**A „fake news” a célzott reklám fejlődéstörténetének kontextusában  
*Nádori Péter, újságíró***

A „fake news”-ról szóló diskurzusokban gyakori narratív motívum az, mely szerint gyökeresen új jelenségről van szó, ami kifejezetten a 21. század, a számítástechnika és az internet legújabb technológiai eredményeihez kötődő terméke. Ezt a narratíva azonban kiegészítésre, részben cáfolatra szorul. A „fake news” tartalmi tekintetben sem új jelenség (manipuláció, megtévesztés, propaganda). Az előadás arra fókuszál, hogy milyen történeti előzmények összefüggésrendszerébe illeszthetők a „fake news” közönségelérési, célzási és hatásmechanizmusai.