

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



DZIECKO I MEDIA

Wpływ mediów masowych na odbiorców

Lech Stempel

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Data: 12 kwietnia 2021 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

1

Środki masowego przekazu



Środki masowego przekazu (mass media)

- środki społecznego komunikowania o szerokim zasięgu, czyli prasa, radio, telewizja, Internet, a w szerszym znaczeniu także film, plakat, kino, książka. Środki masowego przekazu to element kultury masowej.

Wikipedia

Środki masowego przekazu (media masowe)

- środki masowego komunikowania, urządzenia i instytucje, za pomocą których przesyłane są treści do bardzo licznej i zróżnicowanej publiczności; prasa, radio, telewizja, także film, książki, nagrania muzyczne, oraz tzw. nowe media: magnetowid, odtwarzacz DVD, nagrania filmowe (kasety, DVD), telegazeta, telewizja satelitarna, kablowa, gry komputerowe, Internet (komputer).

Wszystkie one tworzą podstawę systemu komunikowania w kulturze masowej i w wysokim stopniu określają jej charakter.


Encyklopedia PWN

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

2

Kierunki rozwoju mediów



„Media 1.0”

„Media 2.0”

„Media 3.0”

Świat analogowy Świat cyfrowy Świat sieci cyfrowych



- *Urządzenia stają się coraz bardziej wyspecjalizowane i zminiaturyzowane*
- *Dane przetrzymywane są w chmurze a nie w pamięci lokalnej*
- *Każde urządzenie jest połączone z siecią lub z innym urządzeniem*
- *Na „końcu” każdego urządzenia jest człowiek, który jest połączony z dowolną osobą na świecie*

https://issuu.com/media_trendy/docs/mediatrendy_dominikaznowski

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY
WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

3

Funkcje mediów



Media pełnią różne funkcje:

- funkcja informacyjna** – upowszechnianie wiadomości z różnych dziedzin życia publicznego
- funkcja opiniotwórcza** – wpływ na opinie swoich odbiorców
- funkcja ułatwiająca komunikację w społeczeństwie** – pomoc w przekazywaniu informacji pomiędzy jednostkami, grupami czy różnego rodzaju organizacjami
- funkcja kontrolna** – ocenianie np. pod względem moralnym poczynań polityków i instytucji publicznych
- funkcja interwencyjna** – reagowanie na niezgodne z prawem działania, dziennikarstwo śledcze
- funkcja dydaktyczna** – np. e-learning
- funkcja edukacyjna** – prezentowanie materiałów wzbogacających wiedzę
- funkcja ekonomiczna** – publikowanie reklam towarów lub usług
- funkcja integracyjna** – tworzenie wspólnot,
- funkcja rozrywkowa** – dostarczenie atrakcyjnej treści w celu rozbawienia lub zrelaksowania odbiorcy

<https://www.numo.pl/artykul/czym-sa-media-i-jakie-sa-ich-rodzaje-61615>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY
WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

4

Edukacja medialna



Information and Media Literacy - IML Informacje i umiejętność korzystania z mediów

- umożliwiają ludziom interpretowanie i dokonywanie świadomych osądów
- jako użytkownikom informacji i mediów.

Media literacy Edukacja medialna

- to kształtowanie umiejętności świadomego, krytycznego, odpowiedzialnego i selektywnego korzystania ze środków masowego przekazu, tworzenia i nadawania przekazów medialnych.

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIEBIEC

WWW.UNIwersYTET-DZIEBIEC.PL

5

„Wojna światów”



30 października 1938 roku, z okazji święta Halloween zostało wyemitowane słuchowisko „Wojna światów” - adaptacja radiowa opowieści H.G. Wellsa pod tym samym tytułem.

Przedstawienie to, w atmosferze napięcia społecznego i wzrostu poczucia zagrożenia poprzedzającego II wojnę światową, **zostało potraktowane przez radiosłuchaczy jako faktoid – rzeczywisty reportaż inwazji Marsjan na Ziemię**, który wzbudził panikę wśród wielu mieszkańców New Jersey.

Im więcej czasu mijało od dnia emisji, tym większa liczba osób twierdziła, że słuchała „doniesień o inwazji” na żywo i faktycznie była świadkiem paniki.

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIEBIEC

WWW.UNIwersYTET-DZIEBIEC.PL

6

Siła przekazu



Powszechnie uważa się, że indoktrynacja w mediach to najlepszy sposób oddziaływania na gusta i preferencje odbiorców.

Zbyt często ludzie bezkrytycznie i bezrefleksyjnie podchodzą do informacji, które dostarczane są za pośrednictwem mediów.

Wyspecjalizowana ekipa ludzi, tworząca strukturę telewizyjnych programów, dbając o wysoką oglądalność, często zapomina o ich merytorycznej wartości.



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

7

Kreowany obraz rzeczywistości



How the Media can manipulate our viewpoint

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

8

Kreowany obraz rzeczywistości



Twarze ludzi, którzy nie istnieją, zostały stworzone przez sztuczną inteligencję

Istnieje strona internetowa **"Ta osoba nie istnieje"**, na której przy każdorazowym odświeżeniu zobaczymy nową twarz osoby, która nie istnieje.



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

9

Kreowany obraz rzeczywistości



Prezenter wygenerowany komputerowo

W chińskiej telewizji pojawili się prezenterzy stworzeni dzięki sztucznej inteligencji. Zostali stworzeni w oparciu o prawdziwe postaci spikerów. Tworzeni komputerowo spikerzy mówią z taką samą intonacją, jak osoby, na których są wzorowani i prezentują również identyczną mowę ciała.



<https://businessinsider.com/pl/>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

10

Fake news



Fake news – fałszywa wiadomość, często o charakterze sensacyjnym, publikowana w mediach z intencją wprowadzenia odbiorcy w błąd.

Fałszywe wiadomości mogą być elementem dezinformacji.

Należy rozróżnić nieprawdziwe i wprowadzające w błąd fałszywe wiadomości od satyry lub parodii, która jest przeznaczona dla celów humorystycznych i nie ma na celu wprowadzenia w błąd odbiorców.

11

Fake news

26 Październik 2019

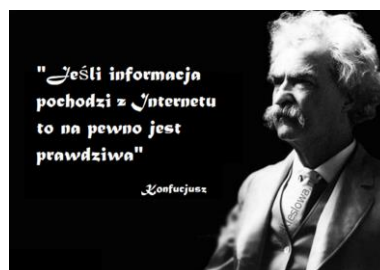


KOREA PÓŁNOCNA W RADZIE PRAW CZŁOWIEKA ONZ?

SZEREG MEDIÓW POMYLIŁ KRAJ Z KOREĄ POŁUDNIOWĄ

Korea Północna miała według szeregu polskich mediów zostać wybrana na członka Rady Praw Człowieka ONZ.

Sprawa wyjątkowo zainteresowała krajowych internautów głównie ze względu na fakt, iż swoją kadencję w organie rozpocznie wkrótce...



12

„Ważne by mówili”



„Nieważne, co o mnie mówią, ważne, żeby poprawnie pisali nazwisko”

Phineas Barnum

”Nieważne jak o tobie mówią, ważne by mówili”

Merylin Monroe

„Jest na świecie tylko jedna rzecz gorsza od tego, że o tobie rozmawiają i jest nią brak rozmów o tobie”

Oscar Wilde

„Rozgłos może być straszny, ale jedynie jeśli go nie ma”

Jane Russell

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

13

Internet



Social media marketing

(marketing w mediach społecznościowych)

– zjawisko polegające na zdobywaniu uwagi oraz generowaniu ruchu internetowego przy pomocy serwisów społecznościowych



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

14

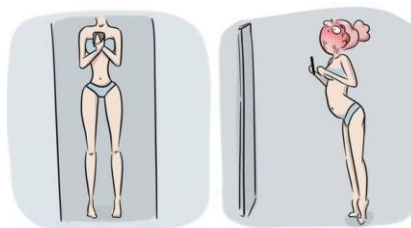
Social media



W social mediach nie chcemy pokazywać prawdziwego życia, lecz nasze oczekiwania/wyobrażenie tego, jakie ono powinno być.



SOCIAL MEDIA VS. REALITY



@eto.luz

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

15

Siła social mediów



Media społecznościowe mają ogromny wpływ na kształtowanie poglądów.

Funkcjonują w internecie i skupiające ogółem ponad 3,8 miliarda osób z całego świata, czyli **blisko połowę światowej populacji**.

Media te, funkcjonują niemal całkowicie poza kontrolą.

Na początku stycznia 2021 roku Facebook i Twitter wyeliminowały lub zablokowały konta niezgodne z ich linią ideologiczno-polityczną (w tym, na początku stycznia 2021, konto byłego prezydenta USA Donalda Trumpa)

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

16

Deepfake



Deepfake – technika obróbki obrazu, polegająca na łączeniu obrazów twarzy ludzkich przy użyciu technik sztucznej inteligencji. Technika stosowana jest do łączenia i nakładania obrazów nieruchomych i ruchomych na obrazy lub filmy źródłowe przy użyciu komputerowych systemów uczących się.



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

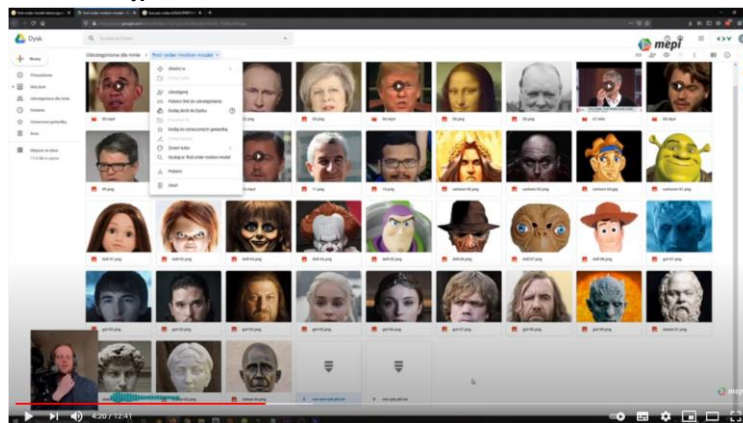
WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

17

Deepfake



Możliwość stworzenia animacji ze zmianą twarzy, staje się łatwo dostępna.



Jak zamienić twarz deepfake online krok po kroku [PL]

<https://www.youtube.com/watch?v=M YnRpzyhza0>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

18

Deepfake



Technologia, która ożywia twarze na archiwalnych zdjęciach i tworzy realistyczne filmy wysokiej jakości. Funkcja wykorzystuje kilka sterowników. Każdy sterownik to film, składający się z ustalonej sekwencji ruchów i gestów.



<https://www.myheritage.pl/deep-nostalgia>

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

19

Celebryta



Celebryta - osoba popularna, często pojawiająca się w środkach masowego przekazu

słownik języka polskiego sjp

Zgodnie z definicją sformułowaną przez Daniela Boorstina w 1961 roku

celebryt to osoba, która jest znana z tego, że jest znana



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

20



21

Media i szkoła

Kierunki nauczania w szkołach

Liceum/Technikum o profilu:

- „Social Media”
- „Specjalista ds. mediów społecznościowych”
- „Technik reklamy - grafika i media społecznościowe”
- „ Social Media Manager”

SOCIAL MEDIA I PR - kierunek studiów

EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY **WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL**

22

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcý



Dziękuję za uwagę

Lech Stempel

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Data: 12 kwietnia 2021 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL