

“Czy to tylko plotki?”  
- Najczęściej opowiadane historie o  
migrantach?”

**FAKTY**  
**MITY**

# KOMUNIKACJA

Z łaciny *commūnicāre*, oznacza „dzielić się” (Harper, Douglas. „Communication”. Online Etymology Dictionary. Retrieved 2013-06-23.)

Komunikacja jest aktem przekazywania określonych znaczeń przez osobę lub grupę do innych, poprzez użycie wzajemnie zrozumianych znaków i zasad semiotycznych lub znakowych.

Komunikacja obejmuje przekazywanie wiedzy i doświadczenia, udzielania porad i poleceń oraz zadawanie pytań. Działania te mogą przybierać różne formy, zależne od umiejętności komunikacji grupowej.

([https://en.wikipedia.org/wiki/Communication#cite\\_note-1](https://en.wikipedia.org/wiki/Communication#cite_note-1))

# Modele Komunikacji

Claude Shannon i Warren Weaver opisali prosty model, często nazywany modelem transmisji lub standardowym modelem komunikacji:

Informacja lub treść (np. informacja w języku ojczystym)



jest przesyłana w określonej formie (jako język używany)



od nadawcy/osoby kodującej



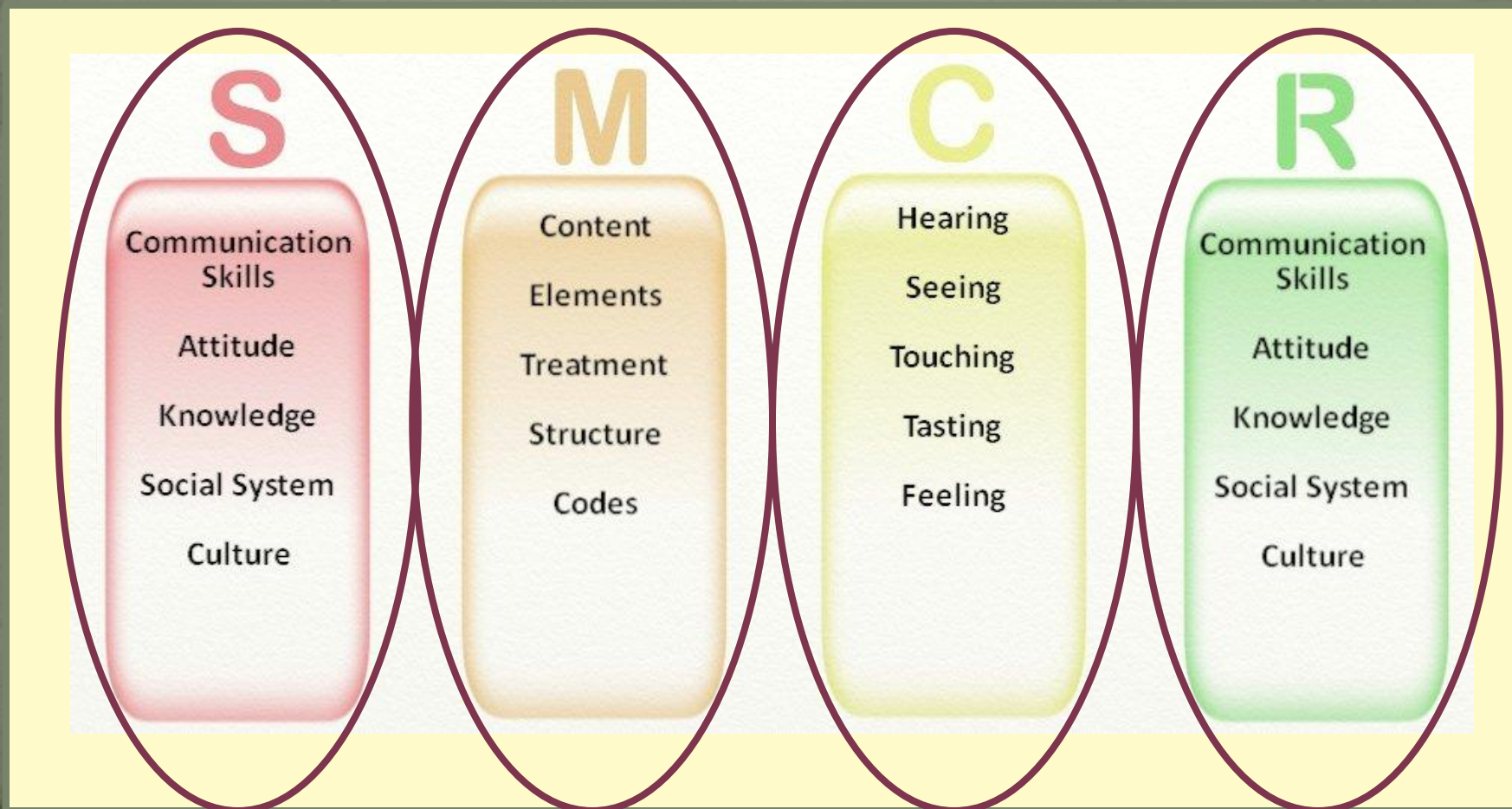
do odbiorcy/osoby dekodującej.

Ten prosty model opiera się na kilku elementach:

- Źródle informacji, które **wytwarza wiadomość**;
- **Przekazniku**, który koduje wiadomość w sygnał;
- **Kanale**, który przystosowuje sygnał do transmisji;
- Źródle dźwięku, które **zniekształca** sygnał podczas transmisji w kanale;
- Odbiorcy, który dekoduje (**odtwarza**) wiadomość z sygnału;
- Miejsca docelowego, gdzie **wiadomość dociera**.

# Model Komunikacji Berlo

W 1960, David Berlo opracował Model komunikacji SMCR (Skrót od: S (ang. Source) – źródło, M (ang. Message) – przekaz, C (ang. Channel) – kanał, R (ang. Receiver) – odbiorca :



# ELEMENTY DO ZBADANIA

Komunikacja jest zazwyczaj opisywana poprzez kilka głównych wymiarów, które musimy zbadać, kiedy się komunikujemy:

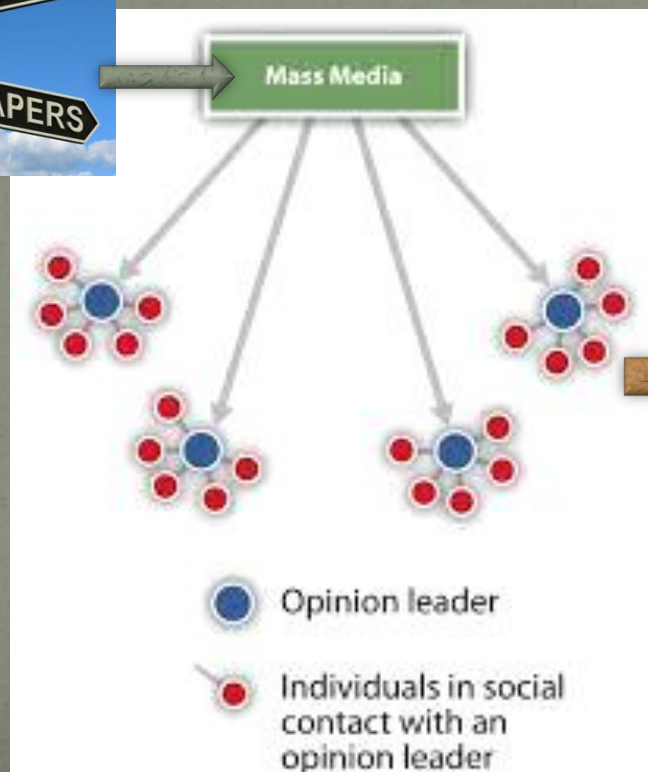
- **Wiadomość** (co jest komunikowane),
- **Źródło** / Nadawca (przez kogo),
- **Forma** (w jakiej formie),
- **Kanał** (przez jakie media),
- **Cel** / odbiorca/ grupa docelowa (do kogo). Celem może być inna osoba lub grupa osób, lub osoba prawna (np. korporacja).
- I, **Odbiorca i wpływ wiadomości** (pożądany i niepożądany) na cel.
- *(Wilbur Schram, 1954)*

@#()&!



amor!

# WSPÓŁCZESNY MODEL KOMUNIKACJI W DOBIE MEDIÓW INTERNETOWYCH I WIRUALNYCH MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH



# WSPÓŁCZESNE MITY I PLOTKI

**Współczesny mit** znany również jako **miejska legenda**, **popularna legenda**, **miejska opowieść**, **współczesna legenda** to historia odnosząca się do współczesnego folkloru; jest to rodzaj legendy lub popularnego przekonania, który jest przedstawiany jako faktyczne wydarzenia, które miały miejsce dzisiaj, pomimo że zawierają elementy nadprzyrodzone lub nieprawdopodobne.

Od końca XX wieku Internet znacząco przyczynił się do rozpowszechniania miejskich legend, zwłaszcza poprzez wirtualne sieci społecznościowe. Adaptacje tych legend w Internecie charakteryzują się dodawaniem min. zwrotów zawierających katastroficzne ostrzeżenia lub zbyt dramatyczne stwierdzenia, powołaniem się na wiarygodne źródła (media, siły państwowe itp.) i błaganiem o rozpowszechnianie informacji w celu ochrony większej ilości osób.



# WSPÓŁCZESNE MITY I PLOTKI

Cechy współczesnych mitów to :

- Są rozpowszechniane spontanicznie, jako prawda, a informacje docierają do opinii publicznej; w ten sposób fikcyjna historia staje się miejską legendą.
- Mogą być całkowicie nieprawdziwe lub, w niektórych przypadkach, częściowo prawdziwe.
- Krążą w Internecie, ale okazuje się, że nie jest dokładnie tak, jak powiedziano na początku.
- Mogą być inspirowane dowolnym źródłem, ale często zawierają element tajemnicy lub niezrozumienia.
- Rzadko można zlokalizować ich pochodzenie. Wiadomość może zostać podana przez kogoś na czacie, za pośrednictwem wiadomości e-mail, w oparciu o zdarzenia, których autor był świadkiem.
- Mają międzynarodowy charakter.
- Można znaleźć kilka opowieści o tej samej historii różniących się szczegółami, w zależności od ich lokalizacji.
- Opowiadane nabierają rozmachu i własnej logiki, stając się miejską legendą

(Marcel Danesi, Dictionary of Media and Communications, page 296, 2009).

# WSPÓŁCZESNE MITY I PLOTKI

**Plotki** są informacjami, których celem jest wzbudzenie wiary w nie. Przekazywane są zwykle ustnie, bez możliwości weryfikacji ich prawdziwości. Są to niepotwierdzone spekulacje, często dodające do oryginalnych wiadomości przesadzone elementy powodowane zazdrością, złośliwością lub urazą.

Plotki cechuje duża skuteczność informacji społecznej, ponieważ mają ogromny potencjał manipulacyjny, aby dostosować wizję świata, do własnej.

Wpływ plotek rzadko jest korzystny. W głównej mierze plotka osłabia związki, podsycą podejrzenia i wrogie uczucia. Jedną z wątpliwych rekompensat jest to, że podmioty lub "ofiary" plotek są na ogół ostatnimi, które o tym słyszą; chyba że sami zaczęli je rozpowszechniać.



Istnieją również plotki, których jedynym celem jest zabawa, niezależnie od ich możliwych negatywnych skutków. Niektóre z nich zaczynają się jako żart, nie mając szans na weryfikację jako fałszywych lub autentycznych. Jeśli przetrwają w czasie, ostatecznie stają się miejskimi legendami.

(<https://es.wikipedia.org/wiki/Rumor>)

# WSPÓŁCZESNE MITY I PLOTKI

## Cechy charakterystyczne plotek:

- Jest to nieoficjalna informacja, która zagraża systemowi komunikacji konkurenta lub wroga.
- Nie jest znane jej źródło, często jest ono jest niejednoznaczne, a przesłanie aktualne i niemożliwe do weryfikacji.
- Fałszywe informacje, błędy dziennikarskie, powodowane uprzedzeniami, manewrowanie informacjami, nawet jeśli są one negowane a posteriori, zawsze pozostawiają wątpliwości i powodują fałszywe spory.
- Znajduje się w centrum kontrowersji, w szczególności w mediach.
- Propaganda, gdy opiera się na historiach z życia, problemach globalnych.
- Żart, farsa, mistyfikacja, kiedy jeszcze się nie ujawnia.
- Narracja jest ważniejsza niż wiarygodność, ponieważ nie ma znaczenia, czy jest to prawda czy fałsz.
- Staje się wiralem.
- Nie wiadomo, kiedy i jak się skończą, ani jakie szkody mogą spowodować.

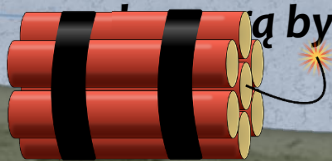
# WSPÓŁCZESNE MITY I PLOTKI

Miejskie legendy mają bardziej złożoną strukturę niż plotki i oszustwa. W przeciwieństwie do nich, legendy nie pretendują do dyskredytacji konkretnej osoby, ale odnoszą się do "problemu", który dotyka wielu osób.

Współczesne mity zazwyczaj opowiadają historie, które ostrzegają nas przed możliwymi niebezpieczeństwami, które mogą nas prześladować w naszym codziennym życiu. Często koncentrują się na przesłaniu lub moralności, jak to się dzieje w bajkach lub baśniach.

**" Podobnie jak ich wybuchowi kuzyni, plotki mogą być tworzone i rozsiewane przez prawie każdego. Wymagają ograniczonych zasobów, mogą być śmiertelne dla tych, którzy znajdują się na ich drodze. Mogą zaszczepiać strach."**

**Daniel Bernardi**



# ROZBRAJANIE PLOTEK

## VERIFIED INFORMATION

- Trusted sources
- Statistical data
- Academic theories
- Studies
- ...

## PERSONAL EXPERIENCES

- Close relatives
- Known people
- Documentary resources
- NGO's or associations
- ...

## INSTITUTIONAL EXPERIENCES

- Anti-rumor networks
- Formation
- Spaces for dialogue and meeting
- Reliable media
- ...

Podczas infekcji plotką trudno wybrać odpowiednie leczenie; dlatego należy zachować ostrożność, odwoływać się do wspólnego rozumienia, krytycznego myślenia, rozróżniać, co jest plotką i sprawdzić wiarygodność wiadomości przed udostępnieniem jej. Nie należy uczestniczyć w ich rozpowszechnianiu w sieciach społecznościowych ani przekazywaniu innym..

# Kiedy otrzymujesz informacje o osobie, której (dobrze) nie znasz , pamiętaj :

Ta historia z „Dialogów Sokratesa” odpowiada rzeczywistej rozmowie filozofa z przyjacielem:

„*Przyjaciół*: Czy wiesz Sokratesie, co właśnie usłyszałem o jednym z Twoich uczniów?

*Sokrates*: Najpierw przejdź test trzech filtrów. Pierwszym jest Prawda. Czy jesteś pewien, że to, co chcesz mi powiedzieć jest prawdą?

*Przyjaciół*: Właśnie się dowiedziałem i...

*Sokrates*: Więc nie wiesz, czy jest to prawda. Drugim jest filtr Dobroci. Czy chcesz mi powiedzieć coś dobrego o moim uczniu?

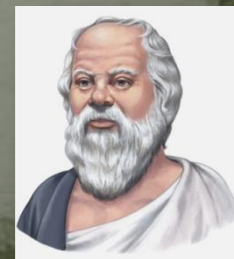
*Przyjaciół*: Wręcz przeciwnie.

*Sokrates*: Więc chcesz mi powiedzieć coś złego o nim, nie wiedząc, czy jest to prawda. Wciąż możesz jeszcze przejść trzeci filtr , jakim jest Użyteczność. Czy to, co zamierzasz mi powiedzieć będzie dla mnie użyteczne?

*Przyjaciół*: Nie bardzo.

*Sokrates*: Więc .... Jeśli to nie jest prawda, nie jest dobre, ani użyteczne...

Po co to mówić?”





# Ćwiczenie: Co za plotka!

---