

Zamiast informować o sytuacji na granicy – kształtują opinię

7 października 2021



Miłosz Lodowski – publicysta, dyrektor kreatywny, grafik, architekt – mówi o kondycji mediów w dobie kryzysu uchodźczego i wojny hybrydowej. Zaznacza, że media dostosowują swój przekaz do konsumenta, nad którego kondycją również warto się zastanowić. Media nie zajmują się tonowaniem nastrojów i rozpracowywaniem oraz relacjonowaniem sytuacji, tylko ją podsycają. Media są graczem na wojnie hybrydowej. Zdaniem gościa „Popołudnia Wnet” edukacja w Polsce sprzyja podatności na manipulację bardziej niż analizie faktów. Polskie społeczeństwo ufa zmanipulowanemu przekazowi – nie potrafi nawet wyodrębnić tego, co leży w ich interesie.