

MEDIÁLNÍ A INFORMAČNÍ SLOVNÍČEK

AI (umělá inteligence)

Technologie simulující lidské myšlení a učení pomocí počítačových systémů. AI se používá k tvorbě, automatizaci úkolů nebo analýzám dat.

Algoritmus

Systém používaný na internetu k analýze uživatelských dat a preferencí s cílem doporučit obsah, který uživatele pravděpodobně zaujme.

Autor

Osoba, která vytváří originální dílo, jako je kniha, článek nebo jiný obsah. Autor odpovídá za obsah svého díla.

Blog

Osobní nebo tematická internetová stránka, kde autor pravidelně zveřejňuje své názory, zážitky nebo odborné informace. Blogy mohou mít různé formy, od textů po audio či video obsah.

Cenzura

Omezení nebo kontrola informací, které mohou být veřejně dostupné. Cenzura často zasahuje do svobody projevu a tisku.

Clickbait / Ragebait

Provokativní nebo zavádějící titulky, které mají za cíl přilákat pozornost a kliknutí uživatelů na obsah. Ragebait často vyvolává negativní emoce pro zvýšení dosahu zprávy.

Dezinformace

Úmyslně šířené nepravdivé nebo zavádějící informace s cílem poškozovat a ovlivňovat publikum.

Editor

Osoba, která reviduje a upravuje text, aby zajistila jeho přesnost, konzistenci a kvalitu. Editor často spolupracuje s autorem při finalizaci obsahu.

Fake News

Záměrně nepravdivé zprávy, které se tváří jako skutečné, aby ovlivnily veřejné mínění nebo vydělaly na senzaci. Fake news často využívají clickbaitové titulky.

Hoax

Podvodná nebo smyšlená zpráva, která má za cíl zmást nebo napálit veřejnost. Hoaxy se často šíří po sociálních sítích a e-mailových zprávách.

Kritické myšlení

Schopnost analyzovat a hodnotit informace objektivně, aby se člověk mohl rozhodovat na základě důkazů a logiky. Kritické myšlení zahrnuje zpochybňování a reflexi.

Konfirmační zkreslení

Tendence vyhledávat, interpretovat a upřednostňovat informace, které potvrzují naše existující přesvědčení. Toto zkreslení omezuje objektivní posuzování faktů.

Manipulace

Skryté ovlivňování nebo kontrolování lidí či situací za účelem dosažení vlastního záměru. Manipulace často využívá zkreslené nebo neúplné informace.

Marketing

Soubor aktivit a postupů zaměřených na propagaci a prodej výrobků nebo služeb. Může být také politický.

Misinformace

Nepravdivé nebo nepřesné informace, které jsou šířeny bez zlého úmyslu. Misinformace může být výsledkem omylu nebo nedorozumění.

Propaganda

Systematické šíření informací nebo názorů s cílem ovlivnit veřejné mínění nebo chování. Propaganda často využívá emocionální nebo zkreslené argumenty.

Redaktor

Osoba zodpovědná za obsahovou stránku publikace nebo média, která řídí a upravuje příspěvky před jejich zveřejněním. Redaktor často pracuje v týmu s dalšími tvůrci obsahu.

Sociální sítě

Online portály, které umožňují lidem komunikovat, sdílet obsah a vytvářet skupiny. Mezi nejznámější patří Facebook nebo Instagram.

Šéfredaktor

Nejvýše postavený redaktor v redakci, který dohlíží na celkovou obsahovou strategii a kvalitu publikace. Má konečné slovo při rozhodování o obsahu.

Tiráž

Informace o publikaci, obvykle na začátku nebo konci knihy či časopisu, obsahující jméno vydavatele, autora, redaktora a další detaily.

Web

Internetová stránka. Weby mohou poskytovat informace, služby nebo zábavu.



Série kurzů: Fakt, jo?!

Pomůžeme vám zorientovat se v informačním chaosu tak, abyste mořem informací dokázali proplovat s **nadhledem a bezpečně**. Prozkoumejte **on-line kurzy**, které vám představí metodu **5 klíčových otázek** pro základní ověřování kvality informací.

[Faktjokurz.cz](https://www.faktjokurz.cz)



5 klíčových otázek

Toto bychom měli zvážit, než si zprávu a informace v ní uvedené osvojíme pustíme k srdci:



Kdo?

Kdo je autorem zprávy a jaká je jeho důvěryhodnost či motivace? To nám pomáhá odhadnout věrohodnost informace.



Co?

Co je obsahem sdělení, jaká konkrétní fakta, údaje nebo tvrzení zpráva přináší? Tím zjistíme, zda jsou informace podloženy důkazy.



Jak?

Jakým způsobem je zpráva prezentována a jaká média nebo formáty jsou použity? To ovlivňuje náš dojem a vnímání informace.



Komu?

Komu je zpráva určena, tedy jaké publikum má oslovit? To může napovědět, jaké zájmy nebo cíle za ní stojí?



Proč?

Proč byla zpráva vytvořena a jaký je její účel nebo záměr? Tím lépe pochopíme, jaké motivace mohou ovlivňovat obsah.

Financováno Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodráží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenesou odpovědnost.

