

**Temat: Przekazy medialne.**

fakt - opinia - perswazja – manipulacja – fake news

**1.Fakty**

Prawdziwa informacja prezentuje **fakty**, czyli coś, co wystąpiło lub występuje w rzeczywistości. Od mediów jest wymagany **obiektywizm**, czyli przedstawianie faktów w sposób bezstronny.

W codziennym życiu dokonujemy ocen i wyrażamy **opinię**, których nie można rozpatrywać w kategoriach prawdy lub fałszu. W każdej sytuacji trzeba jednak starać odróżniać, gdzie w danym komunikacie znajdują się **informacje**, których prawdziwość można zweryfikować, a gdzie – subiektywne opinie nadawcy.

**Jak rozpoznać prawdziwą informację?:**

- sprawdź źródło,
- przeczytaj więcej,
- sprawdź autorów,
- dodatkowe źródła,
- sprawdź datę,
- a może to żart?
- uważaj na stronniczość,
- zapytaj ekspertów.

**2.Informacje.**

Mają one poszerzać zakres wiadomości odbiorców. Spotykamy się z nimi w serwisach informacyjnych i filmach dokumentalnych.

**3.Opinie.**

Informują o zdaniu autora na określony temat i zwykle kształtują punkt widzenia odbiorców. Ich przykładami są recenzje czy felietony. Opinie to domena publicystyki.

**4.Perswazje.**

Mają za zadanie przekonać odbiorców do podjęcia pewnych działań. To np. reklamy czy ogłoszenia wyborcze. Komunikaty perswazyjne obfitują w elementy informacji i opinii — np. w reklamach aktorzy grający ekspertów podają wyniki badań.

**5.Manipulacje.**

To komunikaty, których cele są ukryte przed odbiorcami. Ich nadawcy wywierają na odbiorcy mylne wrażenie, tak jakby sformułowana przez nich wypowiedź była informacją lub opinią

**Trolling** (albo trollowanie) to działania mające na celu wywołanie wśród użytkowników Internetu silnych negatywnych emocji wobec określonych ludzi. Zajmujące się tym osoby nazywa się trollami. Określenie to wywodzi się od angielskiego zwrotu trolling for fish [czyt.: troling for fisz], oznaczającego metodę łowienia ryb na haczyk.

Internetowi trolle coraz częściej są zatrudniani przez prywatne korporacje m.in. w celach marketingowych. Ich zadaniem jest manipulowanie debatą publiczną w internecie.

Swoimi kontrowersyjnymi komentarzami mają wzbudzić oburzenie i wywołać kłótnię wśród internautów. Inną strategią trolli jest zamieszczanie w komentarzach nieprawdziwych informacji, co ma na celu zmanipulowanie odbiorców.

## **6. Fake newsy.**

Fake newsy to zmyślane informacje oraz komunikaty niepełne i nierzetelne, które wprowadzają ludzi w błąd.

## **7. Jak analizować przekazy medialne?**

Tworzenie treści medialnych rozpoczyna się od wyboru wydarzenia, faktu lub zjawiska do zaprezentowania, a kończy w momencie przekazania wiadomości konkretnym odbiorcom, określanym w branży medialnej i reklamowej jako target, czyli grupa docelowa. Wiedza o przebiegu tego procesu jest niezbędna do krytycznego analizowania komunikatów przedstawionych w mass mediach.

## **8. Techniki medialnej perswazji i manipulacji:**

- **wielokrotne powtarzanie** tych samych nierzetelnych informacji może spowodować, że odbiorca zapomni o ich źródle i z czasem zacznie je postrzegać jako udowodnione fakty,
- **opóźnienie przekazu**, czyli przesunięcie danej wiadomości na dalsze miejsce w kolejności przedstawianych informacji, może zmniejszyć znaczenie wybranego komunikatu,
- **inscenizacja** polega na przedstawianiu wyreżyserowanych scen odegranych przez aktorów jako rzeczywistych wydarzeń,
- **fake newsy** mogą zmniejszać siłę oddziaływania prawdziwych wiadomości.