



MEEDIA- JA INFOKIRJAOSKUSE SÕNARAAMAT

Käesolev sõnaraamat on tõlgitud eesti keelde Haridus- ja Noorteameti noorteinfo valdkonna eestvedamisel 2025. aastal ning see põhineb ERYICA projekti „MedYla“ raames loodud meedia- ja infokirjaoskuse teemalisel juhend- ning tugimaterjalide kogumikul.

Sõnaraamat on mõeldud kasutamiseks noorsootöötajatele, noortega töötavatele spetsialistidele, noortele ja teistele osapooltele, kes tegelevad meedia- ja infokirjaoskusega seotud tegevuste läbiviimise, korraldamise või teemavaldkonna mõtestamisega.

Sõnaraamat sisaldab eesti keelseid mõisteid koos nende ingliskeelsete vastetega ning mõistete selgitusi. Tõlkimisel on lähtutud parimast teadaolevast valdkondlikust teabest, kuid mõistete eestikeelsed vasted võivad aja jooksul muutuda ning ei pruugi alati kajastada kõige uuemaid ja täpsemaid tõlkeid.

Euroopa noorteinfo ja nõustamise agentuuri ERYICA (European Youth Information and Counselling Agency) projekti „**MedYla. Youth Information vs. disinformation: media under the microscope!**“ eesmärk oli luua noorsootöötajatele ja teistele noortega töötavatele spetsialistidele meedia- ja infokirjaoskuse teemaline juhend- ning tugimaterjalide kogumik, mis sisaldab ressursse ja tööriistu noortele temaatiliste tegevuste läbiviimiseks.

Kogumik sisaldab erinevaid tegevusi ja ülesandeid, sh temaatilist sõnaraamatut.

MedYla kogumik (inglise keeles):

https://static1.squarespace.com/static/63e63a0eebdc006803f20644/t/65afab71987c403ff4b5ad6d/1706011507718/MEDYIA_BROSCHUERE_EN%2Bfinale.pdf

Projekt rahastati Erasmus+ KA2 vahenditest ning see toimus 2020. aasta novembrist kuni 2022. aasta septembrini koostöös järgmiste partneritega: ERYICA (Luksemburg), Jugendinfo Ostbelgien (Belgia), Agence Nationale pour l'Information des Jeunes (Luksemburg), Centre d'Information et de Documentation pour Jeunes (Belgia), Infor Jeunes Luxembourg (belgia), Centre d'Information et de Documentation Jeunesse (Prantsusmaa), Fédération Infor Jeunes Wallonie-Bruxelles (Belgia), Infor Jeunes Huy (Belgia).

Täpsem info projektist: <https://www.eryica.org/project/medyia>



MEEDIA- JA INFOKIRJAOSKUS

MEDIA AND INFORMATION LITERACY (lühend MIL)

Meedia- ja infokirjaoskus on informatsiooni hankimise, kriitilise hindamise ja analüüsimise, loomise ja levitamise oskus. See sisaldab ka teadmisi ja oskusi erinevatest kanalitest (internet, televisioon, ajalehed, teaduskirjandus jne) infot hankida, töödelda ja/või süstematiseerida, et langetada oma elu puudutavaid otsuseid, valikuid või kujundada hinnangud.

MEEDIAMAJA

PRESS AGENCY

Meediamaja peamine tegevusala on informatsiooni müümine ja/või levitamine meediale. Meediamaja tegeleb nii siseriikliku kui ka välismaa informatsiooniga, mille jaoks kasutatakse ka korrespondente (ajakirjanikud), kes hangivad mingi konkreetse valdkonna või piirkonna infot, näiteks majanduse, spordi, kultuuri, poliitika ja teistel teemadel.

ALGORITM

ALGORITHM

Matemaatiliste reeglite või juhiste kogum ja ka programmeerimisel kasutatav tegevusjuhise, mis aitab saavutada mingi teatud tulemuse ja eesmärgi või lahendada probleemi. Algoritmid koguvad näiteks sotsiaalmeedias informatsiooni inimeste huvidest ja eelistustest kohta, mida hiljem analüüsitakse ja mille põhjal suunatakse inimesele talle huvitavat infot.

VAATENURK

ANGLE

Mingi teema või valdkonna kirjeldamiseks ja avamiseks valitud tee ehk vaatenurk või lähenemisviis. Näiteks saab erinevaid ühiskondlikke probleeme kirjeldada ja avada arvestades erinevaid ühiskonna liikmeid (nt lapsed, noored, täiskasvanud jne), et tuleks esile see, kuidas mingi probleem mõjutab lapsi, noori ja täiskasvanuid erinevalt.

ASTROTURFING

ASTROTURFING

Tegevus, kus kunstlikult tekitatud grupp inimesi (aktivistid, seltskond, huvigrupp) võtab häälekalt nii meelevaldustel kui ka näiteks sotsiaalmeedias sõna millegi poolt või millegi vastu. Sellega avaldatakse mõju teiste inimeste arvamuse kujundamisele ja mõjutatakse avalikku arvamust laiemalt.

TÄHELEPANUMAJANDUS

ATTENTION ECONOMY

Tähelepanumajanduse eesmärk on saada ja hoida inimeste tähelepanu erinevatel atraktiivsetel toodetel ja teenustel (reklaamid, mängud, uudised jne). Ühelt poolt suurendab see erinevate asjade ostmist, aga teiselt poolt teenivad kasumit need kanalid või asutused, mis võimaldavad erinevaid tooteid ja teenuseid reklaamida.

SUURANDMED

BIG DATA

Väga suur hulk andmeid, enamasti elektroonilisel kujul, mida analüüsid saab leida sarnasusi, erisusi, trende või muutusi erinevates valdkondades (nt infotehnoloogia, tervis jne).

DIGIHIID

BIG TECH (VÕI GAFAM)

Juhtivad suuretevõtted tehnoloogiatööstuses, mis suunavad ja juhivad erinevate platvormide ja keskkondade arengut. GAFAM on akronüüm ettevõtetest: Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft.

(RO)BOT

BOT

Automaatne või poolautomaatne tarkvaraagent, mis suhtleb arvutiserveritega. Bot ühendub ja suhtleb serveriga nagu inimese kasutatav kliendiprogramm, sellest nimetus "bot", mis on lühend sõnast "robot".

TEHNOLOOGIA UURIMINE

CAPTOLOGY

Tehnoloogiliste vahendite ja lahenduste uurimine, mis aitab välja selgitada kuidas arvutid, rakendused, digitaalsed seadmed mõjutavad inimese käitumist, hoiakuid või valikuid.

VESTLUSROBOT

CHATBOT

Vestlusrobot on tarkvararakendus, mida kasutatakse veebipõhise vestluse pidamiseks teksti või tekstist kõnelemise teel.

KLIKISÖÖT

CLICKBAIT

Artiklid, fotod jne Internetis, mille eesmärk on äratada tähelepanu ja suunata inimesi klõpsama konkreetsetele linkidele.

KOGNITIIVNE KALLUTATUS

COGNITIVE BIAS

Olukord, kus inimene mõistab ja saab sündmustest, faktidest, probleemidest, teistest inimestest ja muust aru tuginedes iseenda kogemustele, uskumustele või veendumustele ehk tema arusaam on kallutatud. See tekitab olukorra, kus inimene võib tahtmatult teha vale järelduse, otsuse või valiku.

VANDENÕUTEORIA

CONSPIRACY THEORY

Uskumus, et mingi salajane, mõjukas organisatsioon on vastutav mingi sündmuse või nähtuse eest, mis on vastuolus traditsioonilise meedia või valitsuse esitatud ametliku versiooniga.

KÜPSISED

COOKIE

HTTP-küpsis või küpsisefail on tekstikujuline hulk andmeid, mida kogutakse internetis brauseris erinevaid toiminuid tegeva inimese käitumise või harjumuste kohta.

MEISTERDAMINE

CRAFT (või CRAFTING)

Videomängudes mängumehhanismide kogum, mis võimaldab mängijal luua virtuaalseid objekte, näiteks relvi, tööriistu või soomust.

SÜVAVÖLTSING

DEEP FAKE

Tehisintellektiga tehtud pilt, video- või helisalvestus, mis asendab kellegi näo või hääle kellegi teise näo või häälega nii, et see näib olevat reaalne.

DESINFORMATSIOON

DESINFORMATSION

Informatsioon mis on vale või eksitav ja seda levitatakse teadlikult, kellegi või millegi huvides.

KAJAKAMBER

ECHO KAMBER

Olukord, kus inimest ümbritsevad ainult tema enda hoiakute, uskumuste või arvamustega inimesed, informatsioon, keskkonnad või muud kanalid. Tekib niiõelda suletud ring, sest inimene ei ole teistele arvamustele, mõtetele jne avatud.

FAKTIDE KONTROLLIMINE

FACT CHECKING

Tegevus, mille käigus kontrollitakse kahtluse alla seatud faktide, andmete või väidete õigsust. Samuti kasutatakse seda meedias levitatava informatsiooni objektiivsuse hindamiseks.

INFOMULL

FILTER BUBBLE

Olukord, kus inimene näeb ja kuuleb ainult selliseid uudiseid ning informatsiooni, mida ta juba usub ja mis talle meeldib. Veebikeskkondades näidatakse inimesele ainult sellist sisu, mida ta on varasemalt meeldivaks märkinud või vaadanud.

FOMO

F.O.M.O. (fear of missing out)

Seisund, kus inimene tunneb hirmu selle pärast, et ta võib jääda ilma erinevatest tegevustest, sündmustest või sotsiaalmeedia postitustest.

TASUTA VIDEOMÄNGUD

FREE-TO-PLAY (F2P)

Tasuta videomängud, mis annavad mängijatele juurdepääsu mängu elementidele ilma nende eest maksmata. Küll aga võivad olla selliste mängude osaks mikromaksud ja virtuaalsed tooted (tegelased, esemed jne).

KUMMITAMINE

GHOSTING

Inimene „kadus nagu vits vette“ ehk ilma igasuguse põhjuseta hakkab inimene teist inimest vältima ning ei soovi suhelda. Enamasti ei avaldata põhjust ega selgitata, mis on vältimise põhjuseks.

HÄKKIMINE

HACK

Teise inimese arvutisüsteemi sisenemine ilma loata, et saada informatsiooni, pääseda ligi kontodele või teha midagi ebaseaduslikku.

PETTUS

HOAX

Informatsioon, mille sisu on vale ja mille eesmärk on inimesi üllatada, ehmatada või hirmutada. Kuna taoline informatsioon mõjutab inimesi emotsionaalselt, võib seesugune info kiiresti levida paljudele inimestele.

PILGIPÜÜDJAJA

HOOK

Üks või kaks lauset artikli või mistahes meediumi alguses, mis on mõeldud lugeja tähelepanu saamiseks. Seda tehnikat kasutatakse ka reklaamis, mille eesmärk on sama.

MÕJUSISIK

INFLUENCEUR

Inimene sotsiaalmeedias, kes teeb mingil konkreetsel teemal või erinevatel teemadel positusi ning kellel on suur jälgijate arv, kellele omakorda läheb korda mida inimene jagab, ütleb, kasutab või teeb.

ALGORITMIDE VAHENDAMINE

ALGORITHMIC INTERMEDIATION

Olukord, kus algoritmid või automaatsed süsteemid tegutsevad vahendajatena ehk näiteks ühendavad omavahel teenusepakkuja ja teenusekasutaja või suunavad kasutajatele mingi teatud sisu kogutud andmete põhjal (näiteks näed reklaami millegi kohta, mida oled googeldanud või mille kohta infot otsinud).

INTERNET

INTERNET

Ülemaailmne arvutivõrkude vaheline ühendus, mille kaudu saab võtta vastu ja saata erinevat digitaalset informatsiooni.

REAALSES ELUS

IRL (IN REAL LIFE)

Kohtumine või suhtlemine päris elus, mitte digikeskkonnas. Näiteks inimene kohtub kellegagi internetimängus, hiljem kohtub ta temaga reaalselt.

BRIIF või LÜHIÜLEVAADE

JOURNALISM BRIEF

Lühike kokkuvõte või ülevaade mingist infost (enamasti kolm kuni neli lauset), mis vastab enamasti küsimustele: kes, millal, mida, kus, kuidas või miks.

AJAKIRJANDUSEETIKA

JOURNALISM ETHICS

Moraalsed ja eetilised õigused ning kohustused, mida ajakirjanikud peavad oma töös jälgima ja millest kinni pidama, näiteks informatsioon peab olema tõene, ei tohi olla kallutatud jne.

SAAK

LOOT

Videomängus kogutavad esemed või asjad, mida mängija saab kasutada oma võimekuse või edukuse tõstmiseks, näiteks varustus jms.

PEAVOOLU MEEDIA

MAINSTREAM MEDIA

Eeskätt traditsioonilise meedia erinevad vormid, nagu ajalehed, televisioon ja raadio, mida tarvivad paljud inimesed ja millele tuginedes teevad inimesed valikuid ja otsuseid või kujundavad oma arvamust.

MEEM

MEME

Kiirelt ja laialdaselt leviv pilt, video, GIF või kujundus, mis kirjeldab päevakajalisi või ühiskonlikke sündmusi ning millel on eeskätt meelelahutuslik või tähelepanu äratav eesmärk.

VÄÄRINFO

MISINFORMATION

Informatsioon, mida on valesti mõistetud või mis on ebatäpne, kuid mida ei ole levitatud tahtlikult.

KURIINFO

MALINFORMATION

Informatsioon, mis on õige ja korrektne, kuid mida levitatakse inimese või organisatsiooni kahjustamiseks.

KOGENEMATU ARVUTIKASUTAJA

NOOB (NEWBIE)

Inimene, kes on alles alustanud arvuti või tarkvara kasutamist ning kes on selles kogenematu.

OPERANTNE KONDITSIONEERIMINE

OPERANT CONDITIONIN

Protsess, mille käigus nii inimesed kui ka loomad õpivad käituma nii, et saada tunnustust ja tasu ning mitte saada karistusi.

Mõiste töötas välja Burrhus Frederic Skinner 20. sajandi keskel.

TÕEJÄRGNE

POST TRUTH

Olukord, kus poliitilised liidrid kasutavad isiklikke arvamusi ja emotsionaalseid argumente ning ignoreerivad fakte, et saavutada oma poliitilised soovid. Kui soovitud tulemus on saavutatud, siis räägitakse tegelikust olukorrast, mis ei ole selline nagu algselt seda esitleti.

TOODETE REKLAAM TEATUD KOHTADES

PRODUCT PLACEMENT

Reklaami tegemine tootjate ja teenusepakkujate poolt filmides, telesaadetes või sotsiaalmeedias.

PUSH-TEAVITUSED

PUSHNOTIFICATION

Rakenduse või seadme teavitus, mis ilmub ekraanile või mis teeb heli, isegi siis kui inimene ei kasuta rakendust või seadet. Nende teavituste eesmärk on pidevalt kasutajale erinevaid rakendusi ja nende võimalusi meelde tuletada või pakkuda uusi funktsioone, teenuseid.

SOOVITUSALGORITM

RECOMMENDATION ALGORITHM

Inimesele tuleb ette sisu selle põhjal, mis andmeid on tema kohta kogutud (huvid, külastatud veebilehed, e-poed jne).

ROBOTAJAKIRJANDUS

ROBOT JOURNALISM

Kasutades tehisintellekti luuakse ja toodetakse uudiseid.

KUULUJUTT

RUMOUR

Informatsioon või uudis, mis on kaheldava väärtuse ja täpsusega.

OTSINGUMOOTOR

SEARCH ENGINE

Programm või infotöötlussüsteem, mille kaudu saab otsida endale vajalikku ja sobivat informatsiooni (näiteks googeldamine).

STREISANDI EFEKT

STREISAND EFFECT

Olukord, kus inimene püüab iga hinna eest mingit informatsiooni varjata või peita, kuid selle tulemusena hoopiski tõmbab inimene endale sellega tähelepanu. Streisandi efekt on saanud oma nimetuse laulja ja näitleja Barbra Streisandi järgi, kes soovis varjata avalikkuse eest oma majast tehtud fotosid, kuid tekitas sellega hoopiski fotode vastu suure huvi.

TIISER

TEASER

Video, reklaam või lühifilm, mille eesmärk on tekitada inimeses mingi konkreetse asja (film, toode, teenus jne) vastu huvi.

TROLL

TROL

Keegi, kes jätab internetti tahtlikult ärritava või solvava sõnumi, et kedagi ärritada, tähelepanu saada või probleeme tekitada.

MÜÜT

TROPE

Müüdid ja jutustused (lood), mingitest olukordadest ja juhtumitest. Näiteks levib legend, et Šotimaal Loch Nessi järves elab koletis, kuid selle koletise olemasolu ei ole tõestatud.

LINNALEGEND

URBAN LEGEND

Lugu ebatavalisest või humoorikast sündmusest, mida inimesed peavad tõeseks, kuid mis tegelikult ei vasta tõe.

VIRAALNE

VIRALITY

Pildi, video või informatsiooni kiire ja laialdane levik ühelt internetikasutajalt teisele.

VEEBIBRAUSER

WEB BROWSER

Veebibrauser on tarkvara, mis on mõeldud informatsiooni otsimiseks ja hankimiseks, näiteks Google, Safari jne.

VEEB

WORLD WIDE WEB

Interneti infosüsteem, mis võimaldab dokumente ühendada teiste dokumentidega, võimaldades kasutajal liikuda ühelt dokumendilt teisele ning otsida teavet.