

Sąvokų lentelė – Misinformacija, Dezinformacija ir klaidinantis turinys internete

Šiame skyriuje trumpai ir aiškiai apibrėžiame pagrindines sąvokas, reikalingas pamokai.

Nr.	Sąvoka	Apibrėžimas
1	Dezinformacija	Sąmoningai kuriama ir platinama melaginga ar klaidinanti informacija, kurios tikslas – manipuliuoti nuomone, sukelti baimę, paniką, konfliktus ar paveikti politinius, socialinius ar ekonominius sprendimus.
2	Misinformacija	Netiksli arba klaidinga informacija, platinama be tyčios klaidinti. Dažnai dalijamasi nesąmoningai, tikint, kad informacija yra teisinga.
3	Klaidinantis turinys	Informacija, kuri gali būti iš dalies teisinga, bet pateikta iškraipytame kontekste, su emociniais akcentais, nutylint svarbias detales ar naudojant manipuliacines technikas.
4	Deepfake	Dirbtinio intelekto sukurti ar pakeisti vaizdo, garso ar nuotraukų įrašai, kurie atrodo realistiškai, tačiau neatspindi tikrovės.
5	Emocinė manipuliacija	Turinio kūrimo strategija, kai sąmoningai siekiama sukelti stiprias emocijas (baimę, pyktį, gėdą, pasipiktinimą), kad žmogus nesąmoningai priimtų informaciją kaip tiesą.
6	Algoritmai	Socialinių tinklų ir platformų naudojamos sistemos, kurios sprendžia, koks turinys bus rodomas vartotojui, remiantis jo elgesiu, interesais ir reakcijomis.
7	Faktų tikrinimas (fact-checking)	Procesas, kurio metu informacija tikrinama naudojantis patikimais šaltiniais, oficialiais duomenimis ir specialiais įrankiais.
8	Informacija	Duomenys, faktai ar pranešimai, pateikiami siekiant perteikti žinias apie įvykius, reiškinius ar procesus.

Nr.	Sąvoka	Apibrėžimas
9	Klaidinga informacija	Bet kokia netiksli, nepilna arba iškraipyta informacija, kuri neatitinka tikrovės.
10	Malinformacija (malinformation)	Iš esmės teisinga informacija, naudojama kenkėjiškais tikslais, pavyzdžiui, asmeninių duomenų pavišimas siekiant pakenkti reputacijai.
11	Clickbait (masaliniis turinys)	Provokuojančios, sensacingos antraštės, skirtos pritraukti dėmesį, bet dažnai neatitinkančios realaus turinio.
12	Synthetic media	Platesnė sąvoka, apimanti visą DI sukurtą turinį: tekstą, vaizdus, garsą, video.
13	Patvirtinimo šališkumas (confirmation bias)	Tendencija tikėti informacija, kuri patvirtina jau turimas nuostatas, ir atmesti prieštaraujančią.
14	Algoritminis burbulas (filter bubble)	Situacija, kai vartotojui rodomas tik jo interesus atitinkantis turinys, ribojant skirtingų požiūrių matymą.
15	Echo chamber (aidų kamera)	Aplinka, kurioje vartotojai nuolat girdi tik panašias nuomones, kurios stiprina klaidingus įsitikinimus.
16	Informacinė tarša	Didelis kiekis perteklinės, nepatikimos ar mažai vertės informacijos, kuri apsunkina gebėjimą atskirti svarbius faktus nuo nereikšmingo ar klaidinančio turinio.
17	Naratyvas	Nuosekli istorija ar pasakojimas, kuriuo formuojamas tam tikras požiūris į įvykius, žmones ar grupes.
18	Propaganda	Informacija, kuri pateikiama vienašališkai, siekiant formuoti norimą nuomonę ar elgesį.
19	Trolinimas	Sąmoningas provokacinis elgesys internete, skirtas sukelti emocines reakcijas, konfliktus ar diskusijų chaosą.
20	Botai	Automatizuotos paskyros, kurios platina turinį, komentuoja ar „patinka“ įrašus, taip dirbtinai stiprindamos žinutes.

Nr.	Sąvoka	Apibrėžimas
21	Socialinis patvirtinimas	Polinkis tikėti informacija, kurią palaiko daug žmonių („jei visi dalijasi – vadinasi tiesa“).
22	Grėsmės naratyvas	Turinys, kuriame nuolat pabrėžiama baimė, pavojai, priešai ar krizės, siekiant paveikti sprendimus.
23	Skaitmeninis raštingumas	Gebėjimas kritiškai vertinti informaciją, suprasti skaitmeninių platformų veikimą ir atsakingai naudotis technologijomis.
24	Informacijos ekosistema	Visuma kanalų, platformų, institucijų, technologijų ir vartotojų, per kuriuos kuriama, platinama, interpretuojama ir vartojama informacija.
25	Informacinė asimetrija	Situacija, kai viena pusė turi daugiau ar tikslesnės informacijos nei kita, todėl gali ją panaudoti savo naudai.
26	Post-tiesa (post-truth)	Socialinis ir politinis kontekstas, kuriame emocijos ir asmeniniai įsitikinimai daro didesnę įtaką nei objektyvūs faktai.
27	Naratyvinė konstrukcija	Būdas pateikti informaciją per istoriją, pasakojimą ar „siužetą“, kuris padeda lengviau įtikinti auditoriją.