

Spis treści

Rozdział pierwszy

Wstęp	13
1.1. Weryfikowalność, a nie prawda	13
1.2. Czy wierzyć mediom?	16
1.3. Fakty nie mają znaczenia	18
1.4. Cel uświęca środki	20
1.5. Filozofia i misja	22
1.6. Narzędzia medialne	23
1.7. Rzeczywistość wymieszana z fikcją	25
1.8. Metodologia i źródła	27

Rozdział drugi

Od brzegu do brzegu – zagadnienie prawdy w mediach	31
2.1. Przestrzeń definicyjna	31
2.2. Wykrywanie kłamstwa	34
2.3. Pomiędzy prawdą a fałszem	36
2.4. Prawda obiektywna czy medialna?	39
2.5. Czwarta władza	42
2.6. Era postprawdy	46

Rozdział trzeci

Opowieść medialna	51
3.1. Wszystko jest produktem	51
3.2. Polityka informacyjna	54
3.3. Szeroka kategoria	66
3.4. Ulotna natura newsa	71

Rozdział czwarty

<i>Fake news</i>	75
4.1. Próba definicji	75
4.2. Komponenty i rodzaje <i>fake newsa</i>	79
4.3. Fakty, których nie było	83
4.4. Internet źródłem informacji	85
4.5. Pogranicze etyczne	90

4.6. Emocjonalne podłoże <i>fake newsa</i>	93
4.7. Bańka informacyjna	97
4.8. Efekt komory pogłosowej	99
4.9. Spirala milczenia	101
4.10. Sztuczna inteligencja	103
4.11. Zjawisko klikbajtu	107

Rozdział piąty

Historia Niebieskiego Wieloryba	113
5.1. Wprowadzenie	113
5.2. Metodologia badań	115
5.3. Narodziny gry	118
5.4. Jak było naprawdę?	120
5.5. Polskie media o Niebieskim Wielorybie	124
5.6. Wyniki badań i wnioski	130
5.7. Perspektywa suicydologiczna	135
5.8. Globalny fake news	138
5.8.1. Arabia Saudyjska	138
5.8.2. Australia	140
5.8.3. Austria	141
5.8.4. Bangladesz	143
5.8.5. Brazylia	145
5.8.6. Bułgaria	147
5.8.7. Chiny	149
5.8.8. Egipt	150
5.8.9. Ekwador	152
5.8.10. Francja	154
5.8.11. Grecja	156
a. Zawartość materiałów medialnych	156
b. Gra Niebieski Wieloryb	158
5.8.12. Hiszpania	159
5.8.13. Honduras	161
5.8.14. Indie	162
5.8.15. Iran	164
5.8.16. Irlandia	166
5.8.17. Kanada	167
5.8.18. Kazachstan	169
5.8.19. Kenia	171
5.8.20. Litwa	173
5.8.21. Malezja	175
5.8.22. Meksyk	176

5.8.23. Mołdawia	178
5.8.24. Mongolia	179
5.8.25. Niemcy	181
5.8.26. Peru	182
5.8.27. Portugalia	184
5.8.28. Rosja	186
5.8.29. Stany Zjednoczone	188
5.8.30. Wielka Brytania	190
5.9. Wyniki badań	191
5.10. Wnioski	197

Rozdział szósty

Dziennikarstwo w obliczu <i>fake newsa</i>	203
6.1. Świadomość zjawiska	203
6.2. Metodologia	206
6.3. Polscy dziennikarze wobec zjawiska <i>fake newsa</i>	207
Zakończenie	219
Aneks	229
Streszczenie w języku angielskim	235
Bibliografia	243
Wykaz rysunków	265
Wykaz tabel	266
Wykaz wykresów	267
Wykaz zdjęć	268