

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



**Jak radzić sobie z manipulacją  
w mediach?**  
**dr Bartosz Hordecki**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu**

12 kwietnia 2018 r.

Organizatorzy



UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU

# Marshall Mc Luhan

(Understanding Media: the Extension of Man;  
The Medium is the Massage: An Inventory of Effects)

Media to:

- przekaz (message)
- masaż (massage)

Żyjemy w erze:

- masy (mass age)
- nieporządku (mess age)

# Marshall Mc Luhan

(Understanding Media: the Extension of Man;  
The Medium is the Massage: An Inventory of Effects)

„Why is the title of the book *The Medium is the Massage* and not *The Medium is the Message*? Actually, the title was a mistake. When the book came back from the typesetter's, it had on the cover 'Massage' as it still does. The title was supposed to have read *The Medium is the Message* but the typesetter had made an error. When McLuhan saw the typo he exclaimed, 'Leave it alone! It's great, and right on target!' Thus, there are now four possible readings for the last word of the title, all of them accurate: *Message* and *Mess Age*, *Massage* and *Mass Age*.”

<https://marshallmcluhan.com/common-questions/>

# Marshall Mc Luhan

(Understanding Media: the Extension of Man; The Medium is the Message: An Inventory of Effects)

„Dlaczego tytuł książki brzmi *The Medium is the Message* a nie *The Medium is the Message*? W zasadzie, tytuł był pomyłką. Kiedy książka wróciła od drukarza, na jej okładce widniało „Message”, jak nadal widnieje. Wprawdzie spodziewano się, że tytuł będzie odczytany jako *The Medium is the Message*, lecz drukarz pomylił się. Kiedy McLuhan zobaczył szrotkę wykrzyknął: ‘Zostaw, jak jest! To jest wielkie, i trafia prosto w punkt!’. Stąd, mamy teraz cztery możliwe odczytania ostatniego słowa tytułu, wszystkie właściwie: *Message and Mess Age, Massage and Mass Age*”.

<https://marshallmcluhan.com/common-questions/>

# Kaczka dziennikarska (journalist duck)

„termin określający nieprawdziwą, zmyśloną informację, często celowo rozpowszechnioną przez dziennikarzy, najczęściej w celu zaciekawienia czy zaszokowania odbiorcy i podniesienia w ten sposób nakładu lub oglądalności.

Częstymi tematami kaczek dziennikarskich są zjawiska paranormalne i doniesienia z dziedziny kryptozoologii. Zdarzają się też tego typu publikacje z dziedziny sportu (rzekoma zmiana klubu czy przyjęcie obywatelstwa przez wybitnego sportowca) czy polityki”.

[https://pl.wikipedia.org/wiki/Kaczka dziennikarska](https://pl.wikipedia.org/wiki/Kaczka_dziennikarska)

# Hoax

„Humorystyczne lub złośliwe oszustwo”

“A humorous or malicious deception.”

*English Oxford Living Dictionaries*

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/hoax>

# Post-prawda (post-truth)

„Odnoszenie się lub denotowanie okoliczności, w ramach których fakty obiektywne są mniej wpływowe dla kształtowania opinii publicznej niż apelowanie do emocji oraz osobistych przekonań”.

“Relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief.”

*English Oxford Living Dictionaries*

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>

# Półprawda

«informacja, która przez celowe nieujawnienie całej prawdy wprowadza w błąd»

*Słownik języka polskiego PWN*

<https://sjp.pwn.pl/sjp/;2507592>



# Faktoid

„1: wymyślony fakt, w który wierzy się, że jest prawdziwy, ponieważ pojawił się w druku  
2: krótko sformułowany i zwykle trywialny fakt”

“1 : an invented fact believed to be true because it appears in print  
2 : a briefly stated and usually trivial fact”.

*English Oxford Living Dictionary*

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/factoid>

# Fake news

*Collins Dictionary* nazwał “Fake news” oficjalnym słowem roku 2017.

Zastosowanie terminu od 2016 roku wzrosło o 365%. Szczególnie często używano go w toku ostatniej kampanii prezydenckiej w USA.

<https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-of-the-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbynmania-a8032751.html>

# Fake news

„fałszywa, często sensacyjna informacja, rozpowszechniana pod postacią newsa”

“false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting”

*Collins English Dictionary*

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>

# Fake news

„forma przekazywania informacji, która **opiera się na celowej dezinformacji lub oszustwie, rozprzestrzeniana poprzez drukowane i nadawcze serwisy informacyjne, media elektroniczne czy serwisy społecznościowe**. Informacje te są pisane i publikowane w celu wprowadzenia w błąd, albo w celu uzyskania finansowych lub politycznych korzyści. Często stosują chwytliwe nagłówki w celu zwrócenia możliwie dużej uwagi. Należy rozróżnić nieprawdziwe i wprowadzające w błąd fałszywe wiadomości od satyry lub parodii, która jest przeznaczona dla humoru, ale nie ma na celu wprowadzenia w błąd odbiorców.

Łatwe dochody z reklam, wzmożone podziały polityczne i popularność mediów społecznościowych, przede wszystkim Facebooka, to główne przyczyny wzmożonego oddziaływania fake newsów, obok rzetelnych wiadomości”.

[https://pl.wikipedia.org/wiki/Fake\\_news](https://pl.wikipedia.org/wiki/Fake_news)

# **Fake news**

fake information (mylna informacja)

fake emotion (mylna emocja)

fake image (mylny wizerunek)

# Znamiona tabloidyacji

- standaryzacja i uproszczenie przekazów;
- przewaga wiadomości miękkich nad twardymi;
- wzrost liczby informacji, w których aktorami są zwykli ludzie a nie osoby znane;
- przewaga materiałów krajowych nad zagranicznymi;
- eksponowanie formy kosztem treści przekazów

D. Piontek, B. Hordecki, Sz. Ossowski, *Tabloidyacja dyskursu publicznego w polskich mediach*, Poznań 2013

Zob. również H. Kurtz, *Media Circus – The Trouble with America's Newspapers*, New York 1993, s. 143–147

# Konwergencja mediów

Termin zaproponowany przez Henry'ego Jenkinsa.

„przepływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, współpraca różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów, którzy dotrą niemal wszędzie, poszukując takiej rozrywki, na jaką mają ochotę”.

Cyt. za: A. Całek, *Tabloidyżacja a konwergencja mediów – obraz wzajemnych zależności w polskim dyskursie publicznym. Analiza przypadku Tomasza Lisa*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2013, nr 2, s. 311-328.

# Wykrywanie *fake newsów*?



Jak rozpoznać fałszywe wiadomości, źródło Międzynarodowa Federacja Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich, <http://blogs.ifla.org/lpa/files/2017/01/How-to-Spot-Fake-News-1.jpg>



# Wykrywanie *fake newsów*?

**Przemyśl źródło**  
**Czytaj więcej niż tylko nagłówek**  
**Sprawdź autora**  
**Oceń źródła pomocnicze**  
**Sprawdź datę publikacji**  
**Sprawdź, czy to nie żart?**  
**Przemyśl własne uprzedzenia**  
**Zapytaj ekspertów**

Dziękuję bardzo za uwagę