: M1, Radiocentras, Ruskoje Radio
- Regioniniai TV kanalai: Marijampolės televizija, Šiaulių televizija
- Regioninės radijo stotys: Laluna, Pūkas, Neringa FM
- Regioniniai laikraščiai: Vakarų ekspresas, Kauno diena, Šiaulių kraštas
- Telefonijos ir interneto operatoriai: Telia, Bitė, Tele2
- Facebook (Instagram, Whatsapp)
- Google (Youtube)
- TikTok
- Klase.lt

Rašykite dalyvių atsakymus ant popieriaus lapo arba lentoje. Tuomet pakabinkite pasiruoštus plakatus (Priedas Nr. 1). Sudarykite mokymų dalyvių grupes po tris žmones ir duokitė kiekvienai grupei po krūvelę lipnių lapelių. Paprašykite kiekvieną iš grupių pasirinkti vieną ar dvi medijas, kurios

juos domina, ir rasti internete, kas jų savininkai. Grupės negali rinktis tų pačių medijų.

Radusios atsakymus grupės užrašo savininkus ant lipnių lapelių ir užklijuoja lapelius ant plakatų.

Tuomet aptarkite grupių rastus rezultatus.



TEMOS POKALBIUI

Lietuvoje didžioji dalis nacionalinės žiniasklaidos priklauso užsienio investuotojams. Tuo tarpu daug regioninės žiniasklaidos: laikraščiai, televizijos kanalai, radijo stotys priklauso regionų verslininkams.

Galime pastebėti, kad daugelis didelių kompanijų yra skirtingų medijų kanalų savininkai. Jie valdo laikraščius, žinių portalus, televizijas ir skelbimų puslapius.

Didžiausios socialinės medijos priklauso pasaulinėms korporacijoms, kurioms taip pat valdo po kelis skirtingus medijų kanalus. Pavyzdžiui kompanija „Facebook“ yra ne tik pačio „Facebook“, bet ir nuotraukų medijos „Instagram“ ir

susirašinėjimo programėlės „Whatsapp“ savininkė, „Google“ kompanijai priklauso „Youtube“ platforma. Kodėl tai svarbu? Mažiau savininkų reiškia ir mažiau įvairių turinį ir mažiau požiūrių įvairovės. Prieš tai buvusioje pamokoje kalbėjome apie tai, kaip tradicines žiniasklaidos priemones papildė socialinės medijos. Kaip manote, ar socialinės medijos veikia jūsų kaip informacijos vartotojų pasirinkimus? Šiandien dauguma skaitytojų naujienų portalus pasiekia per socialinius tinklus. Todėl socialinės medijos ir jų veikimo principai labai svarbūs.

UŽDUOTIS NR. 2

15 minutės ⌚

Ar kada nors pagalvojote, kodėl skirtingų vartotojų socialinėse medijose matoma informacija skiriasi? Kodėl skiriasi jūsų ir jūsų draugo naujienų srautas?

Paprašykite žmonių įsivaizduoti, kad jie susitinka su draugais kavinėje ir kad vienas iš jų draugų vėluoja. Vėluojantis draugas parašo žinutę, kad užstrigo kamštyje ir prašo užsakyti kokį nors patiekalą.

Užveskite diskusiją, kurioje aptartumėte, kaip nuspręsite kokį patiekalą užsakyti. Kaip nuspręsite ką užsakyti draugui? Kokią informaciją naudosite?

Atsakymų pavyzdžiai:

1. Prisiminčiau praėjusį kartą užsąkytą patiekalą ir užsąkyčiau tą patį.
2. Prisiminčiau viešai išsąkytus pomėgius ir dalykus, kurių nemėgsta.
3. Užsąkyčiau ką nors įprasto, nesirinkčiau užsąkyti ką nors neįprasto.

Tokiu principu, naudojamos taip vadinamos algoritmus - programavimo kodus - jums naujienas parenka socialinės medijos.

NUORODOS POKALBIUI

Šis palyginimas turi ribas, žinoma, tačiau sprendimų priėmimo procesas yra labai panašus. Socialinės medijos naudoja informaciją iš jūsų praeities pasirinkimų.

Jeigu vartojate socialines medijas, kaip dauguma, turite per daug draugų, kad spėtų skaityti visus jų pranešimus.

Todėl socialinės medijos atrenka pranešimus už jus. Algoritmai

analizuoja, kas jums patinka ir, ką jūs skaitysite ateityje. Taip „nusprendžiama“ rodyti jums tik tai, kas jums patiks.

Panašiu, jūsų vartojimo istorijos vertinimo principu veikia ir Google. Todėl to pačio raktažodžio paieškos rezultatai jūsų kompiuteryje skirsis nuo jūsų draugo kompiuteryje atliktos paieškos rezultatų.



UŽDUOTIS NR. 2

20 minučių ⌚

Paklauskite dalyvių: ar medių savininkai įtakoja jų turinį?

O ar naujienų turinį įtakoja reklamos žiniasklaidos priemonėje užsakovai? Ar galite pateikti pavyzdžių, kaip reklama gali veikti žiniasklaidos priemonės turinį?

Jeigu dalyviai negali pateikti pavyzdžių, nieko tokio. Aptarsime juos užduotyje.

Padalinkite visus dalyvius į keturias grupes. Duokite po vieną atspausdintą reklamos skyriaus ir redakcijos atskyrimo lentelę

Klausimai auditorijai

- Ar buvo lengva padaryti pasirinkimus?
- Kokios priežastys lėmė vienus ar kitus pasirinkimus?

(Priedas Nr. 2) ir paprašykite padiskutuoti ir nuspręsti, kas turėtų priimti sprendimą, ką daryti su turiniu: publikuoti ar nepublikuoti? Grupės turi dešimt minučių aptarti ir sužymėti savo pasirinkimus. Tuomet grupės pasirenka po vieną pranešimą. Kiekvienas pranešėjas turi dvi minutes pristatyti grupės pasirinkimus ir juos argumentuoti.

- Kas stabdė nuo jūsų manymu neteisingų pasirinkimų?
- Kas nustato kada sprendimą turi priimti redakcija, o kada reklamos skyrius?

NUORODOS POKALBIUI

Jau kalbėjome apie tai, kad žiniasklaidos priemonėms trūksta pajamų ir sunku išgyventi. Jos imasi su žurnalistika nesuderinamą užsidirbimo praktikų, kaip „užsakomieji straipsniai“, kuriuos rašo reklamos užsakovai, ar reklaminių renginių organizavimo. Svarbu, kad tokie susitarimai būtų daromi skaidriai ir juos matytų žiniasklaidos priemonės auditorija. Jeigu susitarimai skelbiami, nieko tokio. Tačiau jeigu jie slepiami galima sakyti, kad

žiniasklaidos priemonė manipuliuoja savo auditorija. Lietuvos medių ekosistemoje savininkų, reklamos skyrių ir redakcijų atskyrimas įtvirtintas tik atskirų žiniasklaidos priemonių etikos kodeksuose. Nors žiniasklaidą savireguliuojanti institucija Visuomenės informavimo etikos komisija prižiūri žurnalistikos principų laikymąsi - redakcijos nepriklausomybė Lietuvoje yra pačių žiniasklaidos priemonių reikalas.

UŽDUOTIS NR. 3

20 minučių ⌚

Parodykite dalyviams du skirtingus straipsnius ta pačia tema. (Priedas Nr. 3). Vieną iš laikraščio, kuris priklauso regiono politikui, kitą iš nacionalinio dienraščio, arba regiono laikraščio, kuris politikui nepriklauso.

Parodykite du leidinių pavadinimus kartu ir paprašykite dalyvių spėti, kuris straipsnis buvo publikuotas, kuriame laikraštyje. Pratimą kartokite su kitomis pavyzdžių poromis.

Klausimai auditorijai

- Kam politikai naudoja žiniasklaidos priemones?
- Kaip veikia reklamos skyriaus ir redakcijos atskyrimas, kai regioninio laikraščio savininkas yra to regiono politikas?
- Ar žinote daugiau regiono, ar nacionalinio lygmens politikų, kurie turi žiniasklaidos priemonių?

TEMOS POKALBIUI

Kai kurie medijų savininkai tuo pačiu metu yra ir politikai. Tai sudaro jiems galimybes pritraukti auditoriją į rinkimus. Tai yra nelegalu, tačiau Lietuvoje vis dar nesunkiai apeinama, pavyzdžiui perleidžiant žiniasklaidos priemonę sutuoktiniui.

Lietuvoje yra regionų, kuriuose dominuoja žiniasklaidos priemonės priklausančios svarbiausiems regiono politikams: regiono sostinės merui, savivaldybių tarybų nariams.

IŠVADOS

5 minutės

Nacionalinės žiniasklaidos koncentracija kelių savininkų rankose Lietuvoje yra sąlyginai žema. Tačiau lietuviškų straipsnių skaitytojus labai stipriai veikia socialinės medijos.

Savininkai ir reklamų skyriai gali lemti, ką publikuoja lietuviška žiniasklaida, tačiau pastaruoju metu redakcijų nepriklausomybė auga. Šiuo metu užsakomuosius straipsnius ir politinę reklamą

privaloma pažymėti specialiais ženklukais. Vis daugiau redakcijų pasitvirtina vidinius etikos kodeksus, kurie apibrėžia redakcijos nepriklausomybės principus.

Daug prastesnė padėtis regionuose, kur į redakcijų sprendimus kišasi ne tik reklamos skyriai, bet ir savininkai, kurie kartais yra ir regiono valdžios atstovai.



Dotted lines for writing answers.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Plakatai

- Žiūrimiausi TV kanalai
- Svarbiausi laikraščiai
- Klausomiausios radijo stotys
- Regioniniai TV kanalai
- Regioninės radijo stotys
- Regioniniai laikraščiai
- Telefonijos ir interneto operatoriai
- Socialinės medijos ir skelbimų puslapiai

Priedas Nr. 2 - Redakcijos ir reklamos skyriaus atskyrimo lentelė

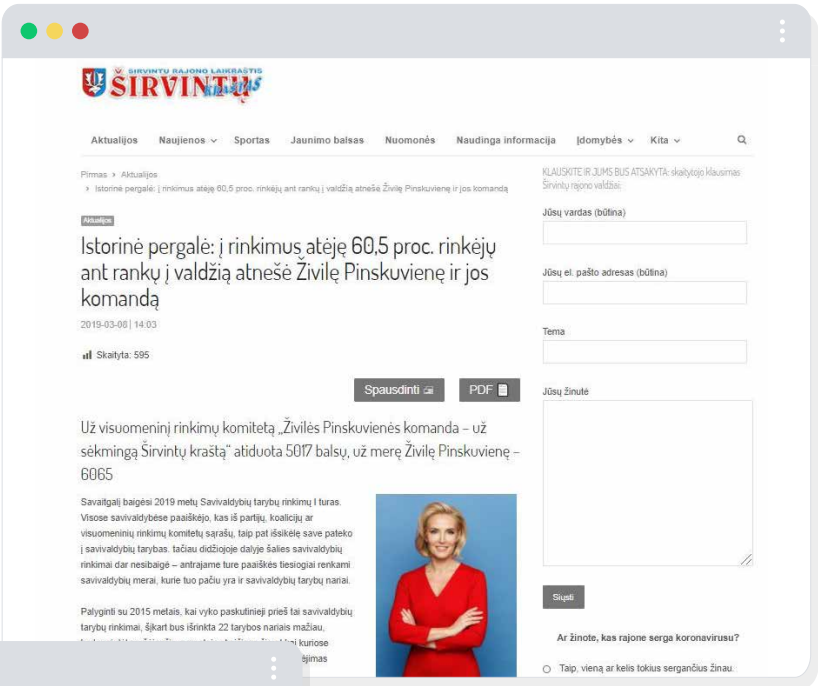
	REDAKCIJA	REKLAMOS SKYRIUS
Transporto srities žurnalo žurnalistas gauna informacijos apie netrukus įvyksiančius transporto bendrovės paslaugų kainų pasikeitimus, kurie vis dar yra paslapyje. Transporto kompanija didelis reklamos žiniasklaidos priemonėje užsakovas.		
Į dienraštį kreipiasi nevyriausybinė organizacija Maisto bankas ir prašo publikuoti straipsnį apie organizacijos nuobado išgelbėtą valkatą.		
Televizijos kanalo žinių redakcijai skambina Pagėgių savivaldybės meras ir kviečia korespondentus apsilankyti už Europos Sąjungos pinigų atnaujinto parko atidaryme.		
Į radijo stotį paskambina iš Žalgirio krepšinio klubo neteisėtai atleistas darbuotojas. Radijo stotis turi teisę gyvai transliuoti varžybas.		
Lazdynų ligoninės direktorius siūlo pinigų už tai, kad žurnalas nepublikuotų ką tik korespondento su juo atlikto interviu.		



Priedas Nr. 3 - laikraščių poros, viena iš poros savininkas politikas

Širvintose vyko rinkimai

- A. <https://www.sirvinta.net/aktualijos/istorine-pergale-i-rinkimus-ateje-605-proc-rinkeju-ant-r-anku-i-valdzia-atnese-zivile-pinskuviene-ir-jos-komanda/>

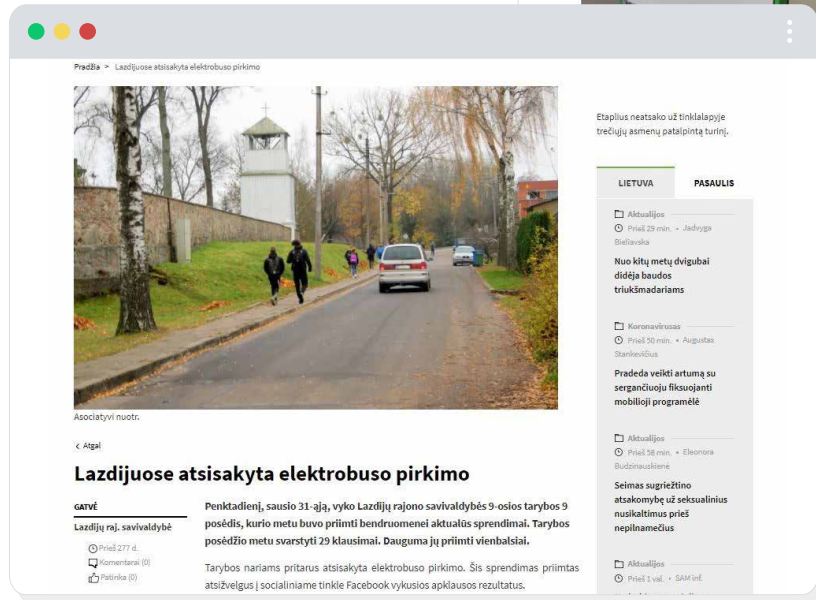


- B. <http://sirvis.lt/sirvintu-rajone-jau-isrinkta-taryba-ir-meras/>

A series of horizontal dashed lines for writing notes, starting below the pencil icon and extending to the bottom of the page.

Atsisakoma Elektrobuso Lazdijuose

A. <http://dzukuzinios.lt/2020/02/buvusios-valdzios-norus-del-elektrobuso-valdzia-meta-i-siukšlyna/>



B. <https://www.etapius.lt/lazdijuose-atsisakoma-elektrobuso-pirkimo>





2 DALIS

Netikros naujienos ir
manipuliavimas

1 PAMOKA. NETIKRŲ NAUJENŲ RŪŠYS

SIEKTINI REZULTATAI

- Susipažinti su įvairiomis manipuliatyvaus turinio ir klaidinančios informacijos rūšimis ir išmolti jas atpažinti.
- Suprasti, kodėl vartotojų vaidmuo stabdant klaidinančių informaciją yra svarbus ir, kodėl svarbu „Rūpintis, kuo daliniesi“.

MOKYMOŠI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Pavyzdžių atspaudai arba skaidrės
- Dalijamoji medžiaga - Bingo kortelės 1, 2 ir 3 (pakankamai, kad kiekvienas dalyvis gautų po vieną iš jų).
- Rašikliai ir popierius
- Spalvoti žymikliai
- Trys simboliniai prizai

TRUKMĖ

1 val. 10 min. ⌚

Instruktorius pasiruošimas

pasiruoškite kompiuterį, projektorių ir ekraną, jeigu rodysite skaidres, jeigu ne - klasės/prezentacijų lentą. Priklausomai

nuo galimybių galite pristatyti pranešimų pavyzdžius skaidrėse arba atsispausdinti juos ant didesnio formato (A3) popieriaus ir iškabinti ant sienos.

Terminų žodynas pateikiamas instruktoriaus vadovo įvade.

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Šioje pamokoje sužinosime apie medijose sutinkamas įvairias klaidinančios informacijos rūšis. Yra daugybė būdų iškraipyti faktus, o kartais žmonės skleidžia ir visiškų pramanus. Mokymasis atpažinti manipuliacijas padeda aptikti klaidinančių informaciją ir sulaukyti jos sklaidimą.

Lietuvoje informacijos teisingumo priežiūrą įgyvendina kelios institucijos. Veikia savireguliacijos mechanizmai ir Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnyba vertinanti, žurnalistų profesinę

etiką. Bausmės už neteisingos informacijos sklaidimą - šmeižtą - įtvirtintos baudžiamajame kodekse.

Klaidinanti informacija gali būti skleidžiama dėl skirtingų priežasčių. Dezinformacijos užduotis yra apgauti, tačiau klaidinanti informacija yra platesnė sąvoka. Klaidinančia informacija vadiname taip pat ir tokią informaciją, kuri yra redakcijos klaida ar prasto žurnalistinio darbo pasekmė. Informaciją su klaidomis, kurios padarytos netyčia vadinkime klaidinga informacija.

Klausimai auditorijai

- Ar manote, kad jūsų vaidmuo stabdant dezinformaciją ar klaidinančių informaciją yra svarbus?
- Kodėl taip manote?

**NUORODOS POKALBIUI**

Svarbu, kad mąstykite apie tai, kaip dalinamės informacija. Dalinamės informacija daug ir dažnai. Dezinformaciją kartais skleidžia automatizuotos socialinių tinklų paskyros - taip

vadinami botai - tačiau lemiama vaidmenį visgi atlieka gyvi individai. Be žmonių platinančių gandus dezinformacija neturėtų pasisekimo.

UŽDUOTIS NR. 1

15 minučių ⌚

Užduoties tikslas - susipažinti su keliomis pagrindinėmis klaidinančios informacijos rūšimis ir suvokti skirtumus tarp jų. Sudarykite 4 dalyvių grupes. Išdalinkite grupėms po vieną istoriją (Priedas Nr. 1) ir skirkite penkias minutes jų aptarimui grupių viduje. Tuomet paprašykite po vieną kiekvienos grupės narį trumpai pristatyti jų gautas istorijas prieš auditoriją ir papasakoti, kokias mintis jos kelia.

Tuomet parodykite „Rūpinkis, kuo daliniesi“ skaidrę (Priedas Nr. 2). Paprašykite savanorių paaiškinti kodėl kiekvienas iš žingsnių yra reikalingas. Jeigu dalyviai užstringa grįžkite prie dviejų pagrindinių teiginių:

1. Dezinformaciją ir klaidinančią informaciją skleidžia paprasti žmonės, tokie kaip tu ir aš.
2. Dezinformacija ir klaidinanti informacija žeidžia žmones ir griaua gyvenimus.

UŽDUOTIS NR. 2

10 minučių ⌚

Užduoties tikslas - mokyti analizuoti klaidinančią informaciją ir ją vertinti.

Parodykite auditorijai daugiau klaidinančios informacijos pavyzdžių (Priedas Nr. 3). Paprašykite savanorių iš auditorijos pasidalinti mintimis, emocijomis kylančiomis pamačius šiuos pavyzdžius (po vieną savanorį kiekvienam pavydžiui).

Klausimai auditorijai

- Ką manote apie šiuos pavyzdžius?
- Kaip manote, kokių tikslų siekdami žmonės kuria dezinformaciją ir iškraipo faktus?

NUORODOS POKALBIUI

Kartais žmonės kuria dezinformaciją siekdami paremti savo politiką ar rūpimo klausimo sprendimą. Kartais šventai tiki savo šventa tiesa. Daugeliu atveju žmonių klaidinimo motyvas yra siekis praturtėti. Dezinformacijos kūrėjai užsidirba iš kiekvieno reklamos jų puslapiuose paspaudimo.

Panašiai mūsų paspaudimus pritraukti ir iš jų užsidirbti siekia

ir klaidinančių antraščių kūrėjai. Svarbu žinoti, kad kiekvienas paspaudimas internete turi savo kainą. Spausdami ant nuorodos mes skatiname interneto sukčius tęsti sukčiavimą. Taigi, jeigu pranešimas atrodo keistokas vien tik pažiūrėjus į jo antraštę, geriau jos ir nespausti. Jūsų pastabumas ir kritinis mąstymas yra svarbiausios savybės stabdant dezinformacijos plitimą.

UŽDUOTIS NR. 3

30 minučių

Užduoties tikslas - išmokyti skirstyti klaidinančios informacijos pavyzdžius į rūšis.

Išdalinkite Bingo žaidimo korteles dalyviams. Pasistenkite, kad visų trijų rūšių kortelių tektų po lygiai.

Rodykite auditorijai visus klaidinančios informacijos pavyzdžius (Priedas Nr. 4) ir paprašykite jų žymėti, kuriai kategorijai juos priskirtų.

Tuomet rodykite pavyzdžius iš naujo ir paprašykite dalyvių aptarti ir bendromis jėgomis nuspręsti, kuriai iš kategorijų (Priedas Nr. 5) priskiriame pranešimus. Jeigu dalyviai nesutaria ar pasirenka neteisingą atsakymą, pasistenkite nukreipti juos teisingo atsakymo linkme.

Trys pirmieji dalyviai surinkusieji tris iš eilės teisingus atsakymus šaukia „Bingo“ ir gauna simbolinį prizą.

IŠVADOS

5 minutės

Nepatikimos naujienos gali pasiekti jus daugeliu formų, tame tarpe klaidinga informacija, neteisėtai atskleista informacija, ar dezinformacija.


Šioje pamokoje susipažinome su klaidinančios informacijos skirstymu pagal skleidėjo motyvą, pagal tai ar skleidėjas siekia ar nesiekia apgauti, manipuliuoti ar kitaip pakenkti. Mokėti

atpažinti informaciją, kuri gali būti melaginga ar manipulytiški, yra kertinis medijų raštingumo įgūdis. Jis gali padėti mums išvengti patekimo į piktavalių sukčių pinkles. Atminkite rūpintis tuo, kuo dalinatės. Jūs, informacijos vartotojai, esate svarbiausia gynybos nuo klaidinančios informacija linija.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Dalomoji medžiaga - Klaidinančios informacijos pavyzdžiai

PAVADINIMAS	NUORODA	MANIPULIACIJOS BŪDAS
Gyvatė Pasaulio sveikatos organizacijos simboleje - velnio simbolis	www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/pasaulio-sveikatos-organizacijos-simbolyje-velnias-56-1305354 Pasaulio sveikatos organizacijos simboleje – velnias? 	Manipuliacija mitologiniu įvaizdžiu. Demonizuojama patikimo tarptautinė organizacija neva iškonstruojant jos simbolį



PAVADINIMAS	NUORODA	MANIPULIACIJOS BŪDAS
Žydrūnas Savicko paralelė tarp karantino ir koncentracijos stovyklų	https://www.facebook.com/zydrunas.savickas.16/posts/10163074674555704 https://www.facebook.com/vakcinanuovatniku/photos/a.1062439057136209/2954270334619729/?type=3&theater	Baimės ir nepasitikėjimo skatinimas. Žinomas žmogus siekia atkreipti dėmesį į savo bėdas platindamas paralelę naudojamą klaidinančiose naujienose
		

Priedas Nr. 2 - Lentelė - Rūpinkis, kuo daliniesi

Rūpinkis, kuo daliniesi



1. Įvardyk ir prisijaukink.
2. Prisiimk atsakomybę. Įsisąmonink, kad informacijos sklidimas priklauso nuo tavęs.
3. Pripažink, kad visko žinoti neįmanoma.
4. Jeigu turi laiko - pasigilink! Padaryk viską, ką gali kad patikrintum informaciją.
5. Jeigu vis dar nežinai ar informacija tikra, nesidalink.

Priedas Nr. 3 - Klaidinančios informacijos pavyzdžiai 2

PAVADINIMAS	NUORODA	MANIPULIACIJOS BŪDAS	KLAIDINANČIOS INFORMACIJOS RŪŠYS
<p>Gyvate Pasaulio sveikatos organizacijos simbole - velnio simbolis</p>	<p>www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/pasaulio-sveikatos-organizacijos-simbolyje-velnias-56-1305354 https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3048521438502074&id=287613331259579</p> <p>Pasaulio sveikatos organizacijos simbole – velnias?</p> 	<p>Demonizuojama patikima tarptautinė organizacija neva iškonstruojant jos simbolį ir manipuliuojant jo reikšme.</p>	<p>Klaidinantis turinys</p>
<p>Prašo aukoti jau mirusio vaiko gydymui</p>	<p>www.anglija.lt/straipsniai/mano_anglija/izuli-afera-sukciai-prase-aukoti-serganciam-vaikui-pavoge-vezio-iveikto-linuko-nuotrauka</p> <p>PRADŽIA SKELBIMAI NAUJIENOS ĮMONIŲ KATALOGAS GYVENIMAS ANGLIJOJE DARE</p> <p>NAUJIENOS » Svarbu</p> <p>Įžūli afera: sukčiai prašė aukoti sergančiam vaikui, pavogę vėžio įveikto Linuko nuotrauką</p> <p>2015-02-03 / Antradienis / 11:03</p> <p>Anglija.lt išsiaiškino itin įžūlų sukčiavimo atvejį – lietuviai siekė pasipelnyti, pasinaudoję vėžio jau įveikto Anglijos lietuvių vaiko nuotrauka. Graudus prašymas, vogtos nuotraukos „Facebook’e“, melas apie labdaros organizaciją ir ligoninę – ar to užtenka, norint išvilkti pinigus iš patiklių tautiečių?</p> 	<p>Siekama išvilkti pinigus apsimetant socialinės akcijos rengėjais ir naudojant emocijas keliančią vogtą nuotrauką.</p>	<p>Padirbtas turinys</p>



A series of horizontal dashed lines for taking notes.

PAVADINIMAS	NUORODA	MANIPULIACIJOS BŪDAS	KLAIDINANČIOS INFORMACIJOS RŪŠYS
Sukčiai naudojami Tapino vardu siekdami išvilioti pinigus	<p>https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1059239/swedbank-ispēja-prisidengdami-tapino-pavarde-sukciai-nusitaikė-i-gyventoju-santaupas</p> 	Siekiami išvilioti pinigus naudojantis žinomo žmogaus autoritetu skleidžiant reklamą socialinėse medijose.	Apsimestinis turinys
Žydrūnas Savicko paralelė tarp karantino ir koncentracijos stovyklų	<p>https://www.facebook.com/zydrunas.savickas.16/posts/1016307467455704 https://www.facebook.com/vakcinanuovatniku/photos/a.1062439057136209/2954270334619729/?type=3&theater</p> 	Žinomas žmogus siekia atkreipti dėmesį į save platindamas klaidinančią paralelę ir skatindamas baimę ir nepasitikėjimą.	Melagingas kontekstas



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....



PAVADINIMAS	NUORODA	MANIPULIACIJOS BŪDAS	KLAIDINANČIOS INFORMACIJOS RŪŠYS
<p>„Fox News“: trys „mirtingiausi“ ES miestai yra Lietuvoje</p>	<p>https://www.alfa.lt/straipsnis/50411711/fox-news-trys-mirtingiausies-miestai-yra-lietuvoje</p> <p>Alfa.lt > Pasaulis > Europa</p> <p>„Fox News“: trys „mirtingiausi“ ES miestai yra Lietuvoje</p>  <p>Soboras © Organizatoriai</p>	<p>Neatidžiai vertinami ir pristatomi duomenys.</p>	<p>Interpretacijos klaida</p>
<p>Baltijos jūroje rastas objektas - ateivių laivas</p>	<p>https://www.lrytas.lt/it/visata/2012/07/15/news/po-radinio-baltijos-juros-dugne---kalbos-apie-nuskendus-ateiviu-laiva-832966/</p>  <p>Ką nusileidę į Baltijos gelmes aptiko Švedijos nardytojai – neatpažintą skraidantį objektą (NSO). matavimai: eufoninis laivo darinys? O gal seno laivo, krumplis ar minos likanės?</p>	<p>Pagrindas teiginiui - menininko piešinys atvaizduojantis ledyno paliktas žymes Baltijos jūros dugne.</p>	<p>Iškraipytas turinys</p>

Series of horizontal dashed lines for writing notes.

PAVADINIMAS	NUORODA	MANIPULIACIJOS BŪDAS	KLAIDINANČIOS INFORMACIJOS RŪŠYS
Į laisvę už 100 000 užstatą paleidžiamas Henrikas Daktaras	https://laisvadienis.lt/i-laisve-uz-100-000e-uzstata-paleidziamas-henrikas-daktaras/ Feisbuke vėl meluojama apie į laisvę išėjusį H.Daktarą	Antrašte pasirinktas teiginys neatitinkantis tikrovės ir teksto	Melagingas ryšys
			

Priedas Nr. 4 - Dalomoji medžiaga - Aštuonios klaidinančios informacijos rūšys

- Klaidinantis turinys. Kai tikra informacija yra naudojama siekiant klaidinančiai apibrėžti situaciją ar individą.
- Apsimestinis turinys. Kai apsimetama tikrais informacijos šaltiniais.
- Padirbtas turinys. Kai turinys yra 100% pramanas sukurtas siekiant apgauti ir pakenkti.
- Melagingas ryšys. Kai antraštė, iliustracija ar jos paaiškinimas neatitinka turinio.
- Melagingas kontekstas. Kai tikras turinys pristatomas melagingame kontekste.
- Iškraipytas turinys. Kai tikra informacija arba iliustracija yra iškraipoma siekiant apgauti.
- Satyra ar parodija. Kai motyvas nėra pakenkti, bet turinys klaidina.
- Interpretacijos klaida. Kai motyvas nėra pakenkti, tačiau neatidžiai interpretuojama informacija.

Priedas Nr. 5 - Dalomoji medžiaga - 3 Bingo kortelės

Bingo kortelė Nr. 1

- Klaidinantis turinys
- Apsimestinis turinys
- Tuščia vieta
- Melagingas ryšys
- Melagingas kontekstas
- Satyra ar parodija
- Interpretacijos klaida

Bingo kortelė Nr. 2

- Klaidinantis turinys
- Tuščia vieta
- Padirbtas turinys
- Melagingas ryšys
- Melagingas kontekstas
- Iškreiptas turinys
- Interpretacijos klaida

Bingo kortelė Nr. 3

- Tuščia vieta
- Apsimestinis turinys
- Padirbtas turinys
- Melagingas ryšys
- Melagingas kontekstas
- Iškreiptas turinys
- Satyra ar parodija



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2 PAMOKA. VISUOMENĖS APSAUGA AR CENZŪRA?

SIEKTINI REZULTATAI

- Suprasti istorinės cenzūros reiškimo reikšmę žiniasklaidos ekosistemos vystymuisi ir žinoti šiuolaikines cenzūros formas.
- Išmokyti atpažinti ir vertinti išraiškos laisvės ir pažeidžiamų visuomenės grupių apsaugos susikirtimo atvejus.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Dalijamoji medžiaga - Temos ir ribojimai kortelės 1, 2 ir 3 (pakankamai, kad kiekviena dalyvių pora gautų po dvi).
- Rašikliai ir popierius

TRUKMĖ

50 min. ⌚

Instruktorius pasiruošimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorį ir ekraną, jeigu rodysite skaidres, jeigu ne - klasės/prezentacijų lentą. Pasiruoškite korteles **Temos ir apribojimai**.

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Šioje pamokoje bendrausime apie cenzūrą ir jos formas šiandienos žiniasklaidos ekosistemoje. Cenzūra tai reiškiny labai artimai susijęs su klaidinančia informacija. Praėjusiuose amžiuose skleisti klaidinančią informaciją siekiantys autoritariniai režimai nepraleisdavo į viešumą jiems pavojingų idėjų. Sustabdyti informacijos plitimą šiais laikais beveik neįmanoma. Pasaulyje yra valstybių, kuriose prieiga prie informacijos vis

dar ribojama, tačiau net ir jas veikia globali informacijos erdvė. Ribojimai nespėja vystytis taip greitai, kaip technologijos. Informacija į ribojimo zonas taip pat prasiskverbia ir kovotojų prieš cenzūrą dėka. Nuo seno cenzūrai aktyviai priešinosi įvairūs žmogaus teisių gynėjai, tarpvalstybinės ir nevyriausybinės organizacijos, taip pat žurnalistai. Lietuvoje cenzūra ir pasipriešinimas jai turi gilią šaknis.

APŠILIMAS

10 minučių ⌚

Paprašykite savanorių pasidalinti, kaip žemiau išvardinti dalykai susiję su cenzūros reiškiniu Lietuvoje.

- Spaudos lietuviškais rašmenimis draudimas
- Samizdat'as
- Knygnešių judėjimas
- Išėvijos spauda



NUORODOS POKALBIUI

Šiandien Lietuvoje yra įtvirtinti ribojimai išraiškos laisvei penkiose pagrindinėse srityse.

- Savižudybės - neleidžiama romantizuoti, informuoti apie motyvą ir savižudybės būdą.
- Saugumas - neleidžiama kurstyti kariauti.
- Nepilnamečių - neleidžiama skatinti vartoti
- Asmenų ir grupių žeminimas - neleidžiama neapykanta, šmeižtas.
- Alkoholio reklamos - draudžiama visa alkoholio reklama.

Klausimai auditorijai

- Ar susidūrėte su kokiu nors žodžio laisvės ribojimu savo aplinkoje?
- Ar kada rinkotės neskleisti informacijos, nes išsigandote galimų pasekmių?

UŽDUOTIS NR. 2

20 minučių ⌚

Užduoties tikslas - pagilinti suvokimą, kaip veikia šiuolaikinės cenzūros formos.

Dar viena cenzūros forma sutinkama šiuolaikinėse visuomenėse yra savicenzūra. Kaip ji veikia? Išbandykime patys.

Suskirstykite auditoriją į grupes po du dalyvius. Duokite kiekvienai grupei po dvi **Temos ir apribojimai** korteles (Priedas Nr. 1).

Dalyviai vienas kitą apklausia paeiliui. Klausiantis pasako temą, o atsakantysis - turi pasakyti bent po tris sakinius laikydamasis kortelėje įvardintų ribojimų. Tuomet klausiantysis su atsakančiuoju apsieičia vaidmenimis ir atlieka tą pačią užduotį iš naujo.

Medžiaga instruktoriui

Temos:

- Papasakokite apie žinomą žmogų, kuris jums nepatinka.
- Papasakokite, kokius gėrimus baruose vartoja jaunimas ir kodėl tie gėrimai juos traukia.
- Papasakokite apie Kalantos savižudybę.

Ribojimai:

- Nežeminkite ir neįžeidinkite asmeninių savybių pagrindu.
- Neskatininkite vartoti svaiginančių medžiagų.
- Neminėkite savižudybės metodo ir motyvo.

Pasiūlykite poroms padiskutuoti, ar atsakyti į klausimus suvaržymų rėmuose buvo lengva ar sudėtinga.

3 PAMOKA TROLINIMAS

SIEKTINI REZULTATAI

- Susipažinti su trolinimo fenomenu
- Suprasti, kad trolinimas gali būti naudojamas manipuliacijai

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Garso kolonėlės
- Kompiuteriai, telefonai auditorijai

TRUKMĖ

50-60 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Šiandien pamokoje kalbėsime apie trolinimą. Kadangi terminas gana populiarus ir plačiai naudojamas internete, verta jį panagrinėti detaliau.

Paklauskite auditorijos, ką jie yra girdėję apie trolinimą?

PIRMOJI UŽDUOTIS

20 min. ⌚

Pamokos įžangoje pažiūrėkime trumpą video įrašą, kuriame plačiau kalbama apie tai, kas yra trolinimas.

Klausimai auditorijai

- Ką galvojate apie trolinimą?
- Kokiomis aplinkybėmis yra trolinama?
- Kada pačiam kyla noras patrolinti?

TEMOS POKALBIUI 1

Kaip buvo kalbėta įrašė, esminis trolinimo tikslas yra iššaukti emocijų - sujautrinti žmogų, bendruomenę ar organizaciją, kelti chaosą, pakreipti diskusiją. Trolinimas būna sėkmingas, kai į trolio komentarus sureagoja kiti žmonės, užverda karšta diskusija, neretai vedanti į keiksmus, neapykantos kurstymą ir

pan. Dažniausiai troliai būna anoniminiai asmenys, o neretai - tiesiog užprogramuoti robotai. Kita vertus, trolinimas gali būti ne tik neigiamas reiškinys. Mes patys nevengiame kartais patrolinti draugų lengva forma. Trolinimą galima sieti su draugiška kritika, sarkazmu, satyra.



Tiesa, trolinimas neretai laikomas ir patyčiomis. Anot Vilniaus universiteto docento daktaro Antano Kairio, siekiant įvertinti, ar tai patyčios, ar trolinimas, svarbus galios santykis.

Jeigu stipresnis trolina silpnesnį - tą galima laikyti patyčiomis, tačiau jeigu pašiepiamas lygiavertis galios atžvilgiu žmogus - draugas draugą, Seimo narys Seimo narį, tuomet tai galima būtų laikyti trolinimu.

Štai vienas iš trolinimo pavyzdžių Lietuvoje - vainikas ilgamečiam Vilniaus miesto merui Artūriui Zuokui, pralaimėjus rinkimus į Vilniaus merus.

Paprašykite auditorijos paskrolinti savo socialinius tinklus, paskaityti komentarus ir pažiūrėti, galbūt pavyks jiems aptikti trolinimo pavyzdžių.

Radinius aptarkite:

- Kokiu būdu vyksta trolinimas?
- Kas ką trolina?
- Kaip reaguoja aplinkiniai? Kodėl?

Radinių neuždarykite - juos aptarsime pamokos pabaigoje.

TEMOS POKALBIUI 2

15 min.

Bene didžiausia trolinimo problema yra kada tai vyksta organizuotai, siekiant paveikti visuomenę. Prieš keletą metų į viešumą iškilo skandalingos naujienos, kad Rusija mėgina paveikti 2016-aisiais metais vykusius JAV prezidento rinkimus. 2017-aisiais Feisbukas, atlikęs vidinį patikrinimą, pateikė išvadas, kad šimtai su Rusija susijusių netikrų paskyrų buvo naudojamos perkant reklamas, skirtas kurstyti politinę įtampą prieš JAV prezidento rinkimus ir po jų.

Feisbukas skelbia, kad per 2015-2017 metų laikotarpį per maždaug 470 paskyrų buvo išleista apie 100 tūkst. dolerių reklamoms, kuriomis buvo peršamos netikros ar klaidinančios naujienos arba buvo nukreipiama į puslapius su tokiomis žiniomis. Feisbuko saugumo vadovas Aleksas Stamosas tuomet teigė, kad paskyros ir puslapiai yra susiję vieni su kitais ir, tikėtina, tvarkomi iš Rusijos.

Žiniasklaida taip pat yra paskelbusi pokalbius su keliais profesionaliais troliais, dirbusiais Rusijos vadinamajame "Trolių fabrike" Sankt Peterburge. Jie pasakojo, kad trolinimas nėra lengvas darbas. Jiems tekdavo daug domėtis vietos

socialinėmis temomis, pavyzdžiui, JAV politikos ir mokesčių sistema, LGBT bendruomenės teisėmis, debatais dėl ginklų. Taip pat skaityti komentarus po straipsniais ir remiantis jais diskusijas įsiūbuoti dar labiau.

Svarbu suprasti, kad Lietuvoje taip pat veikia Rusijos troliai. 2017 m. Lietuvos Valstybės saugumo departamentas savo ataskaitoje atkreipė dėmesį, kad Rusijos Federalinio saugumo biuras (FSB) „organizuoja ir apmoka komentatorių (vadinamųjų „trollių“) socialinėje žiniasklaidoje tinklą, kuris sistemiskai ir agresyviai platina iš vieno centro kuriamą Rusijos vidaus ir užsienio politikai palankią informaciją. Pagrindiniai FSB „trollių“ resursai sutelkti rusakalbėje erdvėje ir Lietuvą pasiekia per tiesioginius Rusijos socialinės žiniasklaidos vartotojus. FSB netiki socialinės žiniasklaidos vartotojų sąmoningumu ir mano, kad tokiomis „aktyviosiomis priemonėmis“ – centralizuotai platindami propagandinius ar dezinformuojančius komentarus – paveiks jų požiūrį“.

Pasak Vilniaus politikos analizės instituto vyriausiojo analitiko Mariaus Laurinavičiaus, dažniausiai siekiama paveikti



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

visuomenės požiūrį į Lietuvos valstybingumą, istoriją, Lietuvos Kariuomenę ar NATO sąjungininkus. Emocijai sukelti naudojamos ir jautrios temos, pavyzdžiui, vaikai. Tiesa, reikia pažymėti, kad organizuotu trolinimu užsiima ne tik Rusija. Trolius nešvariems darbelyms Kinija samdė dar prieš 20 metų, o organizuota trolių veikla 2019-aisiais paaiškėjo ir Lenkijoje. JAV spauda 2011-aisiais rašė, kad paveikti mases mėgina ir JAV specialiosios tarnybos

Pažiūrėkite: <http://www.netwars-project.com/webdoc/episode4/>

TEMOS POKALBIUI 3 5 min.

Kita vertus, Rusijos troliai Lietuvos auditoriją, manoma, paveikia mažiau nei kitų valstybių. Taip yra dėl analogų Europoje neturinčio elfų judėjimo. Elfai - tai savanoriai trolių medžiotojai, asmenys, internete kovojantys su propaganda ir jos platintojais, jie bando idenfitikuoti netikras paskyras ir apie tai praneša "Facebook". Vienas iš tokių žmonių yra blogeris Ričardas Savukynas, kuris kartu su kitais savanoriais patruliuoja socialiniuose tinkluose ir stebi netikras paskyras. Kartais jis su komandos nariais socialinių tinklų administracijoms pranešta iki 10-20 tokių anketų. Tiesa, netikras paskyras pastebėti ne visada yra taip lengva. Anot R.Savukyno, vienas pagrindinių išgalvotų anketų bruožas yra hiperaktyvumas, kada beveik visa jų platinama informacija yra apie politiką ir tas daroma labai dažnai - per dieną gali būti paskelbta ir keliasdešimt įrašų. Vienas iš puslapių Feisbuke, atkreipiančių dėmesį į rusų propagandą, yra "Raudonojo meškiuko pėdsakais".

ANTROJI UŽDUOTIS 5 min. ⌚

Atsidarykite darsyk savo socialinius tinklus, kur pastebėjote galimą trolinimą, ir pabandykite pažiūrėti į asmenų paskyras.

- Pažiūrėkite, kada užregistruota anketa
- Pažiūrėkite anketos turinį
- Pažiūrėkite anketos nuotraukas. Galite pamėginti nuotrauką patikrinti naudodami "Reverse image search" įrankius

1 PAMOKA. ĮVARDIJAME SAVO EMOCIJAS

SIEKTINI REZULTATAI

- Įgyti geresnį supratimą kaip antraštės veikia auditoriją
- Geriau suvokti savo jausmus naudojantis medijomis
- Išmokti suvaldyti jausmus

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti

TRUKMĖ

40 min. ⌚

Pasiruošimas instruktoriam

Pasitikrinti, ar naudojamas turinys yra tinkamas auditorijai, mat kai kurie įrašai gali būti trikdantys ar nemalonūs

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Naudodami medijas patiriame įvairių veiksmų to net nepastebėdami. Kartai juokiamės, kartais liūdime, kartais susigraudiname, o kartais pykstame. Neretai pagauti kokios emocijos norime pasidalinti šia žinia su kitais, prieš tai nepatikrindami, tai tiesa ar

melas. Ypatingai stiprų įspūdį mums daro vizuali informacija, nes ji - labiau įsiminama. Todėl vartojant medijas labai svarbu susivokti savo jausmuose.

PIRMOJI UŽDUOTIS

10 min. ⌚

Informuokite auditoriją, kad netrukus parodysite kelis vizualus. Paprašykite jos, kad kiekvieną kartą jie, pamatydami nuotrauką ar vaizdo įrašą, sustotų (nusuktų galvą ar užsimerktų), paklaustų savęs, ką jaučia ir įvardytų tą jausmą.

1. Vaikas, geriantis Heineken alų.
2. Milžiniška žiurkė
3. Besikeičiantys veidai
4. Ginklas prie galvos
5. Princas Williamas kažką negražaus rodo...

ANTROJI UŽDUOTIS

15 min. ⌚

Pasakykite auditorijai, kad dabar reaguosim truputėlį linksmiau - nuo šiol, kai pajausite kokią emociją, pasakykite ją garsiai!

Dabar, kai pajusite kokią nors emociją, parodykite ją veiksmu. Sugalvokime kartu veiksmą pykčiui, liūdesiui, linksmumui, nustebimui, pasišlykštėjimui, baimei.

6. Karininkas ir raketė
7. Prezidentas Gitanas Nausėda ir jo raumenys
8. Žmogus su jungtimis
9. Billas Geitsas ir švirkštas
10. Popiežius ir staltiesė

APIBENDRINIMAS

10 min.



Nuotraukos ir videomedžiaga gali padaryti labai stiprų įspūdį, todėl abi yra laikytinos geromis priemonėmis manipuluoti. Verta tą žinoti ir kaskart matant kokį vizualą pasvarstyti, ar jo kūrėjai nenori manęs apgauti, manimi pasinaudoti skleidžiant melą ar propagandą.

Taip pat pamokos pabaigoje parodykite kai kurių nuotraukų "išrišimus" ir pasakykite, kad kitose pamokose patys išmoksime patikrinti vaizdus ir nuotraukas.

Dotted lines for student response.



NAME IT TO TAME IT

2 PAMOKA. SUPRASTI ANTRAŠTES

SIEKTINI REZULTATAI

- Įgyti geresnį supratimą kaip manipuluojama antraštėmis
- Mokymasis atpažinti, kodėl antraštė "užkabina"
- Geriau suvokti savo jausmus naudojant medijas

MOKYMO SI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti

TRUKMĖ

45 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

10 min. ⌚

Šioje pamokoje susipažinsime su įvairiomis antraštėmis iš spaudos, socialinių tinklų ar televizijos, įskaitant nepatikimas ar manipuliatyvias antraštes.

Paklauskite dalyvių, ar jiems yra tekę matyti clickbait antraščių, gundančių paspausti? Paprašykite pasidalinti, jeigu tokių pamena. Pavyzdžių gali būti iš įvairių medijų.

Paklauskite auditorijos, kaip dažnai jie perskaito tik straipsnio antraštę?

Pažymėkit, kad dauguma mūsų dažniausiai perskaito tik antraštes, ypač, kai naršome socialinius tinklus.

Svarbu suvokti, kaip antraštės gali mus suklaidinti, kad būtume atsakingi medijų turinio vartotojai ir neapsigautume apgavikų ar

sukčių spąstais, nesusidomėtume perspausta ar tiesiog nepatikima informacija. Verta paminėti, kad net ir žinomos naujienų organizacijos naudoja clickbait antraštes, siekdami sulaukti daugiau dėmesio iš skaitytojų ir monetizuoti savo turinį. Skambių antraščių šalininkai teigia, kad jos padeda patraukti žmonių dėmesį į labai svarbias naujienas.

Antraščių tipų gali būti labai įvairių - klikbaitinės, kur antraštė iššaukia dideles emocijas, klaidingai informuojanti, kada naujienos turinys skiriasi nuo antraštės arba klaidingai interpretuojami faktai, dargi būna ir melagingos antraštės, kur informacija yra visiškai išgalvota.

PIRMOJI UŽDUOTIS

20 min. ⌚

Praneškite auditorijai, kad netrukus planuojate parodyti keletą antraščių pavyzdžių. Užduoties tikslas padiskutuoti, kaip jaučiamės perskaitę antraštę ir pamėginti suvokti, kodėl šis jausmas kyla.

Instrukuokite, kas vyks toliau: jūs parodysite antraštę, tada paprašysite žmonių nusiukti nuo ekrano, užsimerkti ar užsidengti

akis ir pabandyti susikoncentruoti į jausmus - ką pajutau pamatęs šią antraštę. Padiskutuokite kartu apie savo jausmus.

Padėkite jiems suprasti, kokius jausmus jie galėtų jausti: tai gali būti ir pyktis, ir pasišlykštėjimas, ir linksmumas, nuostaba, liūdesys, baimė.

Antraštės:

1. Bilas Geitsas: visiškai panaikinti karantiną galima bus tik po masinės vakcinacijos
2. A Forida man has died from Coronavirus after being eaten by alligator (Žmogus iš Floridos mirė nuo kuo koronaviruso, kai jį suvalgė aligatorius - LT.)
3. Teisėjas Egidijus Kūris teigia, kad jo teisti negalima, nes jis yra teisėjas
4. Nenori pasigauti Koronaviruso? Neleisk savęs testuoti
5. Panevėžio transvestitas Vandutė žmones žudė šaltakraujiškai

Pasidalinę emocijomis, padiskutuokite, kas šiose antraštėse tą emocijų kelia.

Papasakokite auditorijai, kad kai matote abejotinas, stiprias emocijas keliančias antraštes, didelė tikimybė, kad autoriai siekia jomis manipuliuoti ir taip gauti naudos. (ekonominės - paspaudimai generuoja pinigus, politinės - nori išplatinti savo pozicijų ir kt.) Todėl pristatykite auditorijai kelis paprastus patarimus, kurie padės sumažinti netikslios informacijos sklaidą:

1. Įvardykite jausmą ir su juo susidraugaukite - taip prisiimsite atsakomybę už savo emocijas.
2. Neįmanoma žinoti visko pasaulyje, nors dažnai manome, kad žinome daug ką. Priimkite poziciją, kad galite kažko nežinoti. Tai leis būti atviru naujoms žinioms ir kartu pastebėti kitus požiūrius.
3. Jeigu turite laiko, informaciją patikrinkite.
4. Jeigu nesate tikri informacijos tikrumu, nesidalykite.

Patarimai instruktoriui

Jauskitės laisvai keisti pateiktus pavyzdžius pagal jūsų poreikius.

ANTROJI UŽDUOTIS

12 min. ⌚

Praneškite auditorijai, kad antroje užduotyje jiems patiems reikės paieškoti dėmesį patraukiančių antraščių. Paraginkite juos išsitraukti savo telefonus, kompiuterius, planšetis ir naršyti juose kaip tą daro įprastai. Pastebėję kokią nors įtarimų keliančią antraštę, užrašykite ją skaidrėje. (Paspauskite F5 arba ESC

mygtuką klaviatūroje, ir įrašykite paprastuoju būdu tą, kuo pasidalins auditorija)

Užrašę 5-ias antraštes, aptarkite su auditorija, kodėl jos užkabina akį ir kaip priverčia jaustis?

APIBENDRINIMAS

Pasaulyje, kuriame daugiausia naujienų gauname iš socialinių tinklų ar telefonų, antraštės yra labai svarbios - nuo to, kaip jos sukurtos, priklausys, ar vartotojai naujieną perskaitys. Tiesa, dažnai antraštės būna perspaustos siekiant asmeninės naudos. Norint nepakibti ant antraščių jauko, svarbu suprasti, ką aš

jaučiu - susidomėjimą, pyktį, baimę, šleikštuli. Įvardijęs emociją, galiu lengviau kontroliuoti savo veiksmus ir būti už juos atsakingas. Pažinkime emocijas, kad ne mus kontroliuotų, o kontrolę patys turėtume savo rankose.

2 dalis. Netikros naujienos ir manipuliavimas. B. Tikrinant savo emocijas

3 PAMOKA. PRIVATUMAS IR DUOMENŲ APSAUGA INTERNETE

SIEKTINI REZULTATAI

- Įgauti daugiau žinių apie duomenų rinkimą internete ir kaip galima tai kontroliuoti
- Susipažinti su būdais apsaugoti

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Telefonai arba kompiuteriai auditorijai
- Kolonėlės garsui

TRUKMĖ

60 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

20 min. ⌚

Internetas neabejotinai pakeitė mūsų gyvenimus iš esmės. Nemaža dalis medijų raštingumo kurso yra apie temas, kurių, be interneto ir kompiuterių, tiesiog nebūtų. Šiandien noriu su jumis pakalbėti apie privatumą internete ir duomenų apsaugą. Ši tema susideda iš kelių komponentų - mūsų kasdienio vartojimo ir tai, kas vyksta pasauliniu lygiu.

Pažiūrėsime keletą ištraukų iš 2014-aisiais sukurtos internetinės interaktyvios dokumentikos Netwars, kurioje išsamiai kalbama apie pavojus, slypinčius internete (1 Epizodas)

Užpildykite trumpą anketą, kai mums bus siūloma parsisiųsti dokumentus, paklauskite auditorijos, ką ji galvoja. (pabaigti ties "Digital battleground")

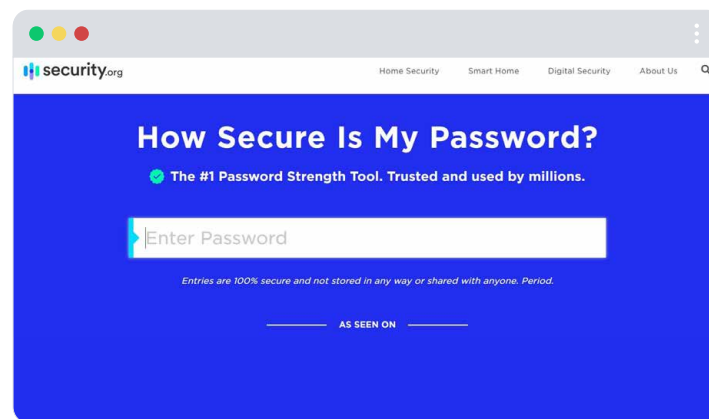
PIRMOJI UŽDUOTIS

10 min. ⌚

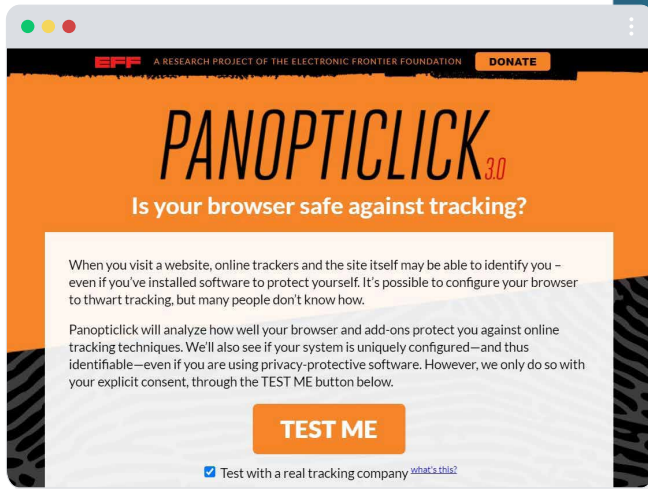
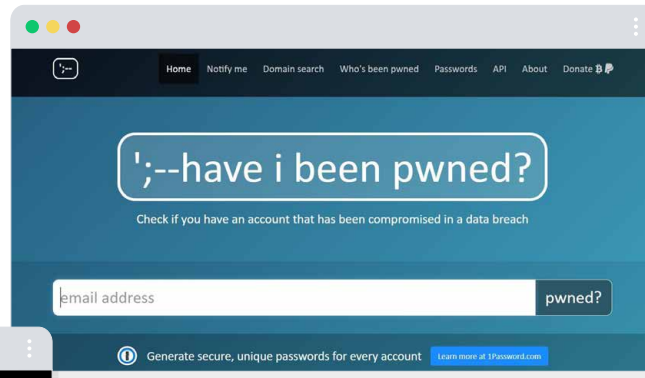
Kalbėdami apie saugumą ir privatumą internete, turbūt pats pirmiausias klausimas yra mūsų slaptažodžių, taip pat mūsų

paskyrų saugumas bei naršyklių, kuriomis kasdien naudojames būdami internete.

Pasitikrinkime, kiek saugūs yra mūsų slaptažodžiai
(<https://howsecureismypassword.net/>)



Pasitikrinkime, ar nebuvo nulauztos su mūsų el.paštu susijusios paskyrios ir jų slaptažodžiai (<https://haveibeenpwned.com/>)



Pažiūrėkime, kaip mūsų naudojamos naršyklės internete užtikrina mums saugumo ir privatumo. (<https://panopticlick.eff.org/>)

ANTROJI UŽDUOTIS

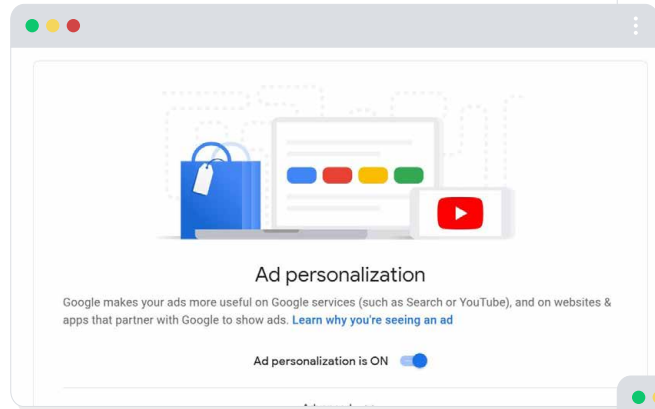
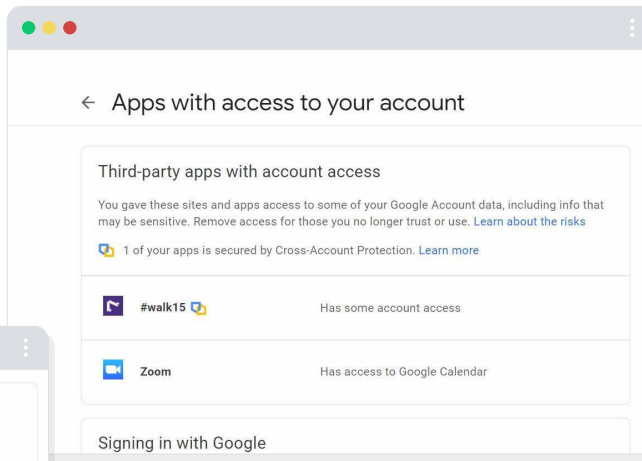
20 min. ⌚

Norint naudotis pačiu internetu, turime susimokėti mokesį. Tačiau naudodamiesi daugybe internetinių paslaugų, socialiniais tinklais, dažniausiai jokių mokesčių nemokame. Paklauskite auditorijos, kodėl?

Antroje užduotyje apžvelgsime, kiek duomenų apie mus turi vienos didžiausių internetinių kompanijų Facebook ir Google.

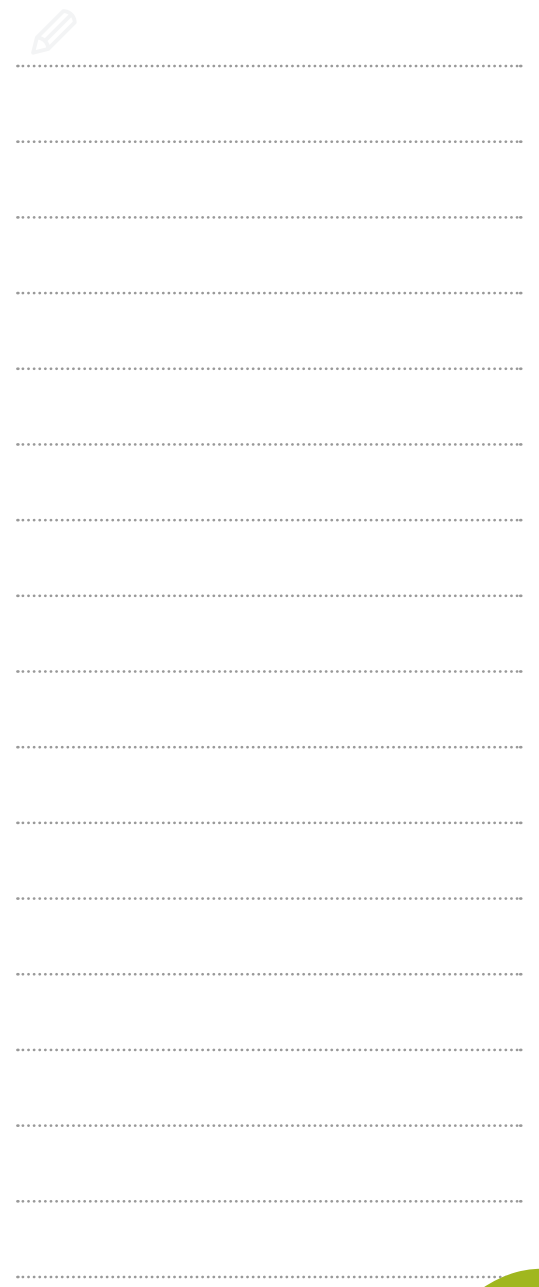
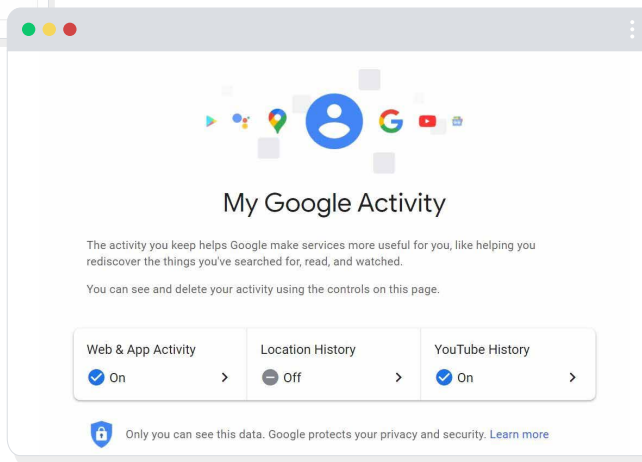
Handwriting practice area with a pencil icon and horizontal dashed lines.

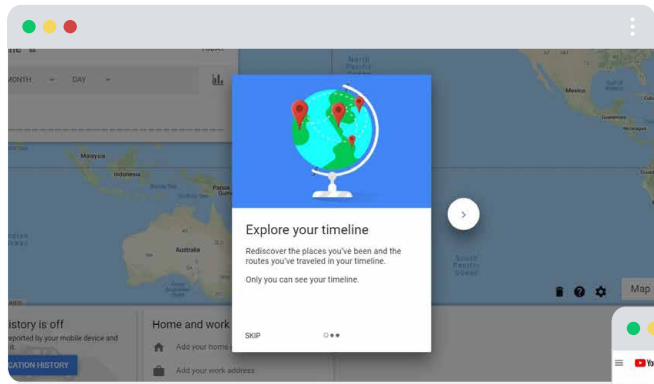
Kiek programų gali turėti prisijungimą prie
jūsų duomenų:
<https://myaccount.google.com/permissions>



Reklamos pagal jūsų profilį:
[https://adssettings.google.com/
authenticated](https://adssettings.google.com/authenticated)

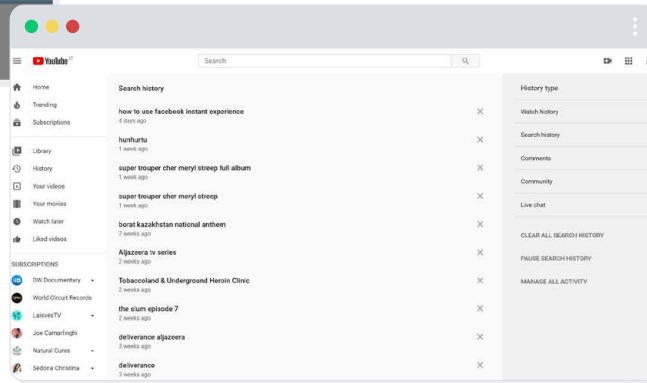
Visa jūsų veikla google:
<https://myactivity.google.com/myactivity>





Google rāda, kur esat bijuši:
<https://www.google.com/maps/timeline>

Jūsu visa Youtube paieškos istorija:
https://www.youtube.com/feed/history/search_history



Taip pat parodykite, kur rasti **Facebook (5min)** talpinamus duomenis.

Norint aptarti duomenis, jeigu jaučiatės komfortiškai, galite parodyti savo. Taip pat galite paprašyti auditorijos, jeigu jie sutinka, pasidalyti bent dalimi to, ką įdomaus surado.

Klausimai auditorijai

- Kaip jaučiatės matydami, kad praktiškai viskas, ką veikiate, yra išsaugota internete ir gali būti panaudota?
- Ar yra kažkas, ko jie norėtų, kad nebūtų išsaugota?
- Kaip yra panaudojama surinkta informacija?

TEMOS POKALBIUI

Interneto milžinų Facebook ir Google verslo modelis - pasiūlyti nemokamas paslaugas, o surinktus duomenis parduoti už pelną.



Kaip tai veikia, paaiškina šiam video: <https://www.youtube.com/watch?v=NrmnaShNp-I>

Žmogaus teisių gynimo organizacija Amnesty International praėjusiais metais paskelbė, kad tokia veikla yra nesuderinama su žmogaus teisėmis.

„Sekimu paremtas kompanijų verslo modelis verčia žmones sudaryti sandėrį su šėtonu, kai jie gali naudotis savo žmogaus teisėmis internete tik paklusdami sistemai, paremtai žmogaus teisių pažeidimais“, – rašo „Amnesty International“.

TEMOS POKALBIUI 2

10 min.

Mūsų vartojimo įpročiai ir didžiųjų kompanijų duomenų rinkimas verslui yra viena, valstybių saugumo tarnybų renkama informacija apie kiekvieną iš interneto vartotojų yra kita. Išgirdote teisingai, Vakarų saugumo tarnybos renka visą informaciją internete. Lietuvos saugumo tarnyboms norint pasiklausyti žmogaus telefono, yra būtinas teismo leidimas. Tačiau, pavyzdžiui, Nacionalinės saugumo agentūros (NSA) veikla yra be teismo leidimo, todėl, įtariama, pamina žmogaus teises. Pasaulis plačiau apie NSA sužinojo 2013-aisiais, kada buvęs šios kompanijos darbuotojas Edwardas Snowdenas

žurnalistams perdavė 1,7 mln. slaptų dokumentų. Juose buvo aprašomos programos, kuriomis JAV saugumo agentūra bendradarbiauja su didžiosiomis kompanijomis kaip Apple, Facebook, Google, Microsoft, Yahoo ir kitomis, siekdami surinkti žmonių duomenis - ar tai būtų nuotraukos, elektroninis paštas, dokumentai, prisijungimo duomenys, vaizdo skambučiai ar kita. Buvo skelbta, kad informacija yra renkama ir iš JAV strateginių partnerių, pavyzdžiui, Vokietijos kanclerės Angelos Merkel.



Kaip tai veikia praktiškai, paaiškina žurnalistai iš Didžiosios Britanijos "The Guardian":

<https://www.youtube.com/watch?v=GoM4jIzbtIQ>



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TEMOS POKALBIUI 3

15 min

Pakalbėkime plačiau apie duomenų apsaugą. Dauguma žmonių išgirdę tokią informaciją pagalvoja, aš neturiu ką slėpti. Pateiksiu kelis argumentus, ką kalba žmogaus teisių specialistai, kalbėdami apie privatumą.

Jų teigimų, privatumas turėtų būti žmogaus teisė, nebent jis yra įtariamas padaręs nusikaltimą. Ką ir minėjome anksčiau kalbėdami apie teismo sprendimą. Taip pat privatumo siekis nėra lygus norui kažką slėpti. Argi visada, kai esame vieni ar kai norime privatumo, darome kažką, ko kiti negalėtų žinoti? Specialistai taip pat mini, kad žmonės, sakydami "neturiu ko slėpti", tikėtina, galvoja tik apie šią dieną. Tačiau kas jeigu ateityje pasikeis valstybės įstatymai, visuomenės normos ir šią dieną atlikti veiksmai ateityje bus vertinami kaip žalingi? Pavyzdžiui, dauguma mūsų tėvų ir senelių sovietmečiu priklausė

vaikų ir paauglių organizacijose (spaliukai, pionieriai), kurios dabar vertinamos neigiamai.

Taip pat kaip yra pasakęs tas pats Edwarda Snowdenas, "Jeigu manote, kad privatumas jums nesvarbus, nes neturite ką slėpti, galbūt tuomet spaudos laisvė taip pat nėra svarbi, nes neturite ką reikšmingo pasakyti."

Todėl paskutinę pamokos dalį skirsime kai kuriems praktiniams patarimams, kaip galima sumažinti savo atiduodamų duomenų kiekius. Kai kalbame apie apsaugą internete, svarbu suprasti, kad norint visiškai apsisaugoti, reikia paaukoti labai daug. Todėl kiekvieno žmogaus asmeninis pasirinkimas, kokių patogijų, nemokamų paslaugų jis gali atsisakyti vardan privatumo, o kokių ne. Svarbu surasti balansą.



Naršymas internete

Naršymui internete naudojame naršykles. Jos gali būti Google Chrome, Mozilla Firefox, tačiau ir mažiau žinomos kaip, pavyzdžiui, į privatumą orientuota Brave, Epic Browser ar plačius privatumo nustatymus turinti Vivaldi.

Naršant telefonu galima naudoti "Firefox Focus", "DuckDuckGo" programėles.

Įsirašę naršykles jas papildyti naudinga būtų įskiepiais, tokiais kaip "Privacy Badger", "HTTPS Everywhere", "AdBlock", "Facebook Container", "Disconnect", "Ghostery".
Ieškodami informacijos neretai naudojame "Google"

Susirašinėjimas

Saugių susirašinėti programėlių pasirinkimas gana nemažas. Kokią naudoti, priklauso nuo apsaugos lygio. Jeigu kalbėtume apie kasdienį bendravimą, gana populiarus pasirinkimas yra **Whatsapp**, tačiau programėlė priklauso Facebook. Ir nors pats susirašinėjimo turinys yra užšifruotas, meta duomenys - kas kada ir kam siuntė - kompanijai prieinami.

Susirašinėjimo programėlė **Telegram** taip pat laikoma viena iš saugesnių, tačiau jos susirašinėjimo turinys nėra automatiškai šifruojamas. Norint tą padaryti, galima įsijungti specialių saugų bendravimo režimą.

paslaugas. Nors mes jau žinome, kam Google naudoja šią informaciją, į privatumą orientuotų alternatyvų nėra daug. Vienas populiariausių yra DuckDuckGo, tačiau paieškos variklis lietuviškai nėra itin išvystytas.

Jeigu reikia atlikti itin saugią paiešką, naudokite Tor naršyklę, kuri laikoma apskritai pati saugiausia naršymo platforma. Kita vertus, internetas tuomet veiks kiek lėčiau ir siekiant išsaugoti privatumą, jokių būdu nederėtų prisijungti prie jokių savo paskyrų - feisbuke, Google ar kitur

Wire taip pat yra pastaruoju metu nemažai naudojama saugi susirašinėjimo programėlė, tačiau kai kuriems vartotojams nerimą kelia faktas, kad duomenys yra saugomi bendrovės viduje. Viena saugiausių susirašinėjimo platformų galima laikyti **Signal**, kurią naudoja ir Edwardas Snowdenas. Ji veikia taip, kaip bet kokia kita susirašinėjimo programėlė, tačiau kartu yra saugi, nemokama, atviro kodo, nesaugo jokių vartotojų duomenų.

APIBENDRINIMAS

5 min.

Privatumas ir duomenų saugumas internete yra be galo didelė tema. Šioje pamokoje prisilietėme prie tam tikrų aspektų, kurie leis nuo šiol mums sąmoningiau elgtis internete. Svarbu prisiminti,

kad internetas turi labai didelę atmintį ir nuo mūsų pačių priklauso, ką mes joje paliksime.

2 dalis. Netikros naujienos ir manipuliavimas. C. Stereotipai

1. PAMOKA. STEREOTIPAI IR ŠALIŠKUMAS MEDIJOSE

SIEKTINI REZULTATAI

- Sužinoti, kas yra stereotipai.
- Suprasti, kaip stereotipai žeidžia žmones ir iškreipia tikrovę.
- Sugebėti atpažinti ir kritiškai įvertinti stereotipus naujienų pranešimuose.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Tuščio „Tapatybės rato“ atspaudai
- Lipukai
- Raudoni rašikliai

TRUKMĖ

1 val. 10 min. ⌚

PAMOKOS TURINYS

Įžanga 5 minutės ⌚

Visi naudojame stereotipus apibūdinami įvairias žmonių grupes. Kai kurie iš stereotipų nėra žalingi. Tačiau stereotipų naudojimas gali kelti problemų, nes jie iškreipia tikrovę. Stereotipiškai žmogus gali būti pristatytas, kaip vienos žmonių grupės atstovas. Tačiau tai yra klaidinga. Tai atima iš mūsų galimybė į žmogų pažvelgti atidžiai ir sužinoti koks tas žmogus iš tikrųjų yra. Tokiu būdu stereotipai gali atvesti ir prie diskriminacijos ar net smurto.

Visi mes turime išankstinių nusistatymų - taip veikia mūsų smegenys. Mes remiamės stereotipais, nes jie naudingi priimant

sprendimus. Pavyzdžiui drąsiai valgome obuolį, nes mūsų ankstesnė patirtis ir tai, ko išmokome, sako mums, kad obuoliai nenuodingi. Taip pat niekada nesiūlysimė pagyvenusiam žmogui eiti į mokyklos šokius. Svarbu mokėti atpažinti žalingus stereotipus ir stengtis jiems atsispirti.

Šioje pamokoje aptarsime, kaip veikia stereotipai gyvenime ir žiniasklaidoje. Dažnai stereotipų poveikis yra labai subtilus ir atpažįstamas tik stebint situaciją ilgesnį laiką. Tačiau pradėkime nuo paprastesnės užduoties - apibrėžkime savo tapatumą.

APŠILIMAS

10 minučių ⌚

Išdalinkite dalyviams tuščio „Tapatybės rato“ atspaudus (Priedas Nr. 1). Paprašykite įrašyti „žmogus“ grafiko centre, o šilkyse surašyti žmonių grupes, su kuriomis jie save sieja. Šios grupės gali būti bet kokios žmonių grupės - lytis, rasė, etninė grupė, miestas, religija, tautybė, seksualinė orientacija, amžius, negalia, sporto šaka, užimamos pareigos, pomėgis - su kuriomis dalyviai

tapatinasi. Nurodykite dalyviams vengti asmeninių savybių, tokių kaip „darbštus“, ar „nuoširdus“, o mąstyti apie savo vietą bendruomenėje. Susitarkite su dalyviais, kad jie atliktų užduotį kaip imanoma nuosekliau, tačiau leiskite nepildyti visų grafiko skilčių.

Klausimai auditorijai

- Kurios tapatybės jums atrodo svarbesnės, o kurios atrodo mažiau svarbios?
- Kodėl taip jaučiatės?
- Kurios tapatybės verčia Jus jaustis pažeidžiamais, o gal atstumais?
- Kurios tapatybės jums suteikia stiprybės?



NUORODOS POKALBIUI

Visi turime kelis tapatumus, kuriais save apibūdiname. O kitiems žmonės dažnai priskiriame vieną tapatybę. Taigi, pasidarome išvadas per greitai. Ignoruojame daugybę kitų tapatumų, kuriais žmogus pats save apibūdintų. Svarbu žinoti, kad tam tikri tapatumai gali sustiprinti arba susilpninti mūsų padėtį visuomenėje. Stereotipai giliai įsišakniję mūsų mąstyme. Stereotipų yra labai daug, o kai kurie iš jų labai dažnai kartojami. Kartais įsisaviname

stereotipus ir pasikliaujame jais to net nežinodami. Tam tikra prasme taip ir turėtų veikti mūsų smegenys. Kai mūsų protėviai priskyrė vilkus pavojingiems gyvūnams - jie buvo teisūs! Dabar galime priskirti vilkus Lietuvoje nykstančioms gyvūnų rūšims. Ir vėl būsimė teisūs. Tačiau tokios logikos netaikykite skirstatydami žmones į grupes. Žmogaus priskyrimas vienai grupei gali žesiti ir prasilenkia su tikrove.

UŽDUOTIS NR. 1**15 minučių** 🕒

Užduoties tikslas - išmukti atpažinti stereotipus ir suvokti, kodėl žmonės juos naudoja.

Du užduoties variantai:

Variantas A:

Išrinkite iš dalyvių tris - penkis savanorius. Paprašykite jų palaukti už auditorijos durų ir kvieskite į klasę po vieną. Savanoriui užėjus į klasę, paprašykite jo parodyti Jums, kaip:

- Bėgti, kaip mergaitei
- Smūgiuoti, kaip mergaitei
- Mesti, kaip mergaitei.

Atlikite tai su visais savanoriais. Tuomet aptarkite, ką matėte.

Paklauskite dalyvių, kaip jie suprato užduotį daryti ką nors „kaip mergaitė“.

Tuomet parodykite auditorijai video „Always #LikeAGirl“.

Klausimai auditorijai

Paprašykite pakelti rankas tų, kurie kada nors jautėsi vertinami pagal stereotipus.

- Kodėl atlikome šią užduotį? Kada tokios frazės „Kaip kažkas“ tampa žeidžiančiomis?
- Ar sutinkate panašių apibendrinimų medijose?



NUORODOS POKALBIUI

Dažniausiai naudojame stereotipus norėdami apibūdinti tuos, kurie mažiausiai į mus panašūs, tačiau kartais galime susigventi ir su stereotipais apie mūsų pačių grupę.

Dažnai naudojame stereotipus siekdami įvardinti ar apibūdinti tam tikrą žmogų. Taip yra todėl, kad pasitikime pastoviais ir įprastais tapatumo ženklais vietoj to, kad atliktume sudėtingą užduotį ir įvertintume individo būdą ar elgesį.

Series of horizontal dotted lines for writing.

Variantas B:

Parodykite auditorijai video „Socialinis eksperimentas: amžius nesvarbu“

Klausimai auditorijai

- Paprašykite pakelti rankas tų, kurie kada nors jautėsi vertinami pagal amžių.
- Kodėl atlikome šią užduotį?
- Kada priskyrimas amžiaus grupėms tampa įžeidžiantis?
- Ar sutinkate panašių apibendrinimų medijose?

UŽDUOTIS NR. 2

15 minučių ⌚

Užduoties tikslas - išmokti atpažinti stereotipus ieškant jų vartojimo požymių.

Padalinkite dalyvius į grupes po du, tris. Išdalinkite visiems po vieną lipuką ir paprašykite skirti penkias minutes pasitarimui, kaip atpažinti, kai kas nors naudoja stereotipus. Tuomet nurodykite užrašyti bendrus grupės atsakymus į klausimą: Kokius žinote stereotipų naudojimo požymius?

Jeigu auditorijai sunkiai sekasi, pasidalinkite keliais pavyzdžiais iš žemiau esančio „Nuorodų pokalbiui“ skyrelio.

Po penkių minučių paprašykite visų grupių priklijuoti savo užpildytus lipukus prie sienos. Pasiūlykite sugrupuoti lipukus pagal temas. Jeigu keli lipukai nurodo į tą patį ar panašų požymį, nenurašykite jų. Pasikartojimai rodo, kad šis požymis svarbus šioje auditorijoje.

**NUORODOS POKALBIUI**

Galimi atsakymai:

- Apibendrinimas (Visi rusai yra ...; Visos moterys yra... ir t.t.). Dažniausiai vartojami apibendrinimai yra: kvailas, protingas, tinginys, darbštus, drovus.
- Menkinimas (Kaip vaikų darželyje; Kaip penktokai; Vaikų žaidimai)
- Tyčiojimasis (Kai žmogus arba dalykas atakuojamas, kaip pajukų objektas)
- Perdėtas padidinimas, sukarikatūrinimas (Didelė nosis iliustracijose vaizduojančiose žydu)
- Egzotizavimas (Suvalkiečiai visada skūpūs, Lietuvos pačios gražiausios. Indai visada dvasingi ir užsiima Joga).
- Išskyrimas (Kai teigiama, kad tam tikri žmonės nėra grupės dalis. Pavyzdžiui: Vilniaus lenkai - ne lietuviai.)

Stereotipai sutaupo mums mąstymo laiką ir leidžia apibūdinti žmogų dviem trim žodžiais. Tačiau stereotipinis mąstymas negali atliepti visų gyvenimo situacijų, Stereotipai dažnai veda į prietarus ir stiprina visuomenėje jau egzistuojančias nelygybes.

UŽDUOTIS NR. 3**20 minučių** ⌚

Užduoties tikslas - pajusti, kaip vartojami stereotipai ir, kaip jie veikia praktikoje.

Išdalinkite dalyviams po vieną pranešimų pavyzdį (Priedas Nr. 2).

Paprašykite jų išbraukti žodžius ar iliustracijas, taip pat pažymėti sugretinimus, kurie nurodo žmonių tautybę. Nurodykite pakeisti straipsnį taip, kad jame neliktų stereotipų.

Klausimai auditorijai

- Kodėl pakeitėte tai, ką pakeitėte?
- Kokia užuomina, o gal subtiliai paslėpta numanoma prasmė slypėjo pranešimo originale?
- Kada stereotipų naudojimas gali atvesti prie smurto?

NUORODOS POKALBIUI

Žinių antraštės, nuotraukos ir netgi teksto išdėstymas gali subtiliai sustiprinti mūsų išankstinius nusistatymus. Pavyzdžiui pranešime apie „Arabų moteris“ visa informacija teisinga, tačiau jo antraštė ir bendra nuotaika spinduliuoja tikėjimą, kad visos arabų moterys gyvena užsidengusios veidus. Taip pat ir istorijoje apie „Valkataujančius lenkus“ - visi faktai teisingi. Tačiau verta pamąstyti, kaip istorija būtų atpasakota, jeigu joje minimi personažai būtų prancūzai arba vokiečiai. Ar būtų

minima jų tautybė?

Tikriausiai visi turime savo įsivaizdavimą, kaip šios istorijos turi būti arba kaip neturi būti pasakojamos. Tačiau svarbu įsiminti tai, kad žurnalistai, redaktoriai, o taip pat ir kiti žmonės skleidžiantis naujienas turi daryti tūkstančius iš pirmo žvilgsnio nesvarbių sprendimų, kurie iš tikrųjų yra labai svarbūs. Šie sprendimai ilguoju laikotarpiu sukuria tam tikrų žmonių paveikslą mūsų vaizduotėse.

Stereotipai taip stipriai įsišakniję mums, kad dažnai jų tiesiog nepastebime. Juos kuriame ir patys. Tačiau dažniausiai formuojame savo nuomonę apie kitus žmones remdamiesi kažkieno kito išankstiniais įsitikinimais. Iš kur šie įsitikinimai?

Dažnai stereotipus kuria, platina ir sustiprina žiniasklaida. Medijų, kurias vartojame tyrinėjimas yra svarbus žingsnis siekiant sugriauti išankstinius įsitikinimus ir stereotipus, su kuriais galimai esame susigyvenę.

PRIEDAI

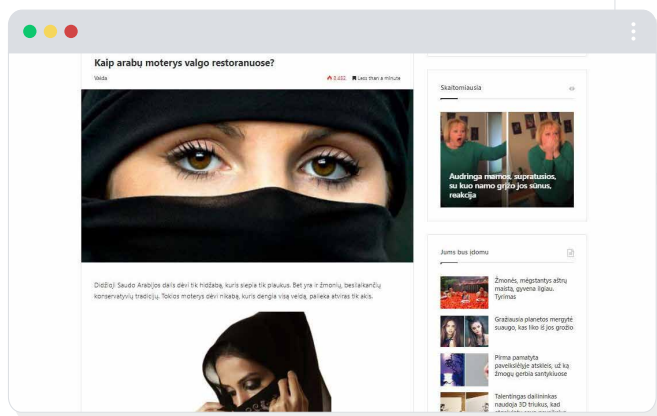
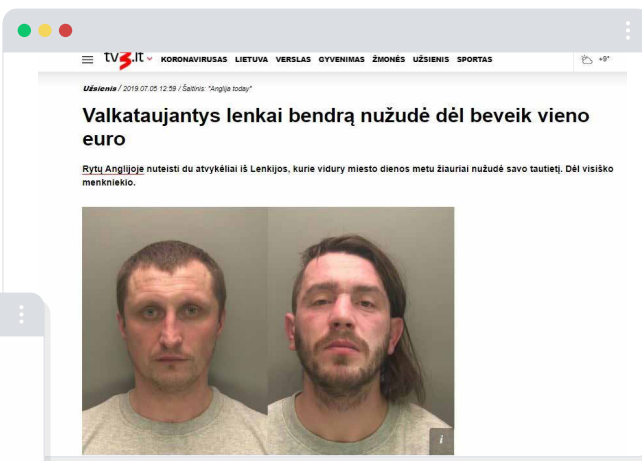
Priedas Nr. 1 - Dalomoji medžiaga - Tapatybės ratas (pavyzdys)

Išanksto užpildytas tapatybės ratas

- Protestantė
- Moteris
- Lietuvė
- Panevėžietė
- Dvyliktokė
- Trumparegė
- Skautė
- Rusakalbė

Priedas Nr. 2 - Dalomoji medžiaga - Pranešimų pavyzdžiai

Valkataujantys lenkai bendrai nužudė dėl vieno euro
<https://www.tv3.lt/naujiena/uzsienis/1005778/valkataujantys-lenkai-bendra-nuzude-del-beveik-vieno-euro>



Kaip arabų moterys valgo restoranuose?
<https://bigbenas.lt/kaip-arabu-moterys-valgo-restoranuose/>



3 DALIS

Kova su klaidinga informacija

3 dalis. Kova su klaidinga informacija. A. Rašytinio turinio įvertinimas: informacijos šaltinių, citatų ir faktų tikrinimas

1 PAMOKA. ŠALTINIO PAIEŠKA (INFORMACIJOS ŠALTINIO TURINIO VERTINIMAS)

SIEKTINI REZULTATAI

- Mokėti nustatyti įvairių medijų patikimumą
- Gebėti tikrinti šaltinius ir paaiškinti kodėl šaltinio tikrinimas yra svarbiausia priemonė vertinant tekstų patikimumą.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Prezentacijų lenta

TRUKMĖ

50 min. ⌚

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Kaip suprantate, ar galite tikėti pranešimu medijose? Pasitikėjimas medijomis neturėtų būti įjungiamas arba išjungiamas, kaip šviesos jungiklis. Galvokite apie pasitikėjimo skalę nuo nulio iki šimto - atrodančių labiau kaip senų svarstyklių arba spidometro skaitiklį. Yra daugybė signalų, kurie parodo kiek patikima yra tam tikra informacija. Priimdami šiuos signalus judiname savo skaitiklio rodyklę į vieną arba į kitą pusę. Ar esate 80% užtikrintas, kad

informacija yra teisinga? 50% užtikrintas? 30%? Beveik visada mums prieinama tik dalis informacijos, todėl susidaryti pilną vaizdinį mus dominančia tema labai sudėtinga. Mažai tikėtina, kad kada nors galime būti nuoširdžiai kuo nors tikri 100%. Šioje pamokoje aptarsime dvi temas. Pirma, įvardinsime detales, kurios padės apsispręsti įūsų pasitikėjimo tam tikra informacija lygį. Antra, aiškinsimės pirminio šaltinio tikrinimo svarbą.

UŽDUOTIS NR. 1

10 minučių ⌚

Užduoties tikslas - suprasti, kaip gali būti vertinamas teksto patikimumas.

Surašykite pagrindinius teksto vertinimo žingsnius (Priedas Nr. 1) prezentacijoje arba klasės lentoje. Jeigu norite, galite rodyti skaidrę, o lentoje žymėti tik žingsnių numerius ir balsavimo rezultatus.

1. Rasti datą
2. Ieškoti pirminio šaltinio
3. Vertinti žurnalistikos standartus
4. Tikrinti šaltinių patikimumą ir citatų tikslumą
5. Peržiūrėti įrodymus
6. Pasitvirtinti pas faktų tikrintojus

Leiskite auditorijai balsuoti dėl žingsnių eiliškumo. Garsiai vardinkite žingsnius ir po kiekvieno prašykite dalyvių, kuriems žingsnis atrodo svarbiausias, pakelti rankas. „Pakelkite ranką tie, kurie manote, kad svarbiausia rasti datą“. Skaičiuokite ir užrašykite balsus. Svarbiausias žingsnis turėtų būti „Ieškoti pirminio šaltinio“. Tačiau nenustebkite, jeigu auditorija nubalsuos kitaip. Aptarkite balsavimo rezultatus.

Klausimai auditorijai

- Kodėl dauguma mano, kad vertinant teksto patikimumą turėtų būti šis žingsnis?
- Kaip mano nesutinkantieji?



NUORODOS POKALBIUI

Pirminio šaltinio arba originalaus pranešimo paieška turėtų būti pirmas žingsnis vertinant informacijos patikimumą. Visų pirma todėl, kad šiais laikais - tekstai yra perspausdinami, cituojami,

kartojami ir analizuojami šimtus kartų. Rasti pirminį šaltinį ir užsitikrinti, kad publikacija jūsų nesuklaidino yra svarbiausia medių vartotojo savybė.

UŽDUOTIS NR. 2

20 minučių ⌚

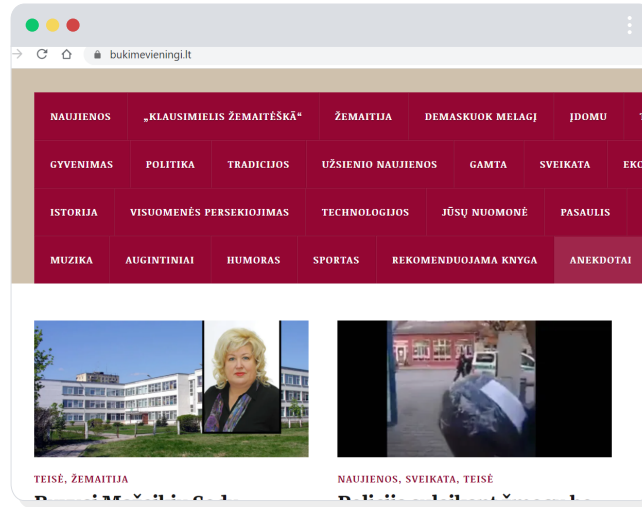
Užduoties tikslas - išmokti ieškoti pirminio šaltinio. Kai vienas šaltinis nurodo į kitą šaltinį, žurnalistas turėtų nurodyti pirminį šaltinį. Tai turėtų reikšti, kad žurnalistas remiasi pirminio, t.y. kito šaltinio patikimumu ir skelbiamos informacijos savarankiškai netikrina. Tačiau kartais tekstų kūrėjai iškraipo pirminio šaltinio pateiktą informaciją arba nutyli nepatogias detales. Rasti pirminį šaltinį naudinga visada. Tuomet galite suprasti, kokius veiksmus žurnalistas atliko tikrindami pateikiamą informaciją. Parodykite auditorijai pranešimo pavyzdį A (Priedas Nr. 2). Paklauskite dalyvių kaip jie ieškotų pirminio šaltinio norėdami įvertinti šio pranešimo patikimumą? Ką darytų radę pirminį šaltinį? Šiuo atveju, lietuviško teksto ir pirminio šaltinio turinys skiriasi. Propatiria autorius nurodo, kad remiasi reuters.com agentūra, tačiau nenurodo konkretaus pranešimo adreso. Taip yra todėl, kad tekstą autorius keitė pagal savo įsitikinimus norėdamas parodyti Vengriją iš gerosios pusės. Tendencingai pakeistas pranešimo pavadinimas ir svarbi detalė, žodis „expect“ išverstas, kaip „turės“, nors žodis turi kitą reikšmę - „tikėtis“. Autorius pakeitė pavadinimą sudarydamas įspūdį, kad mokės tik bankai, nors pirminio šaltinio pavadinime nurodyta, kad kovą su Koronavirusu bankai finansuos

tik dalinai. Autorius taip pat nepasivargino ieškoti papildomos informacijos apie tai, kad bankams pinigai bus grąžinti. Parodykite auditorijai pranešimo pavyzdį B (Priedas Nr. 2). Paklauskite dalyvių kaip jie ieškotų pirminio šaltinio norėdami įvertinti šio pranešimo patikimumą? Ką darytų radę pirminį šaltinį? Šiuo atveju, siekdami suklaidinti skaitytojus pranešimo kūrėjai pateikė klaidinančią nuorodą į pirminį šaltinį. Po tekstu nurodytas „ULAC inf.“, tačiau sunku suprasti, kad tai Užkrečiamųjų ligų ir AIDS centras ir nėra nuorodos į centro puslapyje publikuojamą pranešimą. Tai, kad šis lietuviškas tekstas jau buvo publikuotas kitame interneto puslapyje galime sužinoti įkėlę dalį jo į „Google“ paieškos variklį. Tuo tarpu tekste pateikiama nuoroda į anglišką šaltinį sudaro įspūdį, kad šio pranešimo pirminis šaltinis yra Europos ligų prevencijos ir kontrolės centras. Taip pranešimo kūrėjai pasielgė siekdami jus suklaidinti. Palygine pranešimo tekstą su nuslėptu pirminiu šaltiniu - suprantame, kad dalis pranešimo turinio yra suklastota. Pavyzdžiui žodis „respondentas“ pakeistas žodžiu „gėjus“, pavadinimas tendencingai iškraipytas, pridėtas žodis „skandalingas“.

Klausimai auditorijai

Ar interneto puslapis pavadinimu www.bukimevieningi.lt gali būti patikimas naujienų apie medicininius mokslinius tyrimus šaltinis? Kokios institucijos interneto puslapyje ieškotumėte tokios informacijos patvirtinimo arba paneigimo?

- Kaip dar galime ieškoti pirminio šaltinio jeigu pranešime nėra nuorodos į jį, o šaltinio nerandate ir internete patikrinus keliais teksto atkarpas google paieškoje?



IŠVADOS

5 minutės

Svarbu rasti pirminį informacijos šaltinį, nes kartais pranešimuose faktai iškreipomi. Tai gali būti daroma siekiant manipuliuoti arba ne, tačiau bet kokių atvejų tikrinti šaltinius - gera idėja. Kartais nurodant šaltinius siekiama suklaidinti. Tai aiškūs siekio skleisti dezinformaciją požymiai. Tik radę originalią publikaciją

galime įsitikinti, jog pranešimo kūrėjas teisingai pateikė informaciją, arba mus apgavo.

Pasiekti pirminį šaltinį dažniausiai lengva. Todėl tai turėtų būti pirmasis žingsnis vertinant informacijos, žurnalistų ir leidinių patikimumą.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Teksto vertinimo žingsniai

- Rasti datą
- Ieškoti pirminio šaltinio
- Vertinti žurnalistikos standartus
- Tikrinti šaltinių patikimumą ir citatų tikslumą
- Peržiūrėti įrodymus
- Pasitvirtinti pas faktų tikrintojus

Priedas Nr. 2 - Pranešimų pavyzdžiai

Pranešimas A

Vengrijoje kovą su virusu turės finansuoti ir bankai

<http://www.propatria.lt/2020/04/vengrijoje-kova-su-virusu-tures.html>

Vengrijos vyriausybė paskelbė steigianti specialų 2 milijardų dolerių fondą kovai su koronaviruso pandemija. Ženkli fondo įplaukų dalis bus bankų ir tarptautinių prekybos tinklų įmokos.

Premjero Viktoro Orbano komandos vadovas Gergely Gulyas internetinėje spaudos konferencijoje pranešė, kad Vengrijos bankai šiais metais fondui turės sumokėti 163 milijonus dolerių (55 milijardus forintų), o tarptautiniai prekybos tinklai - dar 98 milijonus dolerių (36 milijardus forintų).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

GYVENIMAS, LT ŽINIASKLAIDA APIE TAI TYLI, NAUJIENOS, SVEIKATA, ĮDOMU

Skandalingas ES tyrimas: Lietuvos gėjai – AIDS užkrato nešiotojai

Pranešimas B

Skandalingas ES tyrimas:
Lietuvos gėjai AIDS užkrato nešiotojai
<https://bukimevieningi.lt/skandalingas-es-tyrimas-lietuvos-gejai-aids-uzkrato-nesiotojai/>

2 PAMOKA. ŠALTINIŲ, DOKUMENTŲ IR CITATŲ TIKRINIMAS

SIEKTINI REZULTATAI

- Išmokyti dalyvius patikrinti šaltinio ir citatos, taip pat ir medijos patikimumą

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Šaltinių tikrinimo lentelė
- Rašikliai
- Straipsnis padalyti

TRUKMĖ

45 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Šioje pamokoje kalbėsime apie šaltinius ir citatas, kuriuos žurnalistai naudoja pateikdami informaciją. Žurnalistai negali suspėti visur ir būti visų galų meistrais, todėl jie dažnai remiasi dokumentais ir

žmonėmis, kurie pasakytų, kas įvyko ir kodėl tai reikšminga. Svarbu atsirinkti patikimus šaltinius ir citatas. Šioje pamokoje kalbėsime, kaip įvertinti šaltinius, citatas ir netgi pačias medijas.

PIRMOJI UŽDUOTIS

15 min. ⌚

Šiame pratime kalbėsime apie kelis pagrindinius būdus įvertinti šaltinius ir citatas - žmones, su kuriais žurnalistas bendravo, ir dokumentus, kaip elektroninis laiškas, įstatymas, vaizdo medžiaga ar kita. Kai žvelgsite į lentelę, kurią netrukus padalysiu, pagalvokite, kada straipsniui reikia šaltinių, o kada - citatų.

Padalykite visiems Citatų ir šaltinių patikrinimo lentelę (1 priedas). Taip pat straipsnį (2 priedas).

TEMOS POKALBIUI

10 min.

Publikacijoje naudojama gausa šaltinių - „Growmore Group“, jų tinklalapis, Jungtinės Karalystės, Šveicarijos, Dubajaus registrai, socialinis tinklas „LinkedIn“, kiti skirtingi tinklalapiai.

Tiesa, yra įdomi detalė. Autorius tekste rašo „forumuose“, „forume“, tačiau nepamini, kokiuose.

Autorius tekste remiasi ir žmonėmis. Žurnalistas cituoja vieną investuotoją, kuris nepanoro likti atskleistas. Žurnalistas nepaaiškina, kodėl. Tą patį žmogų žurnalistas vėliau pavadina

ekspertu. Skaitytojui nėra iki galo aišku, kokios srities jis yra ekspertas.

Žurnalistas vėliau kalbina Marių Dubnikovą, finansų analitiką, taip pat Lietuvos banko Priežiūros tarnybos direktorę Jekateriną Goviną. Taip pat žurnalistas atsakymų sulaukęs iš viešųjų ryšių agentūros ASDA'A. Kita vertus, dažniausiai atsakymus pateikia koks nors įmonės atstovas, o žurnalistas rašo, kad poziciją pateikė specialistė, jos neįvardydamas.



Paminėkite auditorijai, kad kartais tekstai gali būti be žmonių citatų, ypač, jeigu remiamasi patikimais dokumentais. Tačiau citatos tekstui suteikia patikimumo ir gyvumo. Kita vertus, tekstai gali būti grindžiami ne dokumentais kaip šaltiniais, bet tik citatomis

(jeigu publikacija apie greitą ir netikėtą įvykį - kalbinti žmones, kurie buvo įvykio liudininkais). Tačiau tuomet svarbu subalansuoti žmonių pozicijas (už/prieš, oficialūs, neoficialūs) ir papildyti tekstą žinomais faktais - kas, kur, kada, kaip, su kuo, kodėl.

ANTROJI UŽDUOTIS

5 min. ⌚

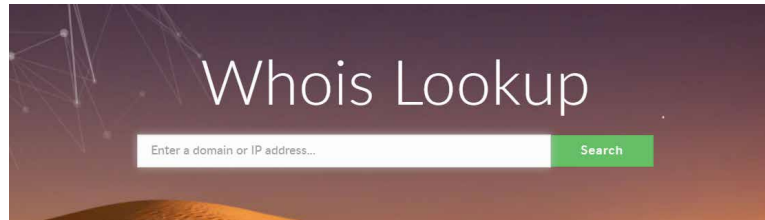
Kartais siekiant nuspręsti, ar informacija yra patikima, galima patikrinti medijų, kurioje ji skelbiama. Tą padaryti galime pažiūrėję į jų registracijos laiką internete. Šis metodas yra ypač naudingas, kai tikriname užsienio portalus, mat tinklalapiai lietuvių kalba daugmaž visi būna žinomi.

Nueikite į šį adresą <https://whois.domaintools.com/> ir patikrinkite, kada buvo registruoti tinklalapių domenai.

Galimi domenai patikrinti:

- Delfi.lt
- LRT.lt
- Kaunieciams.lt

Pasitikrinkite jus dominančius tinklalapius.



TEMOS POKALBIUI

5 min.

Jeigu internetinė svetainė užregistruota neseniai ir jūs nežinote jos pavadinimo iš anksčiau, informaciją, skelbiamą joje, reikėtų

vertinti atsargiau. Mat tai gali būti įrankis manipuliuoti arba paveikti sau naudinga linkme skaitytojus.

APIBENDRINIMAS

5 min.

Patikrinti šaltinius ir citatas - nepriimti jų už gryna pinigą, yra vienas esminių medijų raštingumo elementų. Mokėdami patikrinti tai, kartu jūs galėsite įvertinti ir įvairių medijų patikimumą. Net jeigu skaitydami tekstą po ranka neturėsite citatų ir šaltinių

patikrinimo lentelės, prisiminkite, kad jeigu citata arba šaltinis, o gal ir pati medija jums kelia įtarimą, nesidalykite informacijos jos nepatikrinę.



1. Citatų ir šaltinių patikrinimo lentelė

Klausimai	Pastabos
Straipsnio pavadinimas	
Ar publikacijoje autorius mini žmones, kuriuos naudoja kaip šaltinius? Ar šiam straipsniui tai būtina?	
Kokia yra šaltinių įvairovė? Jų daug ar naudojamas vienas visame tekste?	
Ar straipsnyje tiksliai yra aprašomas šaltinis ir citata?	
Ar šaltinius galima laikyti patikimus, o gal jie yra anoniminiai? Jeigu anoniminiai, ar paaiškinta, kodėl?	
Ar cituojamas asmuo savo poziciją grindžia gerais argumentais? Ar tikėtumėme, kad jis yra aptariamo klausimo specialistas?	

Handwritten notes area with horizontal dashed lines.

3 PAMOKA. FAKTŲ, ĮRODYMŲ TIKRINIMAS

SIEKINI REZULTATAI

- Išmokyti dalyvius patikrinti naujienose pateikiamus argumentus.
- Suprasti, kodėl reikėtų vertinti faktų tikrintojų darbą, ir kaip jų pastangos gali padėti išsaugoti laiko ir energijos.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Mobilieji telefonai, kompiuteriai ar planšetės auditorijai

TRUKMĖ

50 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Kitas būdas kaip galima įvertinti informacijos patikimumą, tai yra patikrinti argumentus, pateiktus įrodymus. Vienas iš dažniausiai

pasikartojančių manipuliacijos informacija būdų yra statistika. Paklauskite auditorijos, gal kas nors turi kokį pavyzdį?

PIRMOJI UŽDUOTIS

20 min. ⌚

Prieš pradėdami tikrinti faktus, ar jie yra teisybė, ar ne, yra kelios pagrindinės taktikos, kuriomis galima vadovautis peržiūrint informaciją:

1. Ar pateikti skaičiai yra lengvai ir paprastai suprantami?
2. Jeigu nuoroda į dokumentą ar jo pavadinimas buvo pateiktas, pasistenkite jį susirasti.
3. Paklauskite savęs, ar dokumentas iš tiesų teigia tą, kas aprašoma straipsnyje (o gal jis yra interpretuotas).
4. Paklauskite savęs, ar dokumentas ir organizacija yra patikimi šaltiniai norimiems pagrįsti teiginiams.
5. Jeigu kyla abejonių, paieškokite kitų šaltinių informacijai patikrinti.
6. Pasigūlinkite informaciją.

Šie šaltiniai gali būti naudingi ieškant kokio nors informacijos:

Vyriausybės duomenys:

<https://opendata.gov.lt/>

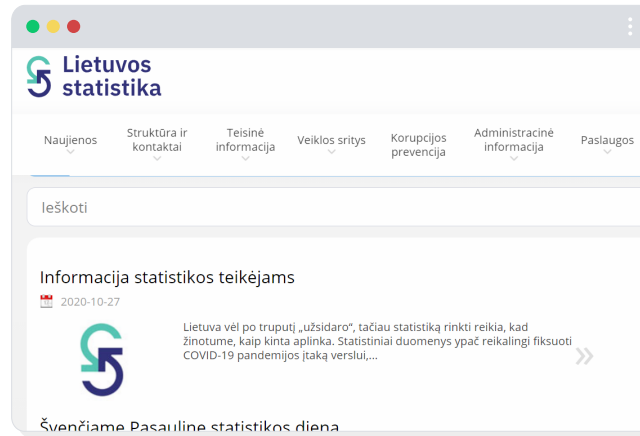
Informacijos rinkmenų sąrašas - (1 - 15 / 735)						
Išplėstinė paieška						
Eil. Nr.	Kodas	Pavadinimas	Rinkmenos apibūdinimas	Tema pagal veiklos sritį	Tvarkytojas	Internetinis adresas
1	6624	Šilumos tiekimo licencijos turinčių imonių sąrašas	Šilumos tiekimo licencijas turinčių imonių sąrašas	Ekonomika ir finansai Valdžios institucijos	Valstybinė kelių ir energetikos kontrolės komisija	http://www.vkek.lt/siluma/Puslapiai/licencijavimas/licenciju-turetojai.aspx
2	6054	2013 m. vidutinio metinio paros eismo intensyvumo duomenys	Pateikiama informacija: kelio numeris, ruožo pradžia, ruožo pabaiga, vidutinis metinis paros eismo intensyvumas, metai, automobilių tipai	Transportas ir ryšiai	Lietuvos automobilių kelių direkcija	http://lkd.lrv.lt/lt/iviri-duomenys/vidutinio-metinio-paros-eismo-intensyvumo-valstybines-reikames-keliuose-duomenys-2013-01
3	6055	2013 m. viršutinės kelio dangos duomenys	Pateikiama informacija: duomenų data, kelio numeris, ruožo pradžia, ruožo pabaiga, dangos tipas	Transportas ir ryšiai	Lietuvos automobilių kelių direkcija	http://lkd.lrv.lt/lt/iviri-duomenys/valstybines-reikames-keliu-virsutine-kelio-dangos-duomenys-2013-01
4	6362	2014 m. gyventojų sveikatos statistinis tyrimas	Statistiniai duomenys apie 15 metų amžiaus ir vyresnių gyventojų sveikatos būklę, gyvenimą, naudojamasi sveikatos priežiūros paslaugomis ir jų priėmimą.	Sveikatos apsauga	Lietuvos statistikos departamentas	https://osp.stat.gov.lt/documents/101892/63330/GST_2013.zip

Statistikos departamentas:
<https://www.stat.gov.lt/>



Nusikaltimų statistika: <https://www.ird.lt/lt/paslaugos/tvarkomu-valdomu-registru-ir-informaciniu-sistemu-paslaugos/nusikalstamu-veiku-zinybinio-registro-nvzr-atviri-duomenys-paslaugos>

Policijos įvykių registras:
<https://www.epolicija.lt/atviri-duomenys>



Lietuvos geografijos registras:
<https://regia.lt/lt/zemelapis/>



Suskirstykite auditoriją į tris grupes. Pasakykite, kad jie dabar padirbės tikrais žurnalistais. Kiekvienai jų duokite po vieną teiginį. Juos neva pasakė susisiekimo, kitą - aplinkos, o trečią vidaus reikalų ministrai. Paprašykite, kad per 7 minutes jie pamėgintų patikrinti, ar teiginiai teisingi.

Teiginiai patikrinti:

1. Iš Vilniaus į Alytų traukiniu nuvyksiu per vieną valandą. (Galima informaciją patikrinti per Google maps, kur mums nerodo galimybės miestą pasiekti traukiniu arba Regia.lt, kuriame matome geležinkelių vėžias. Iš Vilniaus į Alytų ji nėra nutiesta.) **Atsakymas: Ne, netiesa, nes galimybės patekti į Alytų traukiniu iš Vilniaus nėra.**
2. Pieniniai galvijai į aplinką 2017 m. su išmatomis išleido per 3 tūkst. t amoniako. (Statistikos departamento tinklalapyje reikia pasirinkti "Oficialiosios statistikos portalas", tuomet apačioje Aplinkosauga ir energetika, Aplinkosauga, Aplinkos oras ir pasirinkti į atmosferą išmestų teršalų kiekis. Apačioje bus

Aptarkite atsakymus ir pasidomėkite, kaip sekėsi juos surasti.

grafta: Mėšlo tvarkymas - pieniniai galvijai) **Atsakymas: Taip, tai tiesa.**

3. Nuo 2017 m. iki 2018 m. nusikaltimų skaičius Biržuose sumažėjo du kartus. (Nuėjus į IRD.lt sekti šiuo eiliškumu: Titulinis > Paslaugos > Tvarkomų / valdomų registų ir informacinių sistemų paslaugos > Nusikalstamų veikų žinybinio registro (NVŽR)(atviri duomenys) paslaugos > Nusikalstamumas pagal savivaldybes. **Atsakymas: ne. Sumažėjo, bet ne du kartus. 2716,8 nusikaltimų 100 tūkst. gyventojų buvo 2017 m; o 2018-aisiais 2208,2)**

ANTROJI UŽDUOTIS

15 min . ⌚

Įsivaizduokite situaciją ir pamėginkime ją išnarplioti kartu. Sveikatos apsaugos ministras ketina uždrausti prekybą alkoholiu prie vandens telkinių ir jūros. Tokį sprendimą argumentuoja taip: "61 proc. nuskendusiu buvo neblaivūs."

Kaip jūs patikrintumėte, ar sprendimas yra pagrįstas?

Sprendimo būdai:

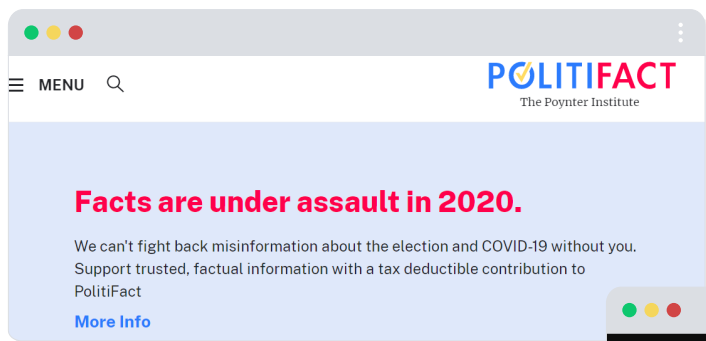
- 1) Galima paklausti, kuo rėmėsi ministras.

- Jis atsako: informaciją rado mokslų daktaro Alvydo Benošio iš Valstybinės teismo medicinos tarnybos prie Lietuvos Respublikos teisingumo ministerijos parašytame moksliniame straipsnyje.

- 2) Galima susirasti minėto Alvydo Benošio publikaciją.

- Susirandam:
- https://sm-hs.eu/wp-content/uploads/2019/03/549-1854-1-SM.pdf?fbclid=IwAR2Ud0FV8MTLg_PK2S5VdzdoFxxHyrAptwEErQeRKweFCp-Na6Cd3tinHs

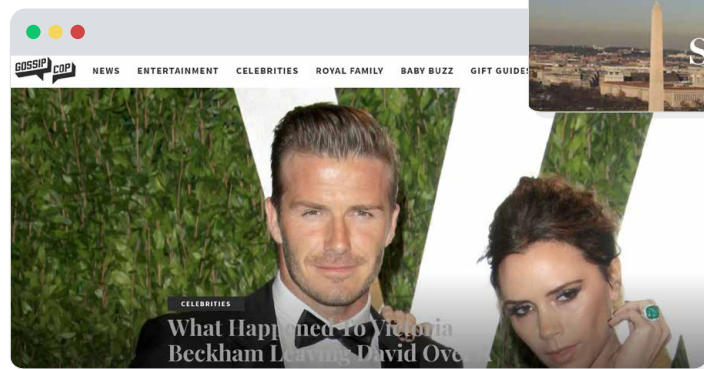
Paklausiamo, koks kitas žingsnis būti gali



Politifact - <http://www.politifact.com/>



Washington Post Fact Checker - https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/?utm_term=.d0497d47e470



Gossip Cop - <https://www.gossipcop.com/>

APIBENDRINIMAS

5 min.

Kaip ir žurnalistai, taip ir medių vartotojai turėtų patikrinti viską, ką mato aplink save. Jeigu ne tikrinti, tai bent jau suabejoti, ar tai iš tiesų tiesa. Galime tikrinti įvairiausių informaciją - statistiką,

argumentus, laiką, vietą ir kitką. Tiesa, laiko viskam patikrinti dažnas gali ir neturėti, todėl galima remtis faktų tikrintojais - ar Lietuvoje, ar užsienyje.

CARE BEFORE
YOU SHARE

4 PAMOKA. KAIP PATIKRINTI PUBLIKAVIMO DATĄ IR APTIKTI POKYČIUS

SIEKTINI REZULTATAI

- Išmokti patikrinti naujienų socialiniuose tinkluose amžį
- Išmokti naudoti interneto archyvavimo įrankius, norint sužinoti, ar tekstas praityje buvo redaguotas

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti

TRUKMĖ

30 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Šioje pamokoje darsyk prisiminsime "Įvardyk ir prisijaukink" metodą, kai žiūrėsime į tam tikras naujienas. Kartu patikrinsime, kada iš tikrųjų naujienos buvo publikuotos ir sužinosime, ar jų turinys praityje nebuvo keistas. Štai įžanginė publikacija: portalas lrytas.lt

rašo apie įvykį skambiu pavadinimu "Šešis žmonės išgelbėjęs aštuonmetis sukniubo ties 7-uojų", nutikusių prieš dvejus metus. Šis pavyzdys darsyk įrodo, kad laikas naujienoms yra svarbus faktorius ir naujiena, įvykusi prieš dvejus metus, nėra naujiena.

PIRMOJI UŽDUOTIS

10 min. ⌚

Pakvieskite dalyvius peržiūrėti pateiktus pavyzdžius. Aptarkite jį po vieną. Kaskart paprašykite jų įvardyti juntamą jausmą ir jį prisijaukinti.

Priminkite, kad kai parodysite vaizdą, leiskite jiems:

Sustoti: Nusukti galvą nuo ekrano

Paklausti: ką asmuo jaučia

Įvardyti: jausmą sau

Po kiekvieno pavyzdžio parodykite tikrąją įrašo datą. Po kiekvieno pavyzdžio auditorijos paklauskite: a) kaip keičiasi jausmai dėl to, kad istorija yra sena? Kaip šis faktas keičia įrašo reikšmę?

Pirmasis pavyzdys

Joje matome informaciją, kad mirė garsi aktorė Rue McClanahan. Dabar nusukite galvą, paklauskite, ką jaučiate ir įvardykite šį jausmą. Tiesa ta, kad aktorė iš tiesų mirė 2010-aisiais.

Antrasis pavyzdys

Buvęs "Facebook" prezidentas kalba apie tai, kad net ir socialinio tinklo kūrėjams nėra aišku, kaip jis veikia vaikų smegenis. Nusukite galvą, paklauskite, ką jaučiate ir įvardykite šį jausmą. Ši informacija buvo paskelbta 2017-ųjų lapkritį.

Trečias pavyzdys

Facebook 2019 m. rudenį dalijamasi nuoroda į reportažą, kuriame Latvijos akademikas teigia išradęs vaistus nuo vėžio. Nusukite galvą, paklauskite, ką jaučiate ir įvardykite šį jausmą. Reportažas sukurtas 2017-aisiais.

Ketvirtas pavyzdys

Žmogus 2015 m. rugpjūtį dalijasi nuoroda į tekstą apie čipus. Nusukite galvą, paklauskite, ką jaučiate ir įvardykite šį jausmą.

Tekstas parašytas 2014 m.
2020-aisiais tema vis dar aktuali.

ANTROJI UŽDUOTIS

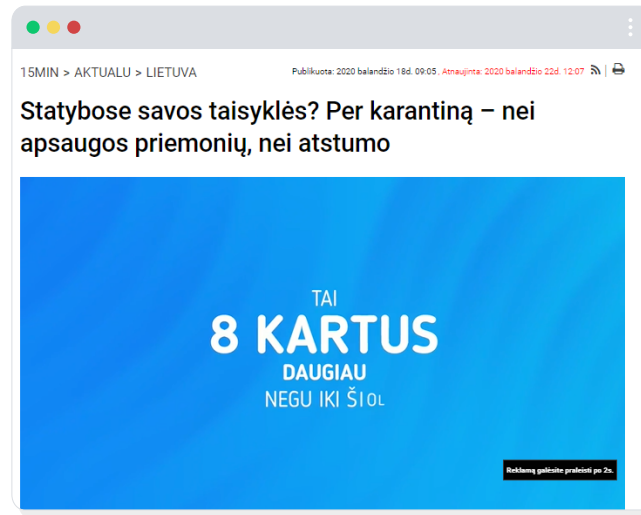
10 min. ⌚

Papasakokite auditorijai, kad dabar supažindinsite juos su archyvavimo įrankiais internete. Interneto archyvas leidžia išsaugoti įrašus internete ir užtikrinti, kad žmonės galės juos vėliau peržiūrėti, patikrinti, ar nebuvo padaryta pakeitimų. Kitaip

tariant, galima atsekti tai, ko kiti žmonės galbūt nenorėtų, kad jų žinotumėte. Vienas iš tokių įrankių yra "WayBack Machine", kitas "Archive.is". Parodykite auditorijai, kaip veikia "WayBack Machine" įrankis.

Nueikite į šią nuorodą interneto naršyklėje:
<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/statybose-savos-taisykles-per-karantina-nei-apsaugos-priemoniu-nei-atstumo-56-1305372>

Ir ją taip pat įveskite į <https://archive.org/>



Atsidarykite abu langus ir žiūrėkite, kur yra įvykęs pokytis. (Archyvo nuotraukoje nėra užfiksuotas „Klaipėdos monolito“ bendrovės

direktoriaus pavaduotojas Tomas Valaitis ir jo atsakymas, vadinas, tekstas buvo redaguotas po balandžio 22 dienos)

APIBENDRINIMAS

5 min.

Pirmiausia, patikrinkime straipsnio publikavimo datą. Įrankiai kaip "Wayback machine" ir "Archive.is" gali padėti pakapstyti ne tik interneto, bet ir konkrečių straipsnių istoriją. Tai gali padėti

suprasti kada tekstas buvo publikuotas ir kokie pokyčiai ilgainiui jame buvo padaryti.

3 dalis. Kova su klaidinga informacija. B. Nuotraukos, vaizdo įrašai ir socialiniai tinklai

1 PAMOKA. PAKARTOTINAI PANAUDOTOS NUOTRAUKOS IR VAIZDO ĮRAŠAI

SIEKTINI REZULTATAI

- Stiprinti budrumą tikrinti nuotraukas
- Auditorija įgunda naudoti nuotraukų paieškos sistemą

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Mobilieji telefonai, kompiuteriai ar planšetės auditorijai.

TRUKMĖ

45 min. ⌚

Patarimai instruktoriui

Paraginkite iPhone turėtojus įsirašyti Chrome naršyklę, kurią naudosime šioje pamokoje.

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Viena labiausiai naudojamų medijos formų, siekiant suklaidinti, yra nuotraukos ir vaizdo įrašai. Šiandien ir artėjančiose pamokose daugiau dėmesio skirsime nuotraukų redagavimui manipuliacijai ir kaip tą atpažinti. Tiksliau kalbant, testuosime nuotraukas, kurios rodo kai ką kitą negu tikrasis jų tikslas. "Reverse image search" nors

ir ne visada naudingas, yra vienas greičiausių ir naudingiausių būdų atpažinti manipulaciją ir sustabdyti jos sklaidą.

Kas negerai su šiuo fotomontažu? Tikėtina, kad tai nepiktybinė klaida. Joje aktorius Morganas Freemanas sumaišomas su Nelsonu Mandela, buvusiu Pietų Afrikos Respublikos prezidentu.

Klausimas auditorija

5 min.

- Kaip manote, kodėl nuotraukos ir vaizdo įrašai yra tokie pavojingi klaidingos informacijos plitimui?

TEMOS POKALBIUI

10 min.

Keletą įvairių studijų konstatavo, kad vizuali informacija yra geriau atmenama - tai galioja ir klaidinančiai, melagingai informacijai kaip ir tikriems faktams. Todėl turime būti ypač atidūs manipuliacijoms, kai žiūrime į vizualų turinį.

Yra daugybė būdų kaip nuotraukos ir video įrašai gali būti manipuluojami. Keli pagrindiniai metodai:

1. Tikra žmogaus, vietos ar situacijos nuotrauka yra perdaroma, siekiant atspindėti kitą žmogų, vietą ar situaciją.
2. Nuotraukos, naudojant specialias redagavimo programas, prideda arba ištrinta kai kuriuos komponentus.
3. Nuotraukomis tikslingai siekiama parodyti ne pilną vaizdą. Pavyzdžiui, svarbūs elementai yra ištrinami, pakeisti. Tokiu atveju nors nuotrauka yra tikra, ji parodo tik dalį tiesos.



Kitose pamokose detaliau aptarsime šiuos manipuliacijų metodus ir kaip juos atpažinti. O šiandien koncentruosimės į pirmąjį, kuomet nuotraukos yra perdaromos. Atkreiptinas dėmesys, kad didelės, karštos naujienos yra ypatingai jautrios klaidingai informacijai, plintančiai vaizdu. Užrašas šioje nuotraukoje teigia esą rastas įtariamasis dėl

Las Vegaso šaudynių, vykusių 2017-aisiais.
Tiesa ta, kad žmogus nuotraukoje - komikas Sam'as Hyde'as.
Šioje nuotraukoje matome žmogų esą atsakingą už 130 gyvybes nusinešusį išpuolį Paryžiuje 2015-aisiais.
Visgi ši nuotrauka yra stipriai redaguota.

Klausimai auditorijai

- Kam, šiuose manipuliacijos pavyzdžiuose, yra padaryta didžiausia žala?

PIRMOJI UŽDUOTIS

15 min. ⌚

Kaip jau esame aptarę, kai kalbame apie informaciją internete, svarbu atkreipti dėmesį į du labai svarbius dalykus:

Įvardyk ir prisijaukink

1. **Sustok:** nusuk galvą nuo ekrano
2. **Paklausk:** ką aš jaučiu
3. **Įvardyk:** jausmą sau

Prieš dalydamasis, patikrink

1. Įvardyk ir prisijaukink.
2. Prisiimk **atsakomybę**. Tu esi savo rato žmonių sargas nuo melagingos informacijos.
3. **Pripažink** sau, kad gali visko nežinoti.
4. Jeigu turi laiko, **patikrink** - daryk, ką gali, kad sužinotum, ar informacija yra tiesa.
5. Jeigu nesi tikras informacijos patikimumu, geriau **nesidalyk**.

Taigi, kaip patikrinti, ar nuotrauka buvo redaguota? Naudokime įrankį, pavadinimu "Reverse image search".

Pasiūlykite dalyviams naudoti abu metodus, mat vienas ne visada gali padėti surasti norimą atsakymą. Paprašykite jų tai daryti naudojant išmaniuosius telefonus (todėl prašome į iPhone telefonus įsirašyti Chrome), bet tai galima atlikti ir kartu, naudojant projektorių.

Patarimai instruktoriams

Prieš pamoką patikrinkite, ar tikrai galite surasti norimas nuotraukas. Visos šios nuotraukos praeityje jau buvo išaiškintos,

tad ieškodami nuotraukos gali gauti paieškos rezultatus, kurie tai ir parodys. Paprašykite auditorijos nekreipti į tai dėmesio ir ieškokite anksčiausiai pasirodžiusios nuotraukos datos internete.

“REVERSE IMAGE SEARCH” įrankių naudojimas (pademonstruokite ekrane)

Google Chrome

1. Google paieškoje parašykite “Google image”. Pasirinkite pirmąjį (dažniausiai) variantą. Jeigu naudojate telefoną, paspauskite ant trijų vertikalių taškelių ir pasirinkite “Desktop site”
2. Tuomet pasirinkite fotoaparato ikoną ir arba a) įkelkite nuotraukos nuorodą, arba b) įkelkite pačią nuotrauką (reikia ją išsisaugoti).
3. Jeigu reikia, ieškokite pačio anksčiausio tokios nuotraukos įrašo, kad sužinotumėte, kada pirmąsyk ji buvo publikuota.

TinEye

1. Išsisaugokite nuotrauką, kurią norėsite patikrinti.
2. Naršyklėje nueikite į tineye.com
3. Paspauskite “upload image” ir paieška įvyks automatiškai
4. Galite palyginti nuotraukas, paspaudę “compare”
5. Kiek kairiau esančiame meniu galite pasirinkti paieškos filtrą, pavyzdžiui, rodyti seniausius “Sort by oldest”

Patikrinkite šias nuotraukas naudodami įvardytus įrankius. Nepamirškite naudoti įvardyk ir prisijaukink metodą. (Prieš ar per pamoką reikia jas persiųsti auditorijai)

1. Billo ir Melinda Geitsų paramos fondas
Kokį vizualų atsakymą suradote?
2. Patikrinkite kitą nuotrauką: Berniukas ir kolibris
Kokį vizualų atsakymą suradote?

Klausimai auditorijai

- Ko išmokote iš šios užduoties?
- Kokį pokytį jums padarė žinojimas, kad nuotraukos - padirbtos?

5 min.

TEMOS POKALBIUI

Prisiminkite: “Reverse image search” nevisad pateiks jums atsakymus lengvai. Jeigu matote, kad internete nuotrauka publikuota anksčiau nei pasirodė straipsnis, žinokite, kad

prieš jus - klaidinanti informacija. Kita vertus, jeigu nerandate alternatyvų jūsų norimai nuotraukai, gali būti, kad tokia ji - originali, bet, atkreipkite dėmesį, nebūtinai.

APIBENDRINIMAS

5 min.

Internetė pilna redaguotų nuotraukų, kurios vaizduoja kitką nei buvo pirminė idėja. Žmonės gali sakyti, kad nuotrauka vaizduoja konkrečių situacijų, vietų ar žmones, tačiau su “Reverse image search” jūs galite patikrinti, ar tai yra tiesa. Daugiau apie nuotraukų retušavimą kalbėsime kitose pamokose.

2 PAMOKA. NUOTRAUKŲ KLASTOJIMAS

SIEKTINI REZULTATAI

- Stiprinti budrumą tikrinti nuotraukas
- Mokėti kritiškai vertinti interneto memus

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Mobilieji telefonai, kompiuteriai ar planšetės auditorijai

TRUKMĖ

55 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Ankstesnėje pamokoje kalbėjome apie žmogų, vietą ar situaciją jam žinusią vizualią medžiagą, kuri yra perdaroma, siekiant

atspindėti kitą žmogų, vietą ar situaciją. Šioje pamokoje daugiau kalbėsime apie dar subtilesnį nuotraukų ir vaizdo įrašų redagavimą

Klausimas auditorijai

5 min.

- Noriu parodyti jums pirmąją nuotrauką. 2016 m. Nikon kompanija Singapūro konkurse paskelbė apdovanojanti Yu Wei už šią nuotrauką.
- Ar turite priežasčių suabejoti šios nuotraukos autentiškumu?

TEMOS POKALBIUI

10 min.

Jeigu pažiūrėtumėte ypatingai budriai, pastebėtumėte, kad aplink lėktuvą matosi balti kvadratai, atskleidžiantys, kad Nikon kompanija apdovanojo redaguotą nuotrauką. Bendrovės feisbuko sekėjai komentaruose atskleidė gudrybę

dar prieš pačiam Nikon apie tai susivokus. Vėliau internautai sukūrė daugiau nuotraukų, pretenduojančių laimėti Nikon Singapūro konkurso prizą.

PIRMOJI UŽDUOTIS

10 min. ⌚

Šioje ir kitoje užduotyje pasidalysiu su jumis keliais vizualiais. Prieš kiekvieną jų, kaip ir praėjusioje pamokoje, pamėginsime įvardyti ir prisijaukinti jausmą.

Kaip tai daryti?

- **Sustok:** nusuk galvą nuo ekrano
- **Paklausk:** ką aš jaučiu
- **Įvardyk:** jausmą sau

Irano raketos

Ką matote šioje nuotraukoje ir kaip jaučiatės? Ar turite dėl ko suabejoti nuotrauka?

Ši nuotrauka - padirbta. Originalas - štai toks

ANTROJI UŽDUOTIS

10 min. ⌚

Memai yra vienas iš smagiausių dalykų, ką galima pamatyti internete. Juose pasireiškia žmonių kūrybiškumas, sąmojis. Tiesa, būdami populiarūs, kartais jie yra klaidinantys, o tai gali padaryti žalos.

Norint įvertinti memą, reikia pasitelkti kritišką mąstymą.

Todėl prieš dalydamasis, patikrink, o **jeigu nesi tikras informacijos patikimumu, geriau nesidalyk.**

FOTO Ghandi

Ar šis memas tikras? Kodėl taip arba ne? (Atkreiptinas dėmesys į kalbos stilių)

ORWELLAS

Džordžas Orwellas iš tiesų buvo **žurnalistas** ir žurnalistų bendruomenėje neretai priskiriama jam yra ši frazė, tačiau internete sunkiai sekasi surasti, kad jis išties būtų tą pasakęs. Ką arčiausiai galima surasti tai frazę, kurią 1918 aprašė Niujorko laikraštis "The Fourth Estate: A Newspaper for the Makers of Newspapers".

"Whatever a patron desires to get published is advertising; whatever he wants to keep out of the paper is news."

Šie žodžiai buvo rasti įrėminti "Chicago Herald" ir "Examiner" redaktoriaus L.E.Edwardsono kabinete - kas jų autorius, nepriskirta.

Šį faktą padėjo išsiaiškinti citatų tikrinimo įrankis:
<https://quoteinvestigator.com/>



Handwriting practice area consisting of 15 horizontal dotted lines for writing.



Redaguoti vaizdo įrašai yra kita jautri tema vizualinėje manipuliacijoje.

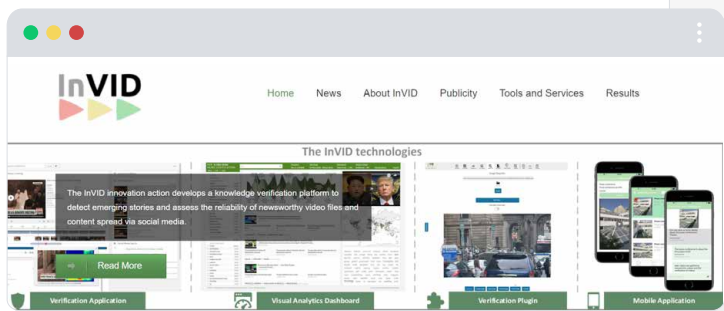
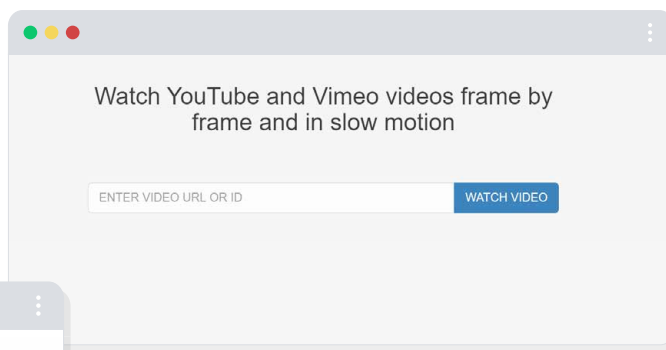
Paklauskite auditorijos

- Ką ji mano apie šį vaizdo įrašą?
- Kaip jaučiasi jį žiūrėdami?
- Ar jis tikras?

Priminkite auditorijai dėl įvardyk ir prisijaukink pratimo:

- **Sustok:** nusuk galvą nuo ekrano
 - **Paklausk:** ką aš jaučiu
 - **Įvardyk:** jausmą sau
- Kodėl taip arba ne?
 - Pasakykite auditorijai, kad iš tiesų jis nėra tikras. Kaip tą sužinome?

Tą leidžia patikrinti <http://www.watchframebyframe.com/> projektas, kuriuo vaizdo įrašą galima peržiūrėti informacijos bitais. Pademonstruokite, kaip tai veikia. Ieškokite "kiauro" sparno šio laiku: (03:06)



Tuo metu InVid projektas leidžia užfiksuoti vaizde esančius įrašus ir juos patikrinti su "Reverse image search". InVid patogiau naudotis kaip "Chrome" arba "Firefox" naršyklių įskiepi.

APIBENDRINIMAS

5 min.

Redaguotų vaizdo įrašų ar nuotraukų internete apstu. Vieni siekia mus nustebinti, kiti įbauginti ar sukelti dar kokią emociją. Svarbu nepakibti ant jauko ir kontroliuoti savo jausmus - įvardyti

tai, ką jaučiu, ir nesidalyti informacija nepatikrinus. Prisiminkite, kad jūs esate kariai, saugantys savo draugus, šeimos narius, bendraklasius nuo klaidinančios informacijos.



3 PAMOKA. VAIZDŲ PASIRINKIMAS

SIEKTINI REZULTATAI

- Suprasti, kodėl svarbus nuotraukos kontekstas, ir kaip sustabdytas kadras gali iškreipti situacijos suvokimą.
- Mokėti įvertinti, kaip parinkta nuotrauka gali padėti nušviesti situaciją teigiamai arba neigiamai.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Nuotraukų atspaudai, jeigu neturite kompiuterio

TRUKMĖ

25 min. ⌚

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Šioje pamokoje pabendrusime apie manipuliavimą nuotraukomis: sustabdytus video kadrus ir tendencingą nuotraukų parinkimą. Nuotraukos ir sustabdyti video kadrai, gali būti

naudojami siekiant ką nors paslėpti arba pabrėžti. Tendencingai parinktos nuotraukos gali sudaryti klaidingą įspūdį apie tai, kas iš tikrųjų vyksta.

APŠILIMAS

5 minutės ⌚

Parodykite dalyviams nuotrauką A (Priedas Nr. 1). Paklauskite jų, kaip jiems atrodo, kas vyksta šioje nuotraukoje? Kokie būtų alternatyvūs paaiškinimai?

NUORODOS POKALBIUI

Kai pamatome šią nuotrauką, Seimo nario ištiestą ranką, nustebusių Prezidento veido išraišką darome prielaidą. Daugelis mūsų galvoja, kad Prezidentas Gitanas Nausėda nustebęs ir abejoja ar spausti ranką seimo nariui. Tačiau fotografija ir kinematografija veikia taip, kad siekiant įamžinti

žmones, nuotrauka arba video kadras užfiksuoja tik dalį sekundės, kai jų išraiškos ar pozos gali būti klaidinančios. Panašų reiškinį galime stebėti sustabdę filmą vidurį veikėjo kalbos. Veidą perkreipia keistai juokinga išraiška, kurios žiūrėdami filmą nebūtumėte pastebėję.

UŽDUOTIS NR. 1

10 minučių 🕒



Užduoties tikslas - suprasti konteksto, kuriame platinama nuotrauką, svarbą ir išmokti analizuoti konteksto poveikį. Mes dažnai ne tik pasidarome per ankstyvas išvadas peržiūrėdami nuotraukas, tačiau interpretuojame tas nuotraukas pagal šalia esančias antraštes ir priedašus. Parodykite dalyviams nuotrauką B (Priedas Nr. 1). Paprašykite pažvelgti į šią pramogų verslo atstovo, būsimojo Seimo pirmininko

A. Valinsko ir iki gyvos galvos šiuo metu kalinčio nusikaltėlių vadeivos H. Daktaro nuotrauką. Kokias išvadas galėtumėte padaryti? Dabar parodykite tos pačios nuotraukos variantą C su antrašte (Priedas Nr. 1). Ar pasikeitė nuotraukos vertinimas pamačius šią antraštę?

Klausimai auditorijai

- Kaip pasikeitė nuotraukos vertinimas pamačius šią antraštę?
- Kokios informacijos apie nuotrauką trūksta, kad galėtumėte tiksliai įvertinti publikacijos patikimumą?
- Ką jums sako nuojauta: ar manote, kad nuotraukos ir antraštės derinys atitinka žurnalistinius standartus?
- Kodėl?

NUORODOS POKALBIUI

Kai ši nuotrauka buvo padaryta būsimojo Seimo pirmininkas Arūnas Valinskas buvo tik pramogų pasaulio atstovas. Tačiau net ir galvojant, kad A. Valinskas ir H. Daktaras buvo nekaltai pažįstami A. Valinsko TV laidų vedėjo darbiname kontekste - ši nuotrauka sukelia vienareikšmišką atmetimo reakciją.

Pamačius nuotrauką kartu su antrašte, abejotinos reputacijos bulvariniame leidinyje Balsas.lt alternatyvioms išvadoms erdvės nebelieka. Tuo metu, kai ši nuotrauka pasirodė viešojoje erdvėje, net ir reputacija besirūpinantys leidiniai ėmė svarstyti ar Valinskas yra daktarų grupuotės atstovas Seime.

IŠVADOS

5 minutės

Kai nuotrauka ištraukiama iš konteksto - labai paprasta ją suprasti klaidingai. Atsiminkite, kad veiksmas ir išraiškos matomi nuotraukoje ne visada yra tokie, kaip atrodo iš pirmo žvilgsnio.

Taip pat svarbu žinoti ir tai, kad mes dažniausiai interpretuojame vaizdus taip, kad interpretacijos atitiktų mūsų mintis, su kuriomis jau esame susigyvenę.

Dotted lines for writing answers.

PRIEDAI

Parodykite dalyviams nuotrauką A (Priedas Nr. 1). Paklauskite jų, kaip jiems atrodo, kas vyksta šioje nuotraukoje? Kokie būtų alternatyvūs paaiškinimai?

Priedas Nr. 1 - Nuotraukos

Nuotrauka A

Prezidentas Gitanas Nausėda abejoja ar sveikintis
<https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/gitanas-nauseda-ir-naglis-puteikis-nurode-ne-visas-islaidas-politinei-reklamai-feisbuke-56-1218348>



Nuotrauka B

A.Valinkskas ir H.Daktaras
<https://www.facebook.com/dailius.dargis/photos/pcb.2819787718084147/2819770088085910/?type=3&theater>



Nuotrauka C

Kriminalinė koalicija - „Daktarai“ seime
<https://www.yumpu.com/lt/document/read/17438112/rinktiniai-balsaslt>





4 PAMOKA. NUOTRAUKŲ SEKIMAS

SIEKTINI REZULTATAI

- Stiprinti žinias apie redaguotas nuotraukas
- Sustiprinti nuotraukų tikrinimo įgūdžius

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius skaidrėms rodyti
- Mobilieji telefonai, kompiuteriai ar planšetės auditorijai.
- Apdovanojimai konkursėlio nugalėtojams

TRUKMĖ

30-40 min. ⌚

PAMOKOS EIGA

Įžanga

5 min. ⌚

Per šias kelias pamokas išmokote tikrai daug apie manipuliavimą nuotraukomis. Dabar išmėginsime jūsų žinias.

PIRMOJI UŽDUOTIS

20-30 min. ⌚

Sudarykite 2-3 grupes iš dalyvių. Duokite jiems nuotraukas (žiūrėkite prieduose), kurias jie galėtų patikrinti. Pakartokite su kitu pavyzdžiu. Apdovanokite komandas tokiu

principu: 5 taškai už teisingą atsakymą į klausimą, 10 taškų už įrodymą. Antrą atsakymą pateikusi komanda gauna 4 ir 9 taškus, o trečią - 3 ir 8.

TEMOS POKALBIUI

Jeigu dalyviams reikia priminimo, papasakokite jiems darsyk kaip naudotis "Reverse image search" įrankiu.

1. Google Chrome

1. Google paieškoje parašykite "Google image". Pasirinkite pirmąjį (dažniausiai) variantą. Jeigu naudojate telefoną, paspauskite ant trijų vertikalių taškelių ir pasirinkite "Desktop site"
2. Tuomet pasirinkite fotoaparato ikoną ir arba a) įkelkite nuotraukos nuorodą, arba b) įkelkite pačią nuotrauką (reikia ją išsisaugoti).
3. Jeigu reikia, ieškokite pačio anksčiausio tokios nuotraukos įrašo, kad sužinotumėte, kada pirmąsyk ji buvo publikuota.

2. TinEye

1. Išsisaugokite nuotrauką, kurią norėsite patikrinti.
2. Naršyklėje nueikite į tineye.com
3. Paspauskite "upload image" ir paieška įvyks automatiškai
4. Galite palyginti nuotraukas, paspaudę "compare"
5. Kiek kairiau esančiame meniu galite pasirinkti paieškos filtrą, pavyzdžiui, rodyti seniausius "Sort by oldest".

SIEKTINI REZULTATAI

- Išmokti įvertinti socialinių medijų paskyrų autentiškumą.
- Žinoti pagrindinius netikrų paskyrų atpažinimo ženklus.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Pavyzdžių atspaudai, jeigu neturite kompiuterio

TRUKMĖ

35 min. ⌚

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Didžiąją dalį klaidinančios informacijos internete išplatina individai valdantys netikras socialinių medijų paskyras. Kartais tokias paskyras valdo gyvi žmonės, tačiau dažnai pasikartojančias

užduotis atlieka robotai, kompiuterinės programos kodai sukurti tam, kad apsimestų gyvais socialinių medijų vartotojais.

Klausimai auditorijai

- Kodėl socialinės medijos yra palanki erdvė skliti dezinformacijai?
- Kokiu tikslu kam nors gali reikėti kurti netikrą socialinių medijų paskyrą?

NUORODOS POKALBIUI

Socialinės medijos yra palanki erdvė skliti dezinformacijai, nes jas lengva naudoti - beveik bet kas gali publikuoti beveik bet ką. Be to, tai sąlyginai anonimiška erdvė. Socialinės medijos remiasi kitokia logika, nei žurnalistika. Jų vartotojams netaikomi aukšti žurnalistikos standartai.

Dezinformacija socialinėse medijose sklinda greičiau ir plačiau nei faktais grindžiama informacija. Kaip tik dėl to svarbu sustabdyti dezinformacijos plitimą kaip galima anksčiau ir tai priklauso nuo mūsų visų.

Taigi, kaip žinoti, ar prieš save matote autentišką socialinių medijų paskyrą, kurią valdo gyvas žmogus? Yra bent keli dalykai, kuriuose galite patikrinti. Čia vardinsime kelis geriausiai veikiančius. Tačiau, turėkite omenyje, užtikrintai atskirti, gyvas žmogus ar robotas valdo paskyrą gali būti labai sunku. Prieš priimdami kokius nors sprendimus kiekvieną kartą iš naujo pasverkite visus jums prieinamus įrodymus.

UŽDUOTIS NR. 1

15 minučių

Užduoties tikslas - suprasti, kaip atskiriamos netikros socialinių medių paskyros, susipažinti su tikrinimo įrankiais ir mokyti juos taikyti.

Parodykite dalyviams netikrą paskyrą A apsimetančią žinomu leidiniu (Priedas Nr. 1). Jeigu turite galimybę parodyti paskyrą internete - padarykite tai. Jeigu neveikia paskyra A galite parodyti paskyrą B.

Padalinkite auditoriją į grupes po tris - keturis dalyvius.

Nurodykite jiems iš eilės aptarti visus žemiau išvardintus žingsnius.

Tuomet pasitarkite ir raskite bendrą atsakymą į klausimą, ar jūsų parodyta paskyra A yra autentiška.

Paskyros tikrumo vertinimo žingsniai

- Pavadink ir prisijaukink.** Nusiteikite labai skeptiškai.
 - Sustabdykite save: nusiukite nuo ekrano.
 - Paklauskite: ką aš jaučiu?
 - Įvardinkite: pasakykite sau jausmo, kurį jaučiate pavadinimą.
- Apžiūrėkite visus paskyros elementus.** Ar vartotojas neseniai prisijungė? Ar paskyroje naudojama profilio nuotrauka ir viršelis - atitinka tikrovę? Pavyzdžiui, ar moters

vardu pavadintos paskyros nuotraukose tikrai yra moteris o ne vyras. Jeigu tai organizacijos paskyra, įsižiūrėkite, ar prekės ženklas neiškreiptas. Kuo mažiau informacijos apie save teikia vartotojas - tuo daugiau galimybių, kad ji valdo robotas.

- Atidžiai apžiūrėkite paskyros pavadinimą.** Ar galite įvardinti skirtumą tarp @15min.lt ir @15min.lt? Antrasis pavadinimas vietoj „L“ mažosios naudoja didžiąją „I“. Kopijuokite paskyros pavadinimą į jūsų naudojamą paieškos sistemą ir patikrinkite, ar žmogus arba organizacija tokiu pavadinimu egzistuoja.
- Tikrinkite paskyros nuotraukos atgalinės paieškos būdą.** Daugelyje suklastotų paskyrų naudojamos vogtos tikrų žmonių nuotraukos. Tai reiškia, kad kai dalinamės jų pranešimais - ne tik skleidžiame dezinformaciją, bet ir žeidžiame tikrus žmones. Gali būti, kad naudodamiesi paieška rasite keletą vardų su ta pačia nuotrauka. Tai turėtų dar padidinti jūsų įtarumą.
- Rūpinkitės, kuo dalinatės.** Jei nesate užtikrintas ar informacija patikima, nesidalinkite ja.

NUORODOS POKALBIUI

Visų pirma, keista, kad paskyros naujusias pranešimas yra sarkastiškas ir kelia nuostabą. Tai pirma priežastis skeptiškai vertinti paskyros tikrumą. Labai sunku patikėti, kad save gerbiančio leidinio 15min.lt rubrika „Verslui“ platintų tokį pranešimą.

Nors žiniasklaidos priemonės prekės ženklo ar viršelio tikrinimas šiuo atveju nepadės, abejonių kelia paskyros pavadinimas. Rubrikos žiniasklaidos priemonėje tikrai turi savo paskyras, tačiau jos pavadinimas atitinkamai vardininko, o ne įnagininko

linksniais. 15min Naujienos, 15min Kultūra, 15min Maistas, 15min Verslas. Paskyros 15min Verslas pavadinimas sukurtas remiantis kita logika ir galime pripažinti, kad yra tikrai klaidinantis. Galų gale svarbu, kad paskyra įkurta tik 2020 metų vasarį ir turi iki 100 sekėjų, nepateikia adreso, interneto puslapio ir kontaktų. Nors visos šios detalės nereikšmingos po vieną, visos kartu, kitų įrodymų rinkinyje jos gali padėti tinkamai įvertinti paskyros autentiškumą.



Patikrinti, ar socialinių medijų paskyra nesuklastota, tai santykinai lengvas būdas įvertinti naujienų, kuriomis dalijamasi, patikimumą. Jeigu paskyra suklastota, jos platinamos naujienos yra nepatikimos. Sprendimas, kurį priimsite nebūtinai bus 100 procentų galutinis, tačiau pastebėję naujų detalių visada

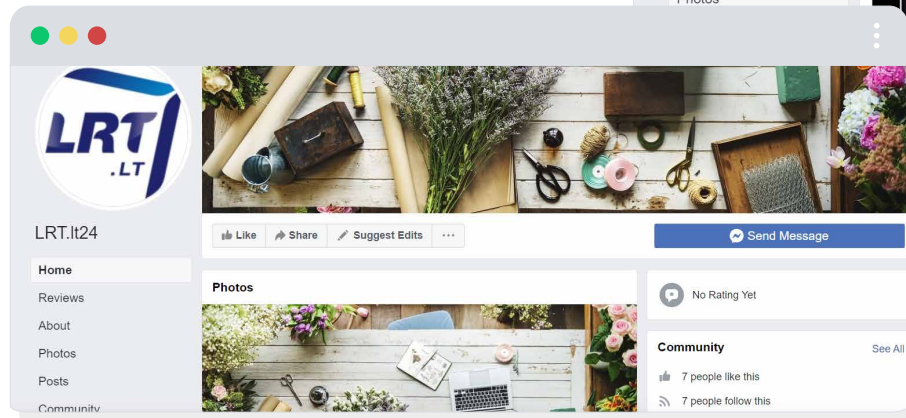
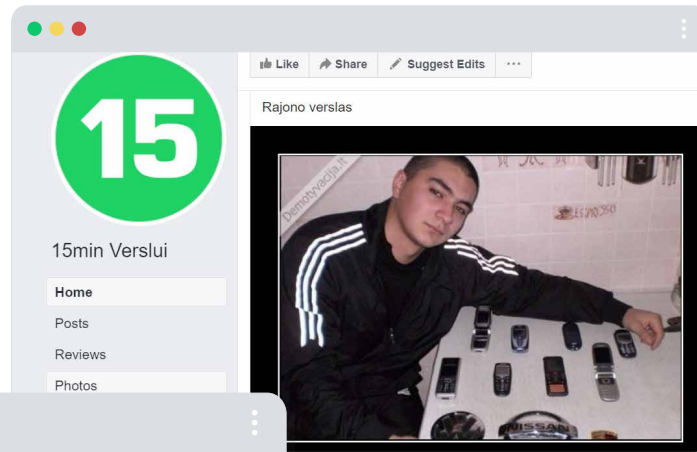
galėsite naujienų patikimumą įvertinti iš naujo. Žinojimas, kad būna suklastotų ir skaitytojus apgauti siekiančių paskyrų, padaro mus kritiškesniais socialinių medijų vartotojais. Ir tai yra labai gerai.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Socialinių tinklų paskyra

Paskyra A

Facebook paskyra 15min Verslui
https://www.facebook.com/15min-Verslui-100943034830192/?ref=br_rs



Paskyra B

Facebook paskyra Lrt.lt 24
https://www.facebook.com/LRTlt24-100152271654852/?ref=br_rs



6 PAMOKA. NETIKRI POKALBIAI IR TEKSTINIAI PRANEŠIMAI

SIEKTINI REZULTATAI

- Susitaikyti su mintimi, kad ekrano nuotraukos gali būti suklastotos ir išmokti tokias atpažinti.
- Suprasti, kad atsiliepimai internete gali būti klastojami ir išmokti testuoti jų tikrumą

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Pavyzdžių atspaudai, jeigu neturite kompiuterio

TRUKMĖ

40 min. ⌚

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Padirbti susirašinėjimai pokalbių programėlėse ir netikri vartotojų atsiliepimai yra dar dvi populiarėjančios dezinformacijos formos. Gal jau matėte netikrų įžymybių susirašinėjimų ekrano nuotraukų?

O gal suklaidino padirbtas vartotojo atsiliepimas? Kaip atskirti, kurie pokalbiai ar atsiliepimai tikri?

UŽDUOTIS NR. 1

10 minučių ⌚

Užduoties tikslas - suprasti padirbtų susirašinėjimų platintojų motyvus ir mokytis vertinti žinučių tikrumą. Pasiūlykite dalyviams atlikti raktažodžių „Fake Chat“ (angliškai - netikras susirašinėjimas) paiešką internete. Jeigu ne visi dalyviai turi

kompiuterius ar išmaniuosius telefonus, paprašykite jais pasidalinti. Kaip matote, internetas pilnas pasiūlymų padirbti susirašinėjimo istorijų. Tiek įrankių siūlančių suklastoti žinutes, tiek nuo to nukentėjusiųjų sąrašas labai ilgas.

Klausimai auditorijai

- Kurie jūsų telefone matomi susirašinėjimai yra tikri, o kurie padirbti?
- Ar yra skirtumas tarp susirašinėjimo, kuris pateikiamas kaip ekrano nuotrauka ir dar vykstančio susirašinėjimo, kurį matote kokioje nors programėlėje?
- Kokių užuominų ieškoti norint atskirti ar ekrano nuotraukoje įamžintas susirašinėjimas tikras?



NUORODOS POKALBIUI

Geriausias būdas save apsaugoti imtis tokių veiksmų:

1. Prisiminkite „Pavadink ir prisijaukink“ metodą. Stiprios susirašinėjimo keliamos emocijos - priežastis būti labai įtariu.
 - a. Sustabdykite save: nusiųskite nuo ekrano.
 - b. Paklauskite: ką aš jaučiu?
 - c. Įvardinkite: pasakykite sau jausmo, kurį jaučiate pavadinimą.
2. Per daug nesirūpinkite jūsų pačių susirašinėjimais, kuriuose dalyvaujate. Jeigu turite savo draugo telefono numerį, žinote su kuo susirašinėjate. Tačiau būkite labai atidūs vertindami susirašinėjimų ištraukas, ekranų nuotraukas internete, ypač jeigu paskyros neva priklauso žymiesiems žmonėms.
3. Paklauskite, kaip kažkas galėjo gauti tokį susirašinėjimą.
4. Ar tikėtina, kad susirašinėjimo dalyviai tikrai rašytų ką nors panašaus?
5. Atminkite, kaip lengva suklastoti susirašinėjimą.

Patarimai instruktoriui

Dalyviai gali klausti „Ar galiu apskritai pasitikėti bet kuo, ką skaitau?“ Priminkite, kad įgūdžių, kurie leistų jiems pasitikėti šaltiniais jie ir mokosi šiame kurse. Galbūt, niekada negalite būti 100 % tikras dėl ekrano nuotraukos autentiškumo, tačiau

patikimomis žiniasklaidos priemonėmis tikrai galite pasitikėti. Tuo labiau, kad šiame kurse išmokote įvertinti žurnalistinio turinio kokybę. Įprotis būti 1% abejojančiu ir nebūti užtikrintu daugiau nei 99% bus naudingas visada..

Klausimai auditorijai

- Ar esate susidūrę su netikrais vartotojų atsiliepimais?
- Kokių ženklų ieškoti norint atpažinti suklastotą vartotojo atsiliepimą?
- Parodykite auditorijai vartotojų atsiliepimų pavyzdžius (Priedas Nr. 1).

NUORODOS POKALBIUI

Šiuo atveju įtarimų kelia tai, kad atsiliepimo tonas yra per formalus. Įrodymas, kad atsiliepimas suklastotas yra vartojamos sąvokos: „kokybiškas pristatymas“, „sukomplektuoti užsakymą“. Tokių pardavėjams įprastų sąvokų vartotojai nenaudoja. Norėdami įsigyti kokią nors prekę arba paslaugą dažnai

skaitome pirkėjų atsiliepimus. Tačiau net ir atsiliepimai gali būti suklastoti. Klaidinančius atsiliepimus rašo (arba moka rašytojams) kompanijos, kurios nesąžiningai reklamuoja savo produktus. Neautentiškus neigiamus atsiliepimus taip pat gali rašyti kompanijos konkurentai.



Išvardinkime ženklus, kurie daugiau mažiau užtikrintai nurodo, kad atsiliepimai netikri.

Turėkite omenyje, kad dauguma atsiliepimų yra tikri. Didieji prekybinkai ir atsiliepimų platformos įdarbina žmones, kurie netikrus atsiliepimus trina. Tačiau jie nespėja trinti visų klastočių. O kartais jas sunku atskirti nuo tikrų atsiliepimų.

1. Paklauskite savęs: ar kalba, kuria parašytas atsiliepimas, skamba natūraliai, ar kaip reklama.
2. Ar atsiliepime yra pasikartojančių sąvokų, terminų, prekių pavadinimų - lyg teksto kūrėjas būtų rašęs pagal scenarijų.
3. Ar panašūs teigiami arba neigiami atsiliepimai susitelkę aplinkui tam tikrą trumpą laikotarpį, kelias dienas ar savaitę.

4. Ar vartotojas yra parašęs ir kitų atsiliepimų. Šis ženklas svarbus, tačiau ne visada padės įvertinti atsiliepimų patikimumą, nes pranešimų klastotojai gali būti parašę daug atsiliepimų. Tuo labiau lietuviškos atsiliepimų platformos ne visada leidžia pažiūrėti į kitus vartotojo atsiliepimus, ar net jų skaičių.
5. Pasitikėkite produktais ir paslaugomis, kurios turi daug atsiliepimų ir keturias, penkias žvaigžduotes. Turėkite omenyje, kad žmonės mieliau rašo neigiamus, nei teigiamus atsiliepimus. Todėl tam tikrą kiekį neigiamų atsiliepimų galite vertinti atlaidžiai.
6. Ir galų gale, labai svarbių sprendimų apskritai nedarykite remdamiesi atsiliepimais. Ar norite vartoti vaistus vien dėl to, kad septyniasdešimt nepažįstamų žmonių (net jeigu jų atsiliepimai nesuklastoti) teigia, kad vaistai jiems padėjo?

15 minučių ⌚

UŽDUOTIS NR. 2

Užduoties tikslas - sužinoti atsiliepimų vertinimo kriterijus ir išmokti jais naudotis.

Padalinkite auditoriją į grupes po du - tris dalyvius. Parodykite atsiliepimų rinkinį A (Priedas Nr. 2) išdalinkite grupėms po vieną

Atsiliepimų vertinimo lentelę (Priedas Nr. 3) ir paprašykite ją užpildyti.

Jeigu liko laiko parodykite atsiliepimų rinkinį B (Priedas Nr. 2).

NUORODOS POKALBIUI

Atsiliepimų eilės A atsiliepimai atrodo, kaip parašyti vieno žmogaus. Nors visoje atsiliepimų eilėje pasitaiko neigiamų atsiliepimų, ekrano nuotraukoje pateikiamu laikotarpiu visi vartotojai suteikia penkių, arba keturių su puse žvaigždučių iš penkių įvertinimą. Visi atsiliepimai parašyti formaliu tonu, kartojant šablonines prekybinkų savigyros frazes. Frazė „Greitas pristatymas“ pasikartoja beveik visuose atsiliepimuose. Net atsiliepimų ilgis yra beveik vienodas.

Tuo tarpu eilės B atsiliepimai atrodo parašyti skirtingais tonais, todėl aišku, kad juos rašė kiti žmonės. Žmonės rašo emociškai, naudoja išskirtines detales atsiliepimams pagrįsti, tokias kaip bendravimo su darbuotojais epizodus. Kai kurie vartotojai naudoja tik jiems būdingas frazes, tokias kaip „Tai kaip ir šaunuoliai“. Nors dauguma atsiliepėjų įvertina penkiomis arba viena žvaigžduote iš penkių, tai atrodo autentiškų atsiliepimų eilė.

IŠVADOS

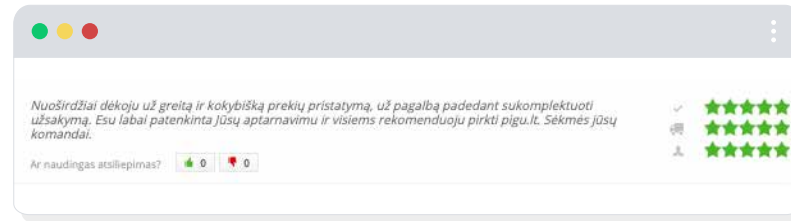
5 minutės

Apgaulingi atsiliepimai gadina vartotojų gyvenimus. Tačiau didieji prekybininkai ir paslaugų tiekėjai stengiasi tokius pašalinti. Per savo apsipirkinėjimo karjerą tikrai sutiksite padirbtų

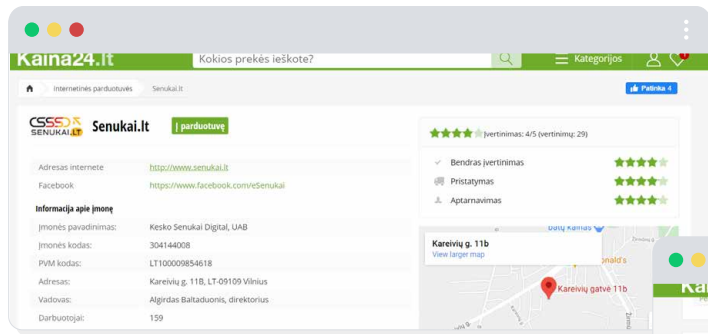
atsiliepimų, todėl naudokitės šioje pamokoje aptartais kriterijais ir apsipirkinėdami nuolat sverkite padirbtų atsiliepimų kiekį produktų ir paslaugų vertinimuose.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Vartotojo atsiliepimo pavyzdys

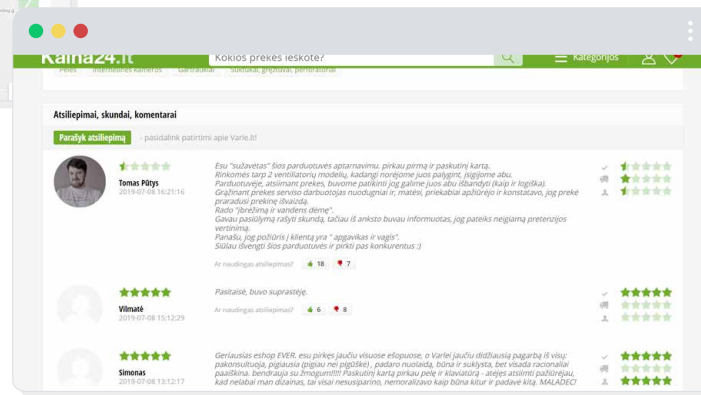


Priedas Nr. 2 - Vartotojo atsiliepimų eilės pavyzdys



A <https://www.kaina24.lt/www/e-senukai-lt/>

B <https://www.kaina24.lt/www/varle-lt/?page=4#section-comments>



Priedas Nr. 3 - Atsiliepimų vertinimo lentelė



Kriterijai: ar juos randate?	Taip	Nežinau	Ne
Nenatūrali kalba lyg reklaminiame leidinyje.			
Pasikartojančios sąvokos ir frazės, lyg būtų rašyta pagal scenarijų.			
Daug atsiliepimų susitelkusių aplink tokį patį įvertinimą (teigiamą arba neigiamą).			
Žmonės atskleidžia apsipirkimo detales.			
Atsiliepimai susitelkę trumpame laikotarpyje.			
Apskritai yra tik keli atsiliepimai.			
Ar produktas/paslauga yra tokia, kad reikėtų svaresnio įrodymo, nei atsiliepimai (pavyzdžiui sveikatos produktai).			

Handwritten notes area with horizontal dashed lines.

CARE BEFORE
YOU SHARE

1 PAMOKA. SVEIKATA IR MOKSLAS

SIEKTINI REZULTATAI

- Suprasti mokslo principus ir išmokti pasverti mokslinius teiginius vertinant įrodymus
- Įsisavinti pagrindinius požymius, kuriais remiantis galima atskirti informatyvias mokslo naujienas nuo klaidinančių pranešimų.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Straipsnių pavyzdžiai
- Mokslo naujienų vertinimo kriterijų sąrašas
- Mokslo naujienų vertinimo lentelė
- Rašikliai ir popierius

TRUKMĖ

1 val. 10 min. ⌚

Instruktoriaus pasiruošimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorį ir ekraną, atsispausdinkite straipsnių pavyzdžius.

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Kai koks nors teiginys remiasi daugeliu įrodymų, tikimybė, kad jis yra teisingas yra tikrai didelė. Tačiau mokslas negali pateikti galutinių išvadų.

Kartais atrodo, kad mokslininkai keičia savo nuomonę kiekvieną dieną. Besikeičiančios mokslo naujienos tikrai gali supainioti ir išvesti iš kantrybės. Tačiau kaita yra vienas iš pagrindinių mokslo principų.

Deja, žurnalistai ne visada paaiškina, kad mokslas nuolat tobulėja ir keičiasi, ar kaip kinta mokslininkų diskusija vienu ar kitu

klausimu. Dėl šios priežasties, skaitant mokslo naujienas reikia ypatingo atidumo.

Kartais net ir patys patikimiausi žurnalistai, ar rimčiausios žiniasklaidos organizacijos ne visai teisingai pateikia mokslo naujienas. Tam tikri požymiai gali padėti suprasti, kada skaitome aukštos kokybės mokslines naujienas, o kada prieš patikėdami turėtume jas papildomai tikrinti.

Tačiau prieš imdamiesi vertinti mokslo žurnalistikos patikimumą, turime suprasti kaip veikia mokslas.

UŽDUOTIS NR. 1

20 minučių

<https://www.flickr.com/photos/hikingartist/6217869031>

Užduoties tikslas - susipažinti su mokslinių tyrimų procesu. Kai mokslininkai nori paaiškinti kokį nors reiškinį, jie sukuria teoriją. Pats žodis teorija gali reikšti kelis dalykus. Teorija gali būti vadinama kokį nors dalyką aiškinančių teiginių visuma (pavyzdžiui: meno teorija, pažinimo teorija, teisės teorija). Tačiau teorija gali būti vadinama ir tam tikra idėja, kurios teisingumas yra neužtikrintas. Kai kurias teorijas arba idėjas yra lengva patikrinti.

Pavyzdžiui gravitacijos teorijos legenda tapusią idėją, kad obuolys nuo medžio krenta žemyn, patikrinti yra lengva. Tačiau kai kurias teorijas patikrinti gali būti labai sunku. Pabandykite patys atlikti bandymus ir patikrinti savo teoriją. Padalinkite dalyviams į mažas grupes ir paeiliui rodykite **Paslaptingo vamzdelio eksperimento** video ištraukas (Priedas 1). Paprašykite dalyvių, kurie žino eksperimentą neatskleisti jo detalių kitiems. Atliksime **Paslaptingo vamzdelio eksperimentą** ir turėsite progą patikrinti savo teorijas. Paslaptingas vamzdelis turi keturias skylutes, iš kurių išvestos keturios virvelės. Mūsų užduotis - suprasti, kas vyksta vamzdelio viduje remiantis tik stebėjimu iš išorės.

Parodykite dalyviams Video Nr. 1

Paprašykite nupiešti vamzdelio modelį, kuriame būtų nurodyta, kaip sujungtos virvelės vamzdelio viduje. Paklauskite auditorijos, kas nutiks, kai patrauksime virvelę esančią kairėje pusėje apačioje.

**Parodykite dalyviams Video Nr. 2**

Paklauskite: Ar Jūsų pirmas modelis buvo teisingas? Ar jūsų teorija apie tai, kaip sujungtos virvelės buvo teisinga? Jeigu ne, paprašykite piešti modelį iš naujo. Paklauskite auditorijos, kas nutiks, kai patrauksime virvelę esančią dešinėje pusėje apačioje.

Parodykite dalyviams Video Nr. 3

Paklauskite: Ar Jūsų antroji teorija yra teisinga? Jeigu ne, paprašykite auditorijos perpiešti modelį dar kartą. Dabar atskleiskite paskutinę eksperimento dalį sakydami: Pažiūrėkime, kas nutiks, kai patrauksime kelias virveles iš karto.

Parodykite dalyviams Video Nr. 4

Paklauskite: Ar reikia perpiešti modelį iš naujo? Parodykite auditorijai virvelių sujungimą atskleidžiantį piešinį. Paklauskite: Ar kas nors nupiešė virvelių sujungimą teisingai?

Klausimai auditorijai

- Ką ši užduotis sako apie jūsų teorijos įrodymų ieškojimo procesą?

- Kaip keitėsi jūsų įžvalgos apie virvelių sujungimą gaus vis daugiau duomenų apie virvelių judėjimą?
- Ar teorijas lengva patikrinti remiantis tik stebėjimu iš išorės?

NUORODOS POKALBIUI

Kartais norėdami suprasti ir paaiškinti reiškinį mokslininkai stebi juos daugybę kartų. Tyrimai, ypač mažiau pažengusiose mokslo srityse, tokiose kaip medicina, trunka

labai ilgai. Ir mokslininkai šiame ilgame procese neišvengiamai daro klaidas. Toks jau yra mokslinės tiesos ieškojimo procesas.

UŽDUOTIS NR. 2

30 minučių ⌚

Užduoties tikslas - išmokyti vertinti mokslo naujienų patikimumą remiantis pateiktais kriterijais.

Yra daug kriterijų, kuriais remiantis galima vertinti mokslines naujienas. Susipažinkime su svarbiausiais.

Išdalinkite dalyviams lentelę **Mokslo naujienų vertinimas** (Priedas Nr. 2) ir papasakoti apie lentelėje išvardintus kriterijus remdamiesi žemiau esančiais aprašymais.

Ar naujiena išpūsta? Mokslininkai retai naudoja tokius žodžius, kaip proveržis, revoliucingas, verčiantis aukštyn kojom ir t.t. Atkreipkite dėmesį, ar jūsų vertinama mokslo naujiena naudoja hiperboles ir emocingas metaforas.

Ar pristatomas kontekstas? Mokslo naujiena neįveikia vakuumo. Galutinės išvados nedaromos remiantis vienu tyrimu. Geras mokslo žurnalistas mini susijusius, anksčiau atliktus ir atliekamus tos pačios srities tyrimus, supažindina skaitytojus su tyrimo nedalyvaujančių mokslininkų nuomone.

Ar atskleidžiami tyrimo metodai? Patikima mokslinė naujiena atskleidžia tyrimo procesą: kiek žmonių, gyvūnų ar objektų tirta

ir kaip. Geras žurnalistas nurodo, ar atradimas yra bandomųjų, pilotinių tyrimų, ar paskutinio tyrimo etapo rezultatas. Jeigu ne, naujienos patikimumu galima abejoti.

Ar kalbama apie atradimų pritaikomumą, jų privalumus ir trūkumus? Dažnai kaina, žemas efektyvumas, ar šalutiniai efektai trukdo pritaikyti mokslinius atradimus praktikoje. Jeigu pritaikomumo sunkumai, privalumai ir trūkumai nepaminti, didesnė galimybė, kad naujienų šaltinis nepatikimas.

Ar nurodytas mokslinis šaltinis, kuriame minimas mokslo atradimas? Moksliniai atradimai ir teorijos skelbiamos moksliniuose žurnaluose. Šie turi savitą, mokslo pasauliui įprastą tvarką: redakcines kolegijas, ISSN numerius, citavimo principus, poveikio rodiklius. Šiuos elementus gana lengva patikrinti.

Kas finansavo tyrimą? Gal tai tyrimas apie cukraus naudingumą, kurį rėmė limonado gamintojas? Nors privačios kompanijos taip pat atlieka ir remia mokslinius tyrimus, dažniausiai juos finansuoja valstybės. Jeigu tyrimą finansuoja privati įmonė, ypač atidžiai vertinkite, ar tyrimo rėmėjui tyrimo rezultatai yra naudingi.

Padalinkite auditoriją grupėmis po 3 - 4 žmones. Išdalinkite dalyviams po vieną mokslo naujienos pavyzdį (Priedas Nr. 3) ir paprašykite kartu užpildyti lentelę **Mokslo naujienų vertinimas** (Priedas Nr. 2). Skirkite dalyviams pakankamai laiko susipažinti su naujienomis. Paprašykite grupių įvertinti straipsnius balais; už atsakymą „taip“

skiriant - 2 balus, už „dalina“ - 1 balą, o už „ne“ - 0 balų, tuomet susumuoti rezultatus ir pasidalinti gautu skaičiumi. Visoms grupėms atlikus užduotį, išrinkite daugiausiai balų surinkusį straipsnį. Paprašykite jį išrinkusios grupės pristatyti mokslo naujieną auditorijai apžvelgiant lentelėje **Mokslo naujienų vertinimas** (Priedas Nr. 2) išvardintus kriterijus.

IŠVADOS

5 minutės

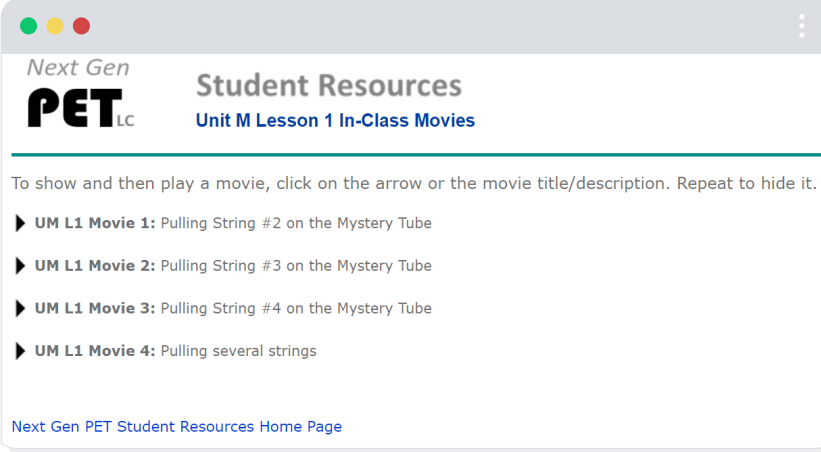
Kartais suprasti, kiek tiesos yra mokslininkų teiginiuose, ir, kokia jų reikšmė gyvenimui, gali būti labai sudėtinga. Tačiau remiantis šioje pamokoje aptartais vertinimo kriterijais - gana lengva atpažinti patikimas mokslines naujienas. Atsiminkite, kad ne tik

mokslo naujienos, tačiau ir bet kokie į teisybę pretenduojantys moksliniai teiginiai, ypatingai sveikatos srities patarimai turi būti vertinami ankstesnių tos pačios srities tyrimų kontekste.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Video Paslaptingas vamzdelio eksperimentas

http://nextgenpet.sdsu.edu/movies/movies_mse/movies_mse_um_11.html



The screenshot shows a web browser window with the following content:

- Page title: Next Gen PET Student Resources
- Page subtitle: Unit M Lesson 1 In-Class Movies
- Instruction: To show and then play a movie, click on the arrow or the movie title/description. Repeat to hide it.
- Movie list:
 - ▶ UM L1 Movie 1: Pulling String #2 on the Mystery Tube
 - ▶ UM L1 Movie 2: Pulling String #3 on the Mystery Tube
 - ▶ UM L1 Movie 3: Pulling String #4 on the Mystery Tube
 - ▶ UM L1 Movie 4: Pulling several strings
- Footer: Next Gen PET Student Resources Home Page

Priedas Nr. 2 - Lentelė Mokslo naujienų vertinimas

	Taip	Dalinai	Ne
Ar naujiena išpūsta?			
Ar pristatomas kontekstas?			
Ar atskleidžiami tyrimo metodai?			
Ar kalbama apie atradimų pritaikomumą, jų privalumus ir trūkumus?			
Ar nurodytas mokslinis šaltinis, kuriame skelbiamas mokslo atradimas?			
Ar atskleista kas finansavo tyrimą?			
SUMA:			
BENDRA SUMA:			

Priedas Nr. 3 - Mokslo naujienų pavyzdžiai

1. Kaip išgydyti nuo alkoholio priklausomas smegenis?
<https://www.vaistai.lt/Kaip-isydyti-nuo-alkoholio-priklausomas-smegenis-14416.html>

Kaip išgydyti nuo alkoholio priklausomas smegenis? (571/0)

Amerikiečių mokslininkai aptiko neuronų grandinę, kurią veikiant, galima kontroliuoti norą išgerti.


Remiantis JAV Nacionalinio piktnaudžiavimo alkoholiu ir alkoholizmo instituto statistika, apie 6% amerikiečių kenčia ligos, kuriai būdingas negebėjimas nustoti (ar kontroliuoti) šios medžiagos vartojimą, – alkoholizmo. Kasmet dėl priežasčių, susijusių su alkoholiu, miršta maždaug 88 tūkstančiai amerikiečių, ir tai trečia pagal dažnumą vadinamų išvengiamų mirčių priežastis.

Tik bėda, kad mokslininkai iki šiol nežino, kas konkrečiai verčia žmones gerti, kaip būtent etanolis veikia smegenis, Medium platformos leidinio Elemental straipsnyje rašo mokslo žurnalistas Troy Farah. Alkoholio elgesį mokslininkai vadina itin „neaiškiu“, o jo poveikį – „atsitiktiniu“. Įveikęs hematoencefalinį barjerą, etanolis elgiasi kaip rikošetuojanti kulką uždaroje erdvėje: atsitiktine tvarka slopina vienus receptorių ir audrina kitus.

Neuronų fejerverkei

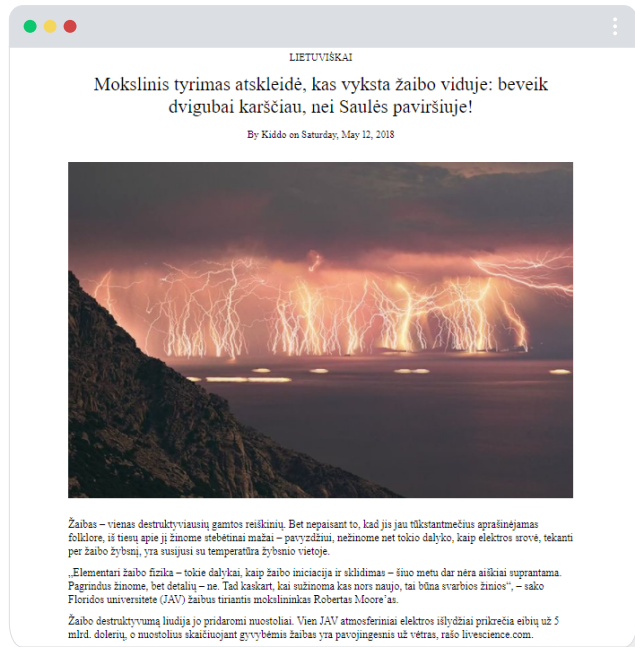
Tokie „neuroniniai fejerverkei“ turi daugybę pašalinių efektų – todėl alkoholių taip sunku tirti, ir būtent todėl kai kuriems žmonėms beveik neįmanoma „žinoti savo normos“. Viena iš tikėtinių priežasčių – „sūpynių efektas“. Jis kyla smegenyse tarp dviejų priešingo poveikio neuromediatorių – glutamato (glutamino rūgšties) ir GABA (gama amino sviesto rūgšties).

Kas vyksta smegenyse, pavartojus alkoholio? Etanolis ima veikti smegenų neurochemiją, pažeisdamas esamą balansą. Siekdamas stabilumo, smegenys išskiria glutamatą (šis neuromediatorius jaudina nervų sistemą) ir GABA (svarbiausią stabdantį mediatorių). Alkoholio poveikiui silpnstant, smegenims vėl reikia stabilizuotis, todėl jos skatina žmogų gerti daugiau – užburtas ratas. Gali būti, tai paaiškina, kodėl per vakarėlius taip sunku sustoti.



2. Mokslininkai: mokleivių fizinis pajėgumas grėsmingai mažėja

https://www.respublika.lt/lt/naujienos/mokslas/sveikata/mokslininkai_mokleiviu_fizinis_pajegumas_gresmingai_mazeja/



3. Mokslinis tyrimas atskleidė, kas vyksta žaibo viduje:

beveik dvigubai karščiau, nei Saulės paviršiuje!

<https://kido.lt/2018/05/12/mokslinis-tyrimas-atskleide-kas-vyksta-zaibo-viduje-beveik-dvigubai-karsciau-nei-saules-pavirsiuje/>

Handwriting practice lines consisting of a solid top line, a dashed middle line, and a solid bottom line. A pencil icon is positioned at the top left of the first line.



4. Mokslinis tyrimas atskleidė, ką žmonės mato prieš savo mirtį

http://www.technologijos.lt/n/mokslas/zmogus_ir_medicina/S-59741/straipsnis/Mokslinis-tyrimas-atskleide-ka-zmones-mato-pries-savo-mirti



5. Paauglių tyrimas atskleidė, kad papildoma valanda miego keičia mokymosi rezultatus

<https://www.delfi.lt/mokslas/mokslas/paaugliu-tyrimas-atskleide-kad-papildoma-valanda-miego-keicia-mokymosi-rezultatus.d?id=80240365>

NAME IT
TO TAME IT

3 dalis. Kova su klaidinga informacija. C. Mokslo ir sveikatos naujienos
2 PAMOKA. INFORMACIJOS ŠALTINIAI APIE SVEIKATĄ IR MEDICINĄ

SIEKTINI REZULTATAI

- Išmokti ieškoti patikimos informacijos apie sveikatą ir atskirti patikimus šaltinius internete.
- Suprasti, kodėl maisto papildų gamintojai ir platintojai, dažnai atskleidžia tik dalį informacijos apie savo produktus.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Sveikatos situacijų pavyzdžių kortelės
- Konferencijų popierius
- Lipukai

TRUKMĖ

50 min. ⌚

Instruktorius pasiruošimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorių ir ekraną, atsispausdinkite Sveikatos situacijų pavyzdžių korteles. Peržiūrėkite TV laidos pavyzdį (Priedas Nr. 2) ir trumpai susipažinkite su prekybos papildais tvarka Lietuvoje..

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Sveikatos patarimai - yra informacijos rūšis, kurią sutinkame ypatingai dažnai. Skaitome juos žiniasklaidoje, socialinėse medijose, taip pat girdime iš draugų ir šeimos. Dažnai šie patarimai pateikiami įtikinančiu tonu, tačiau jų

patikimumą verta patikrinti patiems. Deja, jeigu nežinote, kaip ir kur tikrinti, ieškodami atsakymų tik dar labiau pasiklysite. Šioje pamokoje bendrausime apie sveikatinimosi informacijos patikimumą ir mokysimės jį vertinti.

APŠILIMAS

5 minutės ⌚

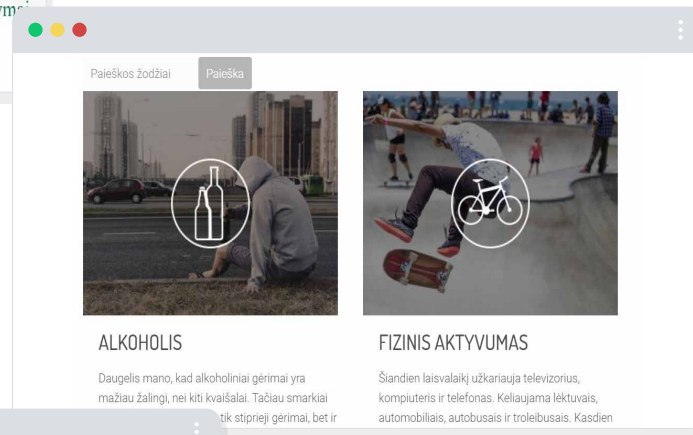
Trumpai apklauskite dalyvius, kokiais sveikatos informacijos šaltiniais jie naudojasi. Paklauskite: Jeigu jūs pasijautumėte blogai, arba kas nors iš jūsų artimųjų susirgtų, kur ieškotumėte informacijos norėdami atpažinti simptomus ar pasirinkti reikiamos specializacijos gydytoją? Išdalinkite dalyviams po kelis lipukus ir paprašykite šiuos šaltinius surašyti. Leiskite sunaudoti tiek lipukų kiek reikia - paprašykite ant kiekvieno lipuko rašyti po vieną šaltinio pavadinimą ir išvardinti visus žinomus šaltinius.

Tuomet paprašykite visų dalyvių iš eilės klijuoti lipukus ant klasės ar konferencijų lentos ir garsiai skaityti, ką užrašė. Nurodykite dalyviams klijuoti tokius pačius ar panašius atsakymus šalia vienas kito ir taip juos grupuoti. Aptarkite grupavimo rezultatus: kokie šaltiniai populiariausi? Kodėl paminėtieji po vieną kartą tokie nepopuliarūs?

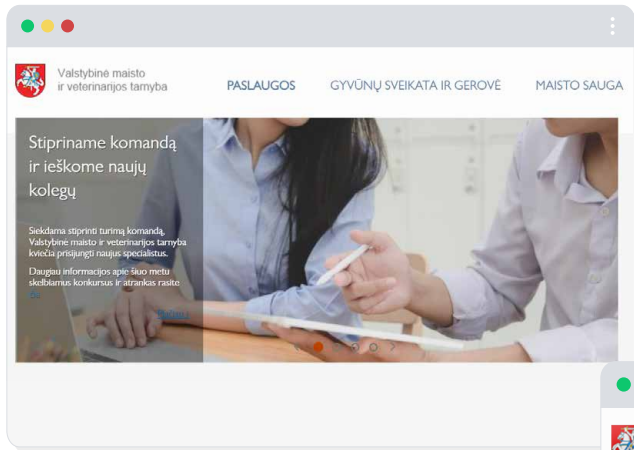


Sveikatos mokymo ir ligų prevencijos centras - valstybinės įstaigos puslapyje yra daugybę patarimų, veikia paieškos įrankis, taip pat galima užduoti klausimus centro specialistams.
http://smlpc.lt/lt/klausimai__atsakymai/

Jaunimo sveikatos tinklas - verslo iniciatyva kurtoje, valstybės finansuotoje jaunimui skirtoje sveikatos klausimų ir atsakymų svetainėje surinkti atsakymai į jauniems žmonėms aktualius klausimus: seksualumą, mitybą ir fizinį aktyvumą.
<http://www.sveikatostinklas.lt>



Valstybinė vaistų kontrolės tarnyba - valstybinės įstaigos puslapyje yra visą su vaistais susijusi informaciją, galima naudotis viešai prieinamą registruotų vaistų paieškos sistema VAPRIS. <https://vkt.lt/index.php?170116125>

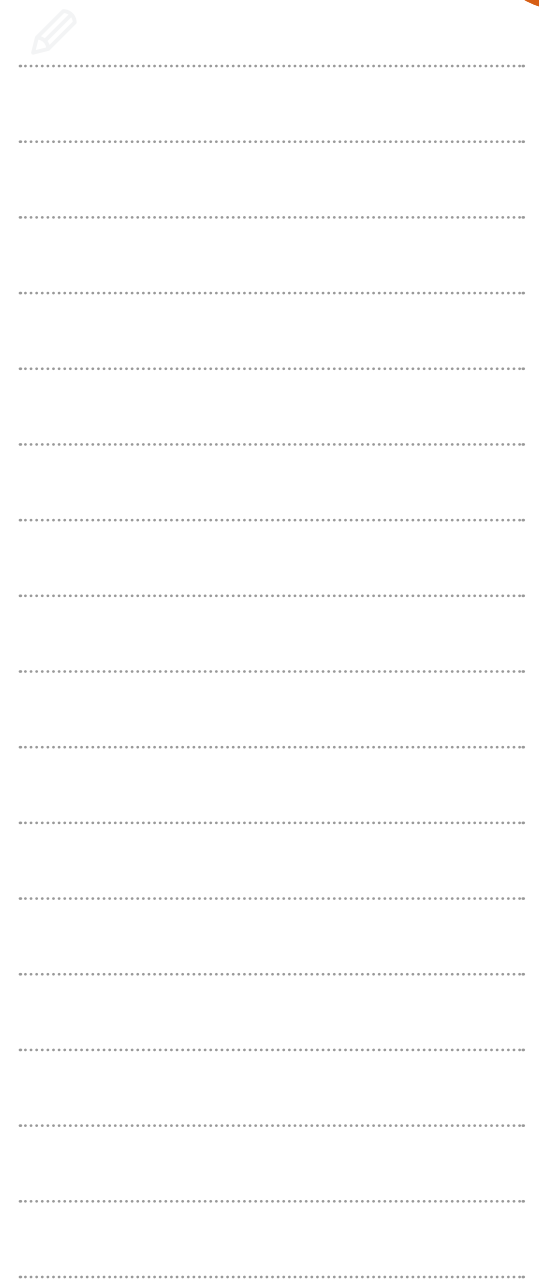
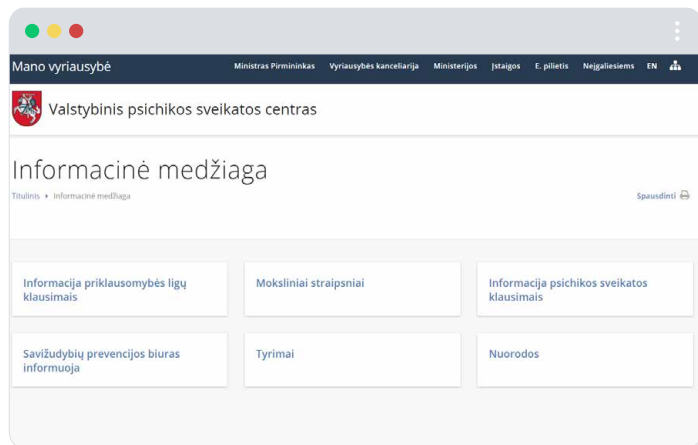


Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba - valstybinės įstaigos interneto svetainėje surinkta informacija apie sveiką mitybą, vitaminus, maisto papildus, pateikiama informaciją apie tam tikrų maisto produktų saugumą. <https://vmvt.lt>

Užkrečiamų ligų ir AIDS centras - valstybinės įstaigos svetainėje pateikiama visa su skiepais susijusi informacija, yra išsamus užkrečiamų ligų sąrašas. <http://www.ulac.lt/ligos/A>



Valstybinis psichikos sveikatos centras - valstybinės įstaigos svetainėje yra informacija apie priklausomybės ligas, pateikiama daug nuorodų į specializuotus psichikos sveikatos šaltinius, bei psichologinę pagalbą teikiančių organizacijų sąrašas. <https://vpsc.lrv.lt/lt/informacine-medziaga>



Klausimai auditorijai

- Kaip žinome, kad šie šaltiniai yra patikimi?

UŽDUOTIS NR. 1

20 minučių ⌚

Užduoties tikslas - susipažinti su patikimais informacijos apie sveikatą šaltiniais, suprasti kuo jie išskirtiniai.

Padalinkite auditoriją į grupes po 3 - 4. Išdalinkite grupėms po vieną situacijos pavyzdį (Priedas Nr. 1). Grupės gali gauti ir tokius pačius pavyzdžius.

Tuomet paprašykite jų rasti atsakymus į kortelėse **Situacijų pavyzdžiai** pateiktus klausimus. Pirma nurodykite dalyviams ieškoti atsakymų vadovaujantis savo instinktais ir atsakymais, kuriuos pateikė apšilimo metu. Vėliau, pasiūlykite pasirinkti vieną, tinkamiausią iš jų pateiktų sveikatos informacijos šaltinių ir paieškokite informacijos jame.

Kai visos grupės randa atsakymus, paprašykite grupių atstovų pasidalinti, kaip sekėsi, su visa auditorija. Kokiuose šaltiniuose ieškojo atsakymo - pirmame etape ir vėliau? Kaip skyrėsi pats paieškos procesas ir, kuo skyrėsi informacija, kurią pavyko rasti?

Medžiaga instruktoriui: Kortelės Situacijų pavyzdžiai

Situacija Nr. 1 Jūsų draugė Karina jaučiasi liūdna ir prislėgta. Jos pusbrolis Jonas pasiūlė jai išgerti Jonažolių arbatos. Tačiau Karina kreipėsi patarimo į jus. Ką jai patarsite?

Situacija Nr. 2 Jūsų Facebook draugas pranešė, kad Malarijos virusas paplito Lietuvoje ir jis ypatingai pavojingas moksleiviams. Kaip patikrinsite ar tai tiesa?

Situacija Nr. 3 Jūsų senelis bando sužinoti, kokie yra širdies smūgio simptomai, kad žinotų kaip elgtis jam ištikus. Kaip jam padėsite?

Situacija Nr. 4 Jūsų bendrasuoliui jau kelis mėnesius skauda nugarą. Neseniai jis perskaitė, kad nuo skausmo padeda vitaminas B, pradėjo jį vartoti ir jam pagerėjo. Jums taip pat pradėjo skaudėti nugarą ir bendrasuolis siūlo vitamino B. Kaip patikrinsite, ar jis jums padės?

Situacija Nr. 5 Jūsų kaimynas primygtinai siūlo paragauti ekologiškos duonos. Mažas didžiulio duonos kepalas plotelis yra supelyjęs, tačiau kaimynas jį nuplovė ir sako, kad visas duonos kepalas yra šviežias. Kaip patikrinsite, ar duoną galima valgyti?

UŽDUOTIS NR. 2

10 minučių ⌚

Užduoties tikslas - išmokyti kritiškai vertinti informaciją apie sveikatos produktus.

Klausimai auditorijai

- Ar manote, kad galite pasitikėti papildu, kurį siūlo biomedicinos mokslų daktaras Vitalijus Naumavičius?

Parodykite dalyviams video ištrauką iš televizijos laidos „Sveikatos kodas“ epizodą (Priedas 2).

- Ką pastebite šiame reportaže: ką pabrėžia kalbantys žmonės ir, ko jie nepasako?
- Kokias garantijas turite, kad papildas suveiks?
- Ar galite būti tikri, kad papildas neturės šalutinio poveikio?



NUORODOS POKALBIUI

Prekybą papildais Lietuvoje kontroliuoja Maisto ir veterinarijos tarnyba. Tačiau papildai parduvinėjami ne maisto parduotuvėse, o vaistinėse, kartu su vaistais. Tai sudaro įspūdį, kad papildų poveikis yra užtikrintas.

Prekyba papildais nėra reglamentuota taip griežtai, kaip prekyba vaistais. Be to, skirtingai nuo vaistų gamintojų, papildų gamintojai neprivalo nurodyti papildų veikimo ar šalutinio poveikio, kurį gali pajusti vartotojai.

Tačiau štai, ką apie maisto papildus ir vitaminus rašo

Apsinuodijimų informacijos biuras įkurtas Valstybinės vaistų kontrolės tarnybos prie Sveikatos apsaugos ministerijos (Priedas Nr. 3).

Nemanykite, kad vitaminai visiškai nepavojingi! Vitaminai gali būti pavojingi suvartojus didelį kiekį, ilgesnį laiką vartojant per dideles dozes ar perdozavus vitaminų su geležimi.

Apsinuodijimo simptomai: galvos svaigimas, silpnumas, apetito stoka, nerimas, pilvo skausmai, pykinimas, vėmimas.

Klausimai auditorijai

- Kaip manote, kodėl apie tai nekalbama „Sveikatos kodo“ reportaže?
- Ar žinodami, ką sako apsinuodijimų biuras taip pat lengvai patikėtumėte reportažu apie papildų privalumus?

- Ką naujo sužinojote apie sveikatos srities informacijos vartojimą?
- Kaip pritaikysite savo žinias?

NUORODOS POKALBIUI

Taigi, papildų vartojimas sukelia tam tikrą riziką. Vitaminų maišymas, perdozavimas ar vartojimas kartu su receptiniais ar

nereceptiniais vaistais - gali būti pavojingas net ir gyvybei. Todėl prieš vartojant papildus visada reikia pasitarti su šeimos gydytoju.

IŠVADOS

5 minutės

Šioje pamokoje bendravome apie patikimos sveikatos srities informacijos paiešką.

Naudokitės valstybinių institucijų svetainėmis tikrindami žiniasklaidoje, socialinėse medijose perskaitytus, ar draugų ratuose nugirstus sveikatos patarimus. Skeptiškai vertinkite

papildų ir vitaminų reklamas, nes juos gaminančių ir jais prekiaujančių verslų veikla kontroliuojama daug silpniau nei medicinės priemonės gaminančiųjų ir vaistinių.

Deja, kai kurie sveikatos srities veikėjai nesuinteresuoti suteikti pilnos informacijos.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Situacijų pavyzdžiai

Situacijų pavyzdžiai:

1.

Situacija Nr. 1 Jūsų draugė Karina jaučiasi liūdna ir prislėgta. Jos pusbrolis Jonas pasiūlė jai išgerti Jonažolių arbatos. Tačiau Karina kreipėsi patarimo į jus. Ką jai patarsite?

2.

Situacija Nr. 2 Jūsų Facebook draugas pranešė, kad Malirijos virusas paplito Lietuvoje ir jis ypatingai pavojingas moksleiviams. Kaip patikrinsite ar tai tiesa?

3.

Situacija Nr. 3 Jūsų senelis bando sužinoti, kokie yra širdies smūgio simptomai, kad žinotų kaip elgtis jam ištikus. Kaip jam padėsite?

4.

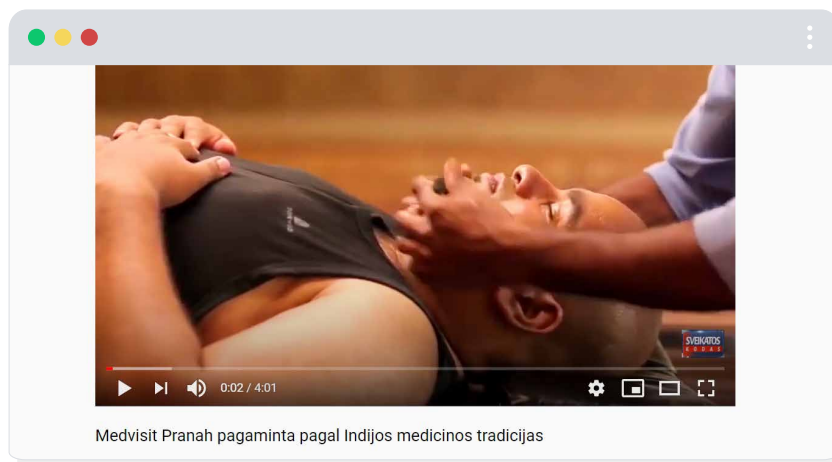
Situacija Nr. 4 Jūsų mokytojai jau kelis mėnesius skauda nugarą. Neseniai ji perskaitė, kad nuo skausmo padeda vitaminas B, pradėjo jį vartoti dideliais kiekiais ir siūlo jį visiems, kam ką nors skauda. Ką darysite?

5.

Situacija Nr. 5 Jūsų kaimynas primygtinai siūlo paragauti natūralaus pieno iš ekologiškos parduotuvės. Ant pieno butelio nurodyta galiojimo terminas nepasibaigęs, tačiau pienas keistai kvepia. Tačiau jūs niekada neragavote natūralaus pieno ir nežinote, kaip jis turi kvėpėti. Kaip patikrinsite, ar galima jį gerti?

Priedas Nr. 2 - Laidos „Sveikatos kodas“ reportažas

<https://www.youtube.com/watch?v=128QT9GFPdU>



Priedas Nr. 3 - Apsinuodijimų informacijos biuro išpėjimas



<http://www.apsinuodijau.lt/apie/pagal-medziaga/vaistai/>

**TURN OFF
YOUR AUTOPILOT**



A series of horizontal dotted lines for writing notes.

SIEKTINI REZULTATAI

- Sužinoti, kaip klaidinančios informacijos skleidėjai pasitelkia psichologinius metodus.
- Išmolti atpažinti psichologinius manipuliacijos metodus šiuolaikinėje politinėje komunikacijoje.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Pavyzdžių atspaudai arba skaidrės

TRUKMĖ

50 min. ⌚

Instruktorius pasiruošimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorių ir ekraną, jeigu rodysite skaidres, jeigu ne - klasės/prezentacijų lentą. Priklausomai nuo galimybių galite pristatyti pranešimų pavyzdžius skaidrėse arba atsispausdinti juos ant didesnio formato (A3) popieriaus ir iškabinti ant sienos..

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Mus nuolat atakuoja įtikinėjamos žinutės. Kai kurios žinutės būna paprastos ir aiškios, tačiau kartais jų motyvai nėra akivaizdūs. Kartais, norėdami padidinti poveikį klaidinančios informacijos

skleidėjai vengia tiesiai išsakyti savo motyvus, o pasitelkia psichologinio poveikio priemones. Kai kurias iš priemonių atpažinti gali būti labai sudėtinga.

APŠILIMAS

5 minutės ⌚

Parodykite auditorijai pranešimą apie Vilniečių šiukšles (Priedas Nr. 1). Paklauskite dalyvių, koks yra šio plakato užsakovo

motyvas? Ką nori pasiekti tokios žinutės skleidėjas? Kokiu būdu jis tai daro?

Klausimai auditorijai

- Ar žinote, kaip jaučiasi nuskriaustas ar įsižeidęs žmogus, supratęs, kad yra daug tokių pačių kaip jis nuskriaustų žmonių ir dar atsirado galimybė pasidalinti nuoskaudomis?

**NUORODOS POKALBIUI**

Šis plakatas yra politinės partijos reklama, tačiau partija pasirinko neminėti savo pavadinimo. Tuo tarpu plakate minimas oponentas „skriaudžiantis kauniečius“. Tikimasi, kad įvardinta skriauda suvienys nepatenkintus nuskriaustuosius, o gal pastūmės juo bendriems pasipriešinimo veiksams. Žinutės skleidėjas elgiasi nesąžiningai ir manipuliuoja auditorija versdamas kaltę dėl šiukšlių deginimo Kaune ministrui pirmininkui S.Skverneliui. Vienas žmogus už šiukšlių deginimą Kaune tikrai negali būti atsakingas. Klaidinančios informacijos skleidėjai dažnai taiko tokias ir panašias psichologinio poveikio priemones kaip „kaltės

suvertimas“. Jų kuriami pranešimai apeliuoja į emocijas: baimę, nusivylimą, vienišumą, nepasitikėjimą savimi ir panašius jausmus.

Siekdami atpažinti tokias psichologinio poveikio priemones naudokimės Suomijos mokslininko K.J.Holsti įžvalgomis apie psichologinius propagandos metodus. Pasako jo, psichologinio poveikio priemonės naudojamas propagandai galima suskirstyti į devynis tipus, kurie yra tokie: etikečių klijavimas, blizgantis apibendrinimas, perkėlimas, paprasta liaudis, rekomendacija, atranka, bandos jausmas, atpirkimo ožys ir baimė. Pažiūrėkime, kaip jos veikia.

UŽDUOTIS NR. 1**20 minučių** ⌚

Užduoties tikslas - išmokti atpažinti psichologines poveikio priemones vertinant įtikinėjimo pavyzdžius. Padalinkite auditoriją į grupes po 3 - 4 dalyvius. Išdalinkite grupėms po vieną lentelę Psichologinės poveikio priemonės (Priedas Nr. 2).

Iš eilės, po vieną rodykite sunumeruotus pranešimų pavyzdžius (Priedas Nr. 3) ir paprašykite grupėje aptarti ir priskirti kiekvieną pavyzdį kuriam nors psichologinei poveikio priemonei. Skirkite grupėms pakankamai laiko pasitarti ir tik tada pereikite prie kito pavyzdžio.

**NAME IT
TO TAME IT**

Medžiaga instruktoriams

Lentelė Psichologinio poveikio priemonės su atsakymais.

Numeris	Pranešimo pavyzdžio pavadinimas	Poveikio priemonės pavadinimas	Aiškinimas
1	Kvailių laivas	Etikečių klįjavimas	Kai reiškiniui ar veikėjui priskiriami emociškai neigiami simboliai ar idėjos.
2	Didesnės pajamos kiekvienam	Blizgantis apibendrinimas	Kai sukuriama palankiai abibendrinančios asociacijos.
3	Pelės ir katės	Perkėlimas	Kai vienas reiškinys sutapatinamas su kitu nesusijusiu reiškiniu ir tikimasi tokios pat reakcijos, kaip ir į pastarąjį.
4	Putinas kombaine	Paprasta liaudis	Kai pasirodoma paprastu žmogumi, visuomenės nariu ir taip susitapatinama su visuomene.
5	Švieskime vaikus	Rekomendacija	Kai naudojama kieno nors autoritetu arba bloga reputacija.
6	Kam patikėsi Kauną?	Atranka	Kai iš konteksto išrenkami ir pristatomi tik pranešimo skeleidėjui patogūs faktai.
7	Išpirtuvės. Nepavėluok.	Bandos jausmas	Kai naudojama troškimu ar pareiga būti visuomenės dalimi ir neatsilikti nuo daugumos.
8	Imperatorius Juozaitis	Atpirkimo ožys	Kai kokiam nors reiškiniui, individui ar jų grupei užkraunamos visos nesėkmės ir bėdos.
9	No to NATO	Baimė	Kai grasinama pavojumi gerovei, sveikatai arba gyvybei.

Tuomet rodykite visus pavyzdžius iš eilės dar kartą ir paprašykite savanorių trumpai pristatyti jų pasirinktą pavyzdį, atskleisti, kuriai poveikio priemonei jį priskyrė, ir argumentuoti priskyrimą.

Priedas Nr. 2 - Lentelė Psichologinio poveikio priemonės

Numeris	Pranešimo Nuoroda	Priemonės pavadinimas	Aiškinimas
1	https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/politines-reklamos-isbandymas-kandidatu-fantazijai-nuodeganciu-ziurkiu-iki-pusnuogiu-merginu-56-1107460	Etikečių klijavimas	Kai reiškiniui ar veikėjui priskiriami emociškai neigiami simboliai ar idėjos.
2	http://www.universitetojournalistas.kf.vu.lt/2016/07/kaip-kedainiu-ieva-politiniu-lauru-ieskojo/	Blizgantis apibendrinimas	Kai sukuriama palankiai abibendrinančios asociacijos.
3	https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/politines-reklamos-isbandymas-kandidatu-fantazijai-nuodeganciu-ziurkiu-iki-pusnuogiu-merginu-56-1107460	Perkėlimas	Kai vienas reiškinys sutapatinamas su kitu nesusijusiu reiškiniu ir tikimasi tokios pat reakcijos, kaip ir į pastarąjį.
4	https://jewishbusinessnews.com/2016/10/24/from-russia-with-love-vladimir-putin-2017-calendars-hit-the-shelves/	Paprasta liaudis	Kai pasirodoma paprastu žmogumi, visuomenės nariu ir taip susitapatinama su visuomene.
5	https://www.delfi.lt/gyvenimas/seima/uz-nuosirdzia-sypsena-geriausiomis-pripazintos-vaikiskos-knygos.d?id=70506516	Rekomendacija	Kai naudojama kieno nors autoritetu arba bloga reputacija.
6	https://www.15min.lt/rinkimai/naujiena/savivaldybiu-tarybu-rinkimai/kaune-pasirodziusi-politine-reklama-klausia-kaunieciu-ka-ije-rinksis-patriota-armilicininka-847-489350	Atranka	Kai iš konteksto išrenkami ir pristatomi tik pranešimo skleidėjui patogūs faktai.
7	- nuorodos nėra -	Bandos jausmas	Kai naudojama troškimu ar pareiga būti visuomenės dalimi ir neatsilikti nuo daugumos.
8	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-797528936-im-perfect-youre-doomed-kyria-abrahams-_JM	Atpirkimo ožys	Kai kokiam nors reiškiniui, individui ar jų grupei užkraunamos visos nesėkmės ir bėdos.
9	https://www.reddit.com/r/PropagandaPosters/comments/4sipn0/antinato_poster_world_peace_council_2016/	Baimė	Kai grasinama pavojumi gerovei, sveikatai arba gyvybei.

1. Politinės reklamos – išbandymas kandidatų fantazijai: nuo degančių žiurkių iki pusnuogių merginų



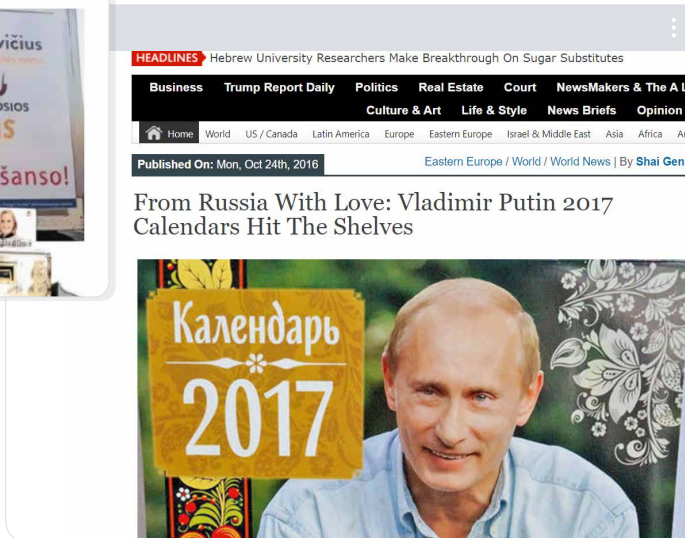
2.



3. Politinės reklamos – išbandymas kandidatų fantazijai: nuo degančių žiurkių iki pusnuogių merginų

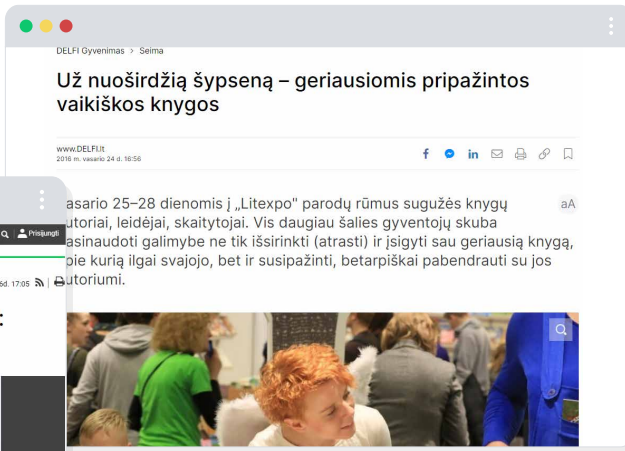


4.



Handwriting practice lines consisting of a solid top line, a dashed middle line, and a solid bottom line.

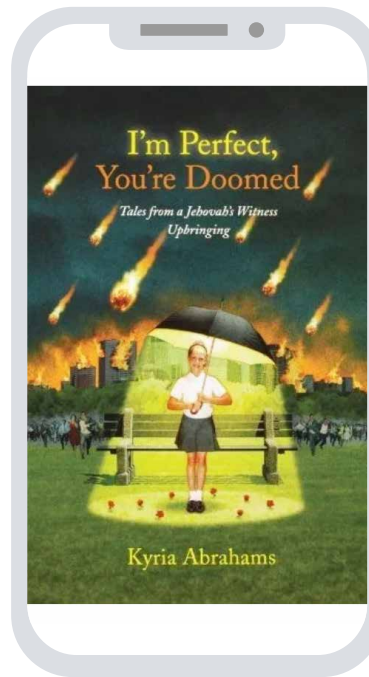
5.



6.



8.



9.



1 PAMOKA. ATEITIS: PARODYK KELIĄ

SIEKTINI REZULTATAI

- Sužinoti, kaip tobulėja klaidinančios informacijos skleidėjai.
- Išmokti analizuoti savo medių vartojimo įpročius ir gebėti šiuos įpročius tobulinti savarankiškai.
- Užtvirtinti gebėjimą stabdyti klaidinančios informacijos plitimą, pritaikant jį kūrybiniame darbe.

MOKYMOSI MEDŽIAGA

- Kompiuteris ir projektorius
- Popierius ir pieštukai
- Kompiuteriai su internetu auditorijai
- Atgalinio ryšio klausimų atspaudai

TRUKMĖ

50 min. ⌚

Instruktorius pasiruošimas

Pasiruoškite kompiuterį, projektorių ir ekraną, atsispausdinkite atgalinio ryšio klausimus.

PAMOKOS TURINYS

Įvadas 5 minutės ⌚

Šioje pamokoje užtvirtinsime tai, ką išmokote viso kurso metu, ir praktiškai išbandysime jūsų gebėjimus stabdyti dezinformacijos plitimą.

Pradžioje aptarkime, kaip tobulėja dezinformacijai skleidėjai. Deja, naujausias technologijas pirmieji dažnai panaudoja

būtent jie. Čia pateikiami klaidinančios informacijos pavyzdžiai gali stulbinti. Tačiau jūs jau išmokote kaip elgtis susidūrus su informaciniais iššūkiais, todėl nusiteikime optimistiškai. Su šiais gebėjimais jūs ne tik išvengsite klaidų, bet ir apsaugosite nuo jų artimuosius.

APŠILIMAS

5 minutės ⌚

Parodykite dalyviams video reportažo (Priedas Nr. 1) ištrauką nuo 0:00 iki 0:30 sekundės.

Klausimai auditorijai

- Ar su šiuo video kas nors negerai?
- Kas ir kodėl? (Paprašykite dalyvių, kurie jau yra matę šį reportažą anksčiau, neatskleisti atsakymų.)
- Tuomet parodykite dalyviams likusią video reportažo (Priedas Nr. 1) dalį.

**NUORODOS POKALBIUI**

Šiame video kalbėjo ne JAV prezidentas B.Obama, o kitas žmogus. Tai yra vienas iš pavyzdžių, kaip klaidinančios informacijos kūrėjai naudoja naujausias technologijas. Šiandienos pasaulyje atsiranda vis daugiau galimybių

padirbinėti turinį: video, audio įrašus, nuotraukas. Manoma, kad dezinformacijai tai pat bus pasitelkta papildytos tikrovės (angliškai - Augmented Reality) technologija.

Klausimai auditorijai

- Kaip jaučiatės pažiūrėję padirbtą video reportažą?
- Kokia tinkamiausia šiame kurse išmokta reakcija į tokį padirbtą turinį?
- Ar matėte, kad dezinformacijos skleidėjai naudoja kokias nors kitas naujas technologijas?
- Kaip galime pasiruošti technologiškai tobulėjančiai dezinformacijai?

NUORODOS POKALBIUI

Tikėkimės, kad jūs pasitikite savimi pakankamai, kad atpažintumėte dezinformaciją. Naudokite „Rūpinkis, kuo daliniesi“ metodą su ja kovodami. Nėra jokių abejonių, kad technologijos vystysis ir toliau. Tačiau išmokę šį kursą jūs tapsite sveiko informacijos vartojimo ambasadoriais ir galėsite tobulinti ne tik savo, tačiau ir visuomenės medijų raštingumą.

Jūs žinote, kaip atpažinti emocijas taikant „Pavadink ir prisijaukink“ metodą. Jūs taip pat mokate atpažinti klaidinančios ir klaidingos informacijos rūšis ir propagandos metodus. Tačiau taip pat turite išlikti budriais ir laukti netikėtumų bei išmokti tobulėti savarankiškai.

UŽDUOTIS NR. 1

15 minučių ⌚

Užduoties tikslas - įtvirtinti gebėjimus taikyti medijų turinio patikimumo vertinimo įrankius.

Aptarkite, kokios taktikos imtumėtės ir, kokius išteklius pasitelktumėte, norėdami susitvarkyti su naujomis dezinformacijos technologijomis. Jeigu auditorija užstringa, pasitelkite vieną iš žemiau esančių pavyzdžių paruoštukų.

1. Klausote audio įrašo, kurį jums per Whatsapp atsiuntė draugas. Įrašė, žinomas žmogus prisipažįsta, kad buvo neištikimas savo antrai pusei. Ką darysite?
2. Pamatote video įrašą kuriame matosi, kaip policininkas nušauna neginkluotą įtariamąjį. Ką darysite?
3. Žaidžiate papildytos tikrovės žaidimą savo telefone. Pažvelgiate į savo miesto savivaldybės pastatą pro telefono kamerą ir pamatote atminimo lentelę, kurioje teigiama, kad čia buvo Gestapo kalėjimas. Ką darysite?



NUORODOS POKALBIUI

Tikrindami visus šiuos atvejus, turėtumėte pasitelkti žurnalistikos standartais besivadovaujančios žiniasklaidos priemones, arba oficialius šaltinius: pavyzdžiui, istorinės nuorodos atveju, istorijos muziejų.

Tačiau svarbiausias įgūdis vertinant naujas dezinformacijos formas, tokias, kurių dar net negalime įsivaizduoti, yra naudotis kritinio mąstymo įrankiais, kuriuos išmokome šiame kurse.

Visų pirma tai:

Įrankis Nr. 1: Pavadinink ir prisijaukink

1. Sustabdykite save: nusisukite nuo ekrano.
2. Paklauskite: ką aš jaučiu?
3. Įvardinkite: pasakykite sau jausmo, kurį jaučiate pavadinimą

Įrankis Nr. 2: Rūpinkis, kuo daliniesi

1. Pavadinink ir prisijaukink.
2. Prisiimk atsakomybę. Įsisąmonink, kad informacijos sklaidimas priklauso nuo tavęs.
3. Pripažink, kad visko žinoti neįmanoma.
4. Jeigu turi laiko - pasigilink! Padaryk viską, ką gali kad patikrintum informaciją.
5. Jeigu vis dar nežinai ar informacija tikra, nesidalink.

Parodykite dalyviams po vieną pranešimo pavyzdį (Priedas Nr. 2) ir klauskite, kokius įrankius jie taikytų norėdami įvertinti turinio patikimumą.

Tikėtina, kad dalyviai įvardins vieną ar kelis iš žemiau išvardintų įrankių: Pavadinink ir prisijaukink, Turinio pateikimo būdo, Klaidinančios informacijos rūšies, Propagandos metodo ar Stereotipų atpažinimo įrankius, priemones tikrinti rašytinius šaltinius arba nuotraukas, taip pat „Rūpinkis, kuo daliniesi“ metodą. Jeigu auditorija užstringa, pavardinkite šiuos įrankius auditorijai ir leiskite jiems pasirinkti.

Klausimai auditorijai

- Ar jaučiate, kad naudodami šiuos įrankius gebėsite kovoti su dezinformacija?
- Ką pasakytumėte savo draugams ir šeimos nariams, kurie prisipažintų jums, kad sunkiai atskiria faktus nuo prasimanymų?
- Koks yra vienas svarbiausias gebėjimas, kurį įgijote šiame kurse ir, kurio lengvai išmokytumėte kitus?

UŽDUOTIS NR. 2

15 minučių

Užduoties tikslas - kritiškai įvertinti savo žiniasklaidos vartojimo įpročius ir galimybes tobulėti.

Paprašykite dalyvių parašyti po kelis sakinius pratęsiančius šiuos teiginius:

- Svarbiausias dalykas, kurį supratau apie savo informacijos vartojimo ir dalinimosi įgūdžius yra ...
- Ateityje į informaciją reaguosiu ir ją dalinsiuos kitaip, nes dabar geriau žinau kaip ...

Tuomet paprašykite savanorių pasidalinti su auditorija tuo, ką užsirašė.

Klausimai auditorijai

- Ar vadovausitės kuria nors iš jūsų kolegų išsakytų idėjų?
- Kokius veiksmus jums lengva ir, kuriuos sudėtinga atlikti vertinant informacijos patikimumą?
- Kaip manote, kas galėtų palengvinti sudėtinguosius žingsnius?

UŽDUOTIS NR. 3

15 minučių

Užduoties tikslas - įtvirtinti gebėjimą kritiškai vertinti medijų turinį išbandant įvairius medijų ekosistemos dalyvių vaidmenis.

Paprašykite dalyvių pagalvoti apie dalyką, kuris jiems nuoširdžiai rūpi. Gal jie norėtų, kad daugiau žmonių rūšiuotų šiukšles? Gal svarbu, kad geriau veiktų mokinių savivalda? Ar jie atrado kokį nors naują patiekalą, kuriuo norėtų pasidalinti? Tema turėtų būti ne 100% pažįstama (apie šeimą ir draugus), o kažkuo nauja.

Paprašykite dalyvių garsiai pasidalinti šiuo dalyku su auditorija.

Tuomet nurodykite visiems dalyviams (individualiai, arba poromis) sukurti įrašą socialinėms medijoms, arba elektroninį laišką supažindinantį auditoriją su pasirinktu juos dominančiu dalyku.

Leiskite dalyviams dirbti poromis įeigu jie sutaria dėl pasirinkto dalyko, arba po vieną - įeigu vieno iš dalyvių idėja neranda palaikytojų. Užduotį galima atlikti ir ekranuose ir ant popieriaus.

Paprašykite dalyvių atkreipti dėmesį į faktų tikrinimą. Nors tai nebūtinai turi būti objektyvus naujienos pranešimas, o gali būti ir nuomonė ar kritiškas atsiliepimas, pasiūlykite dalyviams atidžiai patikrinti visus pranešimo teiginius.

Tuomet suformuokite iš auditorijos grupes po 3 - 4 dalyvius ir

išdalinkite po vieną atgalinio ryšio klausimų kortelę (Priedas Nr. 3) grupei. Paprašykite kiekvieno individo, ar poros dirbusios prie pranešimo pasidalinti juo su likusia grupe. Visi grupės nariai turėtų perskaityti vienas kito pranešimus ir suteikti kūrėjams atgalinį ryšį, užduoti vienas kitam žemiau pateiktus klausimus (Priedas Nr. 3) ir gauti į juos atsakymus:

- Mano reakcija į pranešimą yra Ar tokios reakcijos tikėtėtės?
- Koks informacijos pirminis šaltinis?
- Kaip tikrinote teiginius?
- Kuriuos teiginius reikėjo tikrinti, o kurių ne?

Vertinantieji grupės nariai gali pasiūlyti pranešimo kūrėjams konstruktyvių patarimų, kaip dar išsamiau patikrinti faktus ir pataisyti pranešimą. Tačiau dalyviai neturėtų diskutuoti apie pačio dalyko, ar temos priimtimumą.

Po užduoties bendrai kaip auditorija įvertinkite, kaip pavyko užduotis. Paprašykite kiekvienos grupės pasidalinti, kokių pamokų dirbdami kolektyve jie išmoko ir, kokius gebėjimus užtvirtino?



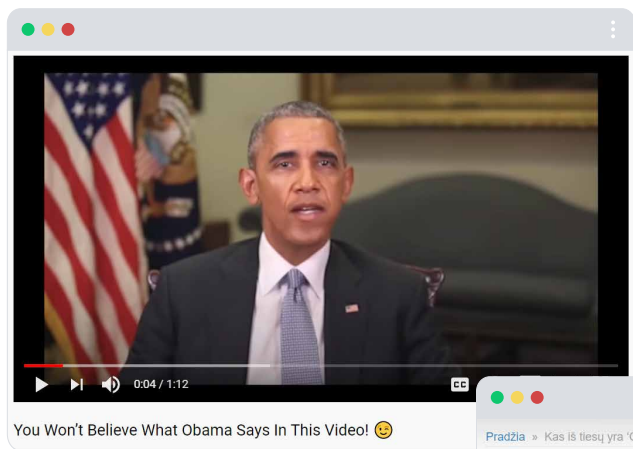
Jūs esate medijų raštingumo ateitis. Jūs ne tik turite gebėjimus, bet žinote kaip juos taikyti ir atnaujinti. Be to, jūs nesate vieni. Jau priklausote ratui žmonių, kuriems rūpi medijų raštingumas. Visi kartu mes turime labai daug galių. Rūpindamiesi, kuo dalinamės galime paveikti ne tik savo bendruomenes, tačiau ir žurnalistus, ar žiniasklaidos organizacijas, kurioms rūpi, kokį turinį jos kuria. Taigi, galime keisti žiniasklaidą, kurią vartojame. Šioje pamokoje pritaikėme gebėjimus, kuriuos įgijome kurso metu.

Paskutinė užduotis atskleidė, kad sudėtingą turinio kūrimo procesą valdome patys. Kaip potencialūs autoriai, kaip turinio vartotojai, ar fikrintojai.

Patikima informacija tai - milžiniškas, grupės pasišventusių ir išsilavinusių žmonių pastangų reikalaujantis iššūkis. Tačiau tokia medijų raštingumo prasme tikinti grupė jau yra - tai mes. Ir mes esame pasiruošę augti, priimti šį milžinišką iššūkį ir turėti milžinišką poveikį.

PRIEDAI

Priedas Nr. 1 - Video reportažas



You Won't Believe What Obama Says In This Video!

<https://www.youtube.com/watch?v=cQ54GDm1eL0>

Priedas Nr. 2 - Pranešimų pavyzdžiai

Kas iš tiesų yra Chemtrails?

<https://www.sarmatas.lt/04/kas-is-tiesu-yra-chemtrails/>



