

Projektas APRICOT:  
Mokomės būti ir (su)gyventi besikeičiančiame  
laike: dėmesingos tėvystės ugdymo programa

## Medijų raštingumo programa ir medžiaga suaugusiųjų švietėjams

2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir  
dezinformacija



Europos Komisijos parama šio leidinio rengimui nereikia pritarimo jo turiniui, kuriame pateikiama autorių nuomonė, todėl Europos Komisija negali būti laikoma atsakinga už informaciją panaudotą šiame leidinyje.

Šį intelektualinį produktą sumanė ir parengė strateginių partnerystės projekto APRICOT komanda.

**Projekto koordinatorius** – VšĮ *Šiuolaikinių didaktikų centras* (Lietuva)

**Projekto partneriai:**

Apricot Training Management Ltd. (Jungtinė Karalystė)

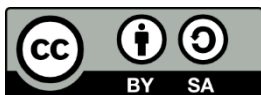
ItF Institut Kassel e.V. – Frauencomputerschule (Vokietija)

Planeta Ciencias (Ispanija)

**Redakcijos koordinatorė:** Daiva Penkauskienė

**Rengėjai:** Hilary Hale, Beate Hedrich, Betül Sahin, Alejandra Goded, Anca Dudau, Daiva Penkauskienė

**Redakcinė kolegija:** Sophy Hale, Seda Gürcan, Konrad Schmidt, Cihan Sahin, Josafat Gonzalez Rodriguez, Roc Marti Valls, Virgita Valiūnaitė



Šis darbas yra licencijuotas Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 tarptautine licencija. Norėdami peržiūrėti šios licencijos sąlygas, apsilankykite

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> arba siųskite laišką Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, JAV.

**Metai, mėnuo:** 2021 lapkritis

## Turinys

2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija.....	3
Įvadas .....	3
1. Skirtumas tarp „melagienu“, klaidinančios informacijos, dezinformacijos ir kenkėjiškos informacijos .....	3
2. Skirtingi dezinformacijos tipai .....	3
3. Dezinformacijos kūrimo tikslai .....	5
4. Dezinformacija skaitmeninėse technologijose – kaip ji sklinda internete.....	7
5. Dezinformacijos pažinimas .....	10

## 2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija

### Ivadas

Skaitmeninės informacijos amžiuje naujienos ir informacija skaitmeninėje žiniasklaidoje dalijamasi greičiau nei bet kada anksčiau, o gebėjimas atskirti tikrą informaciją nuo melagingos tapo labai svarbus ir tuo pat metu labai sunkus.

Šiandien terminas „melagienos“ (*fake news*) jau plačiai paplitęs. Praktika vadinti informaciją „melagienomis“ yra naudingas įspėjimas skaitytojams / klausytojams, tačiau tai gali sukelti netikrumą dėl naujienų, dėl asmenų ir (arba) organizacijų patikimumo ir informacijos patikimumo apskritai.

Tačiau „melagienos“ (*fake news*) nėra nauja sąvoka! Informacijos, istorinių įvykių klastojimas istorijų „pagražinimas“ yra žinomas tiek, kiek gyvuoja žmonija. Šiandien, masinės žiniasklaidos amžiuje, jų yra tik daugiau ... ir, žinoma, melaginga informacija ir naujienos lengviau sklinda atsiradus socialinei žiniasklaidai.

„Melagienos“ (*fake news*) pažodžiui reiškia netikrą / sufabrikuotą naujieną. Taigi, kaip terminas, jis neapima visų rūšių melagingos informacijos, kurią šiandien galite rasti skaitmeninėje žiniasklaidoje.

### 1. Skirtumas tarp „melagienu“, klaidinančios informacijos, dezinformacijos ir kenkėjiškos informacijos

„Melagienos“: tai melaginga informacija, kuri atrodo kaip naujiena, bet yra *sukurta sąmoningai siekiant suklaidinti skaitytojus*.

**Klaidinanti informacija**: tai neteisinga arba netiksli informacija, t. y. rašantieji neturi konkretaus ketinimo suklaidinti – jie tiesiog suklydo!

**Dezinformacija**: tai „tyčinė klaidinanti informacija“, t. y. rašantysis / siuntėjas turi ketinimą sukurti ir pasidalinti melaginga ar klaidinančia informacija.

**Kenkėjiška informacija**: tai informacija, pagrįsta tikrove, bet naudojama siekiant padaryti žalos asmeniui, organizacijai ar šaliai, t. y., kai dalijamasi tikra informacija ketinant pakenkti; dažnai tai yra privačios informacijos išplatimas viešoje erdvėje.

### 2. Skirtingi dezinformacijos tipai

Kaip nurodyta UNESCO „Žurnalistinio švietimo ir mokymo vadove“ (2018 m.), *klaidinanti informacija* neteisingos informacijos, neturinčios tikslo pakenkti, kategorijai, o *dezinformacija* yra melaginga informacija, kuria siekiama pakenkti.

Išskiriami tokie klaidinančios, kenkėjiškos informacijos ar dezinformacijos tipai:

**Klaidinantis ryšys (False connection)**: kai antraštės, vaizdai ar įžanginės dalys nepalaiko turinio. Dažniausiai naudojama kuriant masalą (*clickbait*).

## 2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija

Didėjant konkurencijai dėl auditorijos dėmesio, redaktoriams vis dažniau tenka rašyti antraštes, pritraukiančias dėmesį ir didinančias paspaudimų „patinka“ skaičių,

**Masalas** (*clickbait*) – tai melagingos reklamos forma, naudojanti nuorodą (*hyperlink text*) arba santrauką-nuorodą (*thumbnail link*), skirtą patraukti dėmesį bei paskatinti vartotojus spausti ir skaityti, peržiūrėti ar klausytis susieto internetinio turinio, kuris yra apgaulingas, paprastai – sensacingas ar klaidinantis.)

**Klaidinantis kontekstas** (*False context*): kai autentiškas turinys naudojamas klaidingame kontekste. Pavyzdžiui: vaizdo įrašai, „atskleidžiantys“ balsadėžės turinį per 2016 m. JAV rinkimus ir 2014 m. Škotijos referendume.

Antidemokratų „melagienu“ kampaniją sudarė 4 vaizdo įrašai, kuriuose buvo rodomas biuletenių užpildymas 3 JAV valstijose. Nors vaizdo įrašai tikri, visi jie, iš tiesų, yra iš Rusijos rinkimų, vykusių skirtingais metais, vaizdai. Daugybę tai patvirtinančių įkalčių galima pamatyti pačiose vaizdo įrašuose. Taigi, nors turinys nėra suklastotas, kontekstas yra visiškai klaidingas.

Šaltinis: <https://firstdraftnews.org/video-alleging-us-election-fraud-fake>

**Manipuliatyvus turinys** (*Manipulated content*): kai autentiškas turinys ar vaizdai yra suklastojami siekiant apgauti. Pavyzdžiui: veido klastojimas ir „deepfake“ technologija, kai paveikslėlyje ar vaizdo įrašė esantis asmuo pakeičiamas kitu asmeniu. Tai yra aukštųjų technologijų rūšis, kuri gali būti naudojama įtikinamoms nuotraukoms ir vaizdo apgaulėms kurti.

**Satyra / parodija** (*Satire / parody*): kai neketinama padaryti žalos, bet... yra galimybė apgauti! Satyra gali būti būdas padidinti ar išjuokti neteisingą dalyką, kad būtų galima suvokti teisingą. Ji dažnai naudojama siekiant atskleisti visuomenės trūkumus.

**Klaidinantis turinys** (*Misleading content*): klaidinantis informacijos panaudojimas problemos ar asmens atžvilgiu. Pavyzdžiui, Vokietijoje, kai internetinėje apklausoje žmonių buvo paklausta, kokiam kitam kancleriui / kanclerei jie teiktų pirmenybę, 47,5 proc. atsakė, kad Angelai Merkel. Tai gali būti laikoma sveika proporcija daugiapartinėi sistemai. Tačiau naujienų straipsnis, minėdamas teisingą skaičių, panaudojo statistiką savaip, teigdamas, kad dauguma vokiečių „visiškai nenori Merkel“ – apklausoje toks klausimas net nebuvo užduotas.

Šaltinis: Ingrid Brodnig <https://firstdraftnews.org/latest/7-types-german-election>

**Apgavikiškas turinys** (*Imposter Content*): kai apsimetama ar imituojami tikri šaltiniai. Žurnalistų vardai ar kredencialai (*bylines*) pateikiami šalia straipsnių, kurių jie nerašė, arba organizacijos logotipas pridodamas vaizdo įrašuose ar paveikslėliuose, kurių jos nekūrė.

**Suklastotas turinys** (*Fabricated Content*): 100% melagingas turinys, skirtas apgauti ir pakenkti.

Vienas iš sufabrikuoto turinio pavyzdžių yra Trish Regan komentaras „Fox News“ (2018 m. rugpjūčio 10 d.), kuriame ji lygina Danijos vyriausybę su Venesuelos vyriausybe. Vienas iš „suFabrikuoto turinio“ pavyzdžių – komentaras, kad dauguma Danijos moksleivių, baigusių mokyklą, nori įkurti kavinukes! Daugiau informacijos nuorodoje. Čia taip pat yra danų politiko,

## 2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija

kuris ištaiso klaidingas žurnalistės prielaidas, pateikdamas faktus, atsakymai: <https://www.youtube.com/watch?v=JXecLXlzEXE>

**Propaganda:** kai turinys naudojamas požiūriams, vertybėms ir žinioms valdyti. Didžiojoje Britanijoje prieš balsavimą dėl išstojimo iš Europos Sąjungos buvo panaudoti keli propagandos pavyzdžiai.

**Užmaskuotas rėmėjo turinys (*Disguised sponsor content*):** reklama ar viešieji ryšiai, užmaskuoti kaip redakcijos turinys. Rėmėjų turinys įterpia mokamus pranešimus į straipsnius. Taip sugriaunama takoskyra tarp redakcinio ir reklaminio turinio.

Tyrimai parodė, kad žmonės dažnai negeba identifikuoti, kad jie mato reklamą, ir mano, kad tai tikras naujienų straipsnis, net jei atskleidžiamas faktas, kad turinys yra rėmėjų. Ne visos rėmėjų naujienos ir informacija yra dezinformacija / klaidinanti informacija. Remti ar būti remiamam yra teisėta, tačiau tai turi būti aiškiai matoma.

**Klaida (*Error*):** Kai oficialios naujienų organizacijos, pranešdamos naujienas, daro klaidas! Kai kurios klaidos mažos ir lengvai ištaisomos, kitos gali netyčia įžeisti, sukelti žalą prekės ženklui ar asmeniui ir tapti teisinio ginčo objektu.

### 3. Dezinformacijos kūrimo tikslai

Dezinformacijos kūrimo tikslai ir motyvai gali būti šie:

- Propaganda
- Diskreditavimas
- Ekonominiai / piniginė nauda
- Politiniai žaidimai
- Asmeninis išgarsėjimas
- Siekis asmeniui / -ims padaryti žalos (įskaitant šmeižtą)
- Poliarizacija
- Pramoga / Pokštas
- Nes aš galiu!

#### Tikslas: Ekonominis / piniginė nauda

Viena iš pagrindinių dezinformacijos skleidimo motyvų yra piniginė nauda. Kiekvienas gali sukurti netikrą svetainę su intriguojančiu turiniu, skirtu pritraukti kuo didesnę srautą savo „melagienoms“.

Iš to galima gauti pelno: įdėjus reklamas į tokią svetainę (pvz., naudojant platformas „Google AdSense“ ar „Facebook“), galima gauti pinigų už kiekvieną reklamos spustelėjimą. Kuo labiau intriguojantis ar „garsesnis“ jų suklastotas turinys, tuo daugiau apsilankymų svetainėje ir daugiau žmonių spustelėjusių reklamą. Pavyzdžiui, pranešimas „*Popiežius Pranciškus šokiruoja pasaulį, paskelbdamas pareiškimą patvirtinus Donaldą Trumpą prezidentui*“, net iš tolo nebūdamas tiesa, surinko 100 000 pasidalinimų. Jei pasidalinimų skaičius vertinamas kaip šių svetainių matomumo rodiklis, nesunku suprasti, kaip jos gali tapti pelningomis.

## 2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija

### Tikslas: Politiniai siekiai

Dažnai tikslas yra racionalizuoti politinės partijos ir (arba) kandidato veiksmus arba plėtoti jų politinius ar ekonominius interesus.

Tai istorijos akį traukiančiomis antraštėmis, provokuojančiais vaizdais, šmeižikiškais kaltinimais ir akivaizdžiai melagingais teiginiais apie politinį kandidatą, partiją ar politiką. Paprastai tam skirtų svetainių straipsniai (tokio tipo skaitmeninė dezinformacija) platinami per socialinės žiniasklaidos platformas, tokias kaip „Facebook“ ir „Twitter“.

Kitaip tariant, tokio tipo dezinformacija yra „patobulintas“ paspaudimų masalas, sąmoningai sukurtas manipuliuoti žmonių socialinėmis bei politinėmis mintimis ir siekiant sukelti emocines reakcijas.

2019 m. rugsėjo mėn. pasklido informacija apie plėšimų ir smurto bangą Pietų Afrikoje, nukreiptą daugiausia prieš kitų Afrikos šalių piliečius. Tačiau kai kurie socialinėje žiniasklaidoje bendrinami išpuolių vaizdo įrašai bei vaizdai, buvo ne apie tai. Keletas „virusiniais“ tapusių vaizdo įrašų buvo seni ar net apie įvykius kitose šalyse, tačiau buvo naudojami kaip įrodymai apie neva tuometinius įvykius Pietų Afrikoje.

### Tikslas: Asmeninis išgarsėjimas

Kai melaginga informacija skelbiama, siekiant įgyti populiarumo ar aukštesnį socialinį statusą.

Pavyzdžiui:

Perėjimas nuo „Instagram“ ar „YouTube“ naudotojo iki profesionalaus nuomonės formuotojo (*influencer*) – asmens, kuris naudojasi socialinės žiniasklaidos „sekimo“ mechanizmu, norėdamas paveikti kitus ir užsidirbti pinigų – nėra lengvas. Todėl tiek daug žmonių laikosi strategijos „Klastok, kol pavyks!“ (*“Fake it until you make it!”*)

Hayley, 15-metė „grožio influencerė“, sakė pastebėjusi savo socialinio statuso kilimą realiame gyvenime, kai pastaraisiais metais sulaukė daugiau dėmesio internete. „Žmonės apsimeta, kad turėti sandorių su prekės ženklais yra šaunu“, – sako Hayley. „Suveikia toks mąstymas, kad gauti nemokamai yra „kieta“, nes moka tik nevykėliai!“ Žmonės prieina prie manęs mokykloje ir klausia: „Ar tavo remia?“ Kai sakau, „taip“, jie sako: „OMG, tai taip „kieta!“ „Pastebėjau, kad kuo daugiau sekėjų sulaukiu internete, tuo daugiau žmonių ateina ir kalbasi su manimi realiame gyvenime“.

Kitas pavyzdys – programėlėmis modifikuotų savo nuotraukų skelbimas, tarsi jos būtų tikros. Tokios programos kaip „Faceapp“, padeda realistiškai pakeisti veidą, kad jis šypsotųsi ar atrodytų jaunesnis.

### Tikslas: Šmeižtas

Vienas iš informacijos, skirtos šmeižti, pavyzdžių buvo „Daily Mail“ (JK) paskelbta naujiena, kad modelių agentūra Niujorke, kurioje 90-aisiais dirbo Melania Trump, taip pat užsiėmė ir palydos verslu (2016 m. rugpjūtis). Melania Trump pateikė ieškinį dėl šmeižto. Pasak jos advokato:

## 2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija

„Kaltinamieji padarė keletą pareiškimų apie ponį Trump, kurie yra 100 % melagingi ir nepaprastai kenkia jos asmeninei bei profesinei reputacijai“ (The Independent, 2016).

### Tikslas: Pramoga / pokštas

Informacijos, kuri rašoma pramogos / pokšto tikslu, pavyzdys yra kasmetiniai „Balandžio 1-osios“ straipsniai ir naujienos.

### Tikslas: Nes aš galiu!

Tikslas – padaryti kažką sunkaus ar įžūlaus. Tokį elgesį skatina „išlaužėlių“ ar „žaidėjų“ mentalitetas, kai laikomasi požiūrio, kad sistemos tam ir sukurtos, kad būtų „aploštos“ arba technologiškai išnaudojamos.

## 4. Dezinformacija skaitmeninėse technologijose – kaip ji sklinda internete

Dezinformacijos plitimui įtakos turi įvairūs procesai:

- **Nuo „auditorijos“ iki „bendra autorių“:** skaitmeninė era pakeitė leidėjo ir auditorijos santykį. Šiandien kiekvienas gali dalyvauti rengiant naujienas ir informaciją, tuo pačiu ir „melagienas“ bei dezinformaciją, ir dalintis ja el. laiškais, tinklaraščiuose ar socialiniuose tinkluose.
- **„Virusinis“ turinys:** socialinė žiniasklaida, pvz., „Facebook“, „Twitter“ ar „YouTube“ gerai žinomi dezinformacijos sklaidos kanalai. Tiesą sakant, tyrimai rodo, kad melaginga informacija „Twitter“ sklinda lengviau nei tikros naujienos (Vosoughi et al., 2018). Vienas iš paaiškinimų – melagingos istorijos dažnai paliečia emocijas ir iššaukia emocines reakcijas.
- **Menkas kritinis skaitmeninis raštingumas:** pastebima tendencija, kad „silpni“ skaitmeniniai vartotojai (pvz., vyresnio amžiaus žmonės) linkę lengvai dalytis klaidinančia informacija (Adler-Nissen et al., 2018).
- **Selektyvus atsirinkimas ir „patvirtinantis“ mąstymas:** žmonės linkę pritarti tiems pareiškimams / tvirtinimams, kurie atitinka jų pačių įsitikinimus, ir rinktis šaltinius, patvirtinančius jų nuomonę bei esamus įsitikinimus.

Asmenys taip pat linkę įsitraukti į tas socialinės žiniasklaidos grupes, kurios atspindi jų pačių įsitikinimus, tai dažnai vadinama „aido kambariais“ („echo-chambers“).

Tačiau tyrimai rodo ir tai, kad socialinės žiniasklaidos vartotojai susiduria su daugiau skirtingų nuomonių nei tradicinės žiniasklaidos vartotojai (Adler-Nissen et al., 2018).

Reikia pažymėti, kad naujosios technologijos pačios skatina dezinformacijos kūrimą. Pavyzdžiui, vadinamieji konvoliuciniai neuronų tinklai (*convolutional neural networks (shift invariant artificial neural networks)*) yra ateities technologija, nes ji gali analizuoti vaizdus, ir yra plačiai naudojama kriminalistikoje, medicinoje – visur, kur ypatybės reikia atpažinti automatiškai. Tačiau tokiose programose kaip „Faceapp“ ši technologija naudojama komerciniais tikslais, todėl ji prieinama platesnei auditorijai. Naudodamas šią programą, žmogus gali pakeisti nuotrauką, kad jose atrodytų jaunesnis, gražesnis (stereotipine prasme), besišypsantis ar net kitos lyties. Tokių



## 2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija

nuotraukų ir vaizdo įrašų kūrimas ir skelbimas, tarsi tai būtų tikra, gali būti klasifikuojamas kaip manipuliatyvus turinys, kurio tikslas – asmeninis išgarsėjimas. „Facetune“, kai kurie „Snapchat“ filtrai, programėlės, leidžiančios atrodyti „tinkamai“ nuotraukoje – visi patenka į šią kategoriją, apimančią įvairaus sudėtingumo technologijas ir išnaudojančią žmonių poreikį patikti ir būti mėgiamiems kitų.

### Dezinformacijos internete skleidėjai

**Troliai:** tai netikri profiliai socialinėje medijoje, kuriuos valdo žmonės, pvz. dirbantys lobistinėse organizacijose, specialiose tarnybose ir pan. Kadangi trolius valdo žmonės, jie gali kurti pažangų turinį, nutaikytą / pritaikytą / tinkantį tam tikroms aplinkybėms.

**Botai:** tai automatizuoti profiliai, kurie imituoja tikrus žmonėmis, tačiau yra valdomi suprogramuotais algoritmais. Botų jėga yra kiekyje, pvz. jie gali profiliuoti kokį nors paveikslėlį ar informaciją socialinėje žiniasklaidoje, generuodami daug „patiktukų“ (*likes*).

**Žmonės:** taip pat yra melagingos informacijos platintojai ir kūrėjai – sąmoningai ar ne. Tyrimai rodo, kad asmenys plačiai dalinasi melaginga informacija, ypatingai jei ji atitinka jų įsitikinimus, paliečia juos emociškai ar tiesiog dėl smagumo. Tam tikros gyventojų grupės, kurios yra mažiau patyrusios naudotis skaitmenine žiniasklaida (pvz., pagyvenę žmonės), dažniau dalijasi melaginga informacija internete.

### Dezinformacijos skleidimo būdai bei formos

Yra daug įvairių dezinformacijos skleidimo būdų bei formų:

- **Apgaulinga kilmė** (*Astroturfing*): melagingas pranešimo ar organizacijos priskyrimas natūraliam judėjimui, siekiant sukurti melagingą patikimumą.
- **„Bandos“ efektas** (*Bandwagon effect*): pažintinio šališkumo (kognityvinio šališkumo) efektas, kai įsitikinimai stiprėja, nes jais dalijasi kiti.
- **Botai apsimetėliai** (*Impersonator Bots*): robotai, imituojantys natūralias vartotojo savybes, kad susidarytų realaus žmogaus įspūdis.
- **Šlamšto siuntimo botai** (*Spammer Bots*): robotai, kurie skelbia pasikartojantį turinį, kad perpildytų informacinę aplinką.
- **Botų tinklai** (*Botnet*): tai daug prie interneto prijungtų įrenginių, kurių kiekviename veikia vienas ar keli robotai. Botų tinklai gali būti naudojami DDoS išpuoliams (*Distributed Denial-of-Service attacks*), duomenų vogimui, šlamšto siuntimui, ir leidžia „užpuoliku“ pasiekti įrenginį ir jo ryšį.
- **„Palaikymas“** (*Cheerleading*): informacinės erdvės „užliejimas“ teigiamu turiniu (*cheerleading'as*), naudojant botus bei trolius ir siekiant teigiamais komentarais bei įrašais išstumti priešingas nuomones. Tai daroma kuriant internetines grupes, palaikančias tam tikrą požiūrį (filtruotas burbulas / filter bubble) ir naudojant didelę skelbiančiųjų armiją (botus bei trolius).
- **„Tamsi“ reklama** (*Dark ads*): tikslingai nukreipta reklama, pagrįsta individualaus vartotojo psichografiniu portretu; „tamsi“, jei matoma tik tam tikriems naudotojams.
- **DDoS atakos** (*DDoS Attacks*): kibernetinė ataka, kai keli IP adresai naudojami sutrikdyti internetinių paslaugų teikimą.

## 2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija

- **Gilios klastotės** (*Deepfakes*): skaitmeninės technologijos naudojimas veido judesiams ir balsui fabrikuoti, kartais net realiu laiku.
- **Aido kambariai** (*Echo Chamber*): situacija, kai tam tikras idėjas sustiprina jų pasikartojimas internetinėje socialinėje erdvėje.
- **Suklastota platforma** (*Fake Platform*): užmaskuota (paslėpta, neaiški) interneto platformos tapatybė, siekiant publikuoti sufabrikuotą turinį.
- **„Filtruotas“ burbulas** (*Filter Bubble*): algoritmai, suasmeninantys ir pritaikantys naudotojo patirtį socialinės žiniasklaidos platformose, kas rezultate gali patraukti vartotoją į jo paties sukurtą burbulą.
- **„Potvynis“** (*Flooding*): tikslingas žiniasklaidos sistemos perpildymas didelės apimties daugiakanaline dezinformacija. Keli komentatoriai, tiek botai, tiek realūs vartotojai, sukuria be galo daug įrašų su nesąmoningu turiniu, kad užgožtų teisingą informaciją.
- **Klastotė** (*Forgery*): produktas ar turinys yra visiškai ar iš dalies sukurtas taip, kad priskirtų melagingą šaltinį.
- **Įsilaužimas** (*Hacking*): neteisėtų priemonių naudojimas, neteisėtai patekti į platformą arba kitaip sutrikdyti jos veikimą.
- **„Užgrobimas“** (*Highjacking*): neteisėtas kompiuterio ar paskyros užvaldymas. Svetainę, žymą, memą, įvykį ar socialinį judėjimą perima priešininkas, konkurentas ar kažkas kitas, turintis kitokių tikslų.
- **„Išskalbinimas“** (*Laundering*): dezinformacijos perdavimo, kaip teisingos, patvirtintos, teisiškos informacijos, procesas, ją palaipsniui iškreipiant ir nuslepiant jos tikrąją kilmę.
- **Nutekinimas** (*Leaking*): neteisėtai gautos informacijos sklaida.
- **Šmeižikiška retorika** (*Malign Rhetoric*): kalbinės suktybės, skirtos nutildyti pagrįstas bei teisėtas diskusijas ir nuomones:
  - **Pravardžiavimas** (*Name Calling*): klasikinė propagandos technika, pagrįsta užgaulia ar įžeidžiančia kalba, nukreipta prieš asmenį ar grupę.
  - **Argumentas prieš žmogų** (*Ad Hominem*): argumentavimo strategija, atakuojanti argumentą pateikiantį asmenį, o ne argumento turinį.
  - **„O kaip dėl?..“** (*Whataboutery*): retorinis manevras, diskredituojantis oponento poziciją, apkaltinant jį su aptariamu dalyku nesusijusiais dalykais.
  - **„Gish'o puolimas“** (*Gish Gallop*): diskusijų taktika, skirta „paskandinti“ oponentą daugybėje silpnų argumentų taip, kad visų paneigimui reiktų labai daug pastangų ir neužtektų laiko. Terminą sugalvojo Eugenie Scott (amerikiečių fizinės antropologijos mokslininkė), pavadinusi jį Duane Gish (amerikiečių biochemikas) vardu. Scott teigė, kad Gish dažnai naudojo šią techniką, kai ginčijo mokslinį evoliucijos faktą.
  - **„Perkėlimas“** (*Transfer*): klasikinė propagandos technika, pagrįsta kaltės ar atsakomybės „perkėlimu“, susiejant argumentus su žavinčiomis ar niekinamomis kategorijomis.
  - **„Žvirblių baidyklė“** (*Strawman*): Forma ar argumentas, kuriuo nusitaikoma ir paneigiamas toks argumentas, kurio diskusijoje nebuvo.
- **Manipuliavimas** (*Manipulation*): turinio keitimas, siekiant pakeisti jo prasmę.
- **Neteisėtas pasisavinimas** (*Misappropriation*): melagingas argumento ar pozicijos priskyrimas kitam autoriui / asmeniui / šaltiniui.

## 2 priedas. „Melagienos“, klaidinanti informacija ir dezinformacija

- **Sukčiavimas** (*Phishing*): metodas neteisėtai gauti informaciją internete per kenkėjiškas programas, platinamas el. laiškais ar interneto platformose.
- **„Pabrėšk ir rėk“** (*Point and Shriek*): jautrumo visuomenės suvoktai neteisybei išnaudojimas, siekiant sukelti pasipiktinimą. Pvz., komentatorius nukreipia dėmesį nuo nagrinėjamos tikros problemos, akcentuodamas tikėtino / galimo įvykio, „žaidžiančio“ egzistuojančiomis socialinėmis nuoskaudomis, įžūlumą.
- **„Potiomkino kaimas“** (*Potemkin Village*): institucijų ir (arba) platformų „dūmų uždanga“, sukurta siekiant apgauti auditoriją. Tai sudėtingas netikrų „idėjų kalvių“ (*think tanks*) tinklas, skirtas skleisti dezinformaciją, kuri atrodo teisėta dėl suvokto tinklo teisėtumo.
- **„Reidas / Išpuolis“** (*Raiding*): laikinas platformos, renginio ar pokalbio sutrikdymas, staigiu „jėgos“ demonstravimu.
- **Šilingas** (*Shilling*): patikimumo suteikimas asmeniui ar pranešimui, neatskleidžiant už slypinčių siekių ar sąsajų. Autorius atrodo neutraliai, pritaria tam tikram turiniui, tačiau iš tikrųjų yra prisiekęs propagandistas.
- **„Skudurinės lėlės“** (*Sockpuppets*): skaitmeninių technologijų naudojimas tapatybei užmaskuoti, siekiant „žaisti“ abiejose diskusijos pusėse. Vartotojas sukuria dvi ar daugiau socialinės žiniasklaidos paskyrų, „atstovaujančių“ priešingas idėjas / įsitikinimus (pvz., vieną – „už“ lapių medžioklę, kitą – „prieš“), siekdamas imituoti dviejų priešingybių diskusiją.
- **Užuomina** (*Symbolic Action*): tai veiksmai, kuriuose naudojamos užuominos, simboliai, ženklai „apie ką nors“, siekiant auditorijos atsako. Vartotojas naudoja visuotinai suprantamus simbolinius ženklus, pvz. teroro išpuolių, siekdamas sukurti baimės atmosferą.
- **„Užteršimas“** (*Tainting*): nutekėjęs / nutekintas turinys užteršiamas klastotėmis.
- **Terorizmas** (*Terrorism*): vaizdai iš realių pasaulinių įvykių naudojami politiniams reikalavimams reikšti.
- **Kartojimo efektas** (*Woozle Effect*): savaiminis įrodymas pakartotinai cituojant. Klaidingas šaltinis yra pakartotinai cituojamas tol, kol patikima, jog jis yra teisingas.

### 5. Dezinformacijos pažinimas

Dezinformacija yra apie įtaką. Ją skleidžiantys žmonės nenori, kad visuomenės nariai priimtų pagrįstus ir apgalvotus sprendimus. Jie bando pasiekti šį tikslą, sąmoningai sutrumpindami įprastus sprendimų priėmimo procesus.

Dezinformacija daro įtaką politikai, demokratijai, naujienų gavimo būdai ir pasitikėjimui.

Kai sąmoningai supainiojama informacinė aplinka, tai gali:

- kelti grėsmę visuomenės saugumui;
- sugriauti bendruomenės sanglaudą;
- mažinti pasitikėjimą institucijomis ir žiniasklaida;
- pakirsti visuomenės pasitikėjimą mokslo vaidmeniu politikos formavime ir įgyvendinime;
- pakenkti mūsų ekonominei gerovei ir pasaulinei įtakai;
- pakenkti valdžios vientisumui, konstitucijai ir mūsų demokratiniam procesams.