

# Spis treści

|             |   |
|-------------|---|
| Wstęp ..... | 9 |
|-------------|---|

## Część I

### **Od niewiarygodności do odporności. Immunologia mediolingwistyczna komunikowania medialnego w ujęciu teoretycznym, metodologicznym i empirycznym**

|                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozdział I. Komunikowanie medialne .....                                                                                      | 15 |
| I.1. Istota komunikowania medialnego .....                                                                                    | 15 |
| I.2. O odporności słów kilka .....                                                                                            | 16 |
| I.3. Teoria immunologii kognitywistycznej w odniesieniu do komunikowania ..<br>medialnego .....                               | 18 |
| Rozdział II. Zagrożenia medialne .....                                                                                        | 21 |
| II.1. Główne typy zagrożeń medialnych .....                                                                                   | 21 |
| II.2. Katalog typów zagrożeń medialnych i metod ich neutralizacji. ....                                                       | 22 |
| II.3. Miejsce kwestii (nie)wiarygodności w strategiach zarządzania ryzykiem<br>i przeciwdziałania zagrożeniom medialnym ..... | 24 |
| Rozdział III. Zaufanie do przekazów medialnych a ich wiarygodność .....                                                       | 27 |
| III.1. Subiektywizacja wiarygodności przekazu medialnego .....                                                                | 28 |
| III.2. Brak zaufania do mediów a degradacja autorytetów .....                                                                 | 29 |
| III.2.1. Znaczenie weryfikacji informacji. ....                                                                               | 29 |
| III.2.2. Degradacja autorytetów jako skutek nieufności. ....                                                                  | 29 |
| III.2.3. Rola krytycznego myślenia i edukacji medialnej, informacyjnej<br>i cyfrowej .....                                    | 30 |
| III.2.4. Znaczenie wiarygodnych źródeł informacji .....                                                                       | 30 |

|                                                                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| III.3. Nadmierna ufność wobec przekazów medialnych .....                                                                                                     | 31  |
| III.3.1. Źródła i mechanizmy nadmiernej ufności .....                                                                                                        | 31  |
| III.3.2. Media społecznościowe i problem nadmiernej ufności .....                                                                                            | 31  |
| III.3.3. Konsekwencje nadmiernej ufności wobec mediów .....                                                                                                  | 32  |
| III.3.4. Jak przeciwdziałać nadmiernej ufności? .....                                                                                                        | 32  |
| Rozdział IV. Lingwistyczny model metody detekcji niewiarygodności .....                                                                                      | 33  |
| IV.1. Wiarygodność „źródłowa” .....                                                                                                                          | 34  |
| IV.1.1. Komunikat medialny a przekłamanie metafory źródła informacji ..                                                                                      | 34  |
| IV.1.2. Komunikujący medialnie, czyli „wróćmy do źródła” .....                                                                                               | 37  |
| IV.1.3. Detekcja poziomu niewiarygodności „źródłowej” .....                                                                                                  | 49  |
| IV.2. Wiarygodność „prawdziwościowa” .....                                                                                                                   | 50  |
| IV.3. Wiarygodność „rzeczowa” .....                                                                                                                          | 54  |
| IV.4. Wiarygodność „przystępnościowa” .....                                                                                                                  | 56  |
| IV.5. Inne indykatory .....                                                                                                                                  | 56  |
| Rozdział V. Szczepionka przeciw (nie)wiarygodności medialnej .....                                                                                           | 57  |
| V.1. Detektor Poziomu Niewiarygodności Komunikatów Medialnych – wersja próbna .....                                                                          | 59  |
| V.2. Utylitaryzm DPNKM .....                                                                                                                                 | 84  |
| Rozdział VI. Model identyfikacji poziomu wiarygodności przekazu medialnego ( <i>Media Message Credibility Level Identification Model</i> ) .....             | 87  |
| VI.1. Wyposażenie we wszystkie leksykalne wskaźniki niewiarygodności .....                                                                                   | 87  |
| VI.2. Opracowanie modelu analizy (nie)wiarygodności komunikatu medialnego ( <i>ang. Media Message Unreliability Analysis Model</i> ) .....                   | 89  |
| VI.2.1. Trójstopniowa skala (nie)wiarygodności w związku z wystąpieniem wskaźników lingwistycznych .....                                                     | 89  |
| VI.2.2. Połączenie trójstopniowej skali (nie)wiarygodności z procentowym uwzględnieniem podania źródła komunikatu .....                                      | 90  |
| VI.2.3. Uwzględnienie kwestii (nie)wiarygodności przystępnościowej. ....                                                                                     | 91  |
| VI.2.4. Uznanie w trójstopniowej skali (nie)wiarygodności wystąpienia nieneutralnego sentymentu jako czynnika oznaczającego procentową niewiarygodność ..... | 91  |
| VI.2.5. Połączenie czterech czynników w modelu obliczania wiarygodności przekazu medialnego .....                                                            | 92  |
| VI.2.6. Model identyfikacji poziomu wiarygodności przekazu medialnego...                                                                                     | 94  |
| Rozdział VII. Praktyczne aspekty wersji próbnej DPNKM .....                                                                                                  | 97  |
| VII.1. (Nie)wiarygodność niezweryfikowanych pod względem prawdy czy fałszu komunikatów medialnych z portali internetowych .....                              | 106 |
| VII.1.1. (Nie)wiarygodność jednostkowych przekazów .....                                                                                                     | 108 |

|                                                                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| VII.1.2. Podobieństwa i różnice w zakresie (nie)wiarygodności jednostkowych przekazów .....                                    | 203 |
| VII.2. (Nie)wiarygodność fake newsów z mediów społecznościowych .....                                                          | 209 |
| VII.2.1. (Nie)wiarygodność jednostkowych przekazów .....                                                                       | 211 |
| VII.2.2. Podobieństwa i różnice w zakresie (nie)wiarygodności jednostkowych przekazów .....                                    | 252 |
| VII.3. (Nie)wiarygodność medialnych komunikatów fake newsowych z Chata GPT .....                                               | 256 |
| VII.3.1. (Nie)wiarygodność przekazów generowanych przez Chata GPT ...                                                          | 258 |
| VII.3.2. (Nie)wiarygodność jednostkowych przekazów .....                                                                       | 260 |
| VII.3.3. Podobieństwa i różnice w zakresie (nie)wiarygodności jednostkowych przekazów .....                                    | 311 |
| VII.4. Podobieństwa i różnice w zakresie (nie)wiarygodności przekazów niezwyfikowanych i zweryfikowanych jako fake newsy ..... | 316 |
| Zakończenie .....                                                                                                              | 325 |
| Bibliografia .....                                                                                                             | 329 |

## CZĘŚĆ II

### Promocja DPNKM w opracowaniu Stanisława Goral

|                                                                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| I. Stanisław Goral – <i>Promocja aplikacji pre-factcheckingowej: Detektora Poziomu Niewiarygodności Komunikatów Medialnych</i> ..... | 343 |
| II. Scenariusz i scenorys ( <i>storyboard</i> ) .....                                                                                | 345 |
| III. Link do animacji promocyjnej .....                                                                                              | 359 |
| Bibliografia .....                                                                                                                   | 359 |

## CZĘŚĆ III

### Practical Tool of Mediolinguistic Immunology

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| I. Media Linguistic Pre-Fact-Checking Application .....             | 363 |
| I.1. Theoretical Background .....                                   | 363 |
| I.2. Trust in the Media and Credibility of the Media .....          | 364 |
| I.3. Subjectivization of the Credibility of the Media Message ..... | 364 |
| I.4. Misinformation and Its Detection .....                         | 365 |
| I.5. Purpose and Methodology .....                                  | 366 |
| I.6. Materials and Research Results .....                           | 368 |
| I.6.1. Source Credibility .....                                     | 368 |
| I.6.2. Dogmatic Credibility .....                                   | 370 |
| I.6.3. Substantive Credibility .....                                | 371 |
| I.6.4. Reception Credibility .....                                  | 373 |
| I.7. Discussion of Results .....                                    | 374 |
| I.8. Summary .....                                                  | 376 |
| References .....                                                    | 377 |

---

|                                                                                                                                                                                                         |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| II. Key Sections from the Theoretical Monograph: <i>Resilience to the (Un)Reliability of Media Communication. A Study in Mediolinguistic Immunology. Media Linguistic Pre-Fact-Checking Application</i> |     |
| II.1. Introduction .....                                                                                                                                                                                | 381 |
| II.2. Media Message Credibility Level Identification Model.....                                                                                                                                         | 384 |
| II.2.1. Integration of All Lexical Indicators of Unreliability.....                                                                                                                                     | 384 |
| II.2.2. Integration of Three-Tier (Un)Reliability Scale with Source Attribution Percentage .....                                                                                                        | 387 |
| II.2.3. Incorporation of Accessibility (Un)Reliability .....                                                                                                                                            | 388 |
| II.2.4. Recognition of Non-Neutral Sentiment in the Three-Tier (Un)Reliability Scale as a Percentage Unreliability Factor .....                                                                         | 388 |
| II.3. Integration of Four Factors in the Media Message Credibility Calculation Model .....                                                                                                              | 389 |
| II.4. Media Message Credibility Level Identification Model .....                                                                                                                                        | 390 |
| II.5. Practical Aspects of the DPNKM Pilot Version .....                                                                                                                                                | 392 |
| II.6. (Un)Reliability of Unverified Media Messages from Online Portals (Neither Confirmed True nor False).....                                                                                          | 393 |
| II.7. (Un)Reliability of Fake News from Social Media .....                                                                                                                                              | 398 |
| II.8. (Un)Reliability of AI-Generated Fake News Messages from ChatGPT... ..                                                                                                                             | 399 |
| II.9. Similarities and Differences in (Un)Reliability Between Unverified Messages and Verified Fake News.....                                                                                           | 403 |
| II.10. Conclusion .....                                                                                                                                                                                 | 408 |
| References .....                                                                                                                                                                                        | 412 |