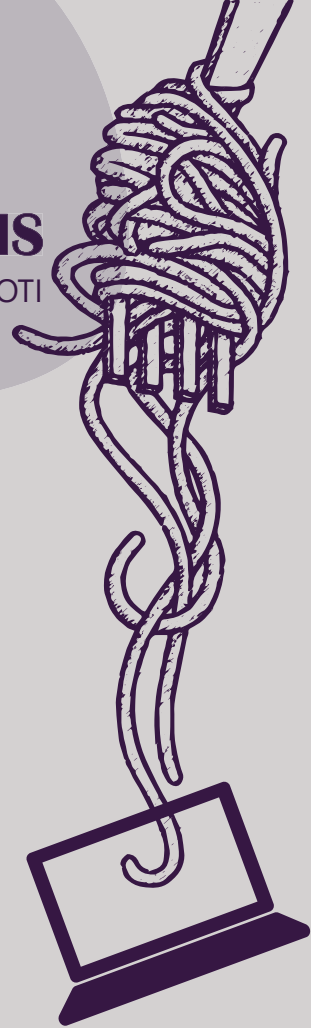


# ATMINTINĖ

## NEVYRIAUSYBINĖMS ORGANIZACIJOMS

KAIP ATPAŽINTI DEZINFORMACIJOS GRĖSMES IR NUO JŲ APSISAUGOTI



### KAS YRA DEZINFORMACIJA?

Neteisingų faktų pateikimas ar piktybiškai skleidžiama melaginga informacija yra dezinformacija.

Ne kiekvienas melas jau yra dezinformacija.

**Dezinformacija** išsiskiria tuo, kad tai sąmoningas, **tikslingas siekis klaidinti ir kelti abejonę.**

#### KLAIDA

##### INFORMACIJOS KLAIDA

Netyčinės klaidos, tokios kaip netikslios nuotraukų antraštės, datos, statistikos, vertimo klaidos.

#### APGAULĖ

##### DEZINFORMACIJA

Sukurtas ar sąmoningai iškreiptas garso ar vaizdo turinys. Sąmoningai sukurtos konspiracijos teorijos ar gandai.

#### GANDAI

##### ŽALĄ DARANTI INFORMACIJA

Sąmoningas privačios informacijos paskelbimas siekiant asmeninių ar privačių, o ne viešų tikslų, pvz., keršto pornografija. Sąmoningas tikro turinio aplinkybių (pvz., dienos ar laiko) pakeitimas.

Pasitelkdami įvairias manipuliavimo technikas, dezinformacijos autoriai (skleidėjai) sąmoningai kuria sau naudingus naratyvus.

#### Dezinformatoriaus

**veikimo būdas** – taikytis į pažeidžiamiausias visuomenės grupes ir, naudojantis sukelta įtampa, aštrinti visuomenėje esamus skirtumus, kelti priešpriešą bei didinti pažeidžiamumą.

#### NARATYVAS -

tai sistemiskai ir nuosekliai formuojamas pasakojimas, įtikinamai perduodantis pagrindinę žinių ir formuojantis pageidaujama nuomonę. Naratyvas sukuriama sąmoningai kartojant žinutes tam tikra tema, papildant jas naujais faktais ir kontekstu.

### DEZINFORMACIJOS NARATYVO FORMAVIMO STRUKTŪRA

Nustatomi didelį rezonansą visuomenėje keliantys klausimai

Pasirenkamos temos pagal pagrindinį naratyvą ir sutelkiamas dėmesys į neigiamas problemas aspektus

Pasirenkamos komunikacijos priemonės ir pasakojimo bei žinios paskleidimo metodai, kad kuo plačiau sklįstų žinia ir plėtotųsi naratyvas

Stebima visuomenės reakcija, siekiant sužinoti, kaip pasakojimas priimamas ir suvokiamas; kuriami nauji pasakojimai; stebimi ir palaikomi pasklidę (šalutiniai) pasakojimai

### 1 Naudokitės patikimais informacijos šaltiniais

- Stenkitės informaciją susirinkti iš įvairių patikimų šaltinių (tai gali būti kokybiškoms pripažįstamos medijos), o ne vien iš socialinių tinklų.
- Turėkite omenyje, kad straipsniuose pateikiama šaltinių medžiaga paprastai yra suredaguota, apibendrinta, ekspertų (informacijos šaltinių) nuomonę perteikiantys sakiniai perfrazuoti, jų pasisakymai sutrumpinti. Todėl bandykite surasti originalius ekspertų (informacijos šaltinių) pasisakymus. Jei kyla bent menkiausia abejonė dėl pateikiamos informacijos, patikrinkite originalius (oficialius) neredaguotus dokumentus ar pranešimus. Jei nerandate, nesidalykite naujiena / žinute.

### 2 Netapkite antraštinio masalo auka

- Antraštinis masalas – turinys, kurio pagrindinis tikslas yra patraukti dėmesį ir paskatinti vartotojus paspausti nuorodą, vedančią į tam tikrą straipsnį ar svetainę.
- Nepraraskite budrumo išvydę sensacingą, perdėtą ar emocingą antraštę ar vizualą.
  - Įtariai žvelkite į antraštę, kuri baigiama šauktuku.
  - Perskaitykite visą tekstą iki galo, kad įsitikintumėte, ar suintrigavusi ir sukrečianti antraštė atitinka straipsnio turinį.

### 3 Pasidomėkite Jus sudominusios informacijos autoriumi

- Ar jį (ją) galima rasti „Google“?
- Ar jis (ji) naudoja savo tikrą vardą ar slapyvardį?
- Paieškos sistemose patikrinkite jo (jos) vardą ir pavardę kartu su temą apibrėžiančiais žodžiais.
- Ar jis (ji) yra parašęs (-iusi) kitų straipsnių? Ar jie ta pačia tema?
- Ar pateikiama autoriaus nuotrauka, ar tik asociatyvūs vaizdai?

### 4 Išeikite iš informacijos burbulo

- Skaitykite šaltinius, su kuriais nesutinkate, susipažinkite su jų teikiamais argumentais.
- Pamėginkite apgauti algoritmus, kurie Jums diktuoja, ką skaityti, remdamiesi Jūsų paieškų rezultatais: kartą per mėnesį ištrinkite savo naršyklės istoriją ir slapukus; ieškokite dalykų, kurių paprastai nieškotumėte.
- Būkite atviri informacijai, atkeliaujančiai iš už Jūsų kontaktų tinklo ribų ir draugų ar pažįstamų rato.

### 5 Saugokitės suklastotų vaizdo įrašų (t. y. *deepfake*)

- Vertinkite atsargiai, jei visuomenės veikėjas teigia tai, kas, Jūsų nuomone, jam nebūdinga. Tai gali būti pakeistas, suklastotas vaizdo įrašas. Galite rasti netikrų interviu su garsiais žmonėmis, kurie niekada nėra išsakę tokių minčių. Pasitelkus naujasias technologijas, tai daryti vis lengviau.
- Nesidalykite tokiais įrašais.

### 6 Ar sutampa nuotraukos ir tekstai?

- Atkreipkite dėmesį į nuotraukas – ar jos iliustruoja aptariamą vietą ar renginį? Galbūt tai yra tik pavyzdžiai iš vaizdo fondų, o ne faktinė informacija?
- Kuo didesnė nuotraukos ir turinio neatitiktis, tuo didesnė tikimybė, kad tai manipuliacija.
- Norėdami sužinoti, kas vaizduojama originalioje nuotraukos versijoje, patikrinkite ją naudodami atvirkštinę vaizdų paiešką.

### 7 Svarbūs įvykiai ir krizės – tai laikas, kai būtina būti budresniems

- Dezinformacijos kampanijos dažnai vyksta tuo pačiu metu kaip ir nacionaliniai ar Europos Parlamento rinkimai, politiniai įvykiai, sukaktys ir krizinės situacijos (pvz., Covid-19 pandemija, pabėgėlių antplūdis ir kt.).
- Atkreipkite dėmesį į įrašo ar straipsnio publikavimo datą. Tai gali būti tiesiog perspausdinta neaktuali, pasenusi informacija arba tendencingai pasirinkta data, siekiant sukelti krizę, paskleisti melagingą informaciją.

## 8 Vertimas ar interpretacija?

- Jei informacijos šaltinis yra užsienio kalba, pamėginkite nustatyti, ar jis išverstas teisingai.
- Įsitikinkite, kad verčiant nebuvo pakeista prasmė.

## 9 Saugokitės netikrų ekspertų

- Kai kurie iš melagingų naujienų straipsniuose cituojamų „ekspertų“ iš tikrųjų nėra tos srities specialistai, jie gali būti liūdnai pagarsėję arba šališki, arba apskritai neegzistuoti.
- Jei abejojate, „Google“ paieškos sistemoje patikrinkite eksperto patikimumą ir (arba) kompetencijos sritį.
- Patikrinkite cituojamo eksperto nuotrauką naudodami atvirkštinę vaizdų paiešką.

## 10 Neskubėkite dalytis įrašais socialiniuose tinkluose

- Beatodairiškai nepasitikėkite socialiniuose tinkluose randama informacija – nors ir atrodo, kad informacija patikima, ją vertėtų patikrinti.
- Kuo labiau informacija suintriguoja, tuo svarbiau patikrinti ją įvairiuose šaltiniuose.
- **Prieš dalydamiesi įrašu, gerai pagalvokite, ar tikrai tai patikima informacija.** Nesidalykite ir neskelbkite įrašų, jei esate apimtas (-a) emocijų.

Parengta pagal [www.start2think.info/techniques](http://www.start2think.info/techniques)

## ORGANIZACIJOS ATSPARUMAS IR REAKCIJA

**ORGANIZACIJOS ATSPARUMAS** – tai geros adaptacijos procesas, kurį sudaro:

1. grėsmių atpažinimas ir jų poveikio supratimas;
2. prevenciniai veiksmai, atliekami siekiant šių grėsmių išvengti;
3. gebėjimas greitai atkurti organizacijos veiklą po kritinės ar krizinės situacijos, jeigu ji vis dėlto nutiko.

### 1

## DEZINFORMACIJOS GRĖSMĖS NEVYRIAUSYBINĖMS ORGANIZACIJOMS

Nevyriausybinių organizacijų veikla dažnai susijusi su visuomenei jautriomis temomis, atskirties grupių įtraukimu, kova už žmogaus ir pilietinių teisių įtvirtinimą bei vertybių permąstymą. Todėl dezinformacijos skleidėjai gali nusitaikyti į jas, siekdami šių tikslų:

1. **pakenkti organizacijai** – sąmoningai skleisti melagingą informaciją apie organizacijos tikslus, vertybes ir veiklą;
2. **pasinaudoti organizacija** – manipuliatyviai prisidengti organizacijos tikslais, sprendžiama problema ir veikla, siekiant parodyti iškreiptai neigiamą bendrą situacijos vaizdą, valstybės ir jos institucijų neveiklumą, skatinti visuomenės nepasitikėjimą ir pan.

**Užpuolimas gali būti tiesioginis ir netiesioginis. Netiesioginis užpuolimas pavojaingesnis, nes nėra akivaizdus ir iškart atpažįstamas.**

Dezinformacijos skleidėjai naudoja įvairius atakos būdus ir juos nuolat tobulina. Štai keletas pavyzdžių:

- interneto svetainių ir socialinių tinklų paskyrų užgrobimas;
- sistemingas organizacijos įrašų komentavimas arba dalijimasis jais iš tikrų arba apsimestinių paskyrų;
- organizacijos įtraukimas į abejotinas partnerystes ir projektus;

- kenkėjiškai nusiteikusių dalyvių provokacijos renginių metu;
- sąmoningas organizacijos minėjimas abejotiname kontekste, iškraipant tikruosius jos tikslus ir vertybes.

## Dezinformacijos žala

Dezinformacinės atakos gali sukelti tiek trumpalaikius, tiek ir ilgalaikius padarinius:

- sugriauti organizacijos įdirbį ir reputaciją;
- pažeisti tikslinių grupių, partnerių ir kitų suinteresuotų pusių pasitikėjimą organizacija;
- diskredituoti organizacijos tikslus ir vertybes;
- sudaryti kliūtis ateities projektams ir finansavimui.

# 2

## PREVENCIJA

Nors pavienių užpuolimų padarytą žalą organizacijai ilginiui greičiausiai pavyktų atkurti, tačiau tiek pavienės, tiek sistemingos dezinformacinės kampanijos gali sukelti žalą ne tik organizacijoms, bet ir visam nevyriausybinio sektoriaus patikimumui, o kartu ir pilietinės visuomenės funkcionavimui.

### Stiprus organizacijos identitetas:

- aiškiai apibrėžtas tikslas, misija ir vertybės;
- geras savo tikslinės grupės pažinėjimas ir ryšys;
- sisteminga pozityvi komunikacija apie organizaciją ir jos veiklą.

### Žmonių atsparumas:

- darbuotojų ir savanorių gebėjimų kritiškai vertinti informaciją, atpažinti grėsmes ir į jas reaguoti ugdymas;
- atidus organizacijos narių ir partnerių pasirinkimas.

### Techninis saugumas:

- prietaisų ir programinės įrangos saugumas;
- paskyrų, interneto svetainių ir socialinių tinklų higiena.

Daugiau čia:

<https://svietimotinklas.lt/wp-content/uploads/2021/09/Skaitmeninio-saugumo-ABC.pdf>

### Grėsmių numatymas:

- nuolatinis įvykių ir tendencijų stebėjimas savo veiklos bei susijusiose srityse;
- medijų, tikslinių grupių elgsenos pokyčiai;
- organizacijos silpnųjų ir pažeidžiamų tikslinių grupių analizė.

## Pagrindiniai krizės komunikacijos principai:

- Krizių metu komunikacija turėtų būti dažnesnė nei paprastai. Nepamirškite organizacijos vidinės komunikacijos, t. y. informuoti darbuotojų ir savanorių.
- Nuoseklumas ir reguliarumas: jei pažadėjote dalytis naujienomis, tą ir darykite. Nuosekliai laikykitės savo nuomonės.
- Komunikuokite atvirai ir sąžiningai. Neigimas paprastai neveikia arba veikia priešingai, negu tikimasi.
- Venkite perteklinio situacijos eskalavimo ir komunikuokite tada, kai yra naujienų.

## Pagrindiniai žingsniai ištikus krizei:

Suburkite žmones į krizės valdymo komandą, numatykite kalbantį asmenį ar asmenis.

Numatykite galimus krizės scenarijus ir kiekvieno jų tikėtiną žalą.

Pasirinkite, kur imsitės iniciatyvos, o kur tiesiog reaguosite. Pasirenkite taktinį komunikacijos planą.

Nusistatykite tikslines auditorijas, kurias aktualu informuoti. Tai gali būti:

- paslaugų gavėjai, klientai;
- organizacijos nariai, darbuotojai ir savanoriai;
- partneriai, finansuotojai ir donoriai;
- valstybės institucijos, žiniasklaida ir plačioji visuomenė.

Formuluokite žinutes tikslinėms auditorijoms taip, kad praneštumėte tai, ką joms svarbu išgirsti. Rengdami žinutes, atsižvelkite:

- Ką galvoja, kaip jaučiasi tikslinės auditorijos?
- Kokia visuomenės nuomonė? Kaip ji mato situaciją? Dėl ko ji nerimauja? Kaip krizė paveiks organizaciją, pakeis ją?
- Žiniasklaida ir medijos: Kokie klausimai keliami? Kokios nuostatos? Kas formuoja nuomonę, o kas jai oponuoja?

Sureagavę į krizę ir pateikę komentarus, tęskite savo organizacijos komunikaciją. Atsakant į dezinformacijos išpuolius yra svarbu:

- pripažinti ir pateikti realybę atitinkančius faktus;
- atsiprašyti už sukeltą žalą ir, jei įmanoma, pasiūlyti sprendimus, kaip ją atlyginti;
- toliau formuoti savo organizacijos identitetą, t. y. tęsti pozityvų pasakojimą.

**Pozityvi komunikacija** daro daug didesnę ir ilgiau išliekantį poveikį organizacijos tikslinei auditorijai, ypač kai siekiama bendruomenės telkimo ir veikimo.