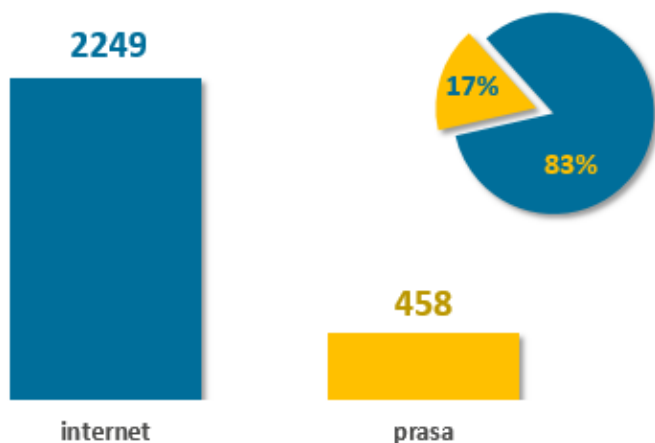




w mediach

Okres badania: 1 kwietnia 2016 - 28 marca 2017 roku

2707 publikacji w prasie i na portalach internetowych



Analiza została sporządzona na podstawie materiałów zebranych w okresie: **od 1 kwietnia 2016 roku do 28 marca 2017 roku**. Uwzględniono wszystkie informacje, jakie ukazały się w wybranych mediach (prasa, internet), w których przytaczano terminy: „fake news” i „postprawda”.

Fake news, fałszywe informacje, postprawda i alternatywne fakty - to terminy, które w ciągu ostatniego roku opanowały zarówno salony dziennikarskie, polityczne, jak również słowniki obywateli, zwłaszcza przeciętnych użytkowników internetu, a konkretnie serwisów społecznościowych. I chociaż pierwszy raz w zeszłym roku napisano o „postprawdzie” w czerwcu, a o tzw. „fake newsie” – we wrześniu – oba terminy były znane już wcześniej:

- „Pojęcie post-prawdy istnieje w słowniku od kilkudziesięciu lat, ale dopiero teraz robi karierę. Cóż, widocznie nasz zbiorowy sen się prześnił i pora się obudzić. Obudziwszy się, dostrzegamy, że nie da się już odróżnić informacji od reklamy, faktu od propagandy, prawdy od kłamstwa, troski od cynizmu, wzruszenia od manipulacji emocjami. Dobra od zła. Mówimy: wszystko jest kwestią interpretacji. Mówimy: to zależy od podejścia. W ten sposób powstaje post-prawda, czyli ani prawda, ani fałsz. Stan pośredni, nierzeczywisty jak widma odbite w lustrze”. (*Tygodnik Mazowiecki, 22.11.2016, str. 23, „Post-felieton”*)

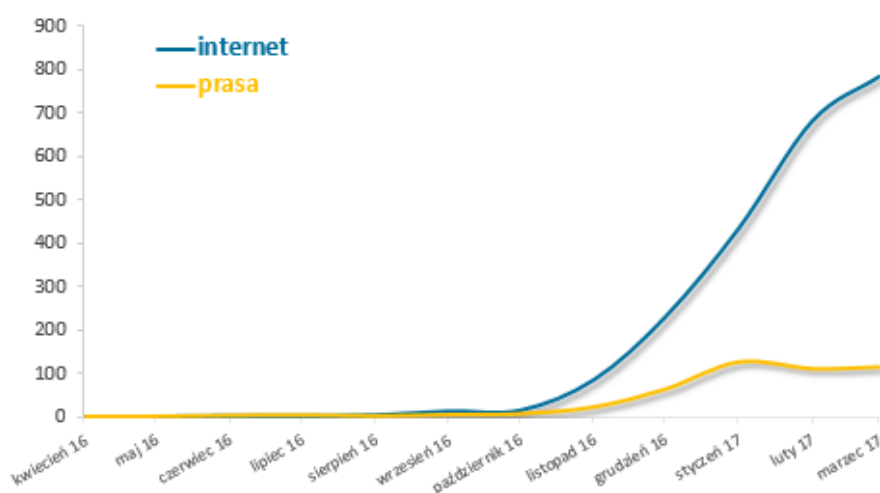
Mało tego, już od kilku lat na rynku mediów istnieją portale, które zajmują się publikowaniem tylko fałszywych treści (*ASZdziennik.pl*) lub generowaniem spersonalizowanych artykułów (*dziennikbulwarowy.pl*). Już sama nazwa *ASZdziennik.pl* została utworzona z przymrużeniem oka, celowo zawiera w sobie błąd, a pod każdą publikacją widnieje wyjaśnienie: „*To jest ASZdziennik. Wszelkie cytaty i wydarzenia są jeszcze zmyślane*”. Dlatego nie można postawić tej strony w jednym rzędzie z taką, która zamieszcza:

- „Duże natężenie fake newsów w ostatnim czasie powoduje popularność Internetu. W dzisiejszych czasach praktycznie każdy może założyć stronę, która do złudzenia przypomina profesjonalny serwis informacyjny i zamieszcza tam informacje, które nie mają nic wspólnego z rzeczywistością. Czasem powstają dla żartu, jak strona ASZdziennik.pl, czasem są formą propagandy politycznej, a czasem sposobem na łatwy zarobek.”
(*se.pl*, 27.03.2017, „Fake news - co to jest? Sprawdź i nie daj się już nabierać!”)

Jednak często nawet wyjaśnienie, że informacja jest fałszywa - zostaje niezauważone. To co dopiero w przypadku „prawdziwych” fake newsów, których zweryfikowanie często wymaga dużego doświadczenia i wnikliwej znajomości tematu. Przeciętny odbiorca nawet nie wychwyci, że jest oszukiwany.

- „prawdziwe newsy, a po cichu z pełną premedytacją formują coś na kształt informacji prasowej z tego, co wysłali z palca, choć dobrze wiedzą, że czarne jest czarne, a białe jest białe”. (*natemat.pl*, 22.12.2016, „Postprawda, czyli fakty nie mają znaczenia. Liczy się to, w co ludzie chcą uwierzyć, a potem niech się dzieje co chce”).

Stale rosnąca liczba informacji na temat FAKE NEWS



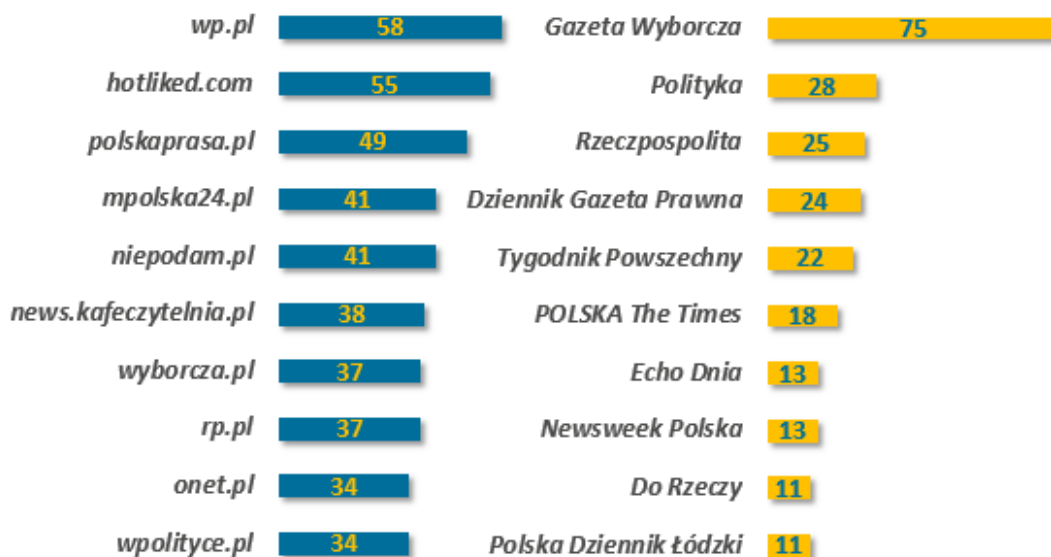
Od końca ubiegłego roku zauważa się wzmożoną aktywność wyrazów „postprawda” i „fake news” – zgodnie z modą językową. A jeśli wierzyć przewidywaniom lingwistów jest to dopiero początek kariery tych słów w każdym języku. Tym bardziej że są one niezwykle pojemne znaczeniowo (opisują całe społeczne zjawisko). Z pewnością przyczyniła się do tego decyzja twórców słownika oksfordzkiego, którzy uznali słowo „postprawda” („post-truth”) za najważniejsze w 2016 roku:

- „Kolegium redakcyjne Słownika Oksfordzkiego wybiera co 12 miesięcy słowo roku. W 2016 wybór padł na wyrażenie »post-prawda«. Termin »odnoszący się do, lub opisujący sytuację, w której obiektywne fakty mają mniejsze znaczenie w kształtowaniu opinii publicznej, niż odwołania do emocji i osobistych przekonań«”. (*newsweek.pl*, 05.12.2016, „Post-prawda, czyli o świecie, w którym ciągle można wierzyć w zamach smoleński”)

O ile „postprawda” wiąże się raczej ze sceną polityczną, o tyle „fake news” odnosi się do całej rzeczywistości związanej głównie z internetem. Na początku zeszłego roku tych dwóch pojęć nie używano jednocześnie w konkretnym artykule, natomiast teraz już sąsiadują obok siebie w tym samym tekście:

- „Google Trends wskazuje, że zainteresowanie frazą fake news jest olbrzymie. Przebija nawet post-truth. I to akurat dobra wiadomość – ludzie dostrzegają, że próbuje się nimi manipulować. Zła wiadomość jest taka, że o fałszywych newsach jest głośno, bo skala ich produkcji, zasięg dotarcia i przede wszystkim realny wpływ na opinię publiczną i rzeczywistość polityczną jest zatrważający”. (*wethecrowd.liberte.pl*, 14.12.2016, „Musimy walczyć z post-prawdą i plagą fake news”)

Najczęściej o FAKE NEWS *Gazeta Wyborcza*



Frazy „postprawda” używano najczęściej w kontekście Brexitu i kampanii Donalda Trumpa:

- „Niektórzy mówią – wskazując także na przebieg kampanii przed wyborami prezydenckimi w Stanach Zjednoczonych – że żyjemy już w czasach post-prawdy lub post-zaufania. To niebezpieczny moment dla zachodnich demokracji”. (*Tygodnik Powszechny*, 06.07.2016, str. 36, „BREXIT: BEZ SZANS NA KROK WSTECZ”)
- „Po głosowaniu za Brexitem w Wielkiej Brytanii i wyborze Donalda Trumpa na kandydata republikanów w wyborach prezydenckich w USA. (...) Jedna z instytucji dziennikarskich policzyła, że taki Trump w 70% swoich wypowiedzi przedstawia nieprawdę lub przeinacza fakty – nie wydaje się jednak, żeby przeszkadzało mu to w kampanii. Raczej odwrotnie: to za bycie wbrew wszystkiemu wyborcy go nagradzają. Produkcja politycznych faktoidów zyskała na znaczeniu i skuteczności”. (*krytykapolityczna.pl*, 8.08.2016, „Dymek: Pozdrowienia ze świata postprawdy”)

- „Generalnie żyjemy dzisiaj w czasach postprawdy. Odpowiedzialni za to są głównie ludzie tworzący zafałszowane informacje w internecie. Jeżeli trafią one na podatny grunt, to wielu zarekomenduje je kolejnym osobom. Przeczyta je więc jeszcze więcej ludzi. Wtedy Google czy Facebook wypozycjonują takie info wyżej. I tym sposobem trafią do kolejnych użytkowników internetu. I tak się to kręci. Tak bardzo, że FB postanowił, że będzie weryfikował prawdziwość najbardziej popularnych wiadomości”. (*gazetaolsztynska.pl, 04.12.2016, „Postprawda czyli gównno prawda”*)

Natomiast fraza „fake news” najczęściej pojawiała się w prasie się w kontekście akcji Łukasza Jakóbiaka, który ogłosił całej Polsce, że został zaproszony do programu Ellen de Generes oraz przy okazji niedawnej reklamy Reserved. Bardzo dużo informacji dotyczyło charakterystyki zjawiska jakim jest „fake news”, decyzji Facebooka dotyczącej ograniczenia nieprawdziwych informacji oraz osób, które takie fałszywe wiadomości produkują:

- „Reklamowe fake newsy nie są niczym nowym, choć takie wrażenie robią. – Tego typu kampanie funkcjonują w Polsce od kilku, może nawet kilkunastu lat – tłumaczy Maciej Budzich z bloga Mediafun.pl zajmujący się mediami, reklamą i marketingiem. – Nie mam z tym problemu w przypadku takich akcji jak »Jakóbiak u Ellen«, gdzie wszystko jest projektem promującym Łukasza i ewentualne kontrowersje mogą zaszkodzić tylko jemu. Gorzej, gdy marki zachęcają ludzi do udzielenia pomocy, a później mówią, że to tylko taka gra. Internauci naprawdę chcieli pomóc Dee Dee znaleźć Wojtka”. (*Gazeta Wyborcza, 25.03.2017, str. 27, "Kto pomoże Dee Dee?"*)
- „Koniec końców, w obecnej sytuacji żadne skrajne rozwiązanie nie jest dobre. Utrzymanie status quo nie wchodzi w grę, bo »fake news« i tak już przesadnie się rozprzestrzeniły. Całkowite ich usunięcie z tablicy to wprawdzie jakieś rozwiązanie, ale balansuje (ależ ładne, delikatnie określenie, prawda?) ono na granicy tak niemile widzianej cenzury”. (*komputerswiat.pl, 19.12.2016, „Facebook 1984. Jakie ryzyko niesie walka z »fake newsami«?*”)
- „Paul Horner i Pawel Bogdanow* pewnie nigdy się nie spotkają – ale są ze sobą w przedziwny sposób związani. (...) Obaj wczuwają się w nastroje ponad 300 milionów Amerykanów i produkują tzw. fake news, czyli nieprawdziwe informacje, czytane przez setki tysięcy ludzi i rozpowszechniane na portalach społecznościowych. Jakie motywy kierują tymi dwoma mężczyznami? Nie robią tego dla żartu ani dla wspierania swoich politycznych idoli. Fake news to dla nich towar, który przynosi pieniądze. I to niemałe...” (*interia.pl, 07.03.2017, "Fake news - złoty interes na kłamstwie"*)

Rosnąca popularność terminu „fake news” i „postprawda” spowodowała, że swoją opinię na ten temat wygłaszali nie tylko politycy, czy komentatorzy rzeczywistości internetowej, ale także dziennikarze, językoznawcy i socjologowie. Według Charliego Becketta, eksperta rynku medialnego „zjawisko fake news może spowodować wzrost zainteresowania sprawdzonymi treściami i powrót do łask rzetelnej sztuki

dziennikarskiej”. Polscy wydawcy i dziennikarze są podzieleni w ocenie szans na zwycięstwo zawodowego dziennikarstwa nad „fake news”. W rozmowie z Wirtualnedia.pl jedni są umiarkowanymi optymistami, a dla innych teza Becketta jest „intelektualnie atrakcyjna, ale nieprawdziwa”:

- " (...) ocenia Monika Lech: - Zawsze byli lepsi i gorsi dziennikarze, lepsze i gorsze materiały. Zawsze były także tzw. fake newsy, tylko kiedyś nazywaliśmy je kłamstwami, plotkami, oszczerstwami lub po prostu głupotami. Dzisiaj - z powodu panoszenia się najróżniejszego rodzaju fałszywych informacji, półprawd i propagandy - nobilitowaliśmy to zjawisko, zapewne mimo woli, nazywając je fake news. Brzmi to nowocześnie, podobnie jak »postprawda«, choć mniej ironicznie niż »fakty alternatywne«. Ale tak naprawdę, pod wszystkimi tymi pojęciami kryją się od dawna znane mechanizmy - plotka i kłamstwo". (*wirtualnedia.pl, 25.03.2017, "Fake news mogą być szansą dla rzetelnego dziennikarstwa, ale potrzebna edukacja odbiorców"*)

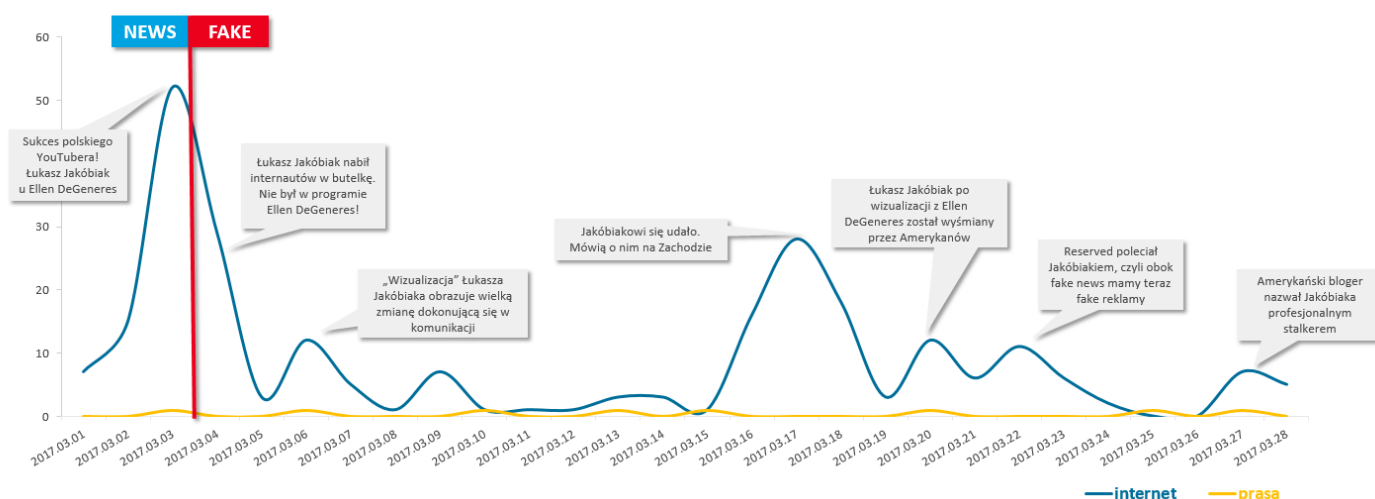
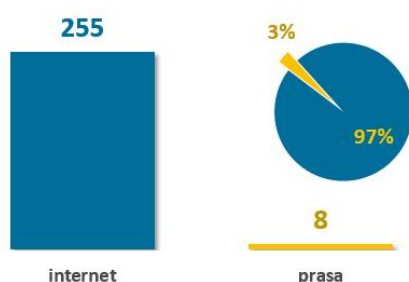
Sposób opisywania „fake newsów” i „postprawdy” w mediach ewoluował w ciągu roku (kwiecień 2016 – marzec 2017). Na początku wyjaśniano czym są te pojęcia, jaką mają etymologię, podawano kolejne przykłady, odwoływano się do historii (kiedy i w jakich sytuacjach używano tych terminów oraz jak kiedyś nazywano podobne zjawiska). Teraz media informują o tym, jak na ludzi oddziałują fałszywe informacje, w jaki sposób przyczyniają się do radykalizacji poglądów społeczeństwa, jaki wpływ mają na sztukę dziennikarską, na prawdziwość słowa pisanego oraz w jaki sposób radzą sobie z tym tematem inne kraje:

- „Dlatego Szwedzi będą się teraz uczyli je rozpoznawać od małego. Rozpoznawanie fake newsów ma być jednym z elementów szerszego planu zaznajamiania dzieci z technologią. (...) Szwedzi są ostatnio bardzo cięci na fałszywe wiadomości w związku z komentarzem Donalda Trumpa sprzed około miesiąca, który podczas jednego z wystąpień wspomniał o jakimś wywołanym rzekomo przez imigrantów zdarzeniu w Szwecji, podczas gdy nic takiego faktycznie nie miało miejsca”. (*geekweek.pl, 15.03.2017, „Szwedzkie dzieci będą uczyć się rozpoznawania fake newsów”*).

Najgłośniejszy FAKE NEWS ostatniego miesiąca - Jakóbiak u Ellen

„Łukasz Jakóbiak to sprawca największego zamieszania ostatniego weekendu. Popularny youtuber najpierw pokazał swoim fanom zdjęcia z wywiadu, jakiego miał udzielić słynnej amerykańskiej prezenterce Ellen DeGeneres, by chwilę później przyznać, że była to jednak wielka mistyfikacja. W wywiadzie dla INN:Poland Karolina Korwin-Piotrowska przekonuje, że akcja twórcy 20m2 to "fajna, motywująca historia" a jego najzacieklejszymi przeciwnikami są dzisiaj ci, którym w jakiś sposób zagroził. Czyli youtuberzy i media.” (*innpoland.pl, 06.03.2017, „Jakóbiak: wielki strateg czy "wiejski głupek"? Korwin-Piotrowska: wołę go 100 razy bardziej niż jego hejterów się rozpoznawania fake newsów”*).

263 publikacje w prasie i na portalach internetowych



Kontakt

NEWTON Media Sp. z o.o.

Data opracowana: 30.03.2017

T: +48 22 160 51 20

E: sales@newtonmedia.pl