

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Manipulacja w mediach – perswazja w reklamie

dr Anna Rogala

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

13.05.2024 r.

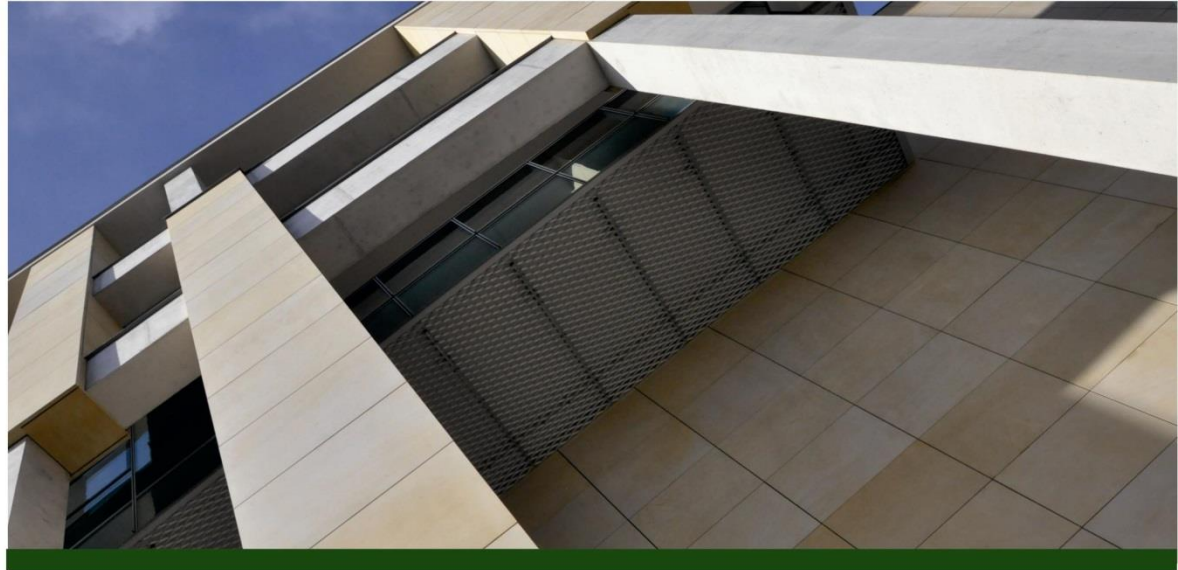
Organizatorzy



UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU



UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU



Czyli... biały, czarny i wszystkie  
odcienie szarości

# Plan prezentacji

- Różnice (i podobieństwa) między manipulacją i perswazją
- Manipulacja w przestrzeni medialnej
  - Fakty versus opinie?
  - Fake newsy i walka z nimi
  - Media społecznościowe jako promotorzy hejtu?
- Perswazja w reklamie
  - Komunikowanie perswazyjne i rodzaje perswazji w reklamie
  - Reguły wpływu społecznego
  - Sposoby budowania przekazu
  - Emocje w przekazie

# Manipulacja

- Z łac. manipulatio – **podstęp**, manewr
- Planowe i celowe działanie **wywierania wpływu na inną osobę** w taki sposób, aby **nie zdawała sobie sprawy z tego**, że podlega jakimkolwiek oddziaływaniom, bądź by nie była świadoma siły lub konsekwencji tych oddziaływań (Jarmuła, 2006)
- **Dezinformacja i pomijanie informacji istotnych** z punktu widzenia odbiorcy (często przekłamania)
- Odbiorca **nie zdaje sobie sprawy na temat różnic** między obrazem sytuacji przekazanym przez media a rzeczywistą sytuacją

# Perswazja

- Z łac. persuadere – nakłaniać, zachęcać
- Przekonywanie i nakłanianie do czegoś **za pomocą argumentów**, które mają potwierdzić słuszność prezentowanych poglądów
- Wezwanie do podjęcia jakiegoś działania, zajęcia określonego stanowiska, uformowania pożądaney oceny itp.

# Manipulacja a perswazja

- Używanie zamienne – błędne!
- Perswazja → umiejętność nakłaniania ludzi do oczekiwanych przez nas zachowań, odbiorca jest świadomy tego, że ktoś próbuje wywierać na niego wpływ, więc posiada wolność wyboru, obie strony komunikatu odnoszą korzyści
- Manipulacja → celowe, skryte działanie, narzucające jednostce, społeczeństwu, grupie ludzi zafałszowany obraz pewnej rzeczywistości. Nie ma na względzie dobra odbiorców a jej celem jest uzyskanie korzyści dla manipulatora

Debczyńska, P., & Rollnik-Sadowska, E. (2021). Manipulacja i perswazja w reklamie skierowanej do dzieci i młodzieży. Akademia Zarządzania, 5, 8–31.

# PERSWAZJA

działanie jawne

uczciwe intencje nadawcy

nastawienie na spełnianie  
celów nadawcy bez  
nacisku na odbiorcę

# MANIPULACJA

działanie niejawne

nieuczciwe intencji nadawcy

traktowanie odbiorcy jako  
narzędzia do osiągnięcia  
własnych celów

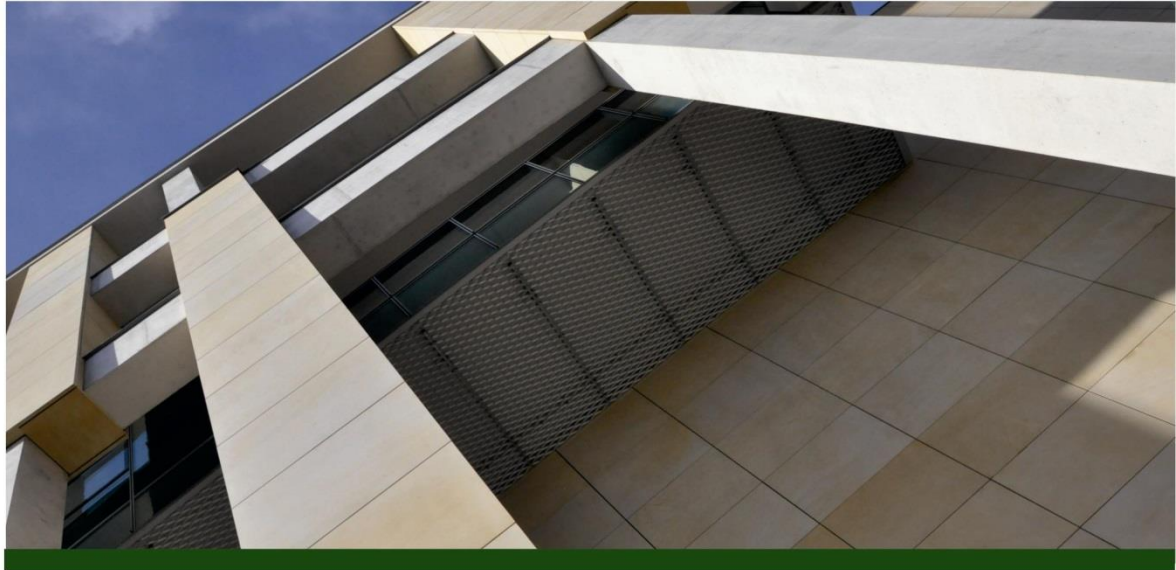
<https://marcinskiba.pl/pisanie-perswazyjne-sprawdzone-techniki/>

# PROBLEM

Rozpoznanie, czy komunikat jest manipulacją  
czy perswazją zależy coraz częściej  
jedynie od subiektywnych odczuć obserwatora  
(zgodność z poglądami, kodeksem moralnym)



UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU



# Manipulacja w mediach

# Techniki manipulatorskie

- Zniekształcanie informacji
- Zafałszowanie informacji
- Przemilczanie źródła przekazu
- Zatajanie źródła przekazu

# Dlaczego liczą się fakty a nie opinie?

## Fakty (stwierdzenia faktów)

- Obiektywne
- Dowiedzione

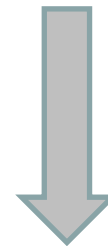
Fakt nie musi być zbieżny  
z obiektywną prawdą, bo dowody na  
jego poparcie mogą być fałszywe  
lub nieprawdziwe



## Opinie (stwierdzenia opinii)

- Subiektywne
- niesprawdzone

Opinia może stać się faktem,  
jeśli zyska oparcie w dowodach



**Binarny podział na fakty i opinie jest wadliwy**



**FAKT**

Szczenię cocker-spaniela  
w trawie

**OPINIA**

Śliczny  
szczeniaczek!

# Korzyści z rozróżniania faktów i opinii

- ✓ Większa sprawność w ocenie jakości informacji
- ✓ Zdolność rozpoznawania niekompetencji u rozmówcy
- ✓ Sprawność w eliminowaniu niepotrzebnych informacji
- ✓ Wyższa odporność na manipulację

# Czym jest fake news?

- Wiadomość, informacja, która ma za zadanie wprowadzić odbiorcę w błąd
- **Zabieg manipulowania faktami**, chętnie stosowany przez dziennikarzy, których celem jest **jak największe zainteresowanie tematem**, a nie zgodność treści publikacji z rzeczywistością ([www.sjp.pwn.pl](http://www.sjp.pwn.pl))
- **Oksymoron?**  
Zestawianie słów „fałszywe” i „wiadomości” podważa wiarygodność informacji → w sprzeczności z ideą dziennikarstwa

# Czym jest fake news?

- Według Press ([www.press.pl](http://www.press.pl)):
  - wiadomość lub propaganda oparta na dezinformacji celowej lub nieintencjonalnej,
  - rozpowszechniana przez tradycyjne media drukowane i elektroniczne lub internetowe i media społecznościowe,
  - często pisana z intencją oszustwa, żeby zaszkodzić instytucji lub osobie, przynieść zyski polityczne lub finansowe,
  - z sensacyjnymi, przesadzonymi lub fałszywymi nagłówkami, które mają przyciągnąć uwagę.

# Fake newsy w opinii odbiorców

[www.digitalnewsreport.org](http://www.digitalnewsreport.org)

- **Satyra** – niepostrzegane jako newsy, parodia, treści humorystyczne, żarty
- **Dziennikarstwo tabloidowe** – treści płytkie, niestosowne, sensacyjne
- **Propaganda** – przekazy partyjne, kłamstwa polityczne, związane z kreowaniem wizerunku
- **Reklamy** – treści sponsorowane, reklamy na stronach www, linki sprzedażowe
- **Fałszywe wiadomości** – niepostrzegane jako newsy, treści sfabrykowane dla zysku lub w celach politycznych, szkodliwe plotki i pomówienia

# Fake newsy a marketing

- Fake news jako świadoma implementacja kłamstwa w przestrzeni publicznej
- **Harari łączy fake news z reklamą** → nieprawdziwe informacje często fundamentem działań biznesowych
- Coca-Cola buduje swoją markę na skojarzeniu napoju gazowanego z młodością, sprawnością i radością, w rzeczywistości picie Coli przyczynia się do cukrzycy i chorób serca



[https://twitter.com/harari\\_yuval](https://twitter.com/harari_yuval)

Yuval Harari, 2018, 21 lekcji na XXI wiek

Czym manipuluje się w mediach?

# Manipulacja tytułami – ach te clickbaity!

praktyka polegająca na przyciąganiu uwagi odbiorców za pomocą specjalnych tytułów



**Dalej już nie mogli. Rozstanie w  
teamie Świątek. Oto co  
przesądziło**

[www.onet.pl](http://www.onet.pl)



**Szymon Hołownia sprzeciwia się pomysłowi  
Donaldza Tuska. "Polacy nie potrzebują teatru"**

[www.onet.pl](http://www.onet.pl)



**Cichopek i Kurzajewski  
pokazali zdjęcie z wesela.  
Gratulacje z całej Polski**

[www.interia.pl](http://www.interia.pl)



**Syn Rutkowskich dostał dwa  
samochody na komunię. A tyle  
było w kopertach**

[www.interia.pl](http://www.interia.pl)



**Szokujący wzrost cen. Takiej  
drożyzny Polacy jeszcze nie  
widzieli**

[www.fakt.pl](http://www.fakt.pl)

# CLICKBAITY

## DOBRE



- „Sprawdź, jak skutecznie oszczędzać pieniądze”
- „5 faktów o wodzie, które zachęcą Cię do jej regularnego spożywania”
- „Nie uwierzysz, co robiła (imię i nazwisko znanej osoby) za młodu!”

## ZŁE



- „Zobacz, jak stać się milionerem w 1 dzień!”
- „Schudnij 5 kg w 7 dni”
- „Sprawdź, co zrobić, aby Twoja strona znalazła się w TOP 3 w ciągu 7 dni”

<https://efectownia.pl/clickbaity-czyli-sposob-na-zarabianie-duzych-pieniedzy-przyklady/>

# Manipulacja obrazami – czy widzę to, co widzę?



<https://www.swiatobrazu.pl/media-manipulacje-fotografia-sposoby.html>

# Manipulacja obrazami – czy widzę to, co widzę?



<https://www.swiatobrazu.pl/media-manipulacje-fotografia-sposoby.html>

# Manipulacja obrazami – czy widzę to, co widzę?



<https://www.swiatobrazu.pl/media-manipulacje-fotografia-sposoby.html>

# Manipulacja obrazami – czy widzę to, co widzę?



<https://www.swiatobrazu.pl/media-manipulacje-fotografia-sposoby.html>

# Manipulacja obrazami – czy widzę to, co widzę?



<https://www.swiatobrazu.pl/media-manipulacje-fotografia-sposoby.html>

# Manipulacja obrazami – czy widzę to, co widzę?



<https://www.swiatobrazu.pl/media-manipulacje-fotografia-sposoby.html>

Jak się bronić?

# Korzystanie z różnych źródeł informacji



© MACIEJ WINIAREK

<https://www.toc.edu.pl/myslenie-krytyczne/co-to-jest/>

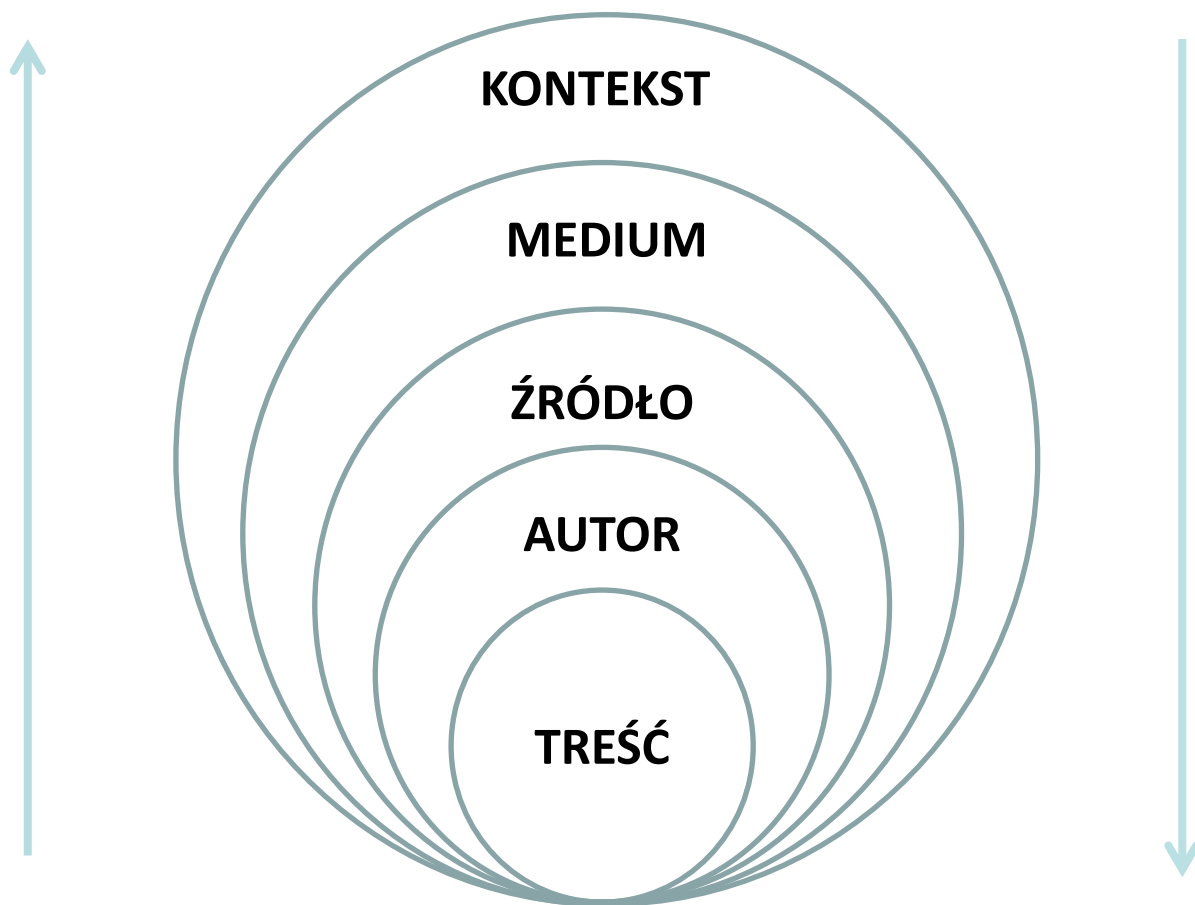
# Zadanie domowe dla chętnych ;-)

Prześledź jak ta sama informacja została przedstawiona w różnych mediach.

Zwróć uwagę na tytuł, język wypowiedzi, pojawiające się w tekście przymiotniki.

Ile w poszczególnych treściach faktów a ile opinii?

# Krytyczna warstwowa analiza przekazu



**FAJNIE, ŻE  
WIESZ!**

# NIE DAJ SIĘ WKRĘCIĆ W FAKE NEWSY!

Zagraj w edukacyjną grę przygotowaną przez zespół  
Demagog.org.pl i uodpornij się na fake newsy

**WYBIERZ ULUBIONĄ TEMATYKĘ  
TREŚCI, KTÓRE POKAZĄ SIĘ W  
QUIZIE**



Wiedza ogólna



Rozrywka



Zdrowie



Nauka



Polityka



Szczepienia  
dzieci



Unia Europejska

**DALEJ**

<https://fajniezewiesz.pl/>



# BAD NEWS

ZŁAM

ZASŁOŃ

ZNISZCZ

Od fałszywych wiadomości do chaosu.

Ile w Tobie zła? Zdobądź

najwięcej obserwujących.

OSZUKAJ

UDERZ

FAŁSZUJ

PRZEKRĘĆ

SKŁAM

ZAKŁAM

ROZPOCZNIJ

<https://www.getbadnews.com/pl>

POLUBIENIA

0

WIARYGODNOŚĆ

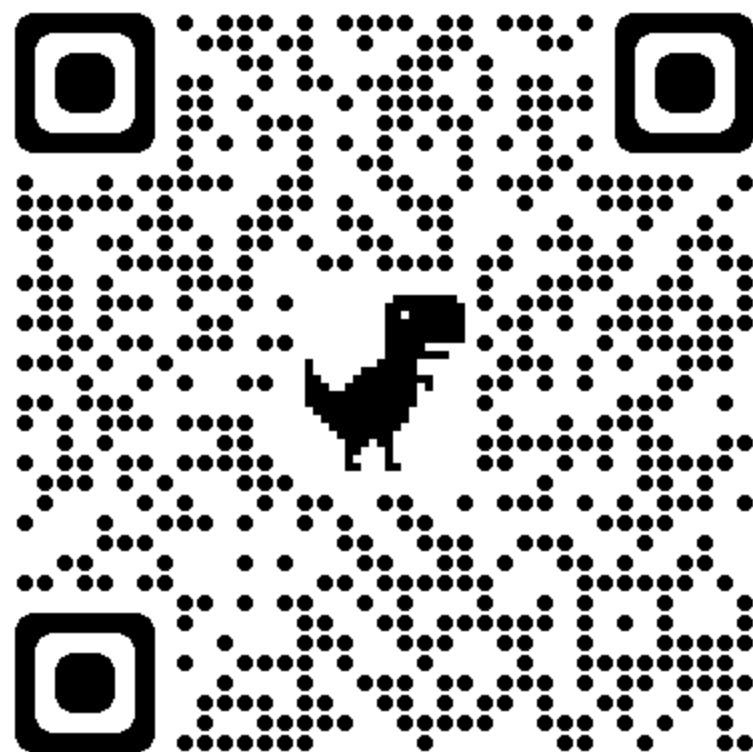


Cześć! Fajnie Cię widzieć.

Pomożemy Ci stać się królem fejków  
i dezinformacji.

No, nieźle!

<https://www.getbadnews.com/pl>



Jamie Bartlett

# LUDZIE PRZECIW TECHNOLOGII

Jak Internet zabija  
demokrację

(i jak ją możemy ocalić)

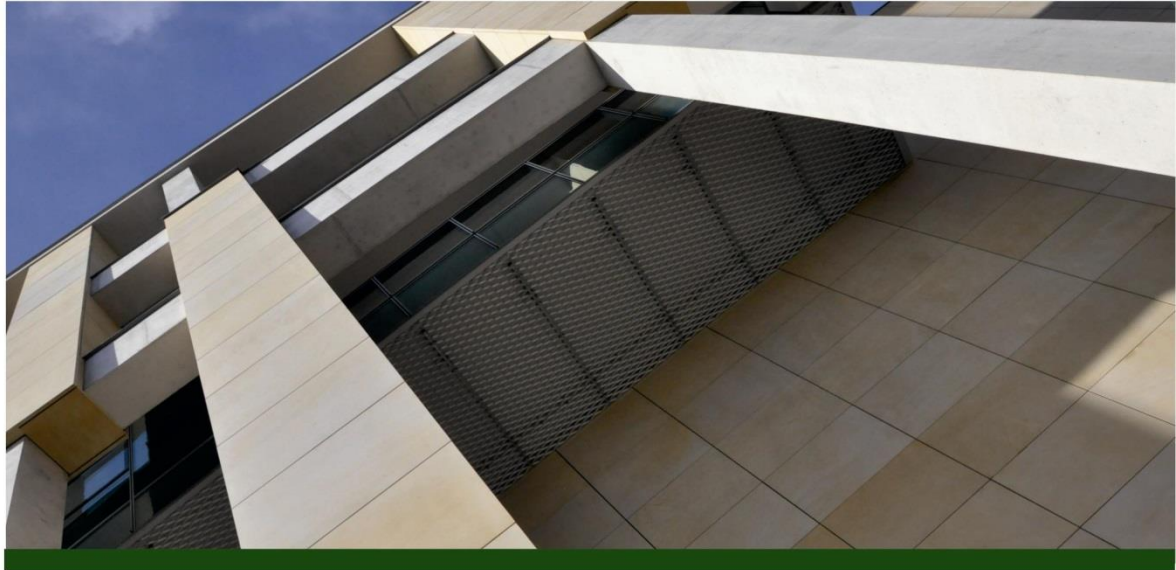


post  
FACTUM

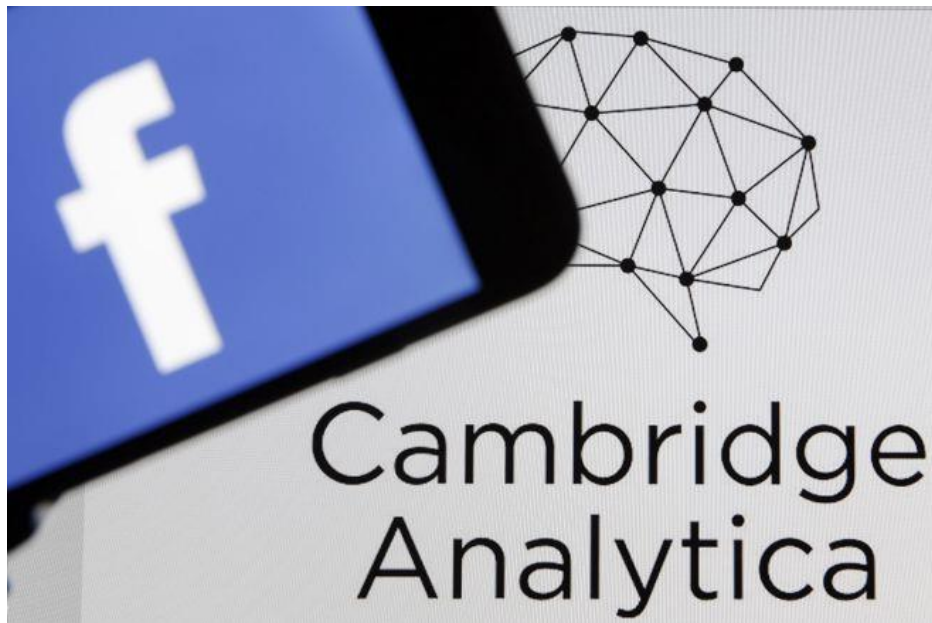
<https://lubimyczytac.pl/ksiazka/4870518/ludzie-przeciw-technologii-jak-internet-zabija-demokracje-i-jak-ja-mozemy-ocalic>



UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU



# Media społecznościowe – szczególne manipulacyjne zagrożenie dla młodych ludzi



<https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/cambridge-analityca-zmienila-nazwe-na-emerdata>

- Cambridge Analytica prowadziła działania na rzecz kampanii prezydenckiej Donalda Trumpa w 2016 r.
- Uzyskała od Facebooka dostęp do danych osobowych z 87 mln kont w celu profilowania wyborców i targetowania przekazu

<https://businessinsider.com.pl/wiadomosci/facebook-zaplaci-725-mln-dol-final-afery-cambridge-analytica/jt47k49>

# Facebook promotorem hejtu?

# Facebook promotorem hejtu?

- **Wrzesień 2021 r.** – cykl artykułów w the „Wall Street Journal”, w których ujawniono, że zarządzający portalem społecznościowym wiedzieli np. o negatywnym wpływie przeglądania Instagrama na zdrowie psychiczne nastolatek
- **Październik 2021 r.** – Francis Haugen opowiada o kontrowersyjnych działaniach swojego dawnego pracodawcy



# Facebook promotorem hejtu?

- Facebook promuje treści prowadzące do podziałów, co „jest przyczyną **konfliktu interesów między dobrem społeczeństwa a dobrem firmy**”
- Przyczyną nieustannych problemów serwisu z dezinformacją → zmiany w algorytmach z 2018 r. **promujące treści o największej zdolności do zwiększenia zaangażowania użytkowników (nienawistne, prowadzące do podziałów i polaryzacji)**



# Facebook promotorem hejtu?

- Październik 2023 r. → grupa prokuratorów generalnych z 41 stanów USA rozpoczęła wspólne postępowanie przeciwko koncernowi Meta
- Zarzut: niszczenie zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży, naruszenie prawa do prywatności dzieci i młodzieży (przechowywanie i wykorzystywanie danych bez zgody rodziców)



# Problemy TikToka

- Możliwy zakaz TikToka w USA i wycofanie ze sklepów z aplikacjami
- TikTok został już zakazany na wielu kampusach uniwersyteckich, w biurach politycznych i poszczególnych stanach w Ameryce
- W 2020 r. Indie zakazały używania aplikacji po fali niebezpiecznych wyzwań, które doprowadziły do śmierci użytkowników
- W Chinach dostępny odpowiednik Douyin (użytkownicy **poniżej 14. roku życia mogą korzystać z aplikacji tylko 40 minut dziennie, tylko między godzinami 6.00 a 22.00. Dostęp jedynie do treści bezpiecznych dla dzieci**)

[https://demagog.org.pl/analizy\\_i\\_raporty/tiktok-i-douyin-w-jednym-stali-domu-czy-aplikacje-sie-roznia/](https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/tiktok-i-douyin-w-jednym-stali-domu-czy-aplikacje-sie-roznia/)



<https://logowik.com/content/uploads/images/tiktok.jpg>



Foto: Anna Moneymaker/GETTY IMAGES NORTH AMERICA/Getty Images via AFP

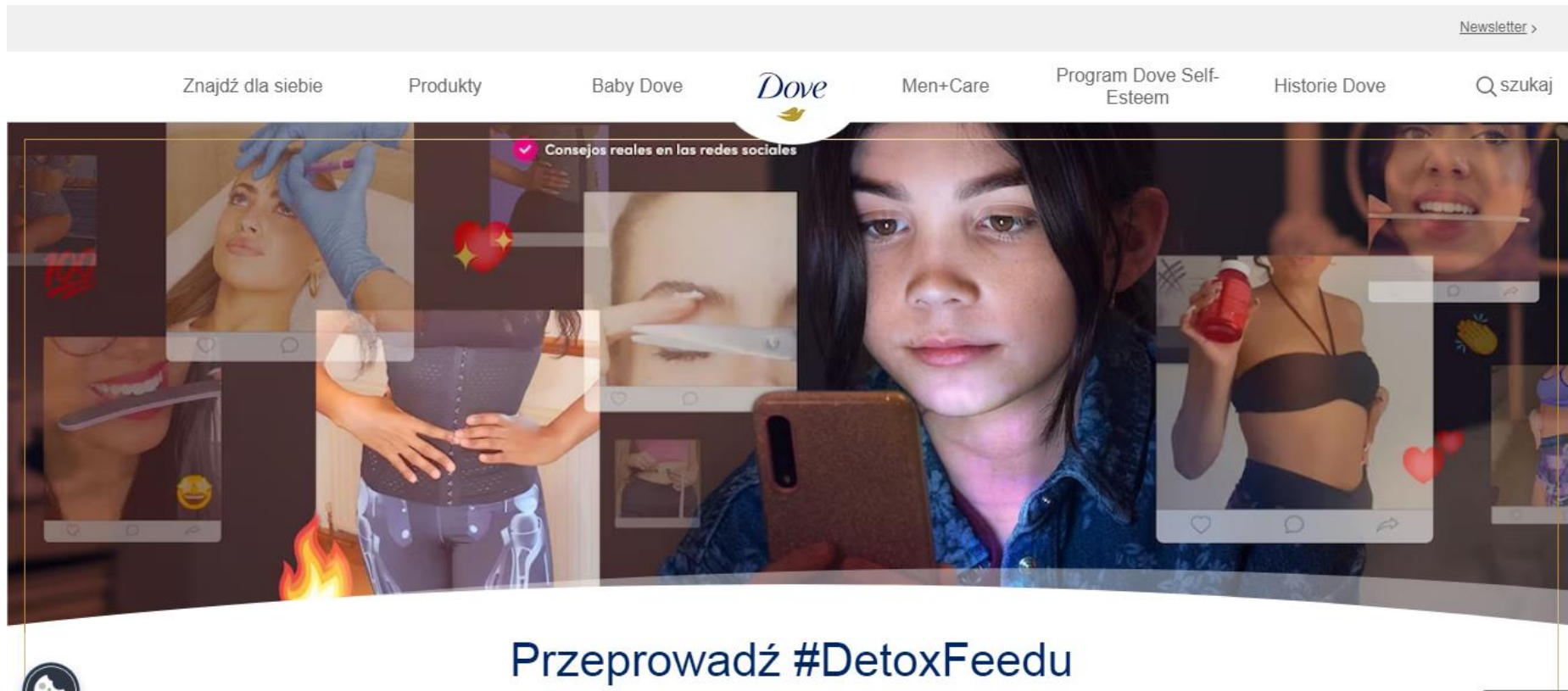
# Detox Feedu (Dove)

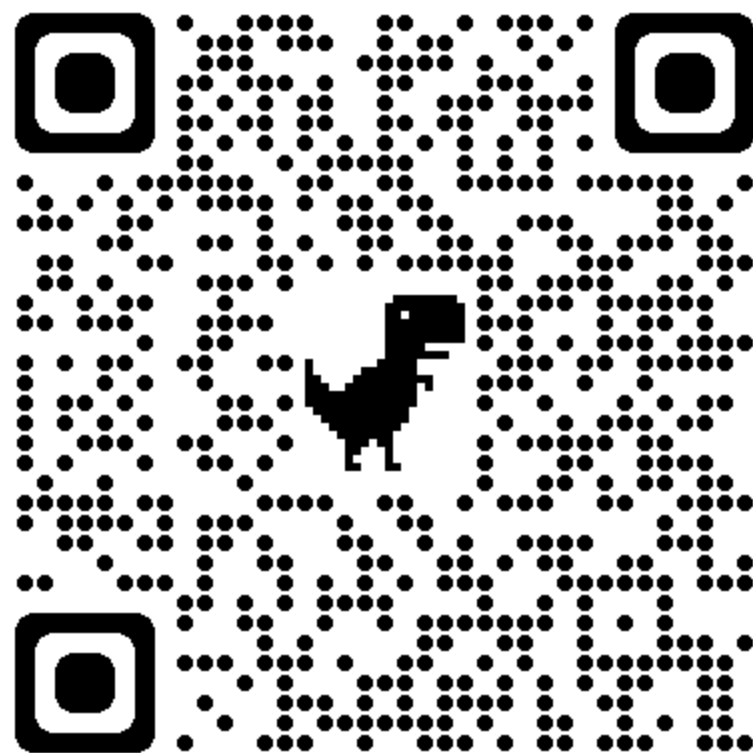
- Co druga nastolatka czuje, że nie może sprostać standardom piękna, które widzi w mediach społecznościowych\*
- 6 na 10 dziewczyn poczuło się lepiej po tym, jak przestały obserwować toksyczne porady w mediach społecznościowych\*\*
- #DetoxFeedu z programem Dove Self-Esteem (dyskusja rodziców i nastolatek na temat toksycznych porad w MS)

\*Źródło: Ipsos Polska Sp. z o.o. dla Unilever Polska „Toksyczne porady w mediach społecznościowych” Listopad 2022, n=143 dziewczynek w wieku 14-17lat

\*\*Pytanie do nastolatek, które przestały obserwować konta, które sprawiały, że czuły się mniej pewne siebie, Ipsos Polska Sp. z o.o. dla Unilever Polska „Toksyczne porady w mediach społecznościowych” Listopad 2022

# Dove – Detox Feedu (2022)



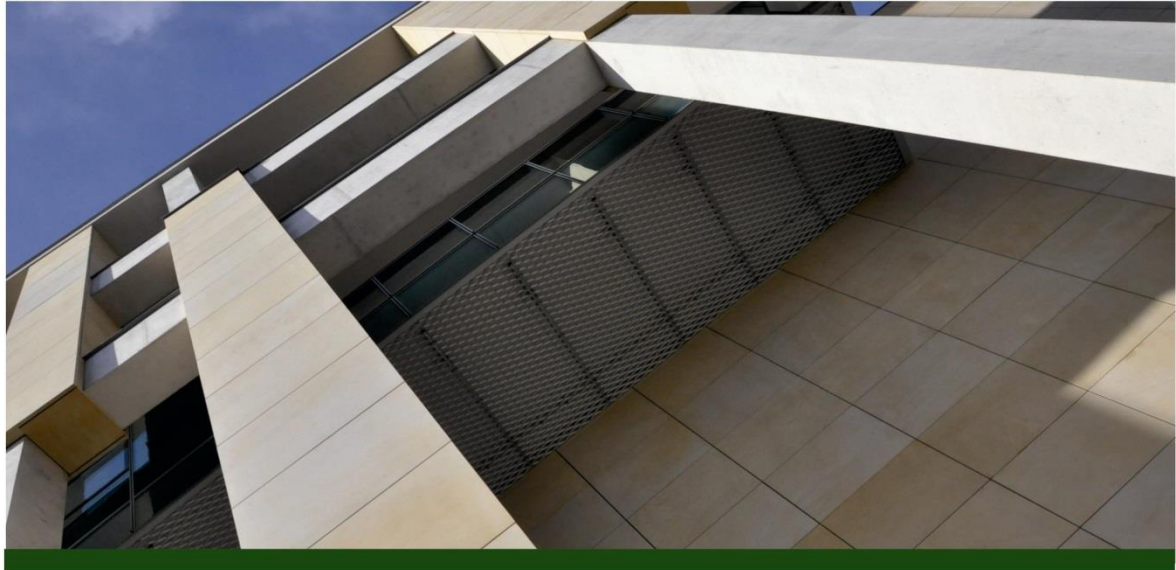


# Uniqua – Szkoda życia na hejt (2023)





UNIWERSYTET  
EKONOMICZNY  
W POZNANIU



# Perswazja w reklamie

# Komunikowanie perswazyjne

- Proces wpływania na osobę przez symbole werbalne i niewerbalne
- Typy perswazji:
  - **perswazja pobudzająca** – kontrowersyjna, polegająca na agitacji, czyli zjednywaniu do jakiejś sprawy. Służy realizacji własnych celów i intencji;
  - **perswazja przekonująca** – obie strony procesu dążą do wzajemnego porozumienia kosztem odstąpienia od swoich pierwotnych przekonań (w części lub całości). Najbardziej etyczna;
  - **perswazja nakłaniająca** – propaganda, celem przyciągnięcie odbiorcy do komunikatu nadawcy i uświadomienie mu jego idei, postaw i zachowań.
- Komunikowanie perswazyjne **stosowane w reklamie, bo jej głównym celem jest nakłonienie odbiorcy do kupna produktu lub usługi**

# Typy reklam

- **Reklama komercyjna** – zachęca do zakupu produktu lub skorzystania z usługi
- **Reklama społeczna** – przekonuje do określonej idei i zachęca do zmiany światopoglądu
- **Reklama polityczna** – przekonuje do poparcia partii lub polityka

# Techniki perswazyjne stosowane w reklamie

- Oddziaływanie na emocje odbiorcy
- Przedstawianie korzyści
- Porównywanie efektów działania produktów
- Bezpośrednie zwroty do odbiorcy
- Słownictwo nakłaniające, przymiotniki i przysłówki wartościujące
- Posługiwanie się niedopowiedzeniami

# Wpływ społeczny w reklamie

- **Robert Cialdini** – sześć reguł psychologicznych mechanizmów wywierania wpływu na ludzi w procesie komunikacji społecznej (**uznawane za techniki perswazji**)
- Wykorzystanie reguł wpływu społecznego ma spowodować zmiany w sferze poznawczej, emocjonalnej i behawioralnej konsumenta (wpływ może być pozytywny lub negatywny)

# Reguły wpływu społecznego (R. Cialdini)

- **Reguła wzajemności\*** – od człowieka, który otrzymał coś od kogoś, wymaga się odwzajemnienia w podobny sposób
- **Reguła zaangażowania i konsekwencji\*** – polega na wywołaniu u klienta zaangażowania, ponieważ jest on wtedy bardziej skłonny do dalszej konsumpcji
- **Reguła społecznego dowodu słuszności** – ludzie podejmują decyzje w oparciu o to, co myślą i jak zachowują się inni
- **Reguła lubienia i sympatii** – łatwiej ulegamy ludziom, których lubimy, a skuteczność tej reguły dodatkowo podwyższa atrakcyjność fizyczna osoby
- **Reguła autorytetu\*** – ludzie wykazują tendencję do słuchania autorytetów lub ludzi, którzy sprawiają wrażenie autorytetów
- **Reguła niedostępności** – ludzie bardziej pragną produktów, do których mają ograniczony dostęp

# Sposoby budowania przekazu reklamowego

- Podawanie cech i zastosowań produktu
- Porównywanie z konkurencją
- Rekomendacje (zwykli użytkownicy, znane osoby, eksperci)
- Przyłączanie się do większości
- Humor
- Połączenie różnych sposobów

# Biedronka kontra Lidl



**PO NAJTAŃSZY KOSZYK  
ZAKUPÓW W STYCZNIU  
DO BIEDRONKI IDĘ!**

**KOSZYK W STYCZNIU JEST  
NAJTAŃSZY W BIEDRONCE**

**W 2023 ROKU**



**TAŃSZY NIŻ**  **Biedronka**

na co wskazują jednoznacznie łączne wyniki koszyków

**Fakt**

i niezależnych badań



**SPRAWDŹ**



<https://subiektywnieofinansach.pl/lidl-czy-biedronka-dyskonty-rozkrecaja-wojne-reklamowa-lidl-mowi-jestesmy-najtansi-a-biedronka-odpowiada-trzeba-umiec-liczyc-to-my-jestesmy-najtansi-kto-ma-lepsze-argument/>

# Dafi & Joanna Krupa



<https://www.press.pl/tresc/75530,joanna-krupa-ambasadorka-marki-dafi>

# #wPodlaskiemJeżdżęzKaskiem



# Posterisan



**Fachowiec od tyłu**

**Posterisan®**  
na hemoroidy

Przed użyciem zapoznaj się z ulotką, która zawiera wskazania, przeciwwskazania, dane dotyczące działań niepożądanych i dawkowanie oraz informacje dotyczące stosowania produktu leczniczego, bądź skonsultuj się z lekarzem lub farmaceutą, gdyż każdy lek niewłaściwie stosowany zagraża Twojemu życiu lub zdrowiu.

<https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/posterisan-promuje-sie-jako-fachowiec-od-tylu>



<https://marketingprzykawie.pl/espresso/inwazja-hemoroidow-billboardach-posterisanu/>

# Radio Eska



**eska.pl numerem 1**  
wśród serwisów radiowych!

 [www.eska.pl](http://www.eska.pl) 

**8,6 mln RU**  
(wzrost o +28% r/r)



Mediapanel, Gemius/PBI, 10.2023

<https://oferta.grupazpr.pl/>

# Emocje w reklamie

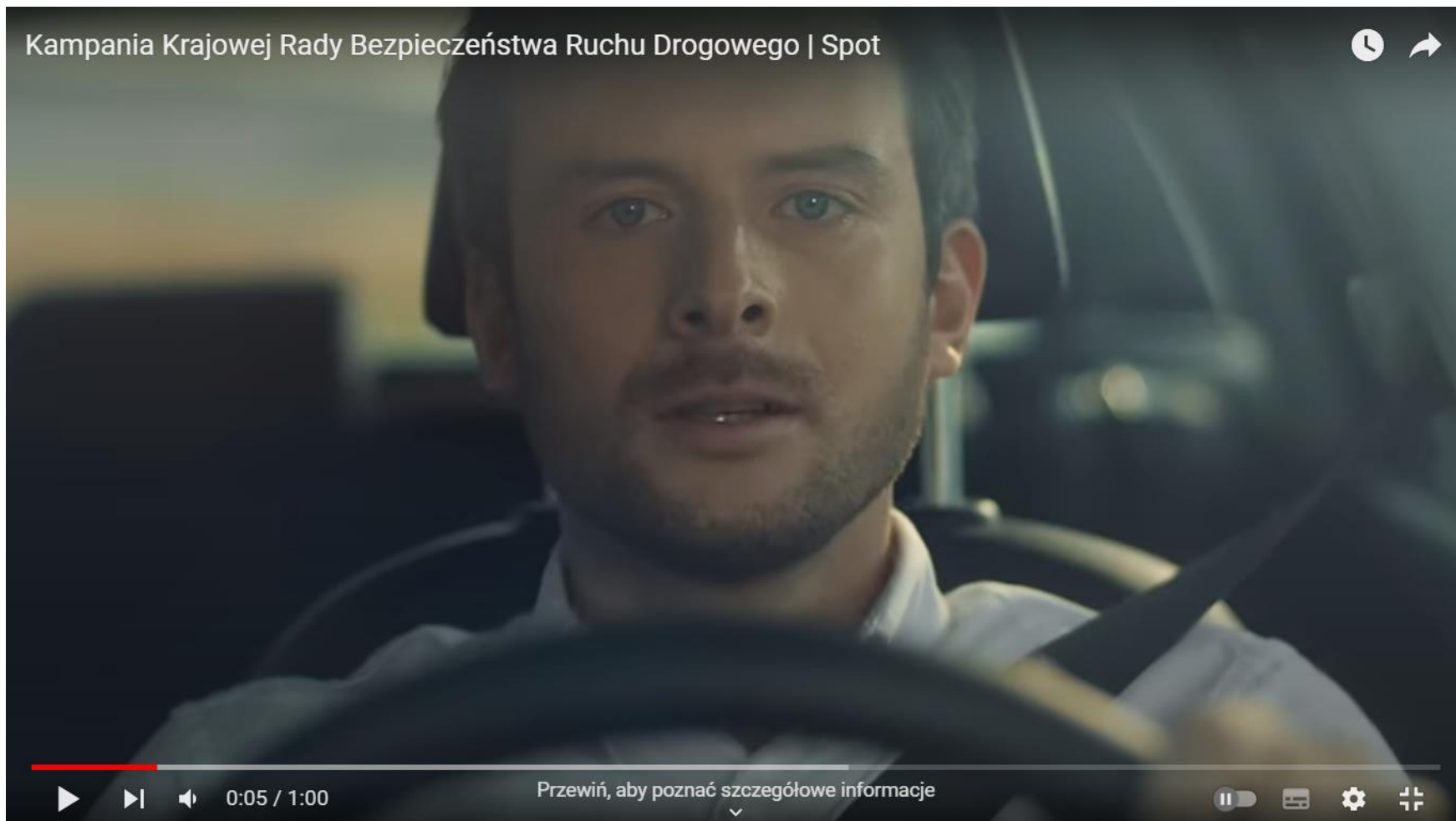
- **Emocje** → uniwersalne i zrozumiałe nienależnie od większości cech demograficznych odbiorcy
- Niewidoczne, ale są w stanie determinować zachowanie człowieka
- W wyniku zetknięcia z daną emocją **organizm reaguje zgodnie z zakodowanym programem działania** (ochrona przed niebezpieczeństwem bądź nakłonienie do działania)

# Typy emocji a oddziaływanie reklamy

- Wykorzystanie różnych typów emocji uzależnione od tego, czy przekaz ma charakter komercyjny czy społeczny
- **Pozytywne emocje** bardziej przydatne w reklamach produktów oraz usług (wizerunek firmy staje się bardziej pozytywny w opinii klientów i bardziej rozpoznawalny dzięki humorowi, odniesieniu do codziennych sytuacji)
- **Negatywne emocje** bardziej przydatne w kampaniach społecznych (tragiczne, szokujące historie i sceny, nostalgiczna muzyka budują wyższą zapamiętywalność i w bardziej bezpośredni sposób zwracają uwagę na problemy społeczne)

A. Matwiejczyk, Emocje w reklamie telewizyjnej w świetle badań własnych, Akademia Zarządzania 2018, 2(1), s. 28-45

# Kampania Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego (2023)



# Kampania społeczna MZ „Planuję Długie Życie” (2023)

Kampania społeczna "Planuję Długie Życie" - profilaktyka raka płuca (spot TV)



0:01 / 0:30

Przewiń, aby poznać szczegółowe informacje



# Typy emocji a oddziaływanie reklamy

- Celem jest wytworzenie **pozytywnego nastawienia do marki** → wywołuj reklamą odwołania do **pozytywnych wspomnień osobistych odbiorcy**
- Celem jest wpływanie na **lepiej zapamiętywanie** nowych właściwości produktu → zastosuj **nieemocjonalne i nieautobiograficzne** treści
- Obrazy wzbudzające **przyjemne emocje** będą kojarzyć się z podobnymi odczuciami czy doświadczeniami co wpłynie na **pozytywną ogólną ocenę treści oraz pozytywne nastawienie do marki**

Falkowski A., Grochowska A. (2008). Wpływ emocji na ocenę i pamięć reklamy: badania w paradygmacie wstecznego kształtowania pamięci. Roczniki psychologiczne, Tom XI (2), 107-236.

# Vicks SymptoMed Complete (2016)



# EDEKA #heimkommen (2015)

EDEKA Weihnachtsclip - #heimkommen



that we can't make it for Christmas this year. We'll try again next year.



▶ ▶| 🔊 0:08 / 1:46

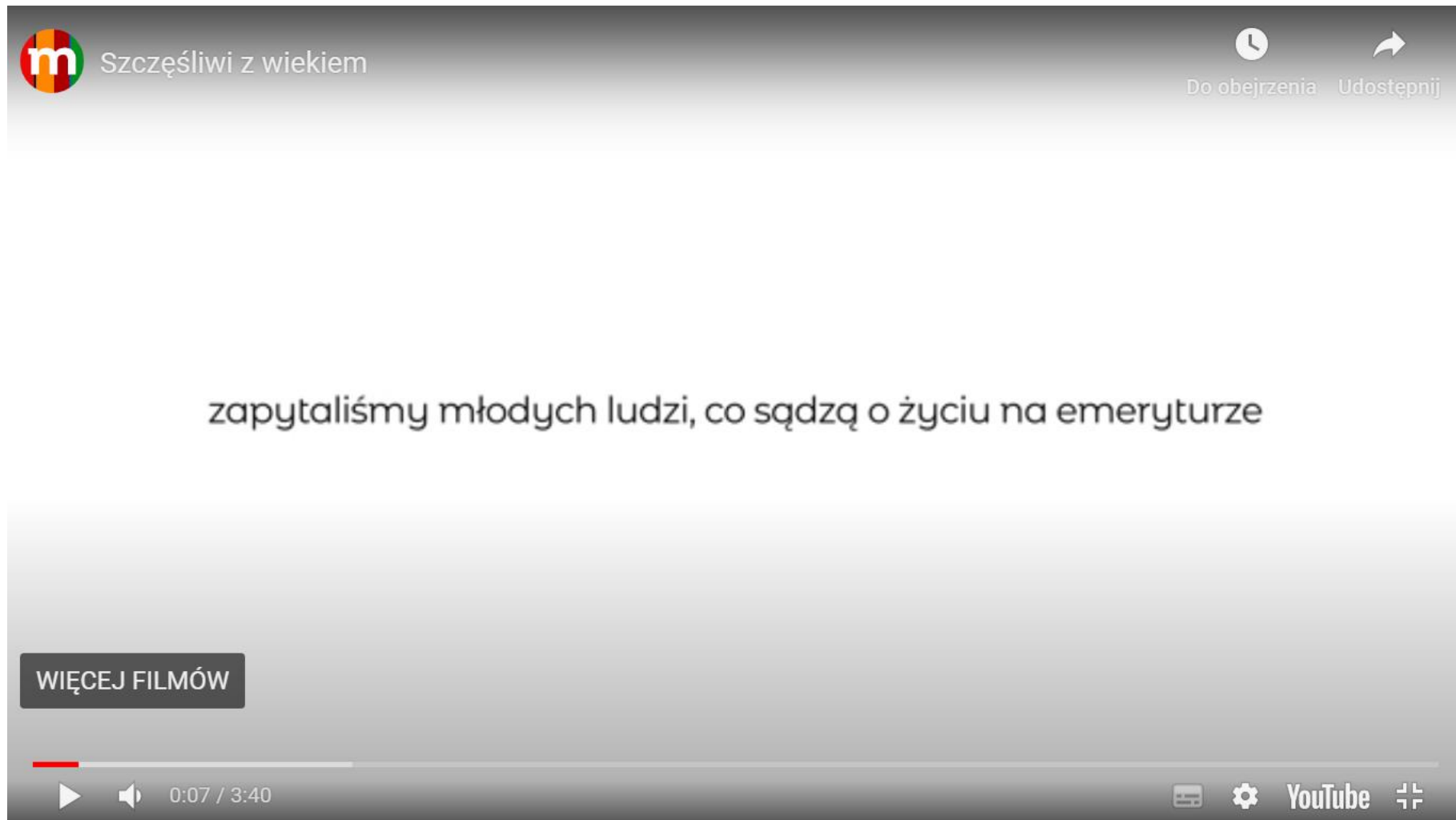
Przewiń, aby poznać szczegółowe informacje



# Ikea 2018



# Mbank „Szczęśliwi z wiekiem” (2023)



# Podsumowanie

- Manipulacja i perswazja to nie są pojęcia tożsame!
- Przed manipulacją można się bronić – krytyczne myślenie, weryfikacja treści (zadbajmy o dzieci kosztem własnego spokoju ;-)
- Perswazją możemy czynić rzeczy dobre\* (reklama społeczna, promocja właściwych postaw obywatelskich)
- Wykorzystanie perswazji w reklamie jest naturalną cechą reklamy i wynika z jej celów

\* Ale dobro może być kategorią subiektywnie postrzeganą

# Dziękuję za uwagę

dr Anna Rogala  
Instytut Marketingu  
[anna.rogala@ue.poznan.pl](mailto:anna.rogala@ue.poznan.pl)