

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
Szkoła Doktorska Nauk Społecznych – Academia Rerum Socialium

Szymon Wigienka

Nr albumu: 503259

Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach

Rozprawa doktorska

**Dyskurs w polskich mediach
internetowych na temat
przeciwdziałania dezinformacji**
Analiza krytyczna

Promotor

prof. dr hab. Marek Jeziński

Promotor pomocniczy

dr Łukasz Wojtkowski

Toruń, 2024

Spis treści

I Przeciwdziałanie dezinformacji jako problem o charakterze dyskursywnym.....	5
Przeciwdziałanie dezinformacji jako zagadnienie z zakresu zarządzania internetem	7
Wstępne nakreślenie problematyki badawczej	11
Struktura pracy.....	14
Dyskursywne aspekty technologii.....	15
Rys dyskursywno-historyczny: nadzieje społeczeństwa informacyjnego	20
<i>Ideologia Doliny Krzemowej</i>	22
<i>Zawiedzione nadzieje technooptymizmu</i>	26
Definiowanie dezinformacji	31
Podstawowe założenia towarzyszące dyskursowi o dezinformacji.....	36
<i>Efekty mediów w szerszej perspektywie komunikologicznej</i>	46
Dyskursywne wymiary dezinformacji w literaturze.....	53
<i>Co wnosi niniejsza praca na tle dotychczasowej literatury?</i>	60
Społeczne znaczenie podejmowanego problemu.....	62
II Założenia metodologiczne i teoria dyskursu	65
Konstruktywizm społeczny	68
<i>Konstruowanie rzeczywistości społecznej poprzez media</i>	71
Dyskurs, czyli D w KAD	73
Krytyczność, czyli K w KAD	77
<i>Obiektywizm i wartości w badaniach</i>	83
Analiza, czyli A w KAD	87
<i>Badanie jakościowe</i>	87
<i>Problem badawczy</i>	88
<i>Metody analizy danych</i>	90
<i>Etapy procedury badawczej i proces budowania kategorii analitycznych</i>	91
<i>Cele i pytania badawcze</i>	95
<i>Elementy analizy na poziomie lingwistycznym i retorycznym</i>	97
<i>Próba badawcza: specyfika i dobór</i>	103
III Wyniki analizy i interpretacja.....	119
Konstruowanie dezinformacji jako tematu medialnego	119
<i>Dezinformacja, czyli co? Strategie etykietowania i dyskursywna konceptualizacja pojęcia</i>	120
<i>Główne sposoby ramowania dezinformacji jako konstrukt medialnego</i>	125
<i>Metafory</i>	159
Przypisywanie dyskursywnych ról poszczególnym kategoriom aktorów społecznych.....	166
<i>Nadawcy/beneficjenci dezinformacji</i>	167
<i>Aktorzy, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji</i>	190
<i>Obrońcy przed dezinformacją</i>	207

<i>Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych</i>	<i>241</i>
Rozbieżne poglądy na temat wolności słowa	284
<i>Promowane zasady debaty publicznej</i>	<i>284</i>
Alternatywna wizja problemu i rozwiązań	294
<i>Podejście do zarządzania konfliktami technologicznymi</i>	<i>294</i>
<i>Rola użytkowników mediów w przeciwdziałaniu dezinformacji.....</i>	<i>305</i>
IV Zakończenie	310
Konkluzje	310
<i>Ramowanie problemu dezinformacji w mediach.....</i>	<i>310</i>
<i>Dyskursywne role w obrębie dyskursu.....</i>	<i>314</i>
<i>Krytyka zaangażowania poszczególnych aktorów w przeciwdziałanie dezinformacji</i>	<i>318</i>
<i>Eksternalistyczne i internalistyczne podziały „my” kontra „oni”</i>	<i>323</i>
<i>Poglądy na temat wolności słowa</i>	<i>324</i>
<i>Podejście ekspercko-technokratyczne a partycypacyjno-deliberacyjne.....</i>	<i>326</i>
<i>Narzędzia lingwistyczne i retoryczne</i>	<i>330</i>
<i>Polityczne funkcje języka i retoryki badanego dyskursu.....</i>	<i>331</i>
Wizje przeciwdziałania dezinformacji w dyskursie: liberalna, prawicowa i progresywna	334
Rekomendacje na rzecz przekształcania dyskursu na temat przeciwdziałania dezinformacji ...	339
<i>Unikanie alarmistycznego i silnie nacechowanego emocjonalnie tonu</i>	<i>340</i>
<i>Unikanie silnie upolitycznionych pojęć dezinformacji oraz fake newsów.....</i>	<i>341</i>
<i>Unikanie prezentowania deterministycznej wizji wpływu mediów na odbiorców.....</i>	<i>344</i>
<i>Wykorzystywanie bardziej adekwatnych metafor w odniesieniu do funkcjonowania mediów..</i>	<i>344</i>
Ograniczenia rezultatów	345
<i>Specyfika metod jakościowych</i>	<i>346</i>
<i>Ograniczony zakres materiału badawczego.....</i>	<i>346</i>
Dalsze badania.....	347
Bibliografia	350
Spis tabel	370
Spis obrazów	371
Załącznik: klucz kategoryzacyjny.....	372

I Przeciwdziałanie dezinformacji jako problem o charakterze dyskursywnym

Problem dezinformacji stał się w ostatniej dekadzie istotnym wątkiem w dyskusji na temat aktualnego stanu demokracji, roli technologii we współczesnym świecie, a także przemian w sferze medialnej (Farkas i Schou, 2019; Persily i Tucker, 2020a; Tumber i Waisbord, 2021a). Freelon i Wells (2020) podkreślają istotność tego zagadnienia w dyskursie publicznym, określając je „definiującym tematem dla komunikacji politycznej naszych czasów” (s. 145). Rozprzestrzenianie się w społeczeństwie informacji niezgodnych z faktami, które mają na celu wywołanie określonych efektów politycznych, nie jest nowym zjawiskiem. Studia nad propagandą i zjawiskami pokrewnymi prowadzone są co najmniej od lat 30. XX w. (Fortner, 2014). Procesy te zyskały jednak obecnie nowy, interaktywny wymiar, który wywołał szeroko zakrojoną debatę nad ryzykami związanymi z rozwojem cyfrowych technologii komunikacyjnych.

Zjawisko dezinformacji zyskało wspomniany status „definiującego tematu” zwłaszcza od **2016 roku**. Chociaż już wcześniej w kontekście m.in. aneksji Krymu przez Rosję w 2014 r. czy kryzysu migracyjnego w Europie od 2015 r. podnoszono kwestie internetowej manipulacji, to dopiero kampanie związane z wyborami prezydenckimi w USA oraz referendum w sprawie wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej z 2016 r. sprawiły, że społeczne obawy wobec mediów społecznościowych trafiły na czołówki mediów (zob. przykłady w: Majmurek, 2016; *„Papież poparł Donalda Trumpa”...*, 2016; Smith i Banic, 2016; Viner, 2016). W skomplikowanej, niestabilnej i kryzysogennej rzeczywistości potrzebowano zrozumiałych i spójnych wyjaśnień pogłębiających się problemów, wobec czego w debacie publicznej za przyczynę wielu z nich uznano dezinformację w mediach społecznościowych (Farkas i Schou, 2019; Tenove, 2020).

Niezgodne z liberalnym konsensusem sukcesy prawicowego populizmu w krajach będących symbolem zachodniej demokracji skłoniły wielu komentatorów życia publicznego do głoszenia poglądu o nastaniu „**epoki postprawdy**” (zob. przykłady w: Ball, 2018; D’Ancona, 2017). Termin ten miał oznaczać pojawienie się nowego historycznego i kulturowego fenomenu – rzeczywistości, w której „obiektywne fakty mają mniejszy wpływ na kształtowanie opinii społecznej, niż

granie na emocjach czy osobiste przekonania” (Polskie Radio 24, 2016, akapit 2). W debacie publicznej nastała pewnego rodzaju „moda” na tłumaczenie istotnych wydarzeń społeczno-politycznych przywoływanym pojęciem. Może o tym świadczyć fakt, że kapituła Słownika Oksfordzkiego wybrała termin „postprawda” słowem roku, podkreślając w uzasadnieniu, że jego użycie wzrosło w 2016 r. blisko dwudziestokrotnie względem poprzedniego roku (BBC, 2016). Narracja o epoce postprawdy prezentowała wizję, w której znaczenie prawdy, porządku, obiektywizmu i rozumu w życiu społecznym znacznie zmalało, a wartości te zostały zastąpione przez afekty, chaos informacyjny, stronniczość i irracjonalność. Zakładano, że liberalne demokracje, niegdyś stabilne i oparte na wspólnym oglądzie rzeczywistości przez obywateli, znalazły się w stanie głębokiego kryzysu. Jego przyczyn upatrywano w tym, że liczne grupy uczestników życia społecznego zaczęło podejmować decyzje polityczne nie na podstawie faktów, ale nieprawdziwych przekazów, szeroko rozpowszechnianych w internecie (Farkas i Schou, 2020; Hwang, 2020).

Splecione ze sobą koncepcje postprawdy, dezinformacji i *fake newsów* zaczęły być stosowane do ujmowania pewnego przełomu, „fundamentalnej zmiany w publicznych i politycznych ocenach tego, czym jest dziennikarstwo i wiadomości oraz jak można uzyskiwać fakty i informacje w zdigitalizowanym świecie” (Egelhofer i Lecheler, 2019, s. 97). Dahlgren (2018) pisał nawet o wykształcaniu się nowego, „postprawdziwego” reżimu epistemicznego, w którym emocjonalność oraz podatność na manipulację usieciowionych społeczeństw zajęły miejsce racjonalnej debaty opartej na logice i dowodach. Poprzez zjawisko dezinformacji próbowano uchwycić i wyjaśnić wiele różnych społeczno-politycznych napięć postępujących od połowy drugiej dekady XXI w. Przekonanie, że fałszywe wiadomości są w stanie decydować o przebiegu najważniejszych wydarzeń (w tym zmieniać wyniki wyborów) stało się często powtarzaną obiegową opinią (Farkas i Schou, 2019; Persily i Tucker, 2020a).

Przeciwdziałanie dezinformacji jako zagrożenie z zakresu zarządzania internetem¹

Na podstawie zarysowanych powyżej narracji kwestia ograniczenia problemu dezinformacji uzyskała status jednego z priorytetów dla współczesnych społeczeństw. W wielu państwach, nie tylko zachodnich, zaczęto wprowadzać różnorodne środki zaradcze, których celem jest powstrzymanie zasięgu oraz efektów fake newsów i zjawisk pokrewnych (Funke i Flamini, b.d.). Inicjatywy te cechują się różną specyfiką oraz zakresem i są podejmowane samodzielnie lub we współpracy zarówno przez podmioty publiczne, pozarządowe, jak i prywatne. Do zaangażowanych w tym obszarze instytucji, wymienianych m.in. przez Amorettiego i Santaniello (2017), Gorwę (2019), Saurweina i Spencer-Smith (2020) oraz Wigienkę (2021), należą:

- państwa i ich organy (np. służby, regulatorzy rynków) oraz organizacje polityczne (np. partie);
- organizacje międzynarodowe (zwłaszcza Unia Europejska);
- firmy medialne i technologiczne (zwłaszcza platformy społecznościowe);
- przedstawiciele świata akademickiego;
- sektor pozarządowy i obywatelski (w tym aktywiści oraz różnego rodzaju think tanki i stowarzyszenia).

Wśród głównych (choć nie jedynych) działań podejmowanych przez te podmioty należy wymienić (Bradshaw i in., 2018; Funke i Flamini, b.d.; Kowalska-Chrzanowska i in., 2024; Lazer i in., 2018; Robinson i in., 2019; Saurwein i Spencer-Smith, 2020; Taylor i Hoffmann, 2019; Tenove, 2020; Tumber i Waisbord, 2021b; Wigienka, 2020, 2021):

- moderację treści na platformach społecznościowych (*platform moderation*), czyli zautomatyzowane (decyzja algorytmu) lub ręczne (decyzja człowieka) usuwanie, oznaczanie lub ograniczanie widoczności danych treści oraz/lub ich nadawców;

¹ Niniejsza sekcja została opracowana częściowo na bazie wcześniej opublikowanych przez autora artykułów (Wigienka, 2020, 2021).

- fact-checking, czyli korygowanie niezgodności danych treści z faktami (najczęściej dokonywane przez organizacje pozarządowe, przedsiębiorstwa medialne oraz oddolne inicjatywy obywatelskie);
- edukację i inne działania z zakresu rozwijania umiejętności korzystania z mediów (*media literacy*)
- różnego rodzaju polityki, strategie, a także regulacje prawne, mające za zadanie przeciwdziałanie dezinformacji.

Kwestia podejmowanych **inicjatyw antydezinformacyjnych** wpisuje się zatem w **problematykę zarządzania internetem** (*internet governance*). Pojęcie to odnosi się do „opracowywania i wdrażania przez rządy, sektor prywatny i społeczeństwo obywatelskie [...] wspólnych zasad, norm, reguł, procesów decyzyjnych i programów, które kształtują rozwój i użytkowanie internetu”² (World Summit on the Information Society (WSIS), 2005, artykuł 34). Analizy opierające się na tej perspektywie starają się znaleźć odpowiedź na pytanie o to, jakie podmioty, a także w ramach jakich praktyk, decydują o charakterze i kształcie współczesnej sieci WWW.

W pracach dotyczących tej problematyki wyróżnia się kilka różnych modeli zarządzania internetem. Pierwszym z nich jest (1) **model wielostronnego zarządzania przez interesariuszy** (*multistakeholder governance*; Uhma, 2017). Polega on na współpracy oraz rozproszeniu odpowiedzialności i procesów decyzyjnych pomiędzy różnymi podmiotami, w tym zwłaszcza korporacjami biznesowymi, instytucjami publicznymi, społecznością akademicką, organizacjami społeczeństwa obywatelskiego oraz użytkownikami internetu (Gorwa, 2019). Wśród innych modeli należy wymienić przede wszystkim (2) **model regulacji państwowych**, który opiera się na centralnej roli państw oraz wdrażanych przez nie rozwiązaniach legislacyjnych oraz (3) **model samoregulacji biznesu**, który opiera się na centralnej roli podmiotów prywatnych (np. platform społecznościowych), które samodzielnie podejmują decyzję dotyczące swoich produktów i usług poprzez różnego rodzaju wewnętrzne regulaminy oraz rozwiązania technologiczne (Pirkova i Pallero, 2020).

² Wszystkie cytaty z języka angielskiego wykorzystane w pracy zostały przetłumaczone na język polski przez autora.

Wprowadzane obecnie w wielu krajach działania w zakresie przeciwdziałania dezinformacji wpisują się zwłaszcza w model wielostronnego zarządzania przez interesariuszy. Należy przy tym podkreślić, że ten pozornie rozproszony model wykazuje w praktyce znaczącą tendencję do inkorporowania rozwiązań właściwych dla modelu samoregulacji biznesu za sprawą dopuszczania dużej swobody działania prywatnych, niepodlegających demokratycznej kontroli podmiotów, zwłaszcza platform społecznościowych. Coraz częściej jednak podnoszone są również postulaty konieczności wdrażania modelu regulacji państwowych, którego celem ma być wymuszenie określonych działań na sektorze technologicznym poprzez obligatoryjne prawne wymogi. Regulacje te wprowadzane są zarówno na poziomach narodowych, np. ustawa NetzDG w Niemczech (Farkas i Schou, 2019; Gorwa, 2021), jak i międzynarodowym, np. Digital Services Act w Unii Europejskiej (Turillazzi i in., 2023). Trzeba zaznaczyć, że w kontekście polskim nie wdrożono do tej pory żadnego ustawodawstwa bezpośrednio obejmującego funkcjonowanie platform społecznościowych w omawianym zakresie. W 2021 roku członkowie rządu Mateusza Morawickiego zaproponowali projekt ustawy o ochronie wolności słowa w internetowych serwisach społecznościowych (Ministerstwo Sprawiedliwości, 2021). Spotkał się on jednak ze znaczącą krytyką ze strony licznych instytucji oraz społeczeństwa obywatelskiego, która dotyczyła w głównej mierze zagrożenia nadmiernej ingerencji państwa w debatę publiczną (*Apel organizacji praw człowieka...*, 2022). Prace nad dokumentem zostały wstrzymane na etapie prac legislacyjnych w związku z brakiem porozumienia pomiędzy politykami Solidarnej Polski, którzy byli jego pomysłodawcami a resztą obozu rządowego (Gajcy, 2021; Sobczak, 2023). W efekcie ustawa nie została wprowadzona w życie. Po przegłosowaniu unijnego Digital Services Act w 2022 roku, który stanowi kompleksową regulację funkcjonowania platform internetowych, rozpoczęły się przygotowania do jego krajowej implementacji w Polsce, jednak na chwilę opracowywania niniejszego tekstu nie zostały one jeszcze wdrożone (Ministerstwo Cyfryzacji, 2024).

Saurwein i Spencer-Smith (2020) wskazują, że w zakresie przeciwdziałania dezinformacji wykształca się obecnie „współdzielona, rozproszona, nastawiona na współpracę” (s. 3–4) sieć powiązań pomiędzy różnymi wskazanymi powyżej podmiotami. Wdrażane przez nie działania funkcjonują w ramach

wieloelementowego, podlegającego ciągłym modyfikacjom zbioru społeczno-technologicznych praktyk. Na zbiór ten składają się zarówno „twarde” rozwiązania regulacyjne, jak i „miękkie”, ale odgrywające znaczącą rolę, rozwiązania poszczególnych podmiotów (np. kodeksy dobrych praktyk, wewnętrzne regulaminy platform społecznościowych czy projekty edukacyjne), a także formalne i nieformalne interakcje pomiędzy tymi podmiotami.

Pojawiające się inicjatywy, cechujące się często testowym, doraźnym charakterem, składają się na **niestabilny, wciąż ewoluujący i niejednorodny system przeciwdziałania dezinformacji**, w ramach którego „szeroki wachlarz różnych form zarządzania funkcjonuje jednocześnie, a co za tym idzie ustalenie hierarchii między różnymi [stosowanymi – przyp. S.W.] mechanizmami jest trudne, a być może nawet niemożliwe” (Dingwerth i Pattberg, 2006, s. 192, za: Gorwa, 2019, s. 4). Podejmowane aktywności wzajemnie na siebie oddziałują, tworząc złożoną „sieć odpowiedzialności” (Saurwein i Spencer-Smith, 2020, s. 3). W ramach tej dynamicznej sieci na wielu płaszczyznach wykształcają się relacje oparte na współpracy pomiędzy zaangażowanymi podmiotami, ale pojawiają się także konflikty dotyczące m.in. zagadnień związanych z wolnością słowa.

Wdrażane działania antydezinformacyjne wzbudzają liczne **kontrowersje i wątpliwości**. W debacie publicznej współwystępują różne, często zupełnie odmienne wizje tego, czym jest problem dezinformacji i jak należy go rozwiązywać. Z jednej strony pojawiają się głosy, które uważają, że prowadzenie „wojny z dezinformacją” jest niezbędne do ocalenia demokracji przed zalewem kłamstw i teorii spiskowych (Fundacja Forum Bezpieczeństwa, 2022; Hollyer i in., 2019; zob. przykłady tej narracji w: Komisja Europejska, 2018c). Z drugiej strony, wręcz przeciwnie, działania te przez wielu komentatorów życia publicznego oceniane są jako próba wprowadzenia nowego aparatu cenzury, tłumiącego bezzasadnie wybrane poglądy (zob. przykłady tej narracji w: Gonzalez, 2024; Hasson, 2020; Warzecha, 2023). Pomiędzy tymi przeciwstawnymi poglądami mieści się szereg pośrednich stanowisk, które prezentują różnie wyobrażenia dotyczące tego, jak powinny wyglądać przyjmowane rozwiązania antydezinformacyjne. Wśród najczęściej stawianych pytań powtarzają się przede wszystkim wątki wskazane poniżej. Czy jako społeczeństwo powinniśmy kontrolować dyskusje w internecie, czy pozostawić je jako przestrzeń wolnej, niekontrolowanej ekspresji? Jak

podmioty powinny mieć prawo do decydowania o tym, co jest „dezinformacją” i w jakich okolicznościach powinniśmy dążyć do zwalczania treści sklasyfikowanych w ten sposób? W jaki sposób treści te powinny być zwalczane? Czy za działania w tym obszarze powinni odpowiadać krajowi politycy, obywatele, media, sądy, Unia Europejska czy prywatne przedsiębiorstwa, do których należą portale, takie jak Facebook lub YouTube? Co więcej, jeżeli decydujemy się na wprowadzanie konkretnych działań antydezinformacyjnych, jak mierzyć ich skuteczność i jak rozliczać podmioty, które nie wypełniają swoich zadań?

Wstępne nakreślenie problematyki badawczej

Tematyka dezinformacji była w ostatnich latach, szczególnie od 2016 roku, często podejmowanym przedmiotem analiz środowiska naukowego oraz eksperckiego (Righetti, 2021). Istnieją badania, które identyfikują i klasyfikują różne strategie i systemy przeciwdziałania dezinformacji (zob. m.in.: Bechmann, 2020; Bjola i Pamment, 2019; Bradshaw i in., 2018; Robinson i in., 2019; Saurwein i Spencer-Smith, 2020; Taylor i Hoffmann, 2019; Tenove, 2020; Tumber i Waisbord, 2021b; Wigienka, 2020, 2021). Dostępne są w tym zakresie również publikacje odnoszące się bezpośrednio do kontekstu polskiego (zob. m.in.: Chłóń, 2021; Fundacja Forum Bezpieczeństwa, 2022; Grupa Defence24, 2022; Kowalska-Chrzanowska i in., 2024; Kuś i Barczyszyn-Madziarz, 2020; Olech i Matiaszczyk, 2022; Pogorzelski, 2017; Szczęsna, 2022; Wrzosek, 2019; Zakrzewski i Muras, 2018). Prace te mają jednak w przeważającej mierze charakter opisowo-porównawczy. Dostarczają one szerokiego, systemowego przeglądu różnych rozwiązań mających na celu powstrzymanie dezinformacji, ale niewystarczająco poruszają wątek ich politycznego oraz ideologicznego uwikłania.

Rozpiętość proponowanych odpowiedzi na zjawisko dezinformacji ujawnia głęboki rozdźwięk w postrzeganiu tego problemu (czym jest, jak go rozwiązać) przez różne grupy społeczne. Tematyka ta jest szeroko komentowana i wywołuje silne emocje, ponieważ dotyka złożonych relacji pomiędzy takimi koncepcjami i wartościami jak m.in.: wolność słowa, pluralizm polityczny, standardy dziennikarskie, wolność gospodarcza czy prawo do prywatności. Obejmuje zatem różne wizje prawidłowego funkcjonowania mediów i demokracji. Każda z inicjatyw antydezinformacyjnych posiada mniej lub bardziej uświadomiony wymiar

ideologiczny. Konieczne jest w związku z tym zadawanie pytań o to, kto, jak i dlaczego używa pojęcia dezinformacja oraz jakie przekonania, wartości i sądy normatywne mogą kształtować różne znaczenia mu przypisywane. Konflikty wokół postrzegania problemu dezinformacji wskazują, że jest on zanurzony w **społecznych relacjach władzy**. Oznacza to, że wiąże się z rywalizacją poszczególnych podmiotów o zdolność do realizowania własnych celów za pośrednictwem przestrzeni medialnej. Tenove (2020), w zgodzie z powyższymi założeniami, pisał, że „jest oczywiste, że strategie odpowiedzi na dezinformację – w tym decyzje niektórych decydentów, by nie zajmować się tą kwestią – mogą wzmacniać lub osłabiać różne środowiska polityczne” (s. 3). Propozycje przeciwdziałania dezinformacji mogą pełnić funkcje wspierania i promowania doraźnych lub długoterminowych celów politycznych (np. dyskredytowanie przeciwników, zmiany prawa). Co więcej, inicjatywy te w szerokim ujęciu mogą oddziaływać na kształtowanie porządku społecznego, w tym sensie, że przyczyniają się do rekonfigurowania zasad funkcjonowania systemu politycznego, praw obywatelskich czy kierunku rozwoju mediów. Farkas i Schou (2019) zauważyli w tym kontekście, że dyskursy wokół dezinformacji:

funkcjonują nie tylko jako narzędzia opisowe, które ramują problemy współczesnych demokracji na określone sposoby, ale w sposób znacznie bardziej zasadniczy, posiadają one wymiar głęboko materialny, zawierając wizje tego, jak przekształcać polityki, normy, praktyki i technologie. (s. 87)

Problematyka podejmowana w niniejszej pracy dotyczy zatem **dyskursywnych wymiarów medialnej debaty na temat przeciwdziałania dezinformacji w polskim kontekście** (szczegółowy opis problemu badawczego, zob. w rozdziale II). Niniejszy projekt badawczy wychodzi od przekonania, że zagadnienie dezinformacji ma w dużej mierze charakter dyskursywny, tzn. ujmując nie tylko konkretne procesy wytwarzania i rozprzestrzeniania komunikatów w sieci (jak dezinformacja funkcjonuje), ale także różne sposoby społecznego konstruowania wyobrażeń wokół tego zjawiska i towarzyszących mu sądów m.in. na temat mediów, społeczeństwa, polityki czy roli technologii we współczesnym świecie (jak problem dezinformacji jest symbolicznie konstruowany). Przeprowadzone badania koncentrowały się na tym drugim aspekcie. Przyjęta perspektywa została zainspirowana **konstruktywistycznym podejściem do**

badania technologii, w ramach którego przyjmuje się, że technologie (w tym technologie medialne) wykształcane są w wyniku negocjacji i interakcji między różnymi grupami społecznymi ze znaczącym udziałem praktyk dyskursywnych (zob. więcej w podrozdziale: *Dyskursywne aspekty technologii*).

Do opracowania procedury badawczej wykorzystano teoretyczne i metodologiczne ramy **krytycznych studiów nad dyskursem**. Głównym zamierzeniem pracy było dostarczenie pierwszego pogłębionego wglądu w polską debatę medialną na temat problemu przeciwdziałania dezinformacji. W tym celu przeprowadzono **empiryczną analizę tekstów medialnych**, skupiając się na środkach językowych i retorycznych wykorzystywanych w tych tekstach, ich funkcjach politycznych oraz różnicach w ich stosowaniu pomiędzy mediami o różnym nachyleniu światopoglądowym.

Aby wyraźniej zarysować zakres poruszanych zagadnień, należy wyraźnie podkreślić, że **badanie nie dotyczyło aspektów związanych z rozprzestrzenianiem się w internecie przekazów o charakterze dezinformacji** (np. ich nadawców, kanałów i mechanizmów dystrybucji czy recepcji). Nie analizowano zatem specyfiki żadnej konkretnej kampanii dezinformacyjnej (np. polegającej na rozpowszechnianiu skoordynowanych postów podczas danej kampanii wyborczej). Jak omówiono w dalszej części rozdziału, badania skupione na procesach rozpowszechniania i konsumpcji są prowadzone na szeroką skalę w pracach akademickich oraz różnego rodzaju pozaakademickich ekspertyzach, często dając wartościowy wgląd w to, jak treści o charakterze dezinformacji funkcjonują w internecie (zob. więcej w podrozdziale: *Podstawowe założenia towarzyszące dyskursowi o dezinformacji*). Nie przyglądano się również zawartości konkretnych treści uznanych za „dezinformację/fake news” (np. w postaci postów z mediów społecznościowych), nie oceniano również, czy zawartość tych przekazów należałoby uznać za prawdziwą lub fałszywą (tym zajmują się m.in. sądy powszechne oraz różnego rodzaju organizacje fact-checkingowe).

Należy podkreślić, że przyjęta perspektywa nie oznacza, iż wskazane powyżej aspekty problemu dezinformacji uznano za nieważne. Wręcz przeciwnie, uwzględniając omówione w dalszych częściach wątpliwości dotyczące realnej skali i skutków dezinformacji (zob. więcej w podrozdziale: *Podstawowe założenia*

towarzyszące dyskursowi o dezinformacji), przyjmowano, że treści o tym charakterze mogą pod pewnymi warunkami stanowić istotny problem, któremu należy się z pewnością przyglądać i skrupulatnie badać jego specyfikę. W niniejszej pracy zastosowano jednak inną optykę, znacznie mniej dotąd eksplorowaną. Zamiast analizować konkretne treści o charakterze dezinformacji, czy śledzić ich rozprzestrzenianie się w internecie, podjęto rozważania nad tym, jak problem dezinformacji był dyskursywnie konstruowany w przekazach medialnych.

Struktura pracy

Pierwszy rozdział niniejszej pracy poświęcony został wprowadzeniu w tematykę badania. W poprzednich podrozdziałach nakreślono ogólne tło medialnego dyskursu o dezinformacji oraz zaprezentowano koncepcję przeciwdziałania dezinformacji w ujęciu perspektywy zarządzania internetem. Uwagi te były potrzebne do wstępnego zarysowania problemu badawczego, który dotyczy dyskursywnych wymiarów medialnej debaty na temat przeciwdziałania dezinformacji w polskim kontekście. W kolejnym fragmencie omówiono ogólne teoretyczne założenia badań technologii jako konstruktów dyskursywnych. Następnie przedstawiono historyczny rys dyskursu wobec rozwoju cyfrowych technologii komunikacyjnych, który wyrażał zarówno nadzieje wykształcania się „społeczeństwa informacyjnego”, opartego na wiedzy, otwartości i powszechnej partycypacji politycznej, jak i obawy związane z zagrożeniami towarzyszącymi usieciowieniu. Jako jeden z centralnych punktów tych obaw wskazano zjawisko dezinformacji. W kolejnych podrozdziałach omówiono różne sposoby definiowania tej koncepcji oraz jej główne założenia. Podjęto również refleksję nad istotnymi trudnościami teoretycznymi i metodologicznymi, które wiążą się z omawianą tematyką. W dalszej kolejności zaprezentowano kluczowe wnioski płynące z dostępnej literatury na temat dyskursywnych wymiarów dezinformacji. Na tym tle wskazano, w jaki sposób niniejsza praca przyczynia się do rozwoju badań nad dezinformacją. Ostatni podrozdział omawia szersze, pozaakademickie znaczenie podejmowanej tematyki.

Rozdział drugi szczegółowo opisuje metodologiczne i teoretyczne założenia pracy. W początkowych fragmentach przedstawiono ogólne założenia krytycznych studiów nad dyskursem oraz podjęto refleksję nad rolą mediów w ujęciu

konstruktywistycznym. Następnie, po pierwsze, zaprezentowano przyjmowaną teorię dyskursu. Po drugie, rozważono znaczenie i implikacje wykorzystywania krytycznej perspektywy w badaniach społecznych. Po trzecie, szczegółowo opisano charakterystykę opracowanej procedury badawczej, w tym zastosowane metody, problem, cele i pytania badawcze, etapy projektowania badania i budowania kategorii analitycznych, analizowane elementy lingwistyczne i retoryczne oraz sposób doboru próby badawczej.

Rozdział trzeci zawiera wyniki analizy empirycznej oraz ich interpretację. W pierwszej kolejności omówiono główne zaobserwowane strategie dyskursywnego ramowania zjawiska dezinformacji jako konstruktu medialnego, w tym kluczowe toposy oraz metafory wykorzystywane w tym celu. Następnie przedstawiono zagadnienia związane z przypisywaniem dyskursywnych ról poszczególnym aktorom społecznym w badanych tekstach. Dalej wskazano wyrażane w dyskursie poglądy dotyczące zasad debaty publicznej w zakresie wolności słowa. Na końcu omówiono specyfikę dwóch zidentyfikowanych typów dyskursu, które zostały wyodrębnione ze względu na podejście do zarządzania kontrowersjami technologicznymi.

Ostatni, czwarty rozdział stanowi podsumowanie całej pracy. Streszczono w nim rezultaty badań empirycznych oraz podjęto dyskusję nad ich szerszym kontekstem. Wskazano również znaczenie wyników dla rozwoju dyscypliny (w tym zasugerowano kierunki dalszych badań) oraz zaproponowano rekomendacje, które zgodnie z prezentowaną argumentacją powinny zostać uwzględnione w procesie formowania przyszłych dyskursów dotyczących przeciwdziałania dezinformacji.

Dyskursywne aspekty technologii

Niniejsza praca plasuje się w obrębie **konstruktywistycznego podejścia do badania technologii**. W obrębie społecznego konstruktywizmu zakłada się, że rzeczywistość społeczna oraz jej umysłowe i językowe reprezentacje, a także towarzyszące im praktyki i struktury nieustannie wzajemnie się konstytuują (Berger i Luckmann, 2018; Couldry i Hepp, 2016; Latour, 2010). Akty komunikacyjne rozumiane są w tym ujęciu nie tylko jako wyrażenia językowe, ale także forma praktyk społecznych, która wytwarza świat społeczny. Innymi słowy, to, jak ludzie myślą i mówią o rzeczywistości, w której funkcjonują, kształtuje do

pewnego stopnia tę rzeczywistość – nadaje jej spójność, sens, stabilizuje ją (zob. więcej o konstruktywizmie społecznym w rozdziale II). Zastosowanie tej perspektywy do rozważań nad technologią sprowadza się do przyjęcia założenia, że również **technologie kształtowane są w ramach procesów społecznych ze znaczącym udziałem praktyk dyskursywnych**.

Technologie są nie tylko strukturami materialnymi, ale również konstruktami kulturowymi. Na sposoby ich użytkowania, obowiązujące w nich normy czy kierunki ich rozwoju oddziałują różnego rodzaju cele, normy, wartości, metafory, mity, marzenia itd. Ta mentalna „nadbudowa” w ciągłych interakcjach „twardymi” właściwościami technologii wytwarza to, jak funkcjonują one w społeczeństwie. W odniesieniu do internetu, który szczególnie związany jest z debatą na temat dezinformacji, oznacza to, że istotne znaczenie dla kształtu tej technologii ma to, jak ludzie wyobrażają sobie, czym ona jest, czym może i powinna być, co mogą z nią robić, co ona robi z nimi. Co więcej, sama infrastruktura technologiczna internetu (np. jego protokoły, algorytmy, serwery, kable) formowana jest z udziałem tej społeczno-kulturowej warstwy. Technologie w tym ujęciu traktowane są zatem nie tylko jako narzędzia posiadające określoną infrastrukturę, ale również jako zbiór nierozzerwalnie towarzyszących im struktur i praktyk społecznych (McQuail, 2007).

Relacje pomiędzy człowiekiem a technologią stanowią istotny obszar refleksji socjologicznej co najmniej od rewolucji przemysłowej w XVIII w. Przez długi czas rozważania te koncentrowały się przede wszystkim na wpływie technologii na ludzi – czy to w ujęciu pozytywistycznego optymizmu (technologia jako narzędzie postępu), czy przeciwstawnych postaw antymodernistycznych (technologia jako narzędzie zniewolenia człowieka i degradacji natury; Feenberg, 2005). Istotne przełamanie tych jednokierunkowych wizji przyniósł **konstruktywistyczny zwrot** zaproponowany w ramach programu badawczego nazywanego *studiami nad nauką i technologią* (*science and technology studies* [STS]; Feenberg, 2016). Na bazie dorobku konstruktywistycznej socjologii wiedzy program ten dowodził, że „rozwój technologii nie jest efektem jakiejś wewnętrznej logiki postępu, lecz rezultatem splotu czynników społecznych, technicznych, politycznych, ekonomicznych i kulturowych” (Stankiewicz, 2014, s. 86). W odróżnieniu np. od McLuhanowskiej teorii medium, badacze w ramach STS

przestali zadawać pytania wyłącznie o inherentne cechy technologii i o to, jak zmieniają one społeczeństwo, a skupili się na śledzeniu procesów, za sprawą których dane rozwiązania technologiczne stabilizują się w określony sposób (Feenberg, 2016).

W ramach tego podejścia **zrywano z „twardym” determinizmem technologicznym**, czyli ideą, zgodnie z którą „technologia rozwija się wyłącznie jako wynik wewnętrznej dynamiki, a następnie [...] kształtuje społeczeństwo tak, by pasowało do jej wzorców” (Winner, 1980, s. 122). STS zaproponowały perspektywę **antydeteterministyczną i antypozytywistyczną**, podważając założenia o czysto racjonalnym, autonomicznym rozwoju technologii. Zamiast tego podkreślano, że rozwój podlega społecznej formacji z udziałem różnych aktorów i ich wyobrażeń (Feenberg, 2016). Feenberg pisał w tym kontekście o „społecznej naturze każdego aktu technicznego” (2005, s. 51). Innymi słowy, to nie silnik, pistolet czy aplikacja mobilna „robią coś” z człowiekiem, ale splątanie człowieka (z jego cielesnością oraz nadbudową kulturową i mentalną) z technologiami (i ich materialnością) doprowadza do takiego, a nie innego efektu w danej konfiguracji.

W ramach konstruktywistycznego zwrotu w badaniach technologii wykształciło się wiele w dużej mierze komplementarnych i zazębiających się podejść. Wśród tych, które zainspirowały podjęcie problematyki niniejszej pracy należy wymienić przede wszystkim: społeczne konstruowanie technologii – SCOT (Bijker, 2009; Fortner i Yanitskaya, 2014; Pinch i Bijker, 1984), teorię aktora-sieci – ANT (Abriszewski, 2008; Latour, 2010; Law, 2014), teorię polityki technologii Winaera (1980), krytyczną teorię technologii Feenberga (2005, 2016), krytyczną dekonstrukcję cyfrowych technologii medialnych w ujęciu Fuchsa (2009, 2014; Fuchs i Sandoval, 2015), van Dijck i współpracowników (Poell i in., 2019; van Dijck, 2013; van Dijck i Poell, 2013) oraz Mosco (2005, 2015), a także krytyczne i socjokonstruktywistyczne badania nad mediatyzacją (Couldry i Hepp, 2016; Fast, 2018; Wojtkowski, 2018).

Powyższe ujęcia łączy przekonanie o **niedookreśloności i „interpretacyjnej elastyczności”** (Bijker, 2008, s. 2) **technologii**, tzn. że ich kształt wytwarzany jest w ramach społecznych negocjacji/konfliktów i nieustannych sprzężeń zwrotnych pomiędzy ich aspektami materialnymi oraz symbolicznymi. Feenberg (2005) zauważał w tym kontekście, że „zasoby techniczne

nie są po prostu dane, ale nabywają swoje znaczenie poprzez [...] procesy [interpretacji – przyp. S.W.]” (s. 60) oraz, że „postrzeganie problemów technicznych zależy od ich interpretacji przez grupy społeczne lub *aktorów*” (2016, s. 639). Warto w tym miejscu zaznaczyć, że poszczególne ujęcia różnią się w ocenach tego, kiedy i na ile technologie są niedookreślone i elastyczne. Wczesne SCOT prezentowało optymistyczne spojrzenie, zakładając, że technologie, przynajmniej na początkowych etapach, mogą być dość swobodnie kształtowane przez wszystkie zainteresowane grupy (Pinch i Bijker, 1984). Podejścia wywodzące się z teorii krytycznej wyrażają bardziej pesymistyczne oceny, podkreślając, że w systemie kapitalistycznym technologie służą przede wszystkim interesom grup uprzywilejowanych, które posiadają znacząco większe zasoby i możliwości ich kształtowania (Feenberg, 2016; Fuchs, 2014; Mosco, 2015).

Niemniej jednak wszystkie wskazane ujęcia łączy przekonanie o tym, że **technologie posiadają wymiar dyskursywny**, który oddziałuje na ich społeczne funkcjonowanie. Jak zaznacza w tym kontekście Eireiner (2020), „językowe ramy i elementy symboliczne w dokumentach i innych formach werbalnej reprezentacji są kluczowym elementem (re)produkcji socjotechnicznych imaginariów” (s. 3). Balan i Dumitrica (2022) dodają, że „dyskursy są kluczowe dla integracji technologii [...] w życiu codziennym. Nadają one technologiom wartości i integrują je z wcześniejszymi systemami znaczeń” (s. 5). Najistotniejsze w tej perspektywie jest założenie, że dyskursy technologiczne nie pozostają jedynie na poziomie symbolicznym, ale współtworzą praktyki społeczne wokół technologii, np. sposoby ich przekształcania przez inżynierów, prawnego regulowania czy codziennego użytkowania. Fast (2018), omawiając swoją propozycję dyskursywnego zwrotu w badaniach nad mediatyzacją, podkreślała, że codziennymi interakcjami ludzi z technologiami kierują sposoby myślenia o nich. Sposoby te „nie są związane z tekstem medialnym czy technologią samą w sobie, ale raczej z wyobrażeniami dotyczącymi różnych technologii i tekstów oraz, bardziej szczegółowo, z wyobrażeniami o tym, jak wpływają one na użytkowników” (Bengtsson, 2011, s. 193, za: Fast, 2018)

Przyjmuje się zatem, że **technologie nie są neutralnymi narzędziami**, ale odzwierciedlają subiektywne wartości, interesy, oczekiwania ludzi, którzy je tworzą, użytkują i interpretują. Winner (1980) podkreślał, że **technologie są**

nieuchronnie polityczne, tzn. wiążą się z dystrybucją władzy, autorytetu i przywileju w społeczeństwie i mogą odzwierciedlać bardziej demokratyczną lub autorytarną wizję tych stosunków. Zwracał zatem uwagę na **potrzebę uwzględniania w debacie o technologii ich politycznych właściwości, a także dyskursów, które te właściwości legitymizują**. Istotne jest bowiem przekonanie, że proces konstruowania technologii może faworyzować wizje i sprzyjać interesom jednych grup, a inne marginalizować.

Na bazie ujęć konstruktywistycznych formułowane są zatem pewne propozycje o charakterze normatywnym. Wynikają one z wniosku, że **choć technologie konstruowane są w określony sposób, to „mogłyby być inne”**. Przyjmuje się, że wypracowany kształt danej technologii (jej cele, sposoby użytkowania, prawa jej towarzyszące itd.) nie jest dany raz na zawsze, ale że można go przekształcać, czy to w ramach negocjacji (w wariantach mniej krytycznych), czy konfliktów i taktyk oporu (w wariantach bardziej wyraźnie odwołujących się do myśli marksistowskiej). Promowane zazwyczaj idee wiążą się z postulatami demokratyzacji technologii, tzn. przekształcania ich w taki sposób, aby dzięki powszechnej partycypacji i deliberacji uwzględniały perspektywy i interesy jak najszerszego grona grup społecznych, które z nich korzystają. Idee te stanowią przeciwwagę dla „podejścia ekspercko-technokratycznego” (Stankiewicz, 2014, s. 94), które faworyzuje wizje silnych aktorów, takich jak elity militarno-rządowe, biznesowe, religijne czy medialne. Analizy konstruktywistyczne, w wyniku śledzenia procesów praktycznego wytwarzania technologii, często prowadzą do wniosku, że technologie mogłyby być wytwarzane bardziej kolektywnie, służąc interesom publicznym, a nie tylko prywatnym korzyściom grup uprzywilejowanych (często w sposób niekorzystny dla pozostałych grup). Jak pisze w tym kontekście Feenberg (1991):

Wszystkie nowoczesne społeczeństwa przemysłowe stoją dziś na rozdrożu, mogąc wybrać pomiędzy dwoma różnymi kierunkami rozwoju technicznego. Mogą pozostać zablokowane w wyniku instrumentalizacji, która intensyfikuje eksploatację człowieka i przyrody lub obrać nową drogę, na której integracyjne tendencje technologii będą wspierały jej emancypacyjne zastosowania. (s. 195)

Podsumowując, problematyka niniejszej pracy zakorzeniona jest w dorobku konstruktywistycznych rozważań nad technologią. Badania dyskursywne pomagają

śledzić procesy kształtowania technologii na poziomie kulturowym. Eireiner (2020) podkreślał, że „analiza dyskursu jest cennym punktem wyjścia dla [rozumienia – przyp. S.W.] kontrowersji dotyczących rozwijających się technologii, ponieważ teksty werbalne dostarczają istotny wgląd w społeczno-polityczne zjawiska leżące u podstaw [tych kontrowersji – przyp. S.W.]” (s. 2). Analizy tego typu umożliwiają pozyskiwanie wiedzy na temat tego, jacy aktorzy dominują w debacie; jakie rozwiązania są przez nich promowane, a jakie wykluczane z debaty; jakie wartości, ideologie i interesy leżą u ich podstaw oraz jakie językowe i retoryczne narzędzia są wykorzystywane do ich uzasadniania. Pomagają one dekonstruować arbitralność wykształcających się stabilizacji. Co więcej, wskazują możliwość konstruowania nowych dyskursów, wyrażających inne potencjały technologii niż te, które reprodukowane są przez dyskursy dominujące (Laclau i in., 2020). Fast (2018) argumentowała w podobny sposób, że rolą badaczy społecznych powinno być uwrażliwianie społeczeństwa na negocjowalny charakter technologii: „Podczas gdy korporacje z sektora technologii komunikacyjnych dążą do retorycznego zamknięcia debaty, przedstawiając jednolitą historię [...] technologii medialnej, badania nad mediatyzacją powinny uparcie dostarczać alternatywnych narracji, aby zachować interpretacyjną elastyczność [tych technologii – przyp. S.W.]” (s. 26).

Rys dyskursywno-historyczny: nadzieje społeczeństwa informacyjnego

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania nad dyskursywnymi wymiarami technologii, w tym podrozdziale nakreślono **ogólną charakterystykę debaty na temat rozwoju usieciowionych technologii komunikacyjnych**. Opis ten miał za zadanie osadzić dzisiejsze kontrowersje wokół przeciwdziałania dezinformacji w szerszym kontekście, aby lepiej wytłumaczyć źródła i uzasadnić istotność podejmowanej problematyki. Poniższe omówienie nie ma charakteru empirycznej analizy dyskursu, ale stanowi jedynie wprowadzający rys historyczno-dyskursywny opracowany na podstawie literatury przedmiotu. Skupiono się przede wszystkim na wiodących, popularnych narracjach związanych z informatyzacją komunikacji. W poniższym opisie zastosowano zatem uproszczenie, polegające na skoncentrowaniu się jedynie na „centralnych mitach dotyczących powstania globalnych systemów komunikacji komputerowej” (Mosco, 2005, s. 19).

W drugiej połowie XX w., wraz z postępującą komputeryzacją, wiele głosów entuzjastycznie antycypowało wykształcenie się w najbliższej przyszłości w pełni demokratycznych technologii komunikacyjnych, które miały być wolne od barier i ograniczeń znanych z mediów tradycyjnych (zob. przykłady tej narracji w: Bell, 1973; McLuhan, 1962; Toffler, 1984). Za urzeczywistnienie tych przewidywań uznano sieć WWW, która w swych początkach postrzegana była jako synonim wolności i łatwo dostępnej wiedzy (Gillespie, 2018; van Dijck, 2013). Nadzieje związane z rozwojem cyfrowych środków przekazu znajdowały swój wyraz w socjologicznych koncepcjach społeczeństwa informacyjnego, wiedzy lub postindustrialnego (Niesporek, 2004; Vogt, 2016). Koncepcje te próbowały wyjaśniać zmiany społeczne zachodzące w drugiej połowie XX w. zakładając wykształcanie się w tamtym okresie nowego typu społeczeństwa pod wpływem progresu technologicznego.

Jak zauważa Zygmuntowski (2020), wizje te miały charakter „technooptymistyczny”, ponieważ kładły szczególny nacisk na szanse i pozytywne aspekty związane z ewolucją narzędzi informacyjnych. Technooptymistyczne nastroje, szczególnie od zakończenia zimnej wojny i pojawienia się ogólnodostępnego internetu w latach 90., podkreślały możliwość przebudowy i wzmocnienia systemów demokratycznych na całym świecie poprzez wykorzystanie cyfrowych środków przekazu. Postulowane w tamtym okresie idee „tele/e-demokracji” (Arterton, 1987; T. Becker i Slaton, 2000) zwracały uwagę na potencjał cyfrowych mediów do realizacji idei bezpośredniego zaangażowania obywateli i obywateli w procesy polityczne.

Oczekiwania te jeszcze bardziej rozbudziło pojawienie się platform społecznościowych oraz wyewoluowanie internetu do postaci „web 2.0” – w założeniu jeszcze bardziej oddolnej, otwartej i zdecentralizowanej niż „wczesny internet”, która miała być wykorzystywana przez użytkowników do wcielania w życie idei współpracy, wolności i spółdzielczości (Fuchs i Sandoval, 2015; Gehl, 2015; López-García i in., 2020; Poell i in., 2019; van Dijck, 2013). Internet w tym wydaniu postrzegano jako narzędzie mające urzeczywistnić wizję inkluzywnej demokratycznej deliberacji, w ramach której każdy może uczestniczyć w debacie publicznej oraz partycypować w procesach politycznych (Danek, 2018).

Ideologia Doliny Krzemowej

Pozytywne wyobrażenia o postępowym potencjale usieciowienia były szczególnie charakterystyczne dla „ideologii kalifornijskiej” (Barbrook i Cameron, 1996). Terminem tym określa się zbiór wartości i poglądów promowanych w obrębie kultury korporacyjnej firm wywodzących się z „Doliny Krzemowej”, czyli zagłębia technologii komputerowych w Kalifornii (a obecnie ogółu największych zachodnich korporacji z tej branży). Zestaw przekonań towarzyszący dynamicznemu rozwojowi tych przedsiębiorstw od końca lat 90. XX w. wyrastał ze specyficznego połączenia etosu ruchów hakerskich i kontrkulturowych z myślą neoliberalną oraz interesami amerykańskiego kompleksu przemysłowo-militarnego (Graeber, 2016; Markoff, 2005; Turner, 2008). W szeroko komentowanym eseju na temat ideologii kalifornijskiej Barbrook i Cameron (1996) opisywali ją jako „posłanie cybernetycznego libertarianizmu, które jest krytyczne wobec roli państwa i stanowi przedziwną mieszankę hippisowskiego anarchizmu z ekonomicznym liberalizmem, która podparta jest dużą dawką determinizmu technologicznego” (s. 56).

Na poziomie symbolicznym przedsiębiorstwa z Doliny Krzemowej są przywiązane do progresywnych idei oddolnej ekspresji, osobistej autonomii oraz wolności obywatelskich, zaczerpniętych ze spuścizny intelektualnej nowej lewicy i inspirowanych nią ruchów studenckich i subkulturowych, popularnych w Kalifornii na przełomie lat 60. i 70. XX w (van Dijck, 2013). Istotną rolę w kształtowaniu wizerunku tych firm odgrywa również szeroko rozumiana koncepcja otwartości (*openness*), charakterystyczna dla części środowisk programistów. Przejawia się ona m.in. przywiązaniem do idei otwartej wiedzy, otwartego kodu oraz wolnych licencji w zakresie prawa autorskiego, preferowaniem przestrzeni biurowych typu *open space*, elastycznym podejściem do miejsca i czasu pracy oraz pozornie spłaszczonymi hierarchiami władzy pomiędzy pracownikami a przełożonymi (Gorwa i Garton Ash, 2020). Gillespie (2018) zauważa w tym kontekście, że:

sztandarowy mit otwartej sieci został zaszczerpiony w pierwszych platformach internetowych: często przedstawiają się one jako otwarte dla wszystkich; w swojej promocji często sugerują, że ich działalność to jedynie ułatwianie

publicznej ekspresji, że są bezstronnymi i niezależnymi gospodarzami, którzy wyznają etos „wolnej informacji”, który jest kluczowy dla ich misji. (s.16)

Istotnym elementem kalifornijskiej wizji utworzenia z informatyzowanego świata bez barier były postulaty o charakterze libertariańskim. Internet, szczególnie w początkowej fazie rozwoju, postrzegany był jako „rzadki przykład prawdziwej, współczesnej, funkcjonalnej anarchii” (Sterling, 1993, za: Gillespie, 2018, s. 26), współtworzonej przez niezależne jednostki połączone ze sobą dzięki komputerom. Pogląd ten wiązał się z leseferystycznymi ideami ograniczenia roli państwa w internecie (van Dijck, 2013). Internet traktowany był bowiem jako niezależna od tradycyjnych rządów i ustanawianych przez nie praw, samoregulująca się „cyberprzestrzeń” (zob. Barlow, 1996). Przedrostek „cyber-” konotował, że technologia ta stanowi rodzaj niematerialnego, w pewnym sensie „nieuchwytnego” fenomenu, który nie podlega takim samym ograniczeniom jak tradycyjne środki przekazu.

Wraz z rozwojem firm z Doliny Krzemowej internet coraz bardziej oddalał się jednak od zdecentralizowanej struktury połączonych ze sobą jednostek i oddolnych wspólnot, kierując się w stronę koncentracji w rękach kilku prywatnych korporacji (van Dijck, 2013). W myśl neoliberalnych postulatów idea wolność internetu zaczęła być sprowadzana przez te firmy głównie do prawnej deregulacji sektora technologicznego. Miała ona gwarantować ograniczenie kontroli państw nad komunikacją w internecie, ale w efekcie ograniczyła możliwość sprawowania demokratycznego nadzoru nad najważniejszymi cyfrowymi przestrzeniami wymiany informacji. Warto przy tym zaznaczyć, że badania nad poglądami przedstawicieli elit Doliny Krzemowej pokazują, że w większości, przynajmniej na poziomie deklaracyjnym, nie popierają oni kluczowych neoliberalnych postulatów, takich jak konieczność obniżania podatków czy ograniczania usług publicznych (Broockman i in., 2019). Cytowane badania sondażowe pokazują jednak, że są oni przeciwni narzucaniu odgórnych regulacji na działalność gospodarczą, m.in. wzmacnianiu pozycji związków zawodowych czy wdrażaniu ustawowych wymagań dotyczących produktów i usług, np. w zakresie sposobu przetwarzania danych o użytkownikach (Broockman i in., 2019). Decydenci nadający kierunek Dolinie Krzemowej zdają się zatem być zwolennikami poglądu, że koniecznym warunkiem

postępu jest maksymalnie swobodne, wolne od rządowych ingerencji funkcjonowanie biznesu.

Nadrzędną koncepcją spajającą ideologię kalifornijską jest wiara w niemal nieograniczony potencjał technologii, znajdująca swój wyraz w szeroko komentowanym motto wczesnego Facebooka – „Move fast and break things” (Kleinman, 2024). Na poziomie wizerunkowym firmy z sektora „*big tech*” są silnie przywiązane do koncepcji tworzenia „lepszego świata” poprzez innowacje, co pokazały m.in. badania Haupta (2021) nad dyskursywnymi konstrukcjami przyszłości w komunikacji Marka Zuckerberga. Morozov (2013) używa w tym kontekście pojęcia „solucjonizmu technologicznego”, przez który rozumie przekonanie o możliwości rozwiązywania zarówno indywidualnych (np. zdrowotnych), jak i grupowych (np. politycznych) problemów dzięki odpowiednio zaprogramowanym algorytmom i urządzeniom. Rozwijając tę myśl, Zygmuntowski (2020) pisze o „fetyszyzmie kodu” (s. 136), czyli przekonaniu, że ludzi i procesy społeczne można udoskonalać i optymalizować podobnie jak programy komputerowe:

elementem ideologii kalifornijskiej, przenikającej Dolinę Krzemową, jest [...] swoisty fetyszym kodu. Reifikacja kodu, czyli uznanie go za element natury sam w sobie, oderwany od procesów życia społecznego czy nawet życia biologicznego, prowadzi do nieuchronnego uznania problemów człowieka za problemy w kodzie. Programy – i ludzi – w optyce fetyszysty kodu można po prostu „zdebugować”, poprawiać linijka po linijce do skutku. (s. 136)

Technologia w ujęciu Doliny Krzemowej jest często prezentowana jako sfera oderwana od etyki, a problemy, którym starała się sprostać jako problemy o charakterze inżynierskim, a nie normatywnym. Chander i Krishnamurthy (2018) podkreślają, że przeświadczenie o aksjologicznej i politycznej neutralności największych firm technologicznych jest powszechne wśród samych pracowników tych podmiotów:

w branży technologicznej panuje mit, że platformy internetowe są neutralne. [...] „przekonanie, że Facebook jest otwartą, neutralną platformą, jest niemalże religijnym dogmatem wewnątrz firmy” [...]. Jest to etos typowy dla platform internetowych w ogóle. [...] W tym sensie platformy te stanowią naturalną kontynuację roli, do której często odwołują się inżynierowie, tzn., że są apolityczni i neutralni w stosunku do różnych kontrowersji, które się wokół nich toczą. Że ich rola polega jedynie na budowaniu infrastruktury i oferowaniu

narzędzi reszcie społeczeństwa. Narzędzia, które oferują nie są same w sobie dobre ani złe. To, co społeczeństwo z nimi robi, to jego własna wina. (s. 400–401)

Chander & Krishnamurthy (2018) podważają narrację o neutralności platform, argumentując, że nie mogą być one neutralne, ponieważ m.in. zmieniają komunikację polityczną w społeczeństwie; algorytmicznie lub przy udziale ludzkich moderatorów promują jedne treści, a inne nie; ustalają wewnętrzne regulaminy, które w praktyce działają jak prawo w internecie; podejmują decyzje polityczne (np. w zakresie relacji z władzami i służbami w konkretnych państwach); a także podejmują decyzje dotyczące technicznej infrastruktury udostępnianych usług (np. wyznaczają granice tego, co użytkownik jest w stanie robić na platformie, a czego nie). Autorzy podkreślają zatem, że „sposób, w jaki zostały napisane technologiczne protokoły, na których opiera się Internet, był nieuchronnie polityczny – na przykład [wiązał się z – przyp. S.W.] umożliwieniem lub uniemożliwieniem anonimowości, wzmocnieniem lub zmniejszeniem centralnej kontroli oraz poszanowaniem lub ignorowaniem prywatności” (Chander & Krishnamurthy, 2018, s. 402–403).

Specyfika platform, takich jak Facebook, Twitter czy Instagram, które stały się symbolami Doliny Krzemowej, dobrze unaocznia opisane powyżej antynomiczne tendencje charakterystyczne dla ideologii kalifornijskiej. Platformy te przez wielu prezentowane są jako synonim otwartości, decentralizacji, partycypacji i spontanicznej interakcji. Z drugiej jednak strony, krytycy wskazują na szereg ich cech zaprzeczających tym ideom, na czele z kontrowersyjnymi modelami biznesowymi, które bazują na czerpaniu zysków z prywatnych danych użytkowników. Pomimo coraz częściej wyrażanych negatywnych ocen funkcjonowania platform społecznościowych, warto zauważyć jednak, że przynajmniej część ich emancypacyjnego potencjału faktycznie się urzeczywistniła. Platformy te ułatwiły, przyspieszyły i usprawniły część procesów komunikacyjnych. W pewnych wymiarach pomagają również zrzeszać ludzi i tworzyć mniej lub bardziej trwałe grupy społeczne, których przynależność nie jest już ograniczana tradycyjnymi barierami. Użytkownicy mogą się łączyć poprzez wspólne zainteresowania czy poglądy, bez względu na miejsce zamieszkania. W związku z tym w kontekście mediów społecznościowych często omawia się koncepcję *empowerment*, która odnosi się do wzmacniania pozycji jednostek i grup

w społecznych relacjach władzy (Hanson, 2014), zwłaszcza grup zmarginalizowanych (np. z powodów rasowych, wiekowych, religijnych, klasowych, a także orientacji seksualnej czy niepełnosprawności). Specyfika mediów społecznościowych, w których „każdy może być nadawcą”, w wielu przypadkach umożliwia przełamanie w procesach komunikacyjnych symbolicznego monopolu tradycyjnych *gatekeeperów* (np. tradycyjnych instytucji medialnych, władz), a nawet zupełne ich pomijanie. Usieciowione środki wymiany informacji mogą stanowić przestrzeń dla formułowania i promowania różnych form politycznego działania, zarówno pozostającego jedynie w sferze online, jak i rozciągającego się na sferę offline (Freelon i in., 2020), m.in. poprzez dawanie dostępu do szerokiego spektrum poglądów (również tych pozamainstreamowych) oraz możliwość łączenia i mobilizowania ich zwolenników (np. w postaci ruchów społecznych, partii politycznych), a także dostarczanie użytkownikom nowego kanału organizowania różnych form nacisku na władzę czy biznes (np. w postaci petycji, protestów, bojkotów).

Zawiedzione nadzieje technooptymizmu

Dziś, gdy sieć WWW już dawno przestała być nowinką używaną głównie przez komputerowych „geeków” i stała się jednym z kluczowych kanałów komunikacji w społeczeństwie, znacznie trudniej dostrzec technooptymistyczne narracje opisane w powyższej sekcji. Entuzjazm wokół koncepcji społeczeństwa informacyjnego zastępują bardziej krytyczne ujęcia relacji pomiędzy technologiami komunikacyjnymi a szerszymi strukturami społecznymi, politycznymi i ekonomicznymi, które Pasquale (2016) określił zbiorczo jako „mroczniejszą narrację o platformowym kapitalizmie” (s. 314). Chociaż w „głęboko zmediatyzowanych” (Couldry i Hepp, 2016) społeczeństwach trzeciej dekady XXI w. cyfrowa komunikacja rzeczywiście stanowi istotną część życia społecznego, to wiele pokładanych w niej nadziei pozostało jedynie w sferze niezrealizowanej utopii (Badillo i Bourgeois, 2003).

Jak zauważają krytycy, na poziomie ogólnego porządku społecznego nie powstało nowe, zdecentralizowane społeczeństwo informacyjne, w którym materialność, praca fizyczna, bariery w dostępie do wiedzy oraz tradycyjne hierarchie władzy i związane z nimi nierówności zupełnie straciły na znaczeniu

(Vogt, 2016). Wraz z rozwojem technologii komunikacyjnych wykształciła się raczej jedynie nowa faza kapitalizmu, w której cyfrowa wymiana informacji stała się istotnym narzędziem akumulacji kapitału (Fuchs, 2009; van Dijck, 2013; Zuboff, 2019; Zygmuntowski, 2020). Przykładami nowych form wyzysku w z informatyzowanych gospodarkach są m.in. zjawiska, takie jak prekaryzacja pracy w ramach „ekonomii fuchy” (*gig economy*; Crawford, 2021; Woodcock i Graham, 2020) czy wykorzystywanie źle opłacanych osób z krajów pół- i peryferyjnych do moderacji treści w mediach społecznościowych (Roberts, 2019). Zygmuntowski (2020) wśród innych problemów tych gospodarek wskazuje m.in. na spowolnienie innowacyjności zachodnich państw od lat 80. XX w. pod wpływem neoliberalnych reform, zanikanie usług publicznych oraz postępującą degradację środowiska naturalnego.

Nie tylko na poziomie ogólnospołecznym, ale również na poziomie samych technologii komunikacyjnych wiele oczekiwań związanych z ich demokratyzującym potencjałem pozostało niespełnionych. W tym kontekście warto przywołać założenia krytycznej dekonstrukcji platform internetowych w ujęciu van Dijck (2013). Autorka, czerpiąc z teorii aktora-sieci oraz ekonomii politycznej mediów, prowadziła pogłębione analizy procesu platformizacji współczesnych społeczeństw. Proces ten odnosi się do przekształceń relacji społecznych, które zachodzą na skutek ich zapośredniczenia przez platformy internetowe (Poell i in., 2019). Platformy przenikają różne sfery życia – od edukacji, przez pracę, finanse, transport, aż po czas wolny i więzi intymne – reorganizując przy tym praktyki kulturowe oraz redefiniując normy społeczne i polityczne. W tym ujęciu platformy nie są zatem postrzegane jedynie jako techniczne kanały komunikacji, ale jako złożone technologiczno-kulturowe konstrukty oraz socjoekonomiczne struktury, które znacząco oddziałują na życie społeczne poprzez zastosowane rozwiązania technologiczne, dopuszczalne rodzaje treści i sposoby użytkowania, struktury właścicielskie, regulacje oraz modele biznesowe (van Dijck, 2013). Logika platform opiera się na datyfikacji, czyli procesie w ramach którego ludzkie interakcje, cechy i emocje przekształcane są na dane liczbowe (van Dijck i Poell, 2013). Pozyskiwane dane procesowane są przez algorytmy, w które wpisane są wzorce dostępności, popularności i hierarchiczności, priorytetyzujące zachowania oraz treści, które generują duże zainteresowanie oraz zaangażowanie emocjonalne użytkowników

(van Dijck, 2013). Celem tych procesów jest jak największa komodyfikacja aktywności online – wiedza o preferencjach i wzorach zachowań ludzi ma przekładać się na zysk udziałowców platform poprzez sprzedaż profilowanych reklam. Platformy dogłębnie przekształcają przy tym granicę między sferą publiczną a prywatną, przejmując kontrolę nad miejscami przeznaczonymi do komunikacji i realizowania więzi społecznych, przekształcając je w zamknięte, sprywatyzowane i programowalne obszary. Skutkiem tego jest wzrost nadzoru nad użytkownikami, intensywne komercjalizowanie ich aktywności oraz naruszanie ich prywatności.

Chociaż, jak sygnalizowano w poprzednich akapitach, współczesne usieciowione środki przekazu mogą być narzędziem dostępu do informacji, upodmiotowienia czy politycznej partycypacji, to niosą one za sobą również liczne ryzyka i zagrożenia, które obecnie zaczynają dominować w publicznej debacie na ich temat. Momentem przełomowym dla zachwiania wiary w „technooptymistyczną” narrację o internecie jako narzędziu wiedzy i wolności był wspomniany rok 2016. Jak pisze w tym kontekście Persily (2017):

Jeśli kampanie prezydenckie w USA w 2008 i 2012 roku zdawały się potwierdzać przekonanie utopistów, że cyfrowe narzędzia ulepszają demokrację przez umacnianie pozycji obywateli w relacjach władzy [empowerment – przyp. S.W.] i wzrost ich zaangażowania, to kampania z 2016 roku uwiarygodniła wyzwania, które internet stawia amerykańskiej demokracji, a prawdopodobnie demokracji w ogóle. (s. 71)

Wyborcze zwycięstwo Donalda Trumpa, a także podjęta w ramach referendum decyzja o wyjściu Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej, które miały miejsce w tamtym okresie, zszokowały wielu komentatorów i badaczy zajmujących się zjawiskami na przecięciu polityki i technologii. Przyczyn tych wydarzeń szybko zaczęto upatrywać w negatywnym oddziaływaniu mediów społecznościowych. Zwracano szczególną uwagę na fakt, że mogą być one wykorzystywane nie tylko do promocji wartościowych treści, łączenia ludzi czy ich mobilizacji w szczytnym celu, ale także do rozpowszechniania propagandy, zastraszania i wykluczania, organizowania działalności antydemokratycznej (np. terroryzmu) czy prób ingerencji obcych państw w procesy wyborcze. Wśród szeroko zakrojonej krytyki współczesnych platform społecznościowych, wyrastającej z zawiedzionych nadziei

koncepcji „społeczeństwa informacyjnego”, można wyróżnić kilka charakterystycznych wątków, które zostały wskazane w poniższych punktach.

(1) Zalew informacyjny

Wobec usieciowionych mediów wysuwane są zarzuty dotyczące tego, że oferują one zbyt dużą ilość informacji, które nie są w odpowiedni sposób systematyzowane. Dostępne treści powodować poczucie „przeciążenia informacyjnego” (*information overload*; F. M. Simon i Camargo, 2021, s. 9) u odbiorców i w efekcie prowadzić do ich zdezorientowania i „niedoinformowania”. Spodziewano się, że internet będzie „źródłem wiedzy”, tymczasem obecnie zwraca się uwagę na problem zbyt dużej dostępności materiałów o niskiej jakości.

(2) Wypaczona deliberacja i mowa nienawiści

Wielu komentatorów zwraca uwagę, że internetowe dyskusje nie spełniły ideałów inkluzywnej deliberacji, w ramach której równe strony, respektując wzajemnie swoje prawa, dążą do osiągnięcia konsensusu. Zwraca się uwagę, że wymiana opinii w sieci często cechuje się dominacją jednych grup nad innymi oraz napastliwym tonem, a w wielu przypadkach również stosowaniem mowy nienawiści wobec określonych grup społecznych, w tym w postaci skoordynowanych kampanii przy użyciu sztucznych, zautomatyzowanych kont. Jak zauważyła Hanson (2014), „[platformy społecznościowe – przyp. S.W.] mogą znacząco wzmacniać pozycję jednych, a jednocześnie zatrważająco osłabiać innych” (s. 579).

(3) Złudne poczucie siły

Pojawiają się głosy, które krytykują media społecznościowe za to, że zamiast podnosić społeczne zaangażowanie i partycypację polityczną obywateli, budują one jedynie fałszywe poczucie sprawczości. Jako przykład podawane jest w tym kontekście zjawisko kliktywizmu (*clicktivism*), polegającego na podejmowaniu działań politycznych w przestrzeni online (np. komentowaniu treści politycznych, wspieraniu różnych akcji przez publikowanie hashtagów czy nakładek profilowych, podpisywaniu elektronicznych petycji). Według krytyków działania te ograniczają

aktywność obywateli w sferze offline i nie przynoszą żadnych realnych zmian.

(4) Nadmierna władza platform

Jak wskazano wcześniej w kontekście krytycznej dekonstrukcji platform w ujęciu van Dijck (2013), jednym z nadrzędnych zarzutów pod adresem współczesnego internetu jest koncentracja jego „własności” w rękach niewielkiej liczby dużych prywatnych przedsiębiorstw, takich jak amerykański Alphabet i Meta czy chiński ByteDance. Krytycy zwracają uwagę, że sieć, która miała być otwartą, zdecentralizowaną przestrzenią swobodnej interakcji pomiędzy wolnymi jednostkami obecnie w dużej mierze „należy” do korporacji, które narzucają w niej własne zasady i wykorzystują swoją oligopolistyczną pozycję rynkową do tłumienia konkurencji oraz narzucania użytkownikom własnych produktów i usług. Gehl (2015) ilustruje te problemy w następujący sposób:

Współczesna strona lub aplikacja może być opracowywana za pomocą Google Docs, mieć czcionki Google Fonts, być wyszukiwana przez serwery systemu nazw sieciowych (DNS) Google i wyszukiwarkę Google, mieć treści zebrane z YouTube lub Google+, być zbudowana przy wykorzystaniu bibliotek Google Javascript, analizowana przez Google Analytics, monetizowana przez Google AdSense, a także dostarczana do Google Chrome w telefonie z Androidem przez Google Fiber – a wszystkie dane powstałe w wyniku tych działań są przechowywane na serwerach Google.
(s. 3)

Firmy z sektora big tech oskarżane są o naruszanie prywatności użytkowników poprzez ekstrakcję danych, a następnie czerpanie z nich zysków poprzez sprzedaż profilowanych reklam. Zuboff (2019), jedna z najszerzej komentowanych przeciwniczek modeli ekonomicznych współczesnych platform, określa ten sposób monetyzowania działalności internautów mianem „kapitalizmu inwigilacji”. Ponadto, wielu obserwatorów zwraca również uwagę na nadmierną kontrolę platform nad przepływem treści poprzez algorytmiczną lub ludzką moderację treści, która promuje jedne przekazy, a ogranicza widoczność innych.

(5) Manipulacja polityczna

Internet zaczął być także postrzegany jako kluczowe narzędzie manipulacji politycznej. Krytycy podkreślają, że sfera online, ze względu na brak tradycyjnego gatekeepingu oraz rozbudowane możliwości precyzyjnego dostarczania treści do użytkowników o określonych cechach z łatwością może być wykorzystywana przez różnych aktorów (w tym obce państwa czy ruchy ekstremistyczne) do rozpowszechniania szkodliwych materiałów utożsamianych z pojęciem dezinformacji. Zakłada się, że dzięki wykorzystaniu internetu mogą oni wywierać skuteczny wpływ na obywateli i realizować własne, często niejawne interesy polityczne.

Definiowanie dezinformacji

W tym miejscu należy podjąć rozważania nad znaczeniem pojęcia „dezinformacja”. Fundamentalnym problemem w dyskusji nad tym zjawiskiem jest **brak konsensusu definicyjnego** (Egelhofer i Lecheler, 2019; Tong i in., 2020; Tucker i in., 2018). Zarówno w dyskursie medialnym, jak i akademickim termin ten jest w swobodny sposób używany do oznaczenia obszernego zakresu treści o różnorodnej charakterystyce, włączając w to m.in. oszustwa internetowe (*scam*), wiralowe newsy (*viral news*), wywiadowcze operacje informacyjne, trolling, mikrotargeting reklamowy czy próby zastraszania użytkowników (*harassment*), w rezultacie sprawiając, że „nie ma dwóch osób, które badając dezinformację, zajmują się tym samym” (Bernstein, 2021). Chociaż przytoczona opinia cechuje się pewną dozą publicystycznej przesady, to jednak rozbieżności definicyjne są znaczącym, nierozwiązanym do tej pory problemem w literaturze przedmiotu, na co wskazywali również m.in. Tong i współpracownicy (2020), Tucker i współpracownicy (2018) oraz Egelhofer i Lecheler (2019). Rozbieżności te przekładają się na trudności z porównywaniem rezultatów prowadzonych badań, a w efekcie prowadzą także do niewielkiej konkluzywności badań nad dezinformacją jako całości. Kolejną warstwą nakładającą się na te trudności jest fakt, że konceptualizacje dotyczące dezinformacji są tworzone przez bardzo zróżnicowanych aktorów (nie tylko związanych z akademią), posiadających różny

ogład tematyki, a także różne motywacje (Alemanno, 2018) – m.in. organizacje międzynarodowe (np. Unię Europejską), korporacje technologiczne, media publiczne i prywatne, partie polityczne, ustawodawców, think tanki o różnych sympatiach politycznych itd.

Jako punkt wyjścia do dalszych rozważań wskazano poniżej kilka często przywoływanych konceptualizacji. Jedną z popularnych propozycji dostarczył Tucker wraz ze współpracownikami (2018), którzy zdefiniowali dezinformację jako „szeroką kategorię, która opisuje różne formy informacji w sieci, które mogą potencjalnie prowadzić do mylnego pojęcia o aktualnym stanie świata” (s. 3). Często przywoływane są także dwie definicje opracowane z inicjatywy Unii Europejskiej na potrzeby strategii przeciwdziałania dezinformacji przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w 2019 roku, które stosowane są również w badaniach akademickich (Bechmann i O’Loughlin, 2020; Freelon i Wells, 2020; Wigienka, 2020). Pierwsza z nich mówi o „informacji, która jest fałszywa i celowo utworzona w celu zaszkodzenia osobie, grupie społecznej, organizacji lub krajowi” (Wardle i Derakhshan, 2017, s. 20). Druga przez dezinformację rozumie „możliwe do zweryfikowania nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje, tworzone, przedstawiane i rozpowszechniane w celu uzyskania korzyści gospodarczych lub wprowadzenia w błąd opinii publicznej, które mogą wyrządzić szkodę publiczną” (Komisja Europejska, 2018b, s. 4). Przytoczone definicje **pozostają na bardzo wysokim poziomie generalizacji i są trudne do zoperacjonalizowania**, ponieważ same posługują się nieostrymi pojęciami, często o charakterze uznaniowym (np. „mylne pojęcie o aktualnym stanie świata”, „zaszkodzenie krajowi”). W efekcie, nawet przy zastosowaniu tych samych konceptualizacji, konkretne treści przez jednych mogą być zaliczane w praktyce do kategorii „dezinformacja”, a przez innych nie, zależnie od przyjmowanych bardziej szczegółowych kryteriów (np. tego, czym jest fałsz lub intencja wyrządzenia szkody), a następnie arbitralnej oceny, czy kryteria te zostały spełnione.

Należy również zwrócić uwagę, że omawiany termin wpisuje się w szerszą siatkę pojęciową określeń związanych z rozprzestrzenianiem się „problematycznych informacji” w internecie. Freelon i Wells (2020) piszą w tym kontekście o „konceptualnym rodzeństwie” (s. 1), na które składają się przede

wszystkim pojęcia dezinformacja, fake news oraz *misinformation*³. Niektórzy autorzy próbują rozgraniczać te terminy, odwołując się w tym celu do **trzech aspektów definicji: (1) fałszywości treści, (2) intencji nadawcy, (3) formy przekazu** (Iosifidis i Nicoli, 2020; Lazer i in., 2018; Park i in., 2020; Tandoc i in., 2018; Zafarani i in., 2019). Kryterium fałszywości (1) stosuje się do wszystkich trzech pojęć i oznacza, że określają one treści, które są uznawane za nieprawdziwe, niezgodne z faktami, niekompletne, wprowadzające w błąd itp. Kryterium intencjonalności (2) pomaga w języku angielskim rozgraniczać pojęcia *disinformation* i *fake news* od *misinformation*. Dwa pierwsze są stosowane dla określenia treści, co do których nadawca ma świadomość, że spełniają kryterium fałszywości i celowo rozpowszechnia je, aby oszukać odbiorców. Trzecie określenie odnosi się do treści mylących, ale komunikowanych bez świadomej intencji oszukania odbiorców – np. opublikowania nieprawdziwej informacji w mediach z powodu pomyłki redakcyjnej lub nierzetelnej weryfikacji źródeł. Pojęcie *fake news* jest natomiast wyróżniany przez kryterium formy przekazu (3). Zgodnie z prezentowaną typologią powinno być stosowane dla określania treści podszywających się wizualnie pod treści produkowane przez profesjonalne media (np. posiadające schemat newsa prasowego na portalu internetowym lub udające posty w mediach społecznościowych zamieszczane przez profesjonalne redakcje; Egelhofer i Lecheler, 2019; Tandoc i in., 2018). W myśl przedstawionego podziału, pojęcie dezinformacji jest zatem bardziej pojemne znaczeniowo od pojęcia *fake news* i obejmuje znacznie szerszy zakres różnego środków wyrazu oraz mechanizmów ich rozpowszechniania – nie tylko fałszywe materiały stylizowane na treści pochodzące ze zinstytucjonalizowanych mediów, ale także np. wpisy generowane amatorsko przez użytkowników. W tym ujęciu każdy *fake news* jest dezinformacją, ale nie każda dezinformacja jest *fake newsem*.

Należy jednak podkreślić, że omówiona powyżej próba rozgraniczenia jest tylko jedną z wielu dostępnych. Nie jest ona żadnego powszechnie obowiązującego standardu, wobec czego terminy te bywają używane również w innych znaczeniach

3 Pojęcie *fake news* jest stosowane w polszczyźnie najczęściej w oryginalnym angielskim brzmieniu, natomiast pojęcie *misinformation* najczęściej przekładane jest jako dezinformacja (bez rozróżnienia na angielskie *dis-* i *misinformation*), chociaż niektórzy proponują również stosowanie w języku polskim słowa *misinformacja*.

(bardziej szerokich lub wąskich) oraz w różnych relacjach wobec siebie. Ponadto należy zaznaczyć, że w literaturze pojawiają się także inne, pokrewne pojęcia, m.in. *junk news*, *false news*, *hyperpartisan news*, plotki, teorie spiskowe czy operacje informacyjne, których wzajemne relacje oraz relacje wobec trzech wskazanych powyżej pojęć również są niejasne i ujmowane w zróżnicowany sposób (Egelhofer i Lecheler, 2019; Neudert i in., 2019; Tucker i in., 2018).

Jak już wspomniano, istotnym problemem w stosowaniu wymienionych pojęć jest fakt, że ich definicje opierają się na innych pojęciach, które są same w sobie są bardzo pojemne znaczeniowo, a przez to płynne i zależne od interpretacji, a często także niepoddające się weryfikacji empirycznej. Jednym z przywoływanych problemów jest w tym kontekście kryterium intencjonalności i związane z nim trudności z orzekaniem o umyślności rozpowszechniania fałszywych komunikatów (Bechmann i O'Loughlin, 2020; Farkas i Schou, 2019; Guess i Lyons, 2020). W tym względzie pojawiają się bowiem istotne dylematy teoretyczne i praktyczne związane z ustalaniem celowości ludzkich działań, zwłaszcza, że nadawcy problematycznych treści w internecie często pozostają nieznani lub rozproszeni. Innymi słowy, za pomocą jakich kryteriów i narzędzi sprawdzać, czy anonimowy lub jawny nadawca wiedział, że publikowana przez niego treść jest fałszywa, a jego intencją było oszukanie kogoś innego? Niektórzy autorzy proponują zatem stosowanie wspólnego pojęcia *xisinformation* (zamiast rozróżnienia na *dis-* i *misinformation*), które ma skupiać się jedynie na fałszywości danych treści, a nie intencji ich rozpowszechniania jako trudnej do rozstrzygnięcia w praktyce społecznej (Armitage i Vaccari, 2021).

Fundamentalną przeszkodą o charakterze epistemologicznym jest także **kryterium fałszywości**, czyli kwestia rozstrzygnięcia o zgodności danych twierdzeń z rzeczywistością (Bechmann i O'Loughlin, 2020; Farkas i Schou, 2019; Guess i Lyons, 2020; Hainscho, 2022; Rose, 2020). Kwestia prawdy jest od stuleci jednym z podstawowych, szeroko dyskutowanych problemów w ramach filozofii poznania. Na tym polu ścierają się różnorodne stanowiska dotyczące filozoficznego statusu prawdy – od bardziej klasycznych, które prezentują przekonanie o możliwości ustalenia obiektywnej, uniwersalnej prawdy, po podejścia nieklasyczne o charakterze konstruktywistycznym, a w niektórych przypadkach nawet relatywistycznym charakterze (Rose, 2020; Witek, 2003). Ujęcia nieklasyczne

zwracają uwagę na nieuchronne językowe, kontekstowe (kulturowe, historyczne, klasowe itd.) i relacyjne uwikłanie ludzkich procesów poznawczych. Warto w tym kontekście przywołać przede wszystkim dorobek studiów nad nauką i techniką (STS), który stanowi istotne podwaliny socjologii wiedzy w obrębie współczesnych nauk społecznych (Bińczyk i Derra, 2014). Badacze w ramach tego programu, m.in. na bazie etnograficznych refleksji nad sposobami poznawania świata, dowodzili, że opisy rzeczywistości dokonywane przez człowieka zawsze są (w mniejszym lub większym stopniu) negocjowalne, tymczasowe, zależne od przyjmowanych perspektyw i aspektów, na których koncentruje się podmiot poznający. Co więcej, opisy te nigdy nie stanowią jedynie wtórej deskrypcji świata, do którego się odnoszą, ale same go „współwytwarzają” za pośrednictwem dokonywanych aktów opisu (Fleck, 2006; Knorr-Cetina, 2014; Latour, 2014) – szczególnie na polu procesów społecznych.

Abstrahując od powyższych rozważań, nawet jeżeli jakaś konkretna operacjonalizacja fałszu zostanie przyjęta w danej definicji dezinformacji, to pojawia się również problem większych jednostek znaczeniowych (np. całego artykułu), które tylko częściowo składają się z fałszywych twierdzeń lub składają się wyłącznie z twierdzeń prawdziwych, ale operują niedopowiedzeniami, manipulują kontekstem lub przedstawiają skrajne stronniczy i wybiórczy opis rzeczywistości (Tandoc i in., 2018; Wardle, 2019). Klasyfikowanie konkretnych materiałów jako dezinformacji (i analogicznie fake newsów itd.) lub nie-dezinformacji na podstawie kryterium fałszywości wiąże się zatem z wieloma teoretycznymi problemami i dużą dozą arbitralności na poziomie praktycznym. Aby uniknąć wikłania się w te rozważania, wielu badaczy stosuje „wybieg” polegający na opieraniu się w tym względzie na ocenach zewnętrznych podmiotów, np. za dezinformację w badaniu uznawane jest to, co zostało uznane za dezinformację przez określoną organizację fact-checkingową. Rozwiązanie to budzi jednak istotne wątpliwości. Każdy z zewnętrznych podmiotów posiada bowiem własne arbitralne kryteria oceniania prawdziwości, które często nie podlegają uzasadnieniu i weryfikacji przez badaczy posiłkujących się tymi zewnętrznymi ocenami na potrzeby własnych analiz.

Podjęcie rozważań nad medialnymi dyskursami na temat dezinformacji wynikało ze wstępnej obserwacji, że pojęcie to jest płynne, nieostre i różnorodne

rozumiane przez różnych aktorów uczestniczących w dyskursie. Podejście to uwzględnia zatem problem politycznej instrumentalizacji koncepcji dezinformacji, tzn., że może być ona wykorzystywana do realizowania celów różnych nadawców, w tym promowania ich wizji mediów i demokracji czy na potrzeby bieżącej rywalizacji politycznej, np. marginalizowania określonych aktorów w debacie publicznej. Co za tym idzie, pomimo omówienia w powyższych fragmentach różnych prób definiowania dezinformacji, w niniejszej pracy nie przyjęto żadnej ze wskazanych definicji jako wiążącej. Zamiast tego **praca wychodzi od założenia, że koncepcja ta i przypisywane jej znaczenia są nieustannie (re)definiowane przez aktorów uczestniczących w dyskursie**. Analiza nie zajmowała się zatem tym, czym dezinformacja jest (lub może być), ale jakie znaczenia temu terminowi przypisują aktorzy uczestniczący w dyskursie, a także, jakie wizje przeciwdziałania temu problemowi są przez nich promowane.

Podstawowe założenia towarzyszące dyskursowi o dezinformacji

W dwóch poprzednich podrozdziałach przedstawiono charakterystykę wiodących narracji związanych z rozwojem technologii cyfrowych oraz podjęto rozważania nad znaczeniem pojęcia dezinformacji. W poniższych akapitach omówiono bardziej szczegółowo założenia na temat komunikacji medialnej, które wiążą się z koncepcją dezinformacji. Następnie wskazano również ich kluczowe ograniczenia i słabe punkty.

Dyskurs o dezinformacji opiera się na dwóch głównych twierdzeniach dotyczących skali i skutków tego zjawiska (Altay i in., 2023). Po pierwsze, **przyjmuje się, że skala dezinformacji jest duża**. Bardzo szeroko rozpowszechniony został pogląd, że media społecznościowe są pełne dezinformacji, a skoro media te są jednym z głównych współczesnych źródeł informacji, to dezinformacja stanowi znaczącą część zasobu informacji docierających do odbiorców. Drugim istotnym założeniem jest **przekonanie o silnych efektach wywoływanych przez dezinformację**. Znaczną popularność zyskały opinie, że sieciowa dezinformacja istotnie wpływa na zachowania i postawy obywateli. Przyjęto, że użytkowanie mediów społecznościowych prowadzi do mylnego pojęcia obywateli o świecie, a w konsekwencji do obniżenia jakości demokracji (Tucker i in., 2018). Wielu obserwatorów przychyliło się do poglądu, że dezinformacja odegrała

kluczową rolę w elekcji Donalda Trumpa czy zwycięstwie opcji probrexitowej w Wielkiej Brytanii, z racji tego, że treści tego typu zupełnie rozregulowały przestrzeń informacyjną i zmanipulowały decyzje wyborców. Od tego czasu **dezinformacja jest często przedstawiana jako bezpośrednia przyczyna wielu problemów współczesnych społeczeństw, która wywołuje konkretne efekty** – w tym może zmieniać zachowania i poglądy odbiorców, np. ich sympatie polityczne czy praktyki związane ze szczepieniami.

Dodatkowym elementem wzmacniającym tę narrację jest **szeroko rozpowszechniona koncepcja „baniek informacyjnych/filtrujących”** (*filter bubbles*), wprowadzona do debaty publicznej przez Parisera (2011). Używana jest ona do opisu funkcjonowania mediów społecznościowych i tłumaczenia silnych efektów dezinformacji. W jej ramach zakłada się, że:

Algorytmy wykorzystują [...] zasadę profilowania, która polega na prezentowaniu każdemu czytelnikowi komunikatów dobranych specjalnie dla niego. Tym sposobem tworzą się bańki informacyjne, w których użytkownicy otrzymują jedynie treści zgodne z własnym światopoglądem, jednocześnie nie mając dostępu do treści alternatywnych. Zamknięci w tzw. komorach echa oraz w cyfrowych gettach, są odizolowani od innych grup społecznych. Powstają zamknięte środowiska osób utwierdzających się w tych samych poglądach, które nie konfrontują i nie weryfikują treści. (Wrzosek, 2019, s. 24)

Przywoływany powyżej opis wymienia najważniejsze cechy, które implikuje pojęcie baniek informacyjnych. Po pierwsze, mamy do czynienia z przekonaniem, że użytkownicy w sieci funkcjonują w ramach zamkniętych środowisk informacyjnych, swoistych enklaw, do których nie przedostają się treści z innych enklaw. Po drugie, że zawartość treściowa tych enklaw jest silnie spersonalizowana, tzn., że jest zależna od wcześniejszych wyborów użytkownika i jego cech. Po trzecie, że personalizacja ta jest oparta przede wszystkim na przekonaniach i poglądach politycznych użytkownika, tzn., że „skrajnie prawicowi bojówkarze będą widzieć skrajnie prawicowe treści, podobnie radykalni lewicowi użytkownicy będą otoczeni treściami zamieszczonymi przez podobnie myślących użytkowników itd.” (Niklewicz, 2017, s. 17). Oznacza to, że zgodnie z koncepcją baniek informacyjnych użytkownicy mediów społecznościowych są źle poinformowani (*misinformed*), dociera do nich silnie wypaczony zasób informacji – otrzymują jedynie wiadomości, z którymi się zgadzają, często mające charakter dezinformacji, a odcięci są od

alternatywnych punktów widzenia, treści dla siebie niewygodnych (Balcewicz, 2019; Sunstein, 2018). Zgodnie z tymi twierdzeniami odbiorcy kiedyś posiadali wspólne źródła informacji, a w efekcie w dużym stopniu podzielany ogląd rzeczywistości, natomiast za sprawą korzystania z internetu, zaczęli funkcjonować w homogenicznych, zideologizowanych „bańkach”, w związku z czym posiadają zupełnie różne wizje rzeczywistości, a zatem osiągnięcie politycznego konsensusu stało się nieosiągalne (Tucker i in., 2018).

W tym miejscu omówienia wymagają kluczowe słabości wyżej zaprezentowanych założeń. Przede wszystkim należy zaznaczyć, że istnieje istotny rozdźwięk pomiędzy narracją o wszechobecnej i wywołującej silne efekty dezinformacji a aktualnym stanem wiedzy naukowej w tym zakresie (Altay i in., 2023). Debata publiczna wokół dezinformacji cechuje się alarmistycznym tonem, który redukuje miejsce na argumenty oparte na dowodach z badań empirycznych. Istotnym problemem jest również proces, w ramach którego wczesne, niepotwierdzone hipotezy zaczerpnięte z prac badawczych lub publicystycznych (jak np. przywoływanej książki Eliego Parisera) przyjmowane są w szerszej debacie jako potwierdzona wiedza. Poza tym, w wielu przypadkach dyskusje wokół dezinformacji polegają na multiplikowaniu niezweryfikowanych opinii, redukcjonizmie poruszanych procesów, przesadnym poleganiu na metaforach i niedostrzeganiu ich ograniczeń, myleniu korelacji z przyczynowością lub nieuprawnionych, wyolbrzymionych generalizacjach. Persily i Tucker (2020a) wyrażają w tym kontekście obawę, że „poleganie na nieprzebadanych obiegowych opiniach [...] w zakresie wpływu technologii na demokrację prowadzi do mylnych propozycji reform, które mogą wręcz pogarszać problemy, które starają się rozwiązać” (s. 2).

Należy również zaznaczyć, że doniesienia medialne o problemie dezinformacji stanowią luźną mieszankę rezultatów badań naukowych z innego typu „ekspertyzami”, w tym materiałami pochodzącymi od różnego rodzaju think tanków, centrów analitycznych, ekspertów rządowych itp., a także innych aktorów, w tym polityków, lobbystów, przedstawicieli korporacji technologicznych. W związku z tym obecne w debacie narracje często posiłkują się zarówno solidnymi danymi, jak i nierecenzowanymi, niepoprawnymi pod względem metodologicznym rewelacjami, a także komunikatami, które mają za zadanie realizować cele różnych

grup interesu. W efekcie medialna reprezentacja tego, w jaki sposób funkcjonują procesy składające się na problem dezinformacji, jaka jest skala problemu i jakie może on wywoływać skutki, w wielu aspektach może znacząco odbiegać lub nawet zupełnie nie pokrywać się z tym, w jaki sposób procesy te faktycznie przebiegają.

Pomimo dynamicznie rozwijających się badań nad relacjami pomiędzy wykorzystywaniem mediów społecznościowych a dynamiką szerszych wydarzeń politycznych i społecznych istnieje bardzo wiele luk w obecnym stanie wiedzy na ten temat (Lazer i in., 2018; Persily i Tucker, 2020a). Wciąż niewiele wiemy o tym, jak treści uznawane za dezinformację są rozprzestrzeniane, do kogo trafiają i co może z tego wynikać. Co więcej, pole badań nad dezinformacją jest na tę chwilę wysoko nieusystematyzowane, a przez to w dużej mierze niekonkluzywne, a czasami nawet dające wykluczające się wnioski – w zależności od stosowanych metod, zbiorów danych, a także przyjmowanych definicji badawczych. Jak omówiono wcześniej, istotną trudnością w syntetyzowaniu dorobku badań jest duża pojemność znaczeniowa pojęcia dezinformacja. W pracach przyjmowane są bardzo różne konceptualizacje i operacjonalizacje tego terminu, co przekłada się na znaczące różnice we wnioskach, do których dochodzą badacze (Tucker i in., 2018) – „ściślejsze definicje [...] zmniejszają skalę problemu, a bardziej pojemne (uwzględniające silnie upolitycznione strony [*hyperpartisan sites* – przyp. S.W.] i strony z niskiej jakości treściami [*junk sites* – przyp. S.W.], które serwują clickbait) zwiększają ją” (Rogers, 2021, s. 2, za: Altay i in., 2023, s. 4). Niemniej jednak aktualne wyniki wielu badań, w tym metaanaliz, dostarczają dowodów, które wskazują na to, że **zjawisko dezinformacji raczej nie jest tak powszechne i wpływowe, jak się powszechnie przyjmuje** (Altay i in., 2023; Nelson i Taneja, 2018; Persily i Tucker, 2020b; Tucker i in., 2018; Tumber i Waisbord, 2021b; Vargo i in., 2018). Narracje zbudowane na założeniach o wszechobecnej dezinformacji nie znajdują solidnego potwierdzenia w badaniach empirycznych, które starają się ukazywać rzeczywiste praktyki konsumowania treści przez współczesnych odbiorców.

Po pierwsze, badania oparte na śledzeniu aktywności użytkowników w sieci, a nie deklaracjach respondentów, wskazują, że skala problemu dezinformacji jest relatywnie niewielka. Najpełniejszy uzyskany do tej pory obraz inforsfery w mediach społecznościowych, uzyskany dzięki badaniom González-Bailón

i współpracowników (2023)⁴, wykazał, że treści o charakterze politycznym (zarówno prawdziwe, jak i fałszywe) stanowiły jedynie 3,9% wszystkich treści, które docierały na Facebooku do badanych użytkowników, a wśród nich „odsetek fałszywych wiadomości był ledwie zauważalny” (González-Bailón i in., 2023, s. 4). Ludzie mają świadomość istnienia popularnych narracji dezinformacyjnych, jednak zazwyczaj docierają one do nich pośrednio poprzez publikacje uznanych mediów i środowiska eksperckiego, które o tych narracjach ostrzegają, a nie bezpośrednio na platformach społecznościowych (Tsftati i in., 2020). Badanie Allen i współpracowników (2020) wykazało, że fake newsy stanowiły jedynie 0,15% treści docierających do użytkowników. Dane dostarczone przez Allcotta i Gentzkowa (2017) dowodzą, że Amerykanin widział średnio zaledwie 1,14 fake newsa w miesiącach poprzedzających wybory prezydenckie w USA w 2016 r. Guess i współpracownicy (2021) pokazali, że w latach 2017-2019 89% wyświetleń linków na Facebooku odsyłało do treści pochodzących z wiarygodnych źródeł. Inne prace pozwalają wysnuć wniosek, że chociaż ogólna skala problemu dezinformacji jest znikoma, to zauważalnie bardziej dotyczy on określonych, niewielkich, ale silnie zaangażowanych grup użytkowników. Grinberg i współpracownicy (2019) wykazali, że 80% wyświetleń fake newsów zostało wygenerowanych przez 1% użytkowników, a 80% udostępnień przez 0,1% użytkowników. Podobnie, zgodnie z badaniami Eady’ego i współpracowników (2023), 1% użytkowników był odpowiedzialny za 70% wyświetleń dezinformacji. W tym kontekście należy zauważyć, że w literaturze wyróżniane są trzy cechy odbiorców, które pozytywnie korelują z podatnością na dezinformację: (1) poglądy konserwatywne (Allcott i Gentzkow, 2017; Benkler i in., 2018; Grinberg i in., 2019; Guess i in., 2019); (2) wysoki poziom przywiązania do partii politycznej (Guess i Lyons, 2020; Tong i in., 2020); (3) starszy wiek (Grinberg i in., 2019; Guess i in., 2019). Powyższe rezultaty dotyczą głównie Stanów Zjednoczonych. Badania obejmujące inne konteksty są jednak z nimi zbieżne. We Francji i Włoszech strony nastawione na publikowanie fake newsów docierały jedynie do 3,5% internautów (Fletcher i in.,

4 Autorzy mieli dostęp do bezprecedensowo szerokiego zbioru danych, który obejmował posty na Facebooku opublikowane przez niemal wszystkich aktywnych użytkowników z USA (208 mln użytkowników) w okresie między wrześniem 2020 r. a lutym 2021 r.

2018). We Francji fake newsy stanowiły jedynie 0,01% tweetów (Gaumont i in., 2018). W Wielkiej Brytanii mniej niż 2% tweetów zostało skalsyfikowanych jako „śmieciowe informacje” (*junk news*) przez Marchalą i współpracowników (2019). W Niemczech 1,1% badanych postów propagowało dezinformację lub teorię spiskową (Boberg i in., 2020). Należy również zaznaczyć przy tym, że ilościowe wskaźniki interakcji z tymi komunikatami mogą być w znacznym stopniu sztucznie zawyżane przez boty, a nie realnych odbiorców (Gorwa, 2018; Guess i Lyons, 2020; Hindman i Barash, 2018; Woolley, 2020). Istnieje niewiele przeglądowych danych dotyczących Polski, jednak te dostępne sugerują, że skala może być podobna, jak w innych przywoływanych państwach. Jeden z raportów NASK pokazał, że w ciągu całego roku od inwazji Rosji na Ukrainę w 2022 roku zidentyfikowano jedynie 1592 konta na Twitterze i Facebooku, które rozpowszechniały dezinformację (Dąbrowska-Cydzik, 2023).

Po drugie, również wiele pytań dotyczących skutków wystawienia (*exposure*) odbiorców na dezinformację pozostaje otwartych. Obecny stan wiedzy w tym zakresie skłania jednak do zachowania sceptycyzmu wobec przekonań o silnym, kauzalnym wpływie dezinformacji na poglądy i zachowania obywateli (Altay i in., 2023; F. M. Simon i in., 2024). Empiryczne badania nad propagandą pokazują, że efekt perswazyjny w komunikacji politycznej jest znikomy – ludzie posiadają raczej utrwalone poglądy, które rzadko ulegają zmianie pod wpływem komunikacji (Broockman i Kalla, 2023; Coppock i in., 2020; Kalla i Broockman, 2018; Mercier, 2020). Podobne wnioski płyną z prac dotyczących skutków dezinformacji. Pokazują one, że treści tego typu w bardzo ograniczony sposób oddziałują (lub w ogóle nie oddziałują) na wiedzę i opinie obywateli (Allcott i Gentzkow, 2017; Bail i in., 2020; Greene i Murphy, 2021; Nyhan, 2020). Dezinformacja funkcjonuje raczej jako forma „przekonywania przekonanych”, czyli wzmacniania istniejących wcześniej poglądów (szczególnie wśród podatnych grup o wskazanej powyżej charakterystyce) i mobilizowania ich do działania w sferze

online, sporadycznie rozciągając się również na sferę offline (np. szturm na Kapitol zwolenników prezydenta Trumpa⁵; Leyva i Beckett, 2020; Marie i Petersen, 2022).

Co więcej, w tym kontekście należy zaznaczyć, że przywoływana w poprzednich akapitach **koncepcja baniek informacyjnych również jest podważana w literaturze przedmiotu** (Bakshy i in., 2015; Barberá, 2020; Bruns, 2019; Fletcher i Nielsen, 2017; Matuszewski, 2018; Nyhan i in., 2023; Stier i in., 2020; Tucker i in., 2018). Przytoczone badania empiryczne i metaanalizy wskazują, że zasób informacji trafiających do użytkowników mediów społecznościowych składa się z treści różnorodnych pod względem ideologicznym, ze znaczącą dominacją źródeł o charakterze głównonurtowym (nawet u odbiorców korzystających również z silnie upolitycznionych źródeł informacji), niewielu odbiorców konsekwentnie unika treści, z którymi się nie zgadza, a algorytmiczny dobór treści nie ogranicza się jedynie do dostarczania treści jednostronnych. Duża różnorodność informacji i częste spotkania z użytkownikami o innych poglądach, które należą do specyfiki mediów społecznościowych i podważają koncepcję zamkniętych baniek informacyjnych, mogą jednak paradoksalnie prowadzić do utwierdzania się odbiorców we własnych poglądach oraz zwiększania polaryzacji emocjonalnej i konfliktów tożsamościowych (Bail i in., 2018).

Należy podkreślić w tym miejscu, że w niniejszych rozważaniach nie przyjmowano założenia, że problem manipulacji z wykorzystaniem współczesnych technologii medialnych nie odgrywa żadnej roli w procesach społecznych lub jest mało istotny. W poprzednich akapitach próbowano jednak wskazać na znaczący rozdźwięk pomiędzy szeroko rozpowszechnionymi w debacie publicznej założeniami na temat dezinformacji a próbami ich uchwycenia w ramach badań empirycznych. Dostrzegając zasadne wątpliwości w stosunku do przekonań o dużej skali problemu i jego silnych efektach, należy mimo wszystko zaznaczyć, że treści, które mają wprowadzać użytkowników w błąd są rozpowszechniane w sieci

5 Wydarzenie to miało miejsce 6 stycznia 2021. Był to bezprecedensowy atak na siedzibę amerykańskiego Kongresu, polegający na bezprawnym wtargnięciu do jego budynku przez uczestników zamieszek. Celem protestujących było zakłócenie formalnego zatwierdzenia wyników wyborów prezydenckich z 2020 roku, w których zwyciężył Joe Biden. Szturm poprzedzał wiec ustępującego prezydenta Donalda Trumpa, który podważał uczciwość głosowania i wzywał swoich zwolenników do podjęcia działań w związku z tym. W wyniku wydarzeń doszło do śmierci pięciu osób oraz licznych aresztowań (Potocka, 2021).

(w mniejszej lub większej skali) i trafiają do określonych odbiorców. Nie oznacza to jednak automatycznego wpływu na nich. W tym kontekście warto zauważyć, że wiele badań wskazuje na istnienie sieci o określonej specyfice, w których dezinformacja rozprzestrzenia się zauważalnie bardziej niż w innych. Sieci te łączą zazwyczaj osoby o poglądach konserwatywnych, starsze, silnie przywiązane do partii politycznych lub ruchów społecznych (np. ruchu QAnon czy antyszczepionkowego; Barberá, 2020; Benkler i in., 2018; González-Bailón i in., 2023; Grinberg i in., 2019; Guess i in., 2018; Hindman i Barash, 2018; Nelson i Taneja, 2018).

Jak zaznaczono wcześniej, specyfika web 2.0 dała nadawcom większe możliwości komunikowania się bez nadzoru nadrzędnych gatekeeperów i trafiać z przekazem do wybranych grup odbiorców (np. osób o określonych cechach demograficznych czy zainteresowanych daną tematyką). To częściowe urzeczywistnienie emancypacyjnego potencjału internetu pociągnęło za sobą nie tylko pozytywne skutki, np. upodmiotawianie i łączenie mniejszości, ale też negatywne, np. wspieranie grup o charakterze ekstremistycznym, w niektórych przypadkach dążących do organizowania działań nielegalnych (np. szturm na Kapitol dokonany przez zwolenników prezydenta Trumpa). Co więcej, częściowa decentralizacji komunikacji w mediach społecznościowych dała również nowe narzędzia prowadzenia działań propagandowych, które przyniosły ze sobą nowe trudności w śledzeniu nadawców, mechanizmów i skali tych działań (Farkas, 2018).

Można zatem przypuszczać, że rozprzestrzenianie się w sieci przekazów, które mają na celu manipulowanie odbiorcami może nieść ze sobą pewne negatywne konsekwencje, jednak na chwilę obecną nie jest do końca jasne, w jaki sposób, w jakim stopniu i w jakich okolicznościach (Guess i Lyons, 2020). Wielu badaczy w kontekście potencjalnych efektów tych treści wskazuje raczej na długotrwałe i pośrednie procesy, takie jak: wzrost polaryzacji emocjonalnej, czyli poczucia dystansu, niechęci i wrogości pomiędzy grupami społecznymi; wzrost cynizmu i apatii w kontekście demokratycznej partycypacji; normalizowanie ekstremizmów; a także obniżanie poziomu zaufania do instytucji (w tym mediów; Armitage i Vaccari, 2021; Iyengar i in., 2012; Iyengar i Westwood, 2015; Lazer i in., 2018; Nielsen i Graves, 2017; Tucker i in., 2018; van Duyn i Collier, 2019). Należy jednak zaznaczyć, że wskazane zjawiska są wieloprzyczynowe i trwają od lat (tzn.

istniały na długo przed 2016 rokiem i zyskaniu popularności przez koncepcję dezinformacji), a zatem konkretny udział treści uznawanych za dezinformację w tych procesach pozostaje na tę chwilę otwartym pytaniem. Należy raczej przypuszczać, że internetowe przekazy mające wprowadzać w błąd są jednym z wielu czynników w ramach złożonych, strukturalnych problemów społecznych i politycznych, a nie ich przyczyną.

W tym kontekście warto przywołać również prace, w którym podnoszone są **tożsamościowe i emocjonalne aspekty zjawiska dezinformacji**. Badania te wychodzą od założenia, że wpływu dezinformacji należy upatrywać przede wszystkim w **procesach łączenia i mobilizacji osób o ugruntowanych poglądach**, a nie bezpośrednim zmienianiu ich poglądów/zachowań (González-Bailón i in., 2023). Armitage i Vaccari (2021) podkreślają, że „istniejące afekty mogą uniemożliwiać racjonalne przetwarzanie nowych informacji (Redlawsk 2002), a emocje są często głównym katalizatorem przekazywania plotek, przeważając nad troską o ich prawdziwość” (s. 41). Zgodnie z tym ujęciem treści o charakterze dezinformacji nie tyle zmieniają poglądy odbiorców, ile spełniają raczej określone funkcje społeczne w grupach „przekonanych”, tzn. przyciągają uwagę osób, których poglądy te treści potwierdzają, utrwalają więzi grupowe, przyczyniają się do konstytuowania tożsamości wewnątrzgrupowych oraz kreowania wrogów, a także mogą być wykorzystywane do sygnalizowania oddania grupie oraz koordynowania jej działań (Marie i Petersen, 2022; Petersen, 2020). W związku z tym w niniejszej pracy skłaniano się ku perspektywie, zgodnie z którą zamiast traktować praktyki rozpowszechniania dezinformacji jako „epistemologiczne niedociągnięcia wymagające »korekty«, musimy zacząć postrzegać je jako społeczne praktyki, poprzez które mężczyźni i kobiety ze wszystkich środowisk splatają razem swoje polityczne podmiotowości i rekonfigurują swoje relacje z grupami społecznymi, do których należą” (Saglam, 2020). Argumentem wpisującym się w tę optykę są prace, które pokazują, że ludzie generalnie rzadko opierają swoje decyzje na faktach i ich racjonalnej, logicznej analizie i zamiast tego posiłkują się innymi typami racjonalności (np. emocjami) oraz podlegają istotnym skrzywieniom poznawczym i silnym oddziaływaniom ze strony zjawisk, które są przedmiotem zainteresowania psychologii społecznej (np. konformizmu grupowego; Tucker i in., 2018). W tym kontekście warto przywołać badania Kuklinskiego i współpracowników (2000),

którzy pokazali, że poziom wiedzy obywateli nawet na temat najbardziej podstawowych faktów dotyczących różnych aspektów funkcjonowania polityki był niski na długo przed pojawieniem się kontrowersji wokół dezinformacji w 2016 roku, a nawet przed pojawieniem się pierwszych mediów społecznościowych.

Warto zatem podkreślić, że **niniejsza praca powstała w odpowiedzi na nadmiernie redukcjonistyczne spojrzenie na problem dezinformacji**, które stanowi dominującą perspektywę w debacie medialnej i politycznej, a także przyjmowane jest przez wielu przedstawicieli świata akademickiego (Altay i in., 2023). W rozważaniach nad dezinformacją należy uwzględniać złożone i dynamiczne współoddziaływanie pomiędzy procesami komunikacyjnymi a szerszym otoczeniem społecznym, kulturowym, politycznym, historycznym, technologicznym, ekonomicznym, a także uwarunkowaniami psychologicznymi i poznawczymi. Pomijanie kontekstowości, wielowymiarowości, interakcyjności i płynności omawianych zagadnień może prowadzić do nieuzasadnionego wyolbrzymiania roli komunikacji zapośredniczonej przez internet we współczesnych wydarzeniach politycznych. Fortner i Fackler (2014) zwracali uwagę, że mediów nie należy badać w izolacji od innych elementów rzeczywistości społecznej:

media nie funkcjonują jako niezależna sfera, którą można badać w ramach zamkniętego systemu i dokładnie o niej prognozować, ale raczej pozostają w ciągłym sprzężeniu z innymi elementami ludzkiego doświadczenia – to sprawia, że ich działania i wpływ są zarówno nieuchwytne, jak i głębokie.
(s. xix)

Rozważania nad dezinformacją mają tendencję do koncentrowania się na mediach społecznościowych i traktowaniu ich właśnie jako wspomnianego w zacytowanym fragmencie „zamkniętego systemu”. Co więcej, wiele prac dotyczących dezinformacji opiera się wyłącznie na analizach danych z Twittera, które przez długi czas były stosunkowo łatwe do pozyskania przez badaczy, ale stanowią jedynie nieznaczny wycinek szerszego obrazu i nie obejmują zdecydowanej większości populacji (Bechmann i O’Loughlin, 2020). Odbiorcy funkcjonują w ramach złożonych, wielostopniowych środowisk informacyjnych, w których podlegają różnym bodźcom (Benkler i in., 2018; Katz i Lazarsfeld, 1955; Tsftati i in., 2020; Wardle i Derakhshan, 2017). W związku z tym w rozważaniach na

temat dezinformacji należy zdecydowanie bardziej uwzględniać rolę rzeczywistych praktyk medialnych odbiorców, na które składają się współużytkowanie (*cross-media usage*) wielu platform (nie tylko Twittera czy Facebooka), mediów tradycyjnych (telewizja, radio, prasa), a także tradycyjnych sieci społecznych offline (rodzina, znajomi, lokalni liderzy opinii, kontakty codzienne itd.).

Efekty mediów w szerszej perspektywie komunikologicznej

Opinie mówiące o mediach znajdujących się w stanie nadzwyczajnego kryzysu oraz doniesienia o ich zgubnych, „ogłupiających” efektach mają swoją długą tradycję. Alarmistyczną narrację o zagrożeniach wywoływanych przez dezinformację można interpretować jako kolejną odsłonę społecznych lęków związanych z przemianami technologicznymi, które wcześniej towarzyszyły również pojawianiu się m.in. prasy, kina, radia, telewizji czy gier komputerowych (Fortner, 2014). Wielu badaczy zauważa w tym kontekście, że wyolbrzymione społeczne obawy wobec dezinformacji mają cechy **moralnej paniki** (*moral panic*; Altay i in., 2023; Anderson, 2021; Harsin, 2018; Jungherr i Schroeder, 2021; F. M. Simon i Camargo, 2021), rozumianej jako:

Proces społeczny rozpoczynający się od przesadnego przedstawiania w mediach masowych mediach pojedynczych aktów dewiacyjnych zachowań społecznych [...] jako kryzysu społecznego o rozmiarach epidemii. Trwałe donoszenie mediów o tych incydentach i opisywanie ich jako spójnej „historii” wykorzystuje sensjonalizm w celu przyciągania uwagi i zatrzymywania odbiorców. Konsekwencja, z jaką media przekazują te informacje [...], wywołuje nadmierną reakcję instytucji i władz w celu przeciwdziałania tak postrzeganemu zagrożeniu [...]. W tym ujęciu dewiacja jest konstruowana społecznie. (Chandler i Munday, 2020c)

Wśród innych, wcześniejszych przykładów moralnych panik można wymienić te, które dotyczyły m.in. muzyki metalowej i satanizmu (*satanic panic*), terroryzmu (*war on terror*) czy, w kontekście internetu, gry „Niebieski wieloryb” (*Blue Whale Challenge*), która miała rzekomo prowadzić do masowych samobójstw wśród nastolatków („Moral Panic”, 2023).

Silne obawy społeczne wobec dezinformacji znajdują wyraz w dostępnych danych sondażowych. Wyniki badania „Eurobarometr” z 2018 roku pokazują, że aż 83% respondentów z krajów Unii Europejskiej uważało, że fake

newsy są problemem dla demokracji (Komisja Europejska, 2018a). Według raportu pracowni Edelman aż 74% respondentów (z 10 przebadanych krajów) martwiło się tym, że w przestrzeni informacyjnej rozpowszechnianych jest dużo fake newsów i fałszywych informacji dotyczących COVID-19 (Edelman, 2020). Przed wyborami prezydenckimi w USA w 2020 roku aż 81% respondentów wyrażało przekonanie, że nieprawdziwe informacje w mediach społecznościowych wypaczą wyniki wyborów (Knight Foundation, 2020). Natomiast według sondażu pracowni Paw Research Centre więcej Amerykanów obawiało się „zmyślonych newsów/informacji” niż rasizmu, terroryzmu czy zmiany klimatu (Mitchell i in., 2019). Lęki te widoczne są również w danych dotyczących Polski. Zgodnie z przywoływanym „Eurobarometrem” z 2018 roku 79% respondentów z Polski uważało, że fake newsy są problemem dla demokracji (Komisja Europejska, 2018a). Rezultaty raportu NASK pokazały, że 64% internautów zgadzało się z twierdzeniem, że w Polsce istnieje problem dezinformacji, która wpływa na wyniki wyborów (Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci, 2019).

Obawy te zakorzenione są w przekonaniach o szkodliwym wpływie mediów na społeczeństwo, które, jak sygnalizowano w jednym z poprzednich akapitów, nie są niczym nowym. Debata nad różnymi aspektami funkcjonowania mediów zazwyczaj przechodzi drogę, która rozpoczyna się od założeń o ich silnych efektach, następnie przechodzi fazę bardziej wysublimowanych i skrupulatnych prób analizowania rzeczywistych praktyk medialnych i uchwycenia zakładanych początkowo efektów, by ostatecznie dojść do konstatacji o umiarkowanym oddziaływaniu o warunkowym i dynamicznym charakterze, które sprzężone są z innymi elementami struktury społecznej. Można zatem ocenić, że narracja o silnym wpływie dezinformacji na społeczeństwo w znacznym stopniu pomija dorobek nauk o mediach i komunikowaniu i powiela wielokrotnie podważane w przeszłości obawy dotyczące przemożnego wpływu mediów na obywateli. Do podobnego wniosku dochodzą Altay i współpracownicy (2023), którzy piszą, że:

Według Andersona (2021), „obawy o to, że Facebook i inne platformy społecznościowe *radyalizują świat*, a rosyjskie boty wstrzykują dezinformację bezpośrednio do krwioobiegu polityki możemy postrzegać jako powrót do ery sprzed Katza i Lazarsfelda”. Założenia te są sprzeczne z tym, co wiemy o ludzkiej psychologii i kolidują z danym pozyskanymi podczas wielu dekad badań nad komunikacją. (s. 8)

Należy zauważyć, że próby empirycznego uchwycenia silnych efektach mediów dały początek współczesnym naukom o mediach i komunikowaniu. Dyscyplina ta zaczęła się wyodrębniać w latach 30-tych XX w. wokół badań dotyczących potencjału propagandowego nowych mediów tamtego okresu, czyli radia i kina (Fortner, 2014). Pionierzy komunikologii, skupieni początkowo zwłaszcza wokół amerykańskiego Institute for Propaganda Analysis (Fortner, 2014; Freelon i Wells, 2020), dostarczali dowodów, które miały wskazywać na znaczące, bezpośrednie oddziaływanie treści medialnych na różne grupy społeczne, np. dzieci czy przestępców (Fortner, 2014; Jarvis i Barroquillo, 2019). Poglądy te, określane dziś jako **teoria magicznego pocisku/model podskórnego zastrzyku** (*magic bullet theory/hypodermic needle model*), czerpiąc z perspektywy behawiorystycznej oraz matematycznych teorii informacji, przyjmowały, że komunikowanie jest linearnym procesem, w którym komunikat nadany przez nadawcę (odpowiednio dobrana kombinacja słów, obrazów i innych środków przekazu) wpływa na poglądy i zachowania odbiorców w przewidywalny sposób, zgodnie z celami nadawcy (Baran i Davis, 2007; Chandler i Munday, 2020b; Lasswell, 2013). Założeniom tym towarzyszyły pesymistyczne oceny mediów oraz publiczności. Media obwiniano za generowanie zamętu społecznego i schlebienie niskim gustom, a społeczeństwo postrzegano jako bierną, podatną na wpływy „masę” (Baran i Davis, 2007; Fortner, 2014). Wielu krytyków ocenia dziś, że ten pionierski etap badań nad komunikacją można interpretować jako rodzaj „myślenia życzeniowego”, związanego z chęcią wykorzystania propagandy medialnej do formowania opinii publicznej przez elity, a jednocześnie wyraz obaw tych elit, które związane były z postępującą demokratyzacją debaty publicznej, w tym dochodzeniem do głosu nowych aktorów, np. ruchów robotniczych (Baran i Davis, 2007; Fortner, 2014).

Chociaż wczesne badania komunikologiczne relatywnie szybko zostały zakwestionowane ze względu na istotne braki teoretyczne i metodologiczne (w tym opieranie się na anegdotycznych, niereplikowalnych dowodach; Fortner, 2014), wywodzące się z nich przekonanie o silnym wpływie mediów na jednostki do dziś jest szeroko rozpowszechnione w publicznej debacie na temat mediów (Chandler i Munday, 2020b). Wykształcające się z czasem bardziej usystematyzowane i pogłębione rozważania nad przepływem informacji w społeczeństwie pokazały znacząco ograniczone (wobec pierwotnych założeń) efekty mediów oraz

uwidocznili wieloaspektowość międzyludzkiej komunikacji (Baran i Davis, 2007). Ocenia się, że istotnym punktem przełomowym na tym polu były prace Mertona (1949) oraz Katza i Lazarsfelda (1955), które podkreślały znaczenie lokalnych liderów opinii i kontaktów osobistych w komunikacji, przyczyniając się do rozwoju **dwu-, a następnie wielostopniowego modelu komunikacji** (*two-/multi-step flow model of communication*), które podważyły trafność teorii magicznego pocisku (Chandler i Munday, 2020g; Fortner, 2014).

Rezultaty badań, które kwestionowały twierdzenia o silnym wpływie wykształciły **perspektywę ograniczonych efektów** w obrębie komunikologii. Na bazie amerykańskiego empiryzmu zaczęto przyjmować, że oddziaływanie mediów jest słabe i sprowadza się co najwyżej do wzmacniania istniejących trendów (Baran i Davis, 2007). Również to podejście zostało jednak podważone jako skupiające się wyłącznie na stosunkowo łatwych do zbadania, krótkotrwałych efektach na jednostki, co z kolei pomijało szeroki, długotrwały wpływ mediów na społeczeństwo (Baran i Davis, 2007). W odpowiedzi na redukcjonizm zarówno teorii magicznego pocisku, jak i perspektywy minimalnych efektów pojawiło się zatem wiele różnych, ale w dużej mierze spójnych ze sobą podejść, które starały się ujmować wpływ mediów w rozumieniu szerszym niż bezpośrednia manipulacja jednostkami za pomocą konkretnych komunikatów. Zyskujące popularność od lat 60. XX w. nurty badawcze, takie jak m.in. studia kulturowe, krytyczne czy socjokonstruktywistyczne, łączyło zwrócenie uwagi na antropologiczne i lingwistyczne aspekty użytkowania mediów oraz ich funkcje kulturowe (Baran i Davis, 2007; McQuail, 2007). Podejścia te skłaniały się ku **rytualnemu modelowi komunikacji** (*ritual model of communication*; Baran i Davis, 2007; Carey, 2008), w myśl którego komunikowanie nie jest wyłącznie linearną transmisją treści od nadawcy do odbiorcy, ale „interakcją społeczną i praktyką komunikacyjną, polegającą na społecznym konstruowaniu (konstytuowaniu) znaczeń” (Seklecka, 2017, s. 45). Innymi słowy, wpływ mediów w tym ujęciu powinien być rozpatrywany przede wszystkim jako (re)produkcja porządku społecznego poprzez „reprezentację oraz celebrację podzielanych znaczeń, wartości i wierzeń” (Chandler i Munday, 2020e).

Dziś trudno mówić o uniwersalnym modelu wpływu mediów na społeczeństwo. Co więcej, jak zaznacza Potter (2014), rozważania nad efektami

mediów cierpią na niedostatek badań zanurzonych w teorii, w związku z czym nawet najbardziej popularne wyjaśnienia są słabo przetestowane empirycznie. Niedostatki te spotęgowało jeszcze pojawienie się nowych, cyfrowych technologii komunikacyjnych z bardziej aktywną rolą użytkowników, co wymaga rewidowania wcześniejszych wniosków i opracowywania nowych. Pomimo tych trudności, Baran i Davis (2007) dochodzą do konkluzji, że we współczesnych badaniach nad komunikacją dominuje **perspektywa umiarkowanych efektów**, która syntetyzuje wcześniejsze rezultaty oraz wyciąga wnioski z ich błędów i ograniczeń. Uwzględnia ona założenia, że media pod pewnymi warunkami mogą być wykorzystywane do osiągnięcia określonych celów lub wzmacniania istniejących tendencji, ale ich oddziaływanie jest raczej wieloetapowe, pośrednie, długotrwałe i głębokie, w tym sensie, że przyczynia się do wykształcania i przekształcania relacji i instytucji społecznych oraz sposobów rozumienia siebie i świata przez ludzi. Warto również zaznaczyć, że w ramach perspektywy umiarkowanych efektów, dostrzegając złożoność procesów komunikacyjnych, zwraca się uwagę, że efekty mediów często bywają niezamierzone, niezgodne z intencjami nadawców (Baran i Davis, 2007). Jak podkreśla w tym kontekście Blumler (2016), „nie może być żadnej gwarancji, że jakikolwiek komunikat, niezależnie od tego, jak starannie pomyślany i przygotowany, wywrze zamierzony wpływ na docelowych odbiorców” (s. 1).

Wśród najczęściej przywoływanych teorii tłumaczących wpływ mediów w duchu perspektywy umiarkowanych efektów można wskazać m.in.:

- *agenda-setting theory* – która pokazuje, że media przyczyniają się do koncentrowania zainteresowania publicznego na wybranych tematach (Blumler, 2016; Gonçalves, 2018; McCombs i Shaw, 1972; Potter, 2014);
- *framing theory* – która pokazuje, że media narzucają pewne ramy interpretacji relacjonowanych zdarzeń (podkreślając jedne aspekty, a pomijając inne), co w efekcie może się w pewnym stopniu przekładać na interpretacje przyjmowane przez odbiorców (Blumler, 2016; Jarvis i Barroquillo, 2019; Potter, 2014);
- *priming theory* – która pokazuje (zbieżnie z framing theory), że efekty mediów polegają na sieciach kognitywnych skojarzeń pomiędzy treścią mediów a codziennymi doświadczeniami odbiorców, tzn. jeżeli

doświadczenie z życia codziennego przypomina odbiorcy coś, co zna z mediów, to może być interpretowane z wykorzystaniem znanych medialnych interpretacji (Potter, 2014).

W obrębie współczesnych rozważań nad efektami mediów, na bazie dorobku brytyjskich studiów kulturowych (Fiske, 2002; Hall, 2018), przywiązuje się dużą wagę również do **aktywnej roli odbiorców w procesie komunikowania**. Odbiorcy nie są postrzegani jako bierne cele propagandy, ale podkreśla się, że posiadają oni sprawczość (*agency*) w procesach komunikacyjnych, polegającą m.in. na stosowaniu różnych strategii selekcjonowania przekazów i wytwarzania ich znaczeń (np. przyjmowania interpretacji niezgodnych z zamierzeniami nadawcy). Podobne założenia o aktywnej publiczności prezentuje również *teoria korzyści i gratyfikacji* (*uses and gratifications theory*; Katz i in., 1973), która podkreśla, że ludzie korzystają z mediów w różnorodny, czasami zaskakujący sposób, dla spełnienia zróżnicowanych (indywidualnych i społecznych) potrzeb i z rozmaitych motywacji, nie tylko do pozyskiwania informacji, ale np. w celu redukcji napięć i lęków czy sygnalizowania statusu społecznego. Innymi słowy, wraz z rozwojem badań komunikologicznych, **zaczęto zadawać pytania nie tylko o to, co media robią z ludźmi, ale również, co ludzie robią z mediami**. Podejścia skupione na odbiorcach zwróciły ponadto uwagę, że media, stanowiąc tło codzienności, często używane są w sposób nieuważny (np. *multiscreening* – zjawisko korzystania z wielu urządzeń jednocześnie), przypadkowy, nieustrukturyzowany, co również przyczynia się do ich „umiarkowanego” oddziaływania.

Omawiając współczesne rozważania na temat oddziaływania mediów należy przywołać również, wskazywaną już wcześniej w kontekście omówienia dyskursywnych wymiarów technologii, perspektywę mediatyzacji. W ujęciu Couldry’ego i Heppa (2016) bazuje ona na założeniu, że media, poprzez obecność w życiu społecznym (wraz z rozwojem technologii coraz bardziej permanentną i „głębką” – w sensie penetrowania kolejnych sfer życia) stanowią nierozzerwalny element ludzkiego doświadczenia. W ramach tego podejścia, w myśl jego socjokonstruktywistycznego rodowodu, przyjmuje się, że **to, co ludzie uznają za rzeczywistość jest tworzone społecznie, przy znaczącym udziale procesów z użyciem mediów**. Na procesy te składają się zarówno elementy symboliczne (np. znaczenia, wartości, normy), jak i infrastrukturalne (np. urządzenia elektroniczne,

algorytmy, struktury ekonomiczne). W efekcie zwolennicy socjokonstruktivistycznych podejść do mediatyzacji wychodzą daleko poza eksplorowanie tego, jak treść mediów może jednostronnie wpływać na odbiorców. Skupiają się raczej na eksplorowaniu nieustannych, wzajemnych przekształceń między użytkowaniem technologii komunikacyjnych (nie tylko mediów tradycyjnych, ale „rozmaitości” [*manifold*] różnych środków przekazu, np. mediów społecznościowych, telefonu, bankowości elektronicznej) a wytwarzaniem za ich pośrednictwem rzeczywistości społecznej (Couldry i Hepp, 2016; Hepp, 2012; Hepp i Krotz, 2014). Podejście to zawiera zatem założenie o strukturującym wpływie mediów, jak i możliwości renegotjacji tych struktur z wykorzystaniem praktyk medialnych (Giddens, 2003; Wojtkowski, 2018).

Warto w tym kontekście wyraźnie podkreślić również, że kwestionowane w tym podrozdziale przekonania o silnym wpływie dezinformacji wpisują się w **szerszą krytykę stanowiska determinizmu technologicznego** (*technological determinism*), zbieżną z omawianym wcześniej konstruktywistycznym podejściem do badań technologii. Determinizm technologiczny opiera się na założeniu, że:

nowe technologie są podstawowym źródłem znaczących zmian społecznych i historycznych na poziomie makro, obejmującym społeczne procesy i struktury oraz/lub subtelnych, ale głębokich społecznych i psychologicznych oddziaływań na poziomie mikro [...]. Niezależnie od charakteru konkretnej „rewolucji” technologicznej, determiniści technologiczni (zarówno optymistyczni, jak i pesymistyczni) przedstawiają je jako radykalne i nieuniknione siły napędowe, których „wpływ” prowadzi do głębokich i „dalekosiężnych” efektów lub konsekwencji. Technologia jest przedstawiana jako autonomiczna (Chandler i Munday, 2020f).

Innymi słowy, pozycje deterministyczne w debacie na temat roli technologii w społeczeństwie koncentrują się na tym „co technologia robi z ludźmi”, upatrując technologicznych przyczyn problemów społecznych. Na bazie tych przekonań popularność zyskują również próby rozwiązywania problemów społecznych za pomocą rozwiązań technologicznych. W kontekście podejmowanej tematyki koncepcje deterministyczne sprowadzają się do wiary w to, że wprowadzenie odpowiednich zmian w funkcjonowaniu internetu (np. ulepszenie algorytmów wykrywania szkodliwych treści i ich zautomatyzowane usuwanie) rozwiąże problemy, takie jak np. osłabienie zaufania obywateli do instytucji publicznych, nauki czy mediów (Farkas i Schou, 2020). **Technosolucjonistyczne postulaty**

przeciwdziałania problemowi dezinformacji pomijają kulturowe i społeczne czynniki towarzyszące użytkowaniu usieciowionych technologii medialnych.

Podsumowując, należy zaznaczyć, że jednym z kluczowych impulsów do napisania niniejszej pracy była próba poszerzenia zakresu debaty wokół problemu dezinformacji i przekroczenia jej obecnych, zasygnalizowanych powyżej ograniczeń. Perspektywa silnych efektów dezinformacji, daje łatwe i atrakcyjne publicystycznie wytłumaczenie współczesnych napięć społecznych i politycznych, ale w dużej mierze lekceważy dorobek nauk o mediach i komunikacji. Dezinformację w sieci należy zacząć postrzegać bardziej jako przejaw, a nie bezpośredni powód obecnych napięć społecznych. Zgodnie z tą perspektywą konieczne jest zwracanie większej uwagi na strukturalne podłoże tych napięć, które sięga daleko poza technologię, tj. obejmuje m.in. nierówności ekonomiczne, marginalizację poszczególnych aktorów w mediach i procesach politycznych, a także istniejące uprzedzenia i antagonizmy tożsamościowe.

Dyskursywne wymiary dezinformacji w literaturze

W ostatniej dekadzie dezinformacja stała się często podejmowanym zagadnieniem badawczym w wielu dyscyplinach, w szczególności naukach o komunikacji społecznej i mediach, politologii, socjologii oraz dyscyplinach pokrewnych (zob. przeglądy bibliometryczne na temat liczby publikowanych prac w: Park i in., 2020; Righetti, 2021). Większość dostępnych opracowań wpisuje się w dwie główne kategorie. Pierwsza z nich sprowadza się do eksploracji zawartości oraz mechanizmów konsumpcji i dystrybucji konkretnych materiałów uznanych za dezinformację, natomiast druga do szukania skutków tych przekazów na poglądy i zachowania odbiorców (Egelhofer i Lecheler, 2019; Freelon i Wells, 2020; Marwick i in., 2021). Badania te dostarczają wartościowego (choć, jak zaznaczono wcześniej, na tę chwilę słabo usystematyzowanego) empirycznego wglądu w dynamikę rozprzestrzeniania i recepcji treści o charakterze dezinformacji (zob. prace przeglądowe w tym zakresie m.in. w: Lazer i in., 2018; Persily i Tucker, 2020b; Tucker i in., 2018; Tumber i Waisbord, 2021b; Woolley i Howard, 2018). Dla niniejszej pracy najważniejszym wnioskiem płynącym z dostępnych metaanaliz była refleksja, że wątek społecznego konstruowania wyobrażeń dotyczących koncepcji dezinformacji jest niedostatecznie rozpoznany (Egelhofer i Lecheler,

2019; Li i Su, 2020; Wright, 2021b). Dominujące nurty badań redukują problem dezinformacji do śledzenia specyfiki rozprzestrzeniania się określonych treści w mediach społecznościowych i ich odbioru przez użytkowników. Analizy te, stanowiąc najczęściej ilościowe *case study* pojedynczych kampanii dezinformacyjnych, pomijają fakt, że sama koncepcja dezinformacji jest wysoce normatywna i arbitralna. Brakuje prac wychodzących od założenia, że zagadnienie dezinformacji jest społecznie konstruowaną kontrowersją, wykształcaną przy udziale zróżnicowanych systemów przekonań i praktyk symbolicznych. W niniejszej pracy **podjęto tę zbyt słabo obecną w literaturze przedmiotu dyskursywną perspektywę**. Dostrzeżenie rozmytego i upolitycznionego charakteru pojęcia dezinformacji nie stanowiło oryginalnej obserwacji autora pracy. Została ona zaczerpnięta z poszczególnych badań nad dezinformacją, które dostrzegają procesy konstruowania społecznych wyobrażeń społecznych wokół tej problematyki oraz starają się śledzić ich szersze uwarunkowania kulturowe, ekonomiczne i polityczne itd. Poniżej omówiono stan wiedzy naukowej w tym zakresie.

Badania nad dyskursywnymi wymiarami koncepcji dezinformacji w dużej mierze koncentrują się na krytyce pojęcia fake news. Farkas i Schou (2019) zwrócili uwagę na znaczeniową pojemność i nieostrość tego terminu, pisząc, że funkcjonuje on jako „określenie zbiorcze dla nazywania szeregu różnych fenomenów związanych z perswazją i oszustwem” (s. 54). W podobnym tonie F. M. Simon i Camargo (2021) porównali pojęcie fake news do pojęć, takich jak *big data*, sztuczna inteligencja czy infodemia, tłumacząc ich popularność w dyskursie publicznym tym, że „są łatwe do przyswojenia, tworzą przedmiot zainteresowania i obaw, a także wyznaczają atrakcyjne cele i programy działań” (s. 9), ale jednocześnie „są tak wszechogarniające, że spłaszczają i homogenizują całą złożoność świata społecznego” (s. 11).

Refleksje te wspiera m.in. praca Nielsena i Gravesa (2017). Na podstawie badań sondażowych i fokusowych ze Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii i Finlandii, pokazali oni, że respondenci nadają bardzo różnorodne znaczenia pojęciu fake news. Łączy je z szerokim zbiorem zagrożeń, problemów i niechętnych zjawisk związanych z funkcjonowaniem współczesnej polityki i mediów, np. tabloidyzacją, kampaniami politycznymi czy reklamą. Co istotne,

autorzy zauważyli również, że pojęcie fake news jest używane do wyrażania postawy „uogólnionego sceptycyzmu” oraz frustracji wobec instytucji demokratycznych jako całości. Wnioski te korespondują z badaniami, które pokazały, że wystawienie odbiorców na dyskurs o fake newsach może osłabiać ich poziom ogólnego zaufania do zinstytucjonalizowanych mediów, zgodnie z następującą logiką – „skoro tyle się mówi o fake newsach, to żadnym mediom nie można już ufać” (Tandoc Jr. i in., 2021; van Duyn i Collier, 2019). Tandoc i współpracownicy (2018) na podstawie metaanalizy artykułów naukowych o fake newsach pokazali natomiast, że pojęcie to cechuje się znaczeniową płynnością nie tylko wśród „zwykłych respondentów”, ale również w obrębie badań akademickich. Autorzy wykazali, że występuje ono w literaturze w co najmniej sześciu różnych znaczeniach – nie tylko jako określenie dla materiałów zawierających sfabrykowane czy zmanipulowane treści, ale również np. treści satyrycznych lub reklamowych.

Szerokim echem na polu krytycznych badań nad dezinformacją odbiła się refleksja Farkasa i Schou (2018, 2019), którzy argumentowali, że terminy fake news i postprawda stanowią przykłady płynnych elementów znaczących (*floating signifiers*). Przez płynny element znaczący⁶ należy rozumieć:

element znaczący o niejasnym, wysoce zmiennym, nieokreślonym lub nieistniejącym desygnacie. Elementy znaczące tego rodzaju oznaczają różne rzeczy dla różnych ludzi, mogą oznaczać wiele desygnatów lub żadnego, mogą oznaczać to, co ich interpretatorzy chcą, aby oznaczały. (Chandler i Munday, 2020a)

W ujęciu tym chodzi nie tyle o to, że pojęcia bywają wieloznaczne (tak jak np. homonimy), czyli mogą posiadać dwa lub więcej wyraźnie określonych znaczeń, ale że ich znaczenia są elastycznie konstruowane w zależności od założeń ideologicznych i celów podmiotu mówiącego w danej sytuacji. Najważniejsze dla teorii dyskursu, na którą powołują się autorzy jest konstatacja, że „płynność”

⁶ Pojęcie to ma swoje źródła w strukturalistycznej teorii języka Ferdinanda de Saussure’a. W ujęciu badacza każdy znak składa się z dwóch części: elementu znaczonego (*signifié/signified*) oraz elementu znaczącego (*signifiant/signifier*). Elementem znaczonym jest pewien desygnat (np. idea psa jako ssaka z rodziny psowatych), do którego ludzie odnoszą się za pomocą dźwiękowych lub graficznych elementów znaczących (np. słowa „pies”). W niniejszej pracy, opierając się na analizie Gostkowskiej (2014), wykorzystano wskazane tłumaczenie jako jedno z kilku dopuszczalnych przekładu na język polski.

elementów znaczących pełni funkcje polityczne. Znaczenia przypisywane tym rozmytym pojęciom są „równocześnie artykułowane wewnątrz różnych dyskursów rywalizujących projektów politycznych”, które wykorzystują je do realizowania bieżących polityk czy promowania określonych wizji porządku społecznego czy (Li i Su, 2020, s. 3).

Wraz z rozwojem badań nad dezinformacją coraz większe grono autorów zaczęło zwracać uwagę na procesy politycznej instrumentalizacji dyskursu wokół problematyki dezinformacji⁷. Wright (2021b) w kontekście badań tego dyskursu na rosyjskim i irańskim Twitterze podkreśla, że chociaż aktorzy z różnych stron politycznego sporu nawołują do przeciwdziałania problemowi fake newsów, to bardzo różnie rozumieją oni istotę problemu, któremu chcą przeciwdziałać:

szerokie grono aktorów wpisuje się w dyskurs wokół fake newsów – wybierając za cel ataków wspólnego wroga, jakim jest „fałszywość” – pomimo tego, że owa „fałszywość” jest rozumiana bardzo różnie i koniec końców uwidacznia niezgodę w różnych kwestiach i tematach. (s. 647)

Tenove (2020), analizując relacje pomiędzy problemem dezinformacji a teorią demokracji, zauważa, że dyskurs wokół tego problemu w Stanach Zjednoczonych początkowo skoncentrowany był na zagrożeniach zewnętrznych ze strony Rosji, jednak z czasem problem ten zaczął być identyfikowany również z aktorami wewnętrznymi, skutkując pojawieniem się wzajemnych oskarżeń o rozpowszechnianie dezinformacji zarówno ze strony zwolenników, jak i przeciwników prezydenta Donalda Trumpa. Co interesujące pod kątem przywoływanych płynnych elementów znaczących, Freelon i Wells (2020) podają, że samo pojęcie dezinformacja w języku angielskim zostało zaczerpnięte z rosyjskiego słowa *dezinformatsiya*, które, jak dodaje Bernstein (2021), w okresie ZSRR było stosowane przez funkcjonariuszy tego państwa jako inwektywa wobec zachodnich mediów, oskarżanych o promowanie propagandy kapitalistycznej.

⁷ W niniejszej pracy posługiwano się pojęciem politycznej instrumentalizacji, jednak w literaturze anglojęzycznej proces ten bywa często określany trudnym do przełożenia pojęciem *weaponization* (Egelhofer i Lecheler, 2019; Li i Su, 2020; Tong i in., 2020). Pojęcie to oznacza w sensie dosłownym używanie czegoś jako broni (*weapon*). W odniesieniu do dyskursów wokół dezinformacji jest używane w sposób metaforyczny dla określenia zjawiska wykorzystywania tych dyskursów do realizowania określonych celów politycznych danego podmiotu mówiącego.

Badania nad dyskursami wokół dezinformacji i pojęć pokrewnych pokazują zatem, że pojęcia te nieuchronnie posiadają ładunek ideologiczny w tym sensie, że poszczególni nadawcy wpisują w nie rozmaite wartości i wizje porządku społecznego. Należy to podkreślić, ponieważ wielu nadawców stara się im nadawać „apolityczny” charakter. Hwang (2020) zauważa, że pojęcie dezinformacji służy „różnym aktorom jako wygodna zasłona do ukrywania nieuniknionych sądów normatywnych”. W tym kontekście idea przeciwdziałania dezinformacji stosowana jest jako rodzaj eufemizmu, pozornie neutralnego wyrażenia wykorzystywanego do określania takich działań jak m.in. dyskredytowanie komunikacji poszczególnych aktorów społecznych, np. zwolenników danego polityka, aktywistów, państw czy mediów. Dla przykładu, zbliżona fraza „przeciwdziałanie propagandzie” wymaga bardziej klarownego dookreślenia celów i adresatów wdrażanych strategii (np. „przeciwdziałanie propagandzie prawicowych populistów”) niż określenie „przeciwdziałanie dezinformacji”, które może być prezentowane jako próba naprawiania rzekomo obiektywnych, apolitycznych „zakłóceń” prawidłowego przebiegu informacji wśród obywateli.

Na tym tle Egelhofer i Lecheler (2019) pokazały, że termin fake news jest używany w dwóch odmiennych, podstawowych znaczeniach: (1) jako określenie gatunku tekstów (*genre*), które mają charakter wiralowych materiałów „pseudodziennikarskich”; (2) jako rodzaj pejoratywnej etykiety (*label*) używanej w ramach strategii dyskursywnych dążących do delegitymizowania poszczególnych instytucji (zwłaszcza mediów „głównonurtowych”). Do podobnych wniosków doszedł Hainscho (2022), który, czerpiąc z teorii aktów mowy, wskazywał, że pojęcie fake news jest używane w praktyce społecznej na trzy różne sposoby: (1) prototypowe użycie – wyrażenie oceny o nieprawdziwości danej treści na podstawie konsensusu w danej kwestii; (2) ideologiczne użycie – wyrażenie krytyki wobec treści, z którą mówiący się nie zgadza (bez względu na jej prawdziwość/fałszywość); (3) obelga – próba poniżenia, zdyskredytowania lub wyrażania ogólnego braku zaufania do danego aktora społecznego (odnosi się do nadawcy w sposób generalny, a nie prawdziwości/fałszywości żadnej z jego konkretnych wypowiedzi).

W zgodzie z powyższym, Li i Su (2020) wykazały, że znaczenia nadawane pojęciu fake news są zależne od politycznej tożsamości nadawców. Wykorzystując

analizy lingwistyczne oraz analizy sieci społecznych, pokazały one, że na amerykańskim Twitterze „tożsamościowe rozumienie pojęcia [fake news – przyp. S.W.] [...] jest wspierane przez oddzielone od siebie sieci podobnie myślących jednostek, które nie tylko postrzegają pojęcie fake news w zróżnicowany sposób, ale także wzmacniają te różnice przez selektywne rozpowszechnianie publikacji zgodnych z ich własnymi poglądami” (Li i Su, 2020, s. 11). Omawiany termin służy zatem jako dyskursywne narzędzie do sygnalizowania przynależności politycznej i podtrzymywania tożsamości grupowej. Nawiązując do teorii społecznej tożsamości Tajfela i Turnera, autorki argumentują, że analizowane pojęcie pomaga kreować pozytywny obraz własnej grupy („my”) i dyskredytować grupy zewnętrzne („oni”). Rezultaty badania uwiaryściły, że na amerykańskim Twitterze funkcjonują dwie główne sieci użytkowników, konserwatywna i liberalna, w ramach których pojęcie fake news jest stosowane w odmienny sposób, zgodnie z interesami danej grupy. Ponadto, badanie wykazało, że chociaż „tożsamościowe” sposoby używania pojęcia fake news dotyczą obu wyróżnionych sieci, to zjawisko to bardziej dotyczyło sieci konserwatywnej, której przedstawiciele w postach zawierających pojęcie fake news częściej używali wyrażen silnie nacechowanych emocjonalnie, zaimków grupowych oraz generalizacji i uogólniających kwantyfikatorów (np. wszystko, zawsze).

Występowanie zjawiska tożsamościowego postrzegania zjawiska fake newsów w Stanach Zjednoczonych dowodzi także praca Tonga i współpracowników (2020). Przeprowadzili oni badanie, które miało na celu poznać sposoby rozumienia pojęcia fake news wśród respondentów. Wyniki pokazały, że część respondentów (65%) podawała bardziej neutralne definicje tego pojęcia, np. „newsy, które nie są prawdą”, natomiast pozostała część (35%) podawała definicje stronnice, do których zaklasyfikowane zostały te, które zawierały odwołanie do konkretnych nadawców, w tym polityków oraz instytucji medialnych, np. „wszystko, co mówi Biden”. Przypisywanie winy za problem fake newsów podmiotom spoza grupy politycznej, z którą identyfikował się respondent, było tym bardziej prawdopodobne, im wyższe było jego przekonanie o dużej skali problemu fake newsów, poziom przywiązania do partii politycznej lub/oraz poziom zainteresowania polityką. Należy przy tym podkreślić, że badanie pokazało, że osoby identyfikujące się jako liberałowie równie często stosowały stronnice

definicje, jak konserwatyści, przy czym konserwatyści znacznie częściej od liberałów obwiniali za to zjawisko zinstytucjonalizowane media.

Za Tongiem i współpracownikami (2020) warto podkreślić, że omówione powyżej rezultaty badań, które dowodzą, że sposób postrzegania pojęcia fake news jest zależny od tożsamości politycznej, wpisują się we wcześniejsze badania, które wskazują na bardziej ogólny związek pomiędzy przywiązaniem jednostek do danej opcji politycznej a przypisywaniem przez nie odpowiedzialności za wybrane problemy społeczne i polityczne przedstawicielom innych opcji (Malhotra i Kuo, 2008; Tilley i Hobolt, 2011). Tożsamościowy wymiar postrzegania problemu dezinformacji łączy się również z wcześniejszymi badaniami, które wykazywały istnienie „efektu wrogich mediów”, zgodnie z którym ludzie z różnych grup oceniając identyczne treści medialne mają tendencję do postrzegania ich jako stronniczych i uprzedzonych wobec grupy, do której należą (Giner-Sorolla i Chaiken, 1994; Gunther i Schmitt, 2004; Vallone i in., 1985).

Najbardziej rozbudowany wkład w badania problemu dezinformacji z perspektywy dyskursywnej wnieśli do tej pory Farkas i Schou (2018, 2019, 2020). Bazując na pracach z zakresu krytycznej filozofii polityki, takich autorów jak m.in. Antonio Gramsci czy Ernesto Laclau i Chantal Mouffe, argumentowali oni, że dyskurs wokół dezinformacji jest przestrzenią rywalizacji, w ramach której podmioty z różnych stron politycznego sporu starają się konstruować i podtrzymywać swoją władzę symboliczną. Konkretniej, w kontekście Stanów Zjednoczonych pokazali oni, że z jednej strony nadawcy związani z Republikanami używali tego pojęcia do ataków na media głównego nurtu i polityków utożsamianych z Demokratami (np. CNN, *The Washington Post*, Hilary Clinton). Podobne rezultaty otrzymały Egelhofer, Aaldering i Lecheler (2021), które pokazały, że w Australii oraz Niemczech politycy populistyczni wykorzystywali dyskurs wokół dezinformacji do atakowania mediów głównego nurtu (utożsamianych przez tych aktorów z wrogim establishmentem). Farkas i Schou (2019) dowodzą jednak, że problem instrumentalizacji dyskursu wokół dezinformacji nie dotyczy wyłącznie prawicy. Wręcz przeciwnie, dowodzili oni, że dominującą pozycję w debacie na temat zagrożeń cyfrowych w krajach zachodnich osiągnął dyskurs „liberalnych” elit symbolicznych. Dyskurs ten łączy problem dezinformacji ze stronnikami prawicy i prezentuje to zjawisko jako główne zagrożenie dla współczesnych społeczeństw, jednocześnie odsuwając na bok debatę

o szerszych, strukturalnych problemach współczesności, w tym antagonizmach klasowych zanurzonych w postępujących nierównościach społeczno-ekonomicznych. Autorzy podkreślali zatem, że debata o dezinformacji jest wykorzystywana do reprodukcji porządku społecznego opartego na neoliberalnym kapitalizmie (w tym ochrony pozycji aktorów wyznaczających „racjonalność” w tym systemie) i neutralizowania ideologicznego charakteru tego porządku.

Farkas i Schou (2019), podobnie jak Creech (2020), wskazywali ponadto, że dyskurs wokół dezinformacji jest instrumentalizowany w ramach prób wzmacniania (lub kwestionowania) władzy i pozycji rynkowej platform społecznościowych. Zauważyli również, że koncepcja dezinformacji jest wykorzystywana w ramach geopolitycznej rywalizacji pomiędzy mocarstwami. Wątek ten pojawia się również u Monsees (2020), a także Baumanna (2020). Autorzy ci, koncentrując się na perspektywie wiedzy o bezpieczeństwie i stosunkach międzynarodowych, niezależnie od siebie doszli do zbieżnych konkluzji, że istotnym wątkiem współczesnych debat na temat wojny „hybrydowej” lub „informacyjnej” są polityczne spory dotyczące znaczenia i wagi problemu dezinformacji, a różne państwa i ich służby próbują wykorzystywać tę tematykę do realizowania własnych interesów. Jeszcze jednym problemem, na który wskazali Farkas i Schou (2019) jest instrumentalizowanie koncepcji dezinformacji do tłumienia głosu poszczególnych dziennikarzy, aktywistów czy naukowców – zwłaszcza w krajach autorytarnych lub skłaniających się ku autorytaryzmowi. W tym kontekście wyrażali oni obawę, że idee związane z przeciwdziałaniem dezinformacji mogą paradoksalnie prowadzić do wdrażania antydemokratycznych rozwiązań, zagrażających wolności słowa i osłabiających pozycję niektórych podmiotów w debacie publicznej, np. praktyki aresztowania przeciwników danego rządu pod pretekstem „walki z dezinformacją”.

Co wnosi niniejsza praca na tle dotychczasowej literatury?

Syntetyzując powyższe rozważania, można zatem zaobserwować, że w literaturze zaczyna wykształcać się krytyczny nurt badań nad dezinformacją (*critical disinformation studies*). W ramach tej odnogi postulowane jest zredefiniowanie dominujących tendencji badawczych poprzez odejście od

nadmiernej koncentracji na technologicznym, a nie społecznym wymiarze poruszanego problemu. Wiedza dotycząca dezinformacji bazuje zazwyczaj na ilościowej analizie dużych zbiorów danych. Może ona dostarczać istotnych obserwacji w zakresie rozprzestrzeniania się określonych treści za pośrednictwem wybranych kanałów, ale brakuje jej fundamentalnej refleksji nad politycznymi aspektami samej koncepcji dezinformacji. Podejście to zakorzenione jest w perspektywie determinizmu technologicznego, która skupia się na wpływie technologii na społeczeństwo, a pomija oddziaływanie odwrotne i sprzężenia zwrotne pomiędzy tym, co społeczne, a tym, co techniczne. Aby przekroczyć te ograniczenia, niniejsza praca stara się przyczynić do rozwoju badań łączących **wiedzę o dezinformacji z dorobkiem krytycznej perspektywy w naukach społecznych** (Kuo i Marwick, 2021; Marwick i in., 2021).

Po drugie, przeprowadzone badanie miało na celu **przyczynienie się do przełamania nadmiernej „westernizacji” badań nad dezinformacją**. Większość dostępnych prac ogranicza swój zakres do analizowania specyfiki amerykańskiej i zachodnioeuropejskiej (Egelhofer i Lecheler, 2019; Guess i Lyons, 2020; Li i Su, 2020; Park i in., 2020; Righetti, 2021). Jak wskazywano, badania na tym polu zostały zapoczątkowane w odpowiedzi na zwycięstwo Donalda Trumpa w wyborach na prezydenta Stanów Zjednoczonych oraz brexit. W związku z tym rama teoretyczno-pojęciowa studiów nad tym zagadnieniem jest głęboko zakorzeniona w kontekście anglosaskim, a w następstwie często przenoszona na inne konteksty bez odpowiedniego uwzględnienia odmiennych uwarunkowań medialnych, politycznych, kulturowych czy historycznych w różnych państwach. Dla przykładu, specyfika problemu propagandy politycznej w krajach Europy Środkowej i Wschodniej (z ich doświadczeniami historycznymi, systemem prawnym, współczesną dynamiką wydarzeń społecznych i politycznych itd.) w wielu aspektach znacznie różni się od specyfiki tego zjawiska w Stanach Zjednoczonych.

Uwarunkowania zachodnie wraz z towarzyszącymi im założeniami i terminologią bywają traktowane jako pewnego rodzaju domyślna matryca na polu debaty o dezinformacji. Rezultaty dotyczące państw zachodnich są ekstrapolowane na inne obszary, podczas gdy w istocie odnoszą się one jedynie do określonej części świata. Z tego względu istnieje znacząca potrzeba rozwijania badań uwzględniających „niezachodnie” otoczenie społeczno-polityczne. Potrzeba ta

wpisuje się w szerszy postulat „dociążania” lokalnych perspektyw w badaniach komunikologicznych, proponowany m.in. przez Blumlera (2016). Dostrzegając procesy globalizacyjne, które w dużym stopniu ujednolicają instytucje i praktyki kulturowe we współczesnych społeczeństwach, wciąż należy mieć na uwadze, że „zjawisko komunikowania [...] samo w sobie nie jest niezależne od kontekstu kulturowego, w którym jest obserwowane, pomimo podobieństw technologicznych i tendencji do uniformizacji form, sposobów działania i treści przekazu” (McQuail, 2007, s. 30-31).

W niniejszej pracy skoncentrowano się na polskim kontekście, który we wcześniejszych opracowaniach był słabo reprezentowany. Należy zaznaczyć, że pomimo „lokalności” niniejszego badania uzyskane wyniki mogą być istotne również w skali międzynarodowej. Po pierwsze, mogą stanowić materiał do analiz porównawczych pomiędzy dyskursami w różnych państwach. Materiały tego typu są dostępne m.in. dla: Niemiec (Monsees, 2020), Austrii (Egelhofer i in., 2020), Danii (Farkas, 2023), Iranu i Rosji (Dehghan i Glazunova, 2021) czy Republiki Południowej Afryki (Wasserman, 2020). Po drugie, na bardziej ogólnym poziomie, niniejsze badania mogą przyczyniać się do lepszego zrozumienia złożonych relacji między problemem dezinformacji a jego kulturowymi uwarunkowaniami.

Spółeczne znaczenie podejmowanego problemu

Zastosowane ujęcie miało za celu dostarczyć wartościowe i w dużej mierze oryginalne spojrzenie na kontrowersje wokół problemu dezinformacji i ich społeczno-polityczne implikacje. Z racji tego, że podejmowane wątki stanowią jeden z najczęściej poruszanych (a jednocześnie spornych) tematów we współczesnych dyskusjach na temat technologii, **rezultaty mogą mieć również istotne znaczenia pozaakademickie**. Praca dotyczy rzeczywistego, aktualnego problemu społecznego, więc jej wyniki mogą być interesujące dla odbiorców również poza światem naukowym, w tym m.in. dziennikarzy, decydentów politycznych, ustawodawców, aktywistów, edukatorów, a także „zwykłych” użytkowników internetu.

Krytyczna refleksja nad dyskursami wokół dezinformacji jest konieczna, ponieważ dyskursy, które narzucają swoje rozumienie problemu, głęboko

oddziałują na kształt ewoluującego krajobrazu medialnego. Jak podkreśla w tym kontekście Hwang (2020):

To, w jaki sposób opowiadamy historię o dezinformacji w sieci nadaje formę sporom, ramuje badania i kształtuje odpowiedzi w tym zakresie [inicjatywy antydezinformacyjne – przyp. S.W.]. Kluczowe znaczenie ma zatem refleksja nad tymi artikulacjami i jasne określenie, w jakich aspektach są one pomocne, a w jakich mogą sprawiać, że debata zaczyna być myląca.

Jest to szczególnie istotne ze względu na konstruktywistyczne założenie, że „technologia zawsze może być inna”, tzn., że nie rozwija się samoistnie i w związku z tym ludzie mogą mieć wpływ na jej kształt i dostosowywać ją do swoich potrzeb (Bijker, 2009).

Jak argumentowano, świat społeczny nieustannie „wytwarza się” przy udziale procesów zapośredniczonych przez media (Couldry i Hepp, 2016; Fast, 2018). Niezbędne do rozumienia tego świata jest zatem ciągłe obserwowanie procesów medialnych i ich przemian – obecnie związanych przede wszystkim z rozwojem technologii cyfrowych i ich postępującego przenikania kolejnych sfer życia. Publiczne i prywatne działania mające na celu powstrzymanie fake newsów i pokrewnych zjawisk są wdrażane (lub zapowiadane) w wielu krajach (również w Polsce). Dyskusja wokół nich obejmuje wiele zagadnień, związanych m.in. z transformacją mediów cyfrowych, regulacją przestrzeni medialnej, władzą algorytmiczną, wolnością słowa, ekonomią polityczną mediów, cyfrową inwigilacją czy kwestiami prywatności. Niezwykle istotne jest zatem śledzenie tego, jak dyskursy wokół tej problematyki są kształtowane (i kto je kształtuje) oraz jakie wyobrażenia, cele i sądy normatywne są w nie wpisane.

„Zaangażowanym społecznie” celem niniejszej pracy jest dostarczenie argumentów do krytyki obecnego dyskursu wokół problematyki dezinformacji i proponowanych przez niego rozwiązań oraz przyczynienie się do formułowania nowych, alternatywnych ujęć. Prezentowane stanowisko o charakterze normatywnym wynika ze sprzeciwu wobec propozycji, które wyrastają z determinizmu technologicznego, technokratycznej wizji porządku społecznego lub/oraz neoliberalnej wizji rozwoju mediów i technologii, które zamiast rozwiązywać, mogą pogłębiać istniejące problemy, np. wzmacniać władzę symboliczną silnych korporacyjnych gatekeeperów, kreować prawa pozwalające na

ograniczanie debaty publicznej przez instytucje rządowe pod pretekstem „walki z dezinformacją”. Korzystając z krytycznego i konstruktywistycznego podejścia, postulowano raczej potrzebę zwrócenia się ku ideom demokratycznej partycypacji w rozwoju technologii i przekształcenia jej poza logikę cyfrowego kapitalizmu opartego na ekstrakcji danych. Wielokrotnie podkreślano także potrzebę przywiązywania większej wagi do podstawowych społeczno-ekonomicznych aspektów obecnych napięć politycznych i odchodzenia od koncentrowania się wyłącznie na ich wymiarze technologiczny.

II Założenia metodologiczne i teoria dyskursu

Ukrytą prawdą o ludzkiej egzystencji jest to, że świat nie stwarza się sam z siebie. Nie jest zjawiskiem naturalnym, nawet jeśli tak go traktujemy. Świat istnieje, bo zbiorowo go takim stwarzamy. Wyobrażamy sobie, co chcemy stworzyć, i stwarzamy to.

(Graeber, 2016, s. 116)

Poprzedni rozdział stanowił omówienie głównych punktów niezbędnych do podjęcia rozważań nad tematyką przeciwdziałania dezinformacji jako formy dyskursu. W niniejszym rozdziale, w sposób bardziej szczegółowy, zaprezentowano **założenia o charakterze metodologicznym** oraz zastosowaną **teorię dyskursu**. W dalszej części wprowadzenia przedstawiono ogólną specyfikę **krytycznych studiów nad dyskursem** (*critical discourse studies*, dalej CDS), w ramy których wpisuje się przeprowadzona analiza. W podrozdziale *Konstruktywizm społeczny* omówiono podejście do badania dyskursu medialnego w perspektywie konstruktywistycznej. Trzy następne podrozdziały opisują kolejne składowe krytycznej analizy dyskursu: (1) w podrozdziale *Dyskurs, czyli D w KAD* skupiono się na wyjaśnieniu teorii dyskursu; (2) w podrozdziale *Krytyczność, czyli K w KAD* podjęto refleksję nad krytyczną perspektywą w naukach społecznych oraz miejscem wartości w badaniach; (3) w ostatnim podrozdziale *Analiza, czyli A w KAD* przedstawiono opracowaną procedurę badawczą (w tym m.in. cele i pytania badawcze, kategorie analityczne oraz dobór próby badawczej).

Ogólnym celem niniejszej pracy było dostarczenie pogłębionego, krytycznego wglądu w debatę w polskich mediach internetowych na temat przeciwdziałania dezinformacji. Badanie dotyczyło zatem medialnego dyskursu wokół konkretnej kontrowersji o charakterze społeczno-politycznym. Bennett (2018) zauważa, że „aby rozumieć problemy społeczne, należy przyglądać się temu, jak społeczeństwa mówią o tych problemach publicznie (a także kto dokładnie o nich mówi)” (s. 3). Do przyjrzenia się temu „kto i jak mówi” o wskazanej problematyce wykorzystano teoretyczne i metodologiczne założenia CDS.

CDS skoncentrowane są na badaniu problemów, procesów, struktur i zmian społecznych poprzez ich językowe manifestacje (Flowerdew i Richardson, 2017). Stanowią rodzaj multidyscyplinarnej tradycji badawczej (Fairclough i Duszak, 2008; Reisigl, 2017), która oferuje zbiór narzędzi pozwalających na prowadzenie analiz „korpusu danych językowych związanych z danym tematem, ujmowanych i wyjaśnianych w odniesieniu do ich kontekstu społeczno-politycznego z uwzględnieniem perspektywy krytycznej” (Unger i in., 2016, s. 278). Empiryczne analizy prowadzone w ramach CDS nazywane są **krytyczną analizą dyskursu** (*critical discourse analysis*, dalej KAD)¹². Pomimo dużej różnorodności podejść i metod badawczych stosowanych w obrębie CDS, analizy te łączy zainteresowanie badaniem tego, w jaki sposób język jest używany do ustanawiania (lub przekształcania) relacji władzy w społeczeństwie (Reisigl, 2017; van Dijk, 1997; Wodak, 2001b).

W ramach CDS badacze wychodzą od założenia, że dyskurs jest nierozzerwalną częścią interakcji społecznych. Komunikowanie rozumiane jest jako rodzaj praktyki społecznej, której celem jest wyrażanie i negocjowanie znaczeń w określonym kontekście politycznym, kulturowym, ekonomicznym itd. (Wodak, 2008). Przyjmuje się, że świat społeczny jest przestrzenią „do utworzenia”, która jest nieustannie kształtowana przez aktorów społecznych za pośrednictwem praktyk dyskursywnych. Badania w ramach tej tradycji starają się zatem analizować „znaczące” kategorie formułowane w obrębie tych praktyk (van Dijk, 1997).

CDS szczególną uwagę przykładają do założenia, że znaczenia nie są obiektywnie „dane”, ale zawsze są przypisywane arbitralnie przez uczestników dyskursu. W związku z tym w ramach dyskursów rozgrywa się nieustanny konflikt

1 KAD jest więc empiryczną składową CDS. W obrębie CDS (które jest pojęciem szerszym od KAD) mieszczą się również rozważania o charakterze teoretyczno-filozoficznym, które nie mają charakteru empirycznych analiz, a zatem nie powinny być określane terminem KAD (Flowerdew i Richardson, 2017).

2 Dla oznaczenia krytycznej analizy dyskursu w pracy stosowano skrótowiec KAD, wywodzący się z pierwszych liter pełnej nazwy w języku polskim. W literaturze anglojęzycznej odpowiednikiem jest CDA. Dla oznaczenia krytycznych studiów nad dyskursem stosowano natomiast skrótowiec CDS, wywodzący się z pierwszych liter pełnej nazwy w języku angielskim. Decyzja o wykorzystywaniu oryginalnej formy CDS wynikała z faktu, iż w polskiej literaturze przedmiotu spolszczony skrótowiec KAD jest powszechnie stosowany, natomiast nie zaobserwowano analogicznej polskiej wersji dla skrótownica CDS.

między różnymi wizjami świata społecznego (Wodak, 2001b). Dyskursy pomagają produkować i reprodukować struktury społeczne, a zatem stanowią instrument podtrzymywania relacji władzy i dominacji w społeczeństwie i mogą promować oraz utrzymywać stronnicze wizje struktur społecznych, w szczególności sprzyjające interesom grup uprzywilejowanych (elit symbolicznych). Rzeczywistość społeczna jest zatem postrzegana jako „pole walki” pomiędzy różnymi próbami narzucenia i ustalenia poszczególnych dyskursów jako dominujących, zdroworozsądkowych, naturalnych. Głównym celem krytyki społecznej w CDS jest zatem ujawnianie arbitralności poszczególnych dyskursów oraz ich charakteru ideologicznego poprzez systematyczne badanie danych językowych.

Badania w ramach CDS łączą analizy lingwistyczne i retoryczne (np. słownictwa, środków stylistycznych, strategii argumentacji) z ich kontekstualizacją na szerszym poziomie społeczno-politycznym (kto mówi; z jakimi założeniami ideologicznymi wiążą się określone sposoby ekspresji; jakie relacje władzy konstruuje; Wodak, 2011, 2015). Na poziomie językowym CDS czerpią m.in. z teorii aktów mowy, analizy konwersacyjnej, klasycznych i współczesnych teorii argumentacji, badań nad perswazją, systemowej lingwistyki funkcjonalnej oraz pragmatyki językowej (Flowerdew i Richardson, 2017; Meyer, 2001; Reisigl, 2017). Analizy językowe pełnią jednak w CDS jedynie rolę służebną wobec podejmowania rozważań nad szerszymi formami kulturowymi i dlatego tradycja ta odwołuje się do szeregu różnych ponadjęzykowych teorii społecznych. Wśród najczęściej wykorzystywanych ram teoretycznych należy wymienić dorobek przedstawicieli konstruktywizmu społecznego, teorii krytycznej, studiów kulturowych i teorii ekonomii politycznej, w tym prace takich autorów jak m.in.: Antonio Gramsci, Michael Foucault, Pierre Bourdieu, Stuart Hall, Ernesto Laclau oraz Chantal Mouffe (zob. więcej w: Fairclough i Duszak, 2008; Flowerdew i Richardson, 2017; Meyer, 2001; Reisigl, 2017). CDS rozwijane są zatem nie tylko w obrębie językoznawstwa, ale również wielu innych dyscyplin naukowych, w tym nauk o komunikacji społecznej i mediach (w które wpisuje się niniejsza praca), a także socjologii, antropologii, politologii, psychologii, kognitywistyki, historii, literaturoznawstwa, kulturoznawstwa, filozofii czy prawa. Teoretycy CDS podkreślają potrzebę łączenia w badaniach dyskursywnych dorobku różnych dyscyplin i wypracowanych przez

nie narzędzi (Wodak, 2009). Van Dijk (2001) pisał w tym kontekście, że „fascynujące odkrycia dotyczące świata dyskursu i jego społeczno-kulturowych uwarunkowań dokonywane są głównie na pograniczach ustabilizowanych dyscyplin, gdzie w najbardziej intensywny sposób krzyżują się różne ujęcia teoretyczne i metodologiczne” (s. 38).

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania na temat ogólnej specyfiki badań w CDS, należy uznać, że niniejsza praca przyjmuje założenia **niepozytywistycznego modelu nauki** (Fairclough i Duszak, 2008). Model ten, nazywany również m.in.: antypozytywistycznym, antynaturalistycznym, interpretatywnym czy hermeneutyczno-humanistycznym (por. Baran i Davis, 2007; Grobler, 2006; Krauz-Mozer, 2007; Sztompka, 2002), kładzie nacisk na świadomościowy charakter życia społecznego (Fairclough i Duszak, 2008; Sztompka, 2002). Zwraca się uwagę na to, że w procesach społecznych istotną rolę odgrywają znaczenia, wartości i interpretacje (Fairclough i Duszak, 2008). Podejście to kojarzone jest z spuścizną „przełomu antypozytywistycznego” Maxa Webera i wynikającej z niego propozycji „socjologii rozumiejącej” (Grobler, 2006; Madsen, 1980; Sztompka, 2002). Zgodnie z tym podejściem w społeczeństwie występują fenomeny nieznane w świecie przyrodniczym, takie jak wyobrażenia, normy, komunikacja symboliczna czy celowość działań. Badania wywodzące się z tej tradycji, w przeciwieństwie do ujęć pozytywistycznych, nie dążą zatem do uzyskiwania „maksymalnie obiektywnego i uniwersalnego rozwiązania problemu, odkrycia charakteru zależności przyczynowo-skutkowych” (Bäcker i in., 2016, s. 101), ale raczej zrozumienia subiektywnego charakteru doświadczenia ludzkiego. Florian Znaniecki pisał w tym kontekście o potrzebie uwzględniania „współczynnika humanistycznego” w badaniach społecznych (Grobler, 2006). W związku z tym badania w modelu niepozytywistycznym często skłaniają się ku metodom jakościowym (Creswell, 2013; Silverman, 2008), których specyfika została bardziej szczegółowo omówiona w dalszej części rozdziału (zob. więcej w sekcji: *Badanie jakościowe*).

Konstruktywizm społeczny

Niniejsza praca w obrębie modelu niepozytywistycznego czerpie w szczególności z założeń konstruktywizmu społecznego. Fundamentalne dla projektowania projektu badawczego przekonania ontologiczne, epistemologiczne

i aksjologiczne zostały zaczerpnięte z pionierskiego dla konstruktywizmu traktatu Bergera i Luckmanna (2018) oraz interpretacji ich myśli na gruncie refleksji nad mediami, której dokonali Couldry i Hepp (2016). Konstruktywizm przyjmuje, że istnieje pewien świat materialny, który posiada określone właściwości fizyczne, jednak jego empiryczne doświadczanie przez człowieka jest zawsze zapośredniczone przez konstrukty myślowe (Berger i Luckmann, 2018; Latour, 2014; Phelan i Dahlberg, 2011). Rzeczywistość, którą postrzegają ludzie jest konstruowana symbolicznie na różnorodne, często sprzeczne ze sobą sposoby (Couldry i Hepp, 2016). Porządek społeczny nie jest rozumiany jako naturalny czy „dany” raz na zawsze, ale raczej jako „wytwór człowieka albo, dokładniej, rezultat stałego ludzkiego wytwarzania” (Berger i Luckmann, 2018, s. 77). Ludzie i ich działania oraz rzeczy nieustannie wchodzą ze sobą w splątane, wielowymiarowe interakcje, które są interpretowane przez ludzi w znaczący sposób. W wyniku tych procesów powstaje taka, a nie inna rzeczywistość. Jak pisali w tym kontekście Couldry i Hepp (2016, sekcja 2.1, akapit 9):

Świat społeczny jest intersubiektywną sferą relacji społecznych, których doświadczamy jako istoty ludzkie. Relacje te są zakorzenione w codziennej rzeczywistości [...]. Co za tym idzie, świat społeczny jest podzielony na wiele domen znaczeniowych, a równocześnie powiązany wieloma relacjami współzależności i ograniczeń.

Różnorodne praktyki nadawania przez człowieka sensu i spójności doświadczanej rzeczywistości mogą się z czasem stabilizować i wytwarzać powtarzalne i stosunkowo trwałe struktury. Berger i Luckmann (2018) używali w tym kontekście pojęcia instytucjonalizacji, rozumianej jako proces konsolidowania się i podtrzymywania względnie stabilnych instytucji społecznych. W ich ramach mniej lub bardziej stałe role, przekonania, wartości, wizje rzeczywistości i inne przejawy symbolicznej i materialnej aktywności człowieka nieustannie przyczyniają się do nadawania rzeczywistości społecznej określonej formy. Chociaż forma ta zawsze jest na podstawowym poziomie „wytworzona”, to jednak dochodzi do jej obiektywizacji i internalizacji przez ludzi (Berger i Luckmann, 2018). W związku z tym „wytworzone” instytucje społeczne mogą funkcjonować na zasadzie Durkheimowskich „faktów społecznych”, które w znacznym stopniu oddziałują na formułowanie mentalnych reprezentacji

rzeczywistości przez członków społeczeństwa (Couldry i Hepp, 2016). Ujęcie to odrzuca zatem możliwość istnienia pełnej, niczym nieskrępowanej dowolności sposobów konstruowania świata. Są one w znacznym stopniu ograniczone zarówno przez materialne właściwości rzeczywistości, jak i wcześniej ustanowione formy kulturowe, np. tradycje.

Zobiektywizowane i zinternalizowane instytucje mogą charakteryzować się różnym zasięgiem (od mikro- do makrospołecznego), poziomem skomplikowania oraz stopniem trwałości. Co więcej, mogą się one nawarstwiać i wzajemnie podtrzymywać, przez co niektóre z nich mogą jawić się członkom społeczeństwa jako naturalne i niepodważalne. W ramach podejścia konstruktywistycznego zwraca się jednak uwagę, że nawet największe i najbardziej trwałe instytucje (np. systemy polityczne, ekonomiczne czy religijne) są społecznie konstruowane, a zatem zawsze możliwe do zakwestionowania i przekształcenia, co podkreślała również teoria strukturacji (Giddens, 2003). Fakty społeczne istnieją tak długo, jak ludzie je akceptują i reprodukują w codziennych praktykach. Konstrukcja społecznej rzeczywistości na fundamentalnym poziomie charakteryzuje się zatem radykalną tymczasowością i umownością.

Wątek ten kontynuowany był w obrębie teorii aktora-sieci, która przełamała antropocentryzm dominujący we wcześniejszych odmianach konstruktywizmu. Teoria ta postrzega rzeczywistość społeczną jako wytwór sprzężonych interakcji pomiędzy aktorami ludzkimi i pozaludzkimi (np. technologią czy zjawiskami przyrodniczymi), w których sprawczą rolę odgrywają zarówno czynniki materialne (fizyczność ludzi i aktorów pozaludzkich), jak i semiotyczne (znaczenia nadawane przez człowieka, ale też wpisywane w aktorów pozaludzkich; Abriszewski, 2008; Latour, 2010; Law, 2014). W wyniku tych złożonych interakcji wykształca się dynamiczna rzeczywistość społeczna, a zatem należy przyjąć, że:

struktura społeczna to nie rzeczownik, a czasownik. Struktura nie jest jakąś samodzielną konstrukcją, niczym rusztowanie na budowie, ale obszarem zmagania, relacyjnym efektem, który rekursywnie się wytwarza i odtwarza. [...] Oznacza to na przykład, że żadna wersja ładu społecznego, organizacji czy podmiotu nie jest nigdy całkowicie pełna, autonomiczna czy ostateczna. Albo, innymi słowy, mimo rojeń dyktatorów i socjologów normatywnych, nie istnieje coś takiego jak „ład społeczny” z pojedynczym centrum czy jednym zbiorem ustabilizowanych relacji. Już raczej istnieją łady – w liczbie mnogiej. Rzecz jasna, istnieje też wiele oporów. (Law, 2014, s. 225)

W opisywanych powyżej procesach konstruowania rzeczywistości istotną rolę odgrywa język jako nośnik kreowania, transmitowania i negocjowania znaczeń. To właśnie za jego pośrednictwem ludzie nadają symboliczną spójność swoim doświadczeniom, która pozwala im na funkcjonowanie w złożonej i dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości odbieranej poprzez zmysły. Podobne stanowisko obecne było w teorii systemów społecznych Luhmanna (2012) (w wielu aspektach zbliżonej do konstruktywizmu), która zakładała, że w ramach poszczególnych systemów (np. prawnego, politycznego, naukowego) konstruowana jest specyficzną rzeczywistość przy pomocy kodów i schematów komunikacyjnych właściwych danemu systemowi. Berger i Luckmann (2018) podkreślali, że: „życie codzienne jest, przede wszystkim, życiem z językiem i za pomocą języka, którym posługuję się wraz z innymi ludźmi. Dlatego rozumienie języka ma zasadnicze znaczenie dla rozumienia rzeczywistości życia codziennego” (s. 55). Couldry i Hepp (2016) zwracali natomiast uwagę na istotną funkcję języka w formowaniu świata społecznego w następujących słowach: „Komunikacja jest zbiorem praktyk, przez które »nadajemy sens« naszemu światu i budujemy struktury (proste lub złożone), które umożliwiają koordynowanie naszych zachowań. Komunikacyjny wymiar naszych praktyk ma kluczowe znaczenia dla tego, jak świat społeczny jest konstruowany” (rozdział 2, akapit 3). Głównym celem badań w tym ujęciu jest zatem analizowanie komunikowanych i współdzielonych przez ludzi praktyk kształtowania wyobrażeń o świecie (w tym, jak w niniejszej pracy, „sensotwórczych” zjawisk medialnych).

Konstruowanie rzeczywistości społecznej poprzez media

Ze względu na problematykę podejmowaną w badaniu, powyższe rozważania należy poszerzyć o omówienie roli mediów w procesach dyskursywnego konstruowania rzeczywistości. Berger i Luckmann (2018) w pionierskiej dla konstruktywizmu pracy „Społeczne tworzenie rzeczywistości. Traktat z socjologii wiedzy” poświęcili mediom niewiele uwagi. Pogłębionej syntezy ich myśli z dorobkiem nauk o mediach i komunikacji społecznej dokonali Couldry i Hepp (2016), prezentując koncepcję zmediatyzowanej konstrukcji rzeczywistości. Autorzy postulowali konieczność włączania refleksji medioznawczej do rozważań socjologicznych, przyjmując, że „to, co społeczne, jest konstruowane na podstawie

i poprzez technologicznie zapośredniczone procesy i infrastruktury komunikacyjne, czyli poprzez to, co zwykliśmy nazywać »mediami« (Couldry i Hepp, 2016, rozdział 1, akapit 2). W obrębie tego podejścia przyjmuje się założenie o braku możliwości ontologicznego rozróżnienia świata „poza mediami” (w domyśle czystego, obiektywnego, niezapośredniczonego) i świata przedstawianego „w mediach” (w domyśle zakrzywionego, subiektywnego, zapośredniczonego). Zamiast tego, rzeczywistość społeczna jest postrzegana jako nierozzerwalnie zapośredniczona przez media, a zatem zakłada się, że medialne reprezentacje stanowią nie tylko wtórny opis zewnętrznego wobec siebie świata, ale same go współtworzą.

We współczesnych społeczeństwach media są głównym nośnikiem obiegu komunikacji symbolicznej w społeczeństwie (Gonçalves, 2018; McQuail, 2007). Ich użytkowanie jest wszechobecne i intensywne, co przekłada się na ich istotną rolę w formowaniu i podtrzymywaniu szeroko podzielanych sposobów rozumienia rzeczywistości (Couldry i Hepp, 2016; Mautner, 2011). Jak ujmował to McQuail (2007), media „są podstawowym źródłem wyobrażeń o rzeczywistości społecznej oraz materiału dla tworzenia i utrzymywania tożsamości społecznej” (s. 23). Media tworzą istotne ramy tego, jak ludzie doświadczają świata, który ich otacza. Zgodnie z omówionymi w poprzednim rozdziale koncepcjami efektów mediów (m.in. agenda-setting theory i framing theory) tworzenie tych ram odbywa się poprzez promowanie określonych sposobów nazywania, opisu i interpretacji rzeczywistości, w tym wyznaczania tematów zainteresowania opinii publicznej czy promowania określonych kryteriów ich oceny. Couldry (1999) pisał w tym kontekście o symbolicznej władzy mediów, rozumianej jako zdolność do narzucania jednych opisów rzeczywistości kosztem innych, dzięki temu, że członkowie społeczeństwa wierzą w autorytet mediów i podtrzymują go w codziennych, rutynowych praktykach, m.in. poprzez czerpanie informacji o świecie z mediów, partycypowanie w *wydarzeniach medialnych*³ czy odwoływanie się do treści medialnych w codziennych rozmowach – np. podczas spotkań rodzinnych.

3 Wydarzenia medialne w ujęciu Dayana i Katza (2008) rozumiane są jako wydarzenia społeczne transmitowane przez media i obserwowane jednocześnie przez dużą część społeczeństwa. Wydarzeniom tym przypisywane jest istotne, szczególne znaczenie za pośrednictwem wykorzystywania do ich opisu mitycznych toposów (np. starcia dobra ze złem, dokonywania

Należy również w tym kontekście dodać, że media są istotnym elementem różnych teorii komunikacji politycznej (Bennett, 2018; Blumler, 2016; Gonçalves, 2018; Jarvis i Barroquillo, 2019). Media są w nich ujmowane jako podstawowy kanał przepływu informacji pomiędzy obywatelami a aktorami politycznymi, który w efekcie w dużej mierze przyczynia się do formowania i podtrzymywania życia politycznego. Jak ujmował to McQuail (2007), media „stwarzają pole dla debaty i [stanowią – przyp. S.W.] zbiór przekazników służących szerzeniu wiedzy o polityce, kandydatach, istotnych faktach i ideach, jak również dostarczają politykom, grupom interesów i władzy środków zdobywania rozgłosu i wywierania wpływu” (s. 23).

Teorie komunikacji politycznej zwracają uwagę, że media mogą m.in. wyznaczać i narzucać tematy zainteresowania opinii publicznej, udzielać lub ograniczać możliwość wypowiedzi określonym aktorom politycznym czy proponować określone sposoby interpretacji wydarzeń politycznych. Z opisanych powyżej względów uwzględnianie aspektów medialnych jest niezbędne w podejmowaniu refleksji nad zagadnieniami społeczno-politycznymi, takimi jak przeciwdziałanie dezinformacji.

Dyskurs, czyli D w KAD

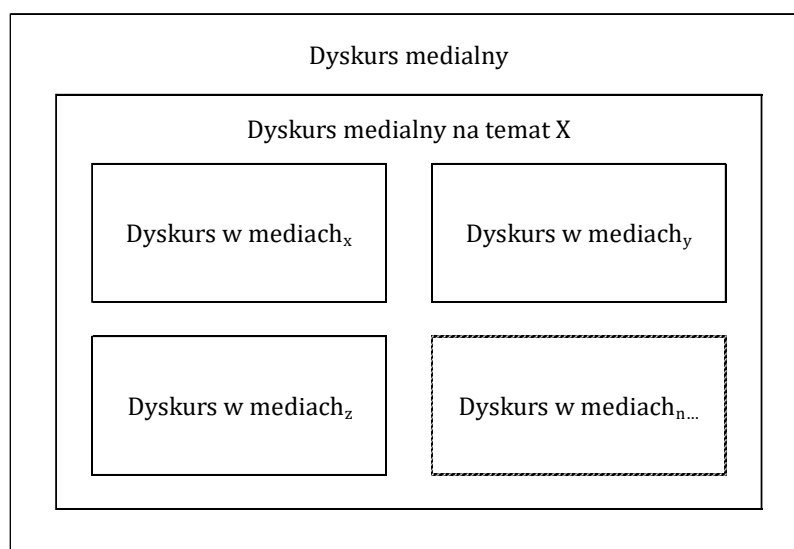
W kolejnych trzech podrozdziałach omówiono najważniejsze części składowe krytycznej analizy dyskursu. W pierwszym z nich (*Dyskurs, czyli D w KAD*) omówiono konceptualizację pojęcia dyskursu oraz główne związane z nią założenia teoretyczne. Następny podrozdział (*Krytyczność, czyli K w KAD*) koncentruje się na specyfice badań prowadzonych z perspektywy krytycznej, a także roli wartościowania w nauce. Ostatni podrozdział zawiera dokładny opis zastosowanej procedury badawczej. Po pierwsze, podjęto w nim rozważania nad specyfiką badań jakościowych. Następnie skonkretyzowano problem, cele i pytania badawcze oraz metody badawcze użyte do analizy danych. Podrozdział ten przybliży także kolejne etapy projektowania badania oraz proces budowania kategorii analitycznych. W dalszej części wyszczególnione i zdefiniowane zostały również elementy

historycznego przełomu). Pełnią one funkcje integrujących rytuałów, stanowiących rodzaj wspólnych punktów odniesienia dla członków społeczeństwa.

lingwistyczne oraz retoryczne, na które zwracano uwagę w tekstach. Ostatnia sekcja dotyczy specyfiki próby badawczej i metody jej doboru.

Pojęcie dyskursu było stosowane w niniejszej pracy dla określenia powiązanych ze sobą tematycznie praktyk symbolicznych, podejmowanych przez aktorów społecznych w określonym kontekście (na który składają się m.in. bezpośredni kontekst sytuacyjny oraz szersze uwarunkowania instytucjonalne, polityczne czy ekonomiczne), które przyczyniają się do kształtowania rzeczywistości społecznej (w tym mogą spełniać określone funkcje polityczne; Reisigl, 2008; Wodak, 2011). W niniejszej pracy analizowano dyskurs dotyczący **makrotematu**, jakim jest **przeciwdziałanie dezinformacji**. Była to zatem analiza dyskursu w rozumieniu dyskursu „na (określony) temat” (Reisigl, 2017; Wodak, 2008). Zgodnie z refleksjami Flowerdewa i Richardsona (2017), należy jednak podkreślić, że na ogólny dyskurs na dany temat (w liczbie pojedynczej) mogą składać się poszczególne dyskursy (w liczbie mnogiej) generowane przez różnych aktorów (np. grupy społeczne, media, jednostki). W tym sensie można zazwyczaj mówić o wielu dających się wyróżnić dyskursach (np. polityka X, Y, Z; stacji telewizyjnej X, Y, Z itd.), które wspólnie (wraz z dyskursami innych podmiotów i instytucji) składają się na dyskurs na dany temat w szerokim sensie (zob. Obraz 1). W niniejszej pracy analizowano dyskursy w trzech typach mediów internetowych, które stanowią część ogólnego dyskursu medialnego na temat przeciwdziałania dezinformacji (zob. więcej w sekcji: *Próba badawcza: specyfika i dobór*). Na dyskursy, rozumiane jako makrojednostki komunikacyjne (Reisigl, 2017), składa się wiele pojedynczych **tekstów** (Bennett, 2018; Wodak, 2009). Mogą to być zarówno teksty pisane (różnej formy i długości, np. powieści, wywiady, slogany reklamowe), jak i mówione, a nawet, w podejściu multimodalnym, pozajęzykowe akty nadawania znaczenia, np. dźwiękowe, wizualne (Flowerdew i Richardson, 2017; Żuk i Żuk, 2018). W niniejszej pracy jednostkami analizy były wyłącznie teksty w formie pisanej (zob. więcej w sekcji: *Próba badawcza: specyfika i dobór*).

Obraz 1 Schemat relacji pomiędzy pojęciami „dyskursu medialnego”, „dyskursu na temat” a „dyskursu w mediach x,y,z...”



Źródło: opracowanie własne.

Z pojęciem dyskursu w ramach CDS wiąże się szereg założeń teoretycznych. Jak sygnalizowano wcześniej, zostały one zaczerpnięte z połączenia dorobku badań lingwistycznych z teoriami społecznymi, zwłaszcza mieszczącymi się w obrębie konstruktywizmu społecznego oraz teorii krytycznych i kulturowych. Założenia te zostały omówione w poniższych akapitach.

Po pierwsze, **dyskursy** pełnią funkcję semiotyczną, tzn. **pozwalają aktorom społecznym na wyrażanie znaczeń** przez język oraz inne środki ekspresji (Wodak, 2001b). Proces semiozy (nadawania i komunikowania znaczeń) pełni szereg funkcji społecznych, takich jak m.in. nazywanie różnych aspektów rzeczywistości i nadawanie im sensu, kreowanie tożsamości, wyrażanie intencji, wartości i ocen moralnych czy podtrzymywanie interakcji społecznych (Chouliaraki, 2008; Fairclough i Duszak, 2008; Unger i in., 2016; van Dijk, 1983; Wodak, 2001b). Należy w tym kontekście podkreślić, że w badaniach dyskursywnych zwraca się szczególną uwagę na założenie, że semioza jest inherentną warstwą rzeczywistości społecznej (Phelan i Dahlberg, 2011). Innymi słowy, do rozumienia życia społecznego konieczne jest uwzględnianie jego zapośredniczenia przez struktury symboliczne, a próby analizowania rzeczywistości społecznej poza dyskursem są zawsze niekompletne (Jäger, 2001; Krzyżanowski, 2008). Należy również zaznaczyć, że w CDS, w odróżnieniu od niektórych nurtów w obrębie lingwistyki, podejmowane

są zazwyczaj analizy konstruowania znaczeń nie tylko w obrębie pojedynczych elementów językowych (np. słowo, zdanie), ale również większych struktur znaczeniowych (np. cały tekst lub zbiór tekstów) z uwzględnieniem ich kontekstu wychodzącego poza elementy językowe (van Dijk, 2001; Wodak, 2001b).

Po drugie, **znaczenie konstruowane w obrębie dyskursów są subiektywne**, tzn. są przypisywane arbitralnie przez aktorów społecznych, a następnie interpretowane na różnych poziomach przez innych (van Dijk, 2001). W związku z tym struktury semiotyczne zawsze są niestabilne, podatne na negocjacje i rekonfiguracje. Jørgensen i Phillips (2002) podkreślają w tym kontekście, że znaczenia „nigdy nie mogą być ostatecznie ustalone, co otwiera drogę do ciągłych społecznych konfliktów o definicje społeczeństwa i tożsamości” (s. 24). CDS przyjmują, że dyskursy charakteryzują się płynnością, zmiennością, nielinearnością, ponieważ komunikacja „zawsze stanowi [...] dynamiczny i otwarty proces, który na bieżąco poddawany jest kolejnym korektom i reinterpretacjom” (van Dijk, 2001, s. 27). Z tego względu badania wykorzystujące narzędzia z zakresu CDS często starają się analizować relacje intertekstualne i interdyskursywne, rozumiane jako sposoby, w ramach których pojedyncze teksty lub całe dyskursy i ich elementy (np. tematy, ramy dyskursywne, sposoby nazywania i oceniania, argumenty) przenikają się i wzajemnie na siebie oddziałują (np. wzmacniają się lub podważają; Wodak, 2011, 2015). Istotnym elementem analiz są zwłaszcza procesy rekontekstualizacji, rozumiane jako procesy przekształcania znaczeń poszczególnych elementów dyskursu poprzez ich przenoszenie z jednego tekstu lub dyskursu do innego i osadzania ich w nowym kontekście (np. nadawanie tym samym słowom przeciwnych znaczeń w dyskursie przedstawicieli różnych partii politycznych; Bennett, 2018; Wodak, 2015).

Po trzecie, dyskursy pozostają w nierozzerwalnej, **wzajemnie oddziałującej na siebie relacji z szerszym otoczeniem społeczno-politycznym**, w którym funkcjonują (Meyer, 2001; Reisigl i Wodak, 2000). W odróżnieniu od opisowych, stricte lingwistycznych analiz, CDS rozpatrują akty nadawania i transmitowania znaczeń jako formę społecznego działania spełniającego szereg pozajęzykowych funkcji w danym społeczeństwie (Flowerdew i Richardson, 2017; van Dijk, 2001; Wodak, 2008). CDS opierają się na podstawowym, zaczerpniętym z tradycji konstruktywistycznej założeniu, że rzeczywistość społeczna jest konstruowana

przez ludzi z użyciem praktyk dyskursywnych (Fairclough i Duszak, 2008). Jednocześnie, w ramach dialektycznego procesu, na sposoby formułowania tych praktyk nieustannie oddziałuje szersze otoczenie (w tym zarówno bezpośrednie uwarunkowania sytuacyjne, w których dokonywana jest dana werbalizacja, jak i historyczne stabilizacje instytucji społecznych; Bennett, 2018). Wodak (2001a) opisuje te wzajemnie konstytutywne interakcje w następujących słowach: „Z jednej strony kontekst sytuacyjny, instytucjonalny i społeczny kształtuje i wpływa na dyskursy, a z drugiej strony dyskursy wpływają na dyskursywne, jak również niedyskursywne społeczne i polityczne procesy i działania” (s. 66). Praktyki dyskursywne są zatem wykorzystywane do realizowania **sprawczości aktorów w procesach społecznych**. Odgrywają istotną rolę zarówno w odtwarzaniu porządku społecznego, jaki i mogą być wykorzystywane do jego przekształcania (Meyer, 2001). Zmiana języka może oddziaływać na zmianę pozycji poszczególnych aktorów w relacjach władzy (np. to, w jaki sposób ludzie mówią o roli kobiet w danym społeczeństwie oddziałuje na pozycję kobiet w tym społeczeństwie). Couldry i Hepp (2016) ujmują ten sprawczy charakter dyskursu w następujący sposób: „komunikowanie się stanowi formę »działania« porównywalną z innymi formami ludzkiego działania, na przykład konstruowaniem stołu. Ponieważ język jest tak istotny dla społecznego konstruowania, nasze »komunikacyjne działanie« jest tak samo istotne, jak nasze »fizyczne działanie«” (sekcja 2.3, akapit 6).

Krytyczność, czyli K w KAD

CDS wpisują się w **tradycję krytyczną** w naukach społecznych. Jak podsumowuje McQuail (2007), badania komunikologiczne czerpiące z tej tradycji dążą do „ujawnienia podłoża problemów i wad praktyki medialnej i powiązania jej w spójny sposób z kwestiami społecznymi opartymi na określonych wartościach” (s. 32). Jak zaznaczono wcześniej, w teorii dyskursu w obrębie CDS przyjmuje się, że praktyki językowe odgrywają znaczącą rolę w konstruowaniu rzeczywistości społecznej. W tym kontekście zastosowanie perspektywy krytycznej przekłada się na zwracanie szczególnej uwagi na kwestie władzy, ideologii i tożsamości społecznych (Flowerdew i Richardson, 2017). Jednym z głównych celów CDS jest badanie **języka w użyciu jako nośnika ideologii** (KhosraviNik, 2020; Wodak, 2001b). Ideologie są w tym ujęciu (w najbardziej ogólnym sensie) rozumiane jako

„zbiory przekonań i wartości właściwe dla poszczególnych grup społecznych” (Flowerdew i Richardson, 2017, s. 3). Rozważania o charakterze krytyczno-dyskursywnym starają się zatem identyfikować wierzenia, sądy normatywne, szersze wizje porządku społecznego oraz inne elementy subiektywnego oglądu rzeczywistości werbalizowane przez poszczególnych aktorów w aktach językowych. Van Dijk (2001) rozważając zagadnienie „polityczności” języka podkreślał, że „wybór jednostek leksykalnych, alternacje stylistyczne, użycie środków retorycznych wszystko to implikuje, że użytkownicy języka wyrażają swoje opinie lub ideologie, a także wnoszą swój wkład w tworzenie nowych lub przekształcanie tych, które już istnieją” (s. 26).

Dyskursy pomagają stabilizować określone wizje struktur społecznych, a zatem są instrumentem konstruowania relacji władzy w społeczeństwie. Władza jest w tym ujęciu rozumiana jako zdolność aktorów społecznych do realizowania własnych celów i interesów. McQuail (2007) podkreślał, że:

stosunki społeczne są kształtowane i sterowane przez władzę, polega to na (prawomocnym lub nieprawomocnym) narzuceniu woli jednej strony innej, lub też przez perswazję, kiedy to pragnienia jednej strony są spełniane lub naśladowane przez inną. Komunikowanie jako takie nie ma w sobie mocy wywierania przymusu, jest jednak nieodmiennie stałym składnikiem i częstym środkiem sprawowania władzy, skutecznym lub nie. (s. 27)

CDS skupiają się zatem na mechanizmach osiągania mniej lub bardziej trwałej dominacji jednych aktorów społecznych nad innymi za pośrednictwem sfery symbolicznej (np. języka mediów, edukacji, medycyny, strategii politycznych, a nawet codziennych interakcji międzyludzkich na poziomie mikrospołecznym). Warto przywołać w tym kontekście koncepcję Wodak (2009), która wyróżniła trzy wymiary władzy realizowanej poprzez dyskurs, tj.:

- władzę w dyskursie – negocjowanie znaczeń w obrębie dyskursu, np. nadawanie pozytywnego lub negatywnego sentymentu poszczególnym słowom;
- władzę nad dyskursem – zyskiwanie dostępu do środków tworzenia, transmitowania i narzucania interpretacji dyskursu, np. uprzywilejowany dostęp do mediów jednych aktorów, a marginalizacja innych;

- władzę dyskursu – uogólnione procesy kształtowanie relacji władzy w życiu społecznym przez język.

Przestrzeń dyskursywna jest zatem postrzegana jako przestrzeń konfliktu, w tym sensie, że:

w obrębie tekstów negocjowane są dyskursywne różnice; wynikają one z różnic w relacjach władzy, które same w sobie są wpisane w i determinowane przez dyskurs i gatunek. Z tego względu teksty są często miejscami walki, ponieważ pokazują ślady różnorodnych dyskursów i ideologii rywalizujących i walczących o dominację (Wodak, 2001b, s. 11).

W ramach nieustannych dyskursywnych sporów aktorzy społeczni dążą do nadawania spójności i znaczenia poszczególnym polom praktyki społecznej zgodnie z własnymi interesami i oglądem rzeczywistości (Farkas i Schou, 2019; Wodak, 2015). W CDS dyskurs jest zatem często postrzegany jako narzędzie reprodukcji społecznego status quo zgodnego z celami elit symbolicznych, czyli tych aktorów, którzy posiadają uprzywilejowany dostęp do środków komunikacji społecznej (Krzyżanowski, 2008; Reisigl i Wodak, 2000). Badania z perspektywy krytycznej koncentrują się zatem w dużej mierze na śledzeniu tego, w jaki sposób przestrzeń dyskursywna jest „zawłaszczana” przez silnych aktorów (np. elity ekonomiczne, medialne, polityczne, religijne) i jak grupy te podtrzymują dzięki temu swoją pozycję w społeczeństwie.

Na bazie dorobku Michela Foucaulta oraz myśli neomarksistowskiej (w tym m.in. Antonio Gramsciego) przedstawiciele CDS uznają, że symboliczna nadbudowa społeczeństwa jest wykorzystywana do legitymizowania asymetrycznych relacji władz oraz sprawowania kontroli grup dominujących nad resztą społeczeństwa (Fairclough i Duszak, 2008; Flowerdew i Richardson, 2017; Reisigl, 2017). Władza w tym ujęciu realizowana jest zatem nie tylko poprzez przymus fizyczny (np. działalność policji czy systemu penitencjarnego), ale również poprzez kulturę (np. teksty piosenek, treść mediów informacyjnych; Flowerdew i Richardson, 2017; Hebdige, 1979). W sferze symbolicznej dochodzi do uprawomocniania się idei i wartości, które ugruntowują uprzywilejowaną pozycję jednych wobec innych. Co więcej, różnice te prezentowane są jako racjonalne, zdroworozsądkowe, obiektywne, naturalne (Farkas i Schou, 2019; Flowerdew i Richardson, 2017; Wodak, 2001b). Za sprawą tych procesów grupy podporządkowane przyjmują

ideologię elit jako „domyślną”. Z tego względu ideologiczne fundamenty danego społeczeństwa stają się trudne do dostrzeżenia dla członków tego społeczeństwa, co zmniejsza ryzyko podważania panującego porządku społecznego (status quo).

Należy przy tym wyraźnie podkreślić, że na bazie dorobku Ernesto Laclaua i Chantal Mouffe oraz przedstawicieli brytyjskich studiów kulturowych (m.in. Stuarta Halla), którzy w drugiej połowie XX w. znacząco przebudowywali teorię dyskursu w myśli neomarksistowskiej, obecnie w ramach CDS przykład się dużą wagę nie tylko do „obezwładniającego”, strukturującego oddziaływania dyskursu na masy, ale również do sprawczości, którą jednostki oraz grupy mogą realizować dzięki dyskursowi. Innym słowy, wskazani autorzy i kontynuatorzy ich myśli podważali klasyczny marksistowski determinizm ekonomiczny („byt określa świadomość”), a także założenia o istnieniu jednej, niepodważalnej kultury hegemonicznej w rozumieniu Gramsciego (Hebdige, 1979; Heywood, 2008). Przyjmowali natomiast, że rzeczywistość społeczna jest wynikiem nieustającej debaty, konfliktu znaczeń, rywalizacji interesów różnych aktorów. Jedni aktorzy społeczni mogą posiadać silniejszą pozycję od innych, w wyniku czego ich dyskursy mogą ustanawiać pewnego rodzaju hegemonię moralną, polityczną, intelektualną itd., często o bardzo rozległym i trwałym charakterze. Hegemonia ta zawsze jest jednak tymczasowa i negocjowalna. Autorzy czerpiący z neomarksizmu zwracają uwagę na możliwość przebudowywania porządku społecznego dzięki konstruowaniu i rozpowszechnianiu dyskursów alternatywnych, kontrhegemonicznych, w wielu przypadkach o charakterze oddolnym, tworzonych poza dominującymi środkami produkcji i dystrybucji dyskursu (np. w mediach obywatelskich; Flowerdew i Richardson, 2017; Mouffe, 2015a). Funkcjami dyskursu może być zatem nie tylko podtrzymywanie status quo, ale również jego transformowanie, a nawet niszczenie i budowanie od podstaw (Reisigl i Wodak, 2000).

Warto przywołać w tym kontekście rozważania Mouffe (2015a), która na polu filozofii politycznej jest jedną z wiodących krytyczek dominacji dyskursu globalnego neoliberalizmu. W jej ujęciu neoliberalizm rosnący w siłę od lat 70. XX w. doprowadził do zastąpienia „polityki”, opierającej się na formułowaniu i zderzaniu ze sobą interesów różnych grup społecznych, „post-polityką”, czyli systemem, w którym władza sprawowana jest przez polityczne i finansowe elity

z ograniczeniem reprezentacji pluralistycznego „ludu”. Uprzywilejowane warstwy społeczne prezentują się jako „racjonalni eksperci” a wyznawanym przez siebie poglądom nadają charakter „zdroworozsądkowego, uniwersalnego konsensusu”. Określenia te mają ukrywać ideologiczny charakter porządku społecznego opartego na neoliberalnym kapitalizmie. Niezgoda i konflikt znaczeń są w ujęciu Mouffe niezbywalną cechą „polityczności”, tzn. z rzeczywistości społecznej nie da się usunąć rozbieżności pomiędzy dążeniami różnych aktorów. Wobec braku możliwości ustalenia jednej, absolutnej, stabilnej i niewzruszonej wizji porządku społecznego, należy dążyć do zapewnienia możliwie szerokiej przestrzeni deliberacji i partycypacji demokratycznej, respektowania głosu grup marginalizowanych (w tym „przegranych” neoliberalizmu) i jednocześnie odrzucenia neoliberalnego dyskursu jako jedyne go możliwego i nieposiadającego alternatyw. Autorka postuluje podważanie wszelkich twierdzeń o uniwersalności, naturalności i niewzruszalności idei dominujących w społeczeństwach bazujących na neoliberalnym kapitalizmie i dążenie do konstruowania bardziej równościowych, emancypacyjnych dyskursów oraz struktur społecznych.

W związku z powyższymi rozważaniami o krytycznym wymiarze CDS, warto zaznaczyć, że w obrębie tego podejścia badacze najczęściej zajmują się praktycznymi problemami społecznymi, które związane są z przejawami nierówności w społeczeństwie (*problem-driven approach*; Flowerdew i Richardson, 2017). Wśród najczęściej podejmowanych tematów przewijają się zagadnienia dyskryminacji mniejszości, stereotypów tożsamościowych czy nierówności klasowych, w tym problemy rasizmu, seksizmu, homofobii czy postaw antyimigranckich (Reisigl i Wodak, 2000). Badania nie ograniczają się jednak do wyżej wymienionych kwestii i zajmują się wszelkimi aspektami semiotycznych wymiarów władzy w społeczeństwie.

Rozważania o krytyczności podsumowuje koncepcja Wodak (2015), która wyróżniła trzy wymiary krytyki w CDS:

- krytyka zawartości dyskursu (*discourse immanent critique*) – ogranicza się do językowych właściwości tekstów, koncentruje się na ujawnianiu i dekodowaniu arbitralności zastosowanych strategii lingwistycznych i retorycznych (np. doboru słownictwa, metafor, strategii argumentacji);

- krytyka społeczno-diagnostyczna (*socio-diagnostic critique*) – wychodzi poza sam język w tekście i skupia się na próbach zrozumienia roli komunikacji w kształtowaniu struktur społecznych, bierze pod uwagę szeroki kontekst społeczno-polityczny i rozważa ponadjęzykowe funkcje dyskursu (np. jego udział w podtrzymywaniu nierówności);
- krytyka perspektywna (*prospective critique*) – wskazuje możliwe formy praktycznej aplikacji wyników badań, rekomenduje sposoby ograniczania problematycznych strategii dyskursywnych na bazie przyjmowanego stanowiska normatywnego, prezentuje alternatywne sposoby ekspresji na rzecz zmiany społecznej.

Należy zatem podkreślić, że CDS jest podejściem zaangażowanym społecznie. Zwolennicy podejścia krytycznego stawiają sobie za cel nie tylko zrozumienie tego, jak dyskurs ustala i podtrzymuje relacje władzy w społeczeństwie, ale również zajmowanie stanowiska wobec tych procesów. Postęp wiedzy w tym ujęciu ma służyć emancypacji społecznej. Rola badaczy nie jest więc ograniczona jedynie do opisywania zastanego porządku społecznego, ale również wskazywania potencjału porządków opartych na innych założeniach. Naukowcy mogą zatem angażować się w rozwijanie świadomości społecznej, szczególnie dotyczącej ukrytych form dominacji.

Badania krytyczne wpisują się więc w wyróżniane przez Creswella (2013) czy Bäcker i współautorów (2016) podejście aktywistyczne, w którym istotny jest „postulat badań w celu tworzenia rozwiązań, proponowania kierunków zmian, konkretnych projektów reform” (Bäcker i in., 2016, s. 102). CDS postrzegają badania naukowe jako formę aktywizmu społecznego (Baran i Davis, 2007; McQuail, 2007). Praktycznym sposobem wdrażania wyników badań krytycznych jest zazwyczaj przede wszystkim przyczynienie się do przebudowywania dyskursów w różnych sferach życia społecznego, np. w politykach publicznych, strategiach politycznych, treści mediów, podręcznikach itp. (np. promowanie niedyskryminujących sposobów reprezentacji osób z niepełnosprawnością w debacie publicznej; Bennett, 2018; Macgilchrist, 2017).

Obiektywizm i wartości w badaniach

W ramach perspektywy krytycznej uznaje się, że badania naukowe mogą (a nawet, w przypadku wielu podejmowanych problemów, powinny) przyczyniać się do zmiany rzeczywistości społeczno-politycznej, której dotyczą. Z tego względu należy odnieść się do roli wartościowania w nauce. CDS, podobnie jak inne podejścia wpisujące się w tradycję konstruktywistyczną, wychodzą od założenia, że każde ludzkie poznanie jest nieusuwalnie uwarunkowane zarówno czynnikami osobniczymi, jak i społecznymi (Knorr-Cetina, 2014). Z tego powodu dostarczanie wiedzy w pełni obiektywnej nie jest możliwe (również na polu działalności akademickiej; Fleck, 2006; Meyer, 2001; Niżnik, 1989). Jak zauważył Meyer (2001):

Ścisły „obiektywizm” nie może być osiągnięty za pomocą analizy dyskursu, a co za tym idzie każda „technologia” badawcza musi być sama w sobie rozpatrywana jako potencjalnie będąca pod wpływem przekonań i ideologii badaczy, a zatem zniekształcająca analizę w kierunku ich wcześniejszych założeń. (s. 30)

Istotną krytykę pozytywistycznej interpretacji wiedzy przeprowadzili badawcze w ramach programu nazywanego studiami nad nauką i technologią (Bińczyk i Derra, 2014; Knorr-Cetina, 1999; Latour i Woolgar, 2020). Na bazie konstruktywistycznej ramy teoretycznej oraz empirycznych obserwacji pracy naukowej (m.in. pracy w laboratoriach) argumentowali oni, że wiedza naukowa nie jest niczym więcej niż „zwyczajnym” rezultatem „procedur wiedzytwórczych” (*knowledge-constitutive procedures*; Knorr-Cetina, 2014). Oznacza to, że jest ona społecznie wytwarzana, podobnie jak inne formy wiedzy, a zatem jest zależna m.in. od języka, w którym jest wyrażana; przyjmowanych przez badaczy założeń filozoficznych (mniej lub bardziej uświadomionych); kontekstu społecznego, w którym powstaje (np. kultury akademickiej, uwarunkowań politycznych); specyfiki technicznej stosowanej aparatury (np. przyrządów lub programów używanych do pomiaru lub analizy); a nawet czynników sytuacyjnych (np. nastroju badacza w trakcie przeprowadzania badania, ograniczeń czasowych, przypadkowych omyłek; Knorr-Cetina, 2014). Law (2014) podsumowuje zatem, że wiedza naukowa stanowi:

końcowy wytwór olbrzymiego nakładu ciężkiej pracy, w której heterogeniczne elementy – przewody wykorzystywane do testów, reagenty, organizmy,

zręczne dłonie, mikroskopy elektronowe, wykrywacze promieniowania, inni naukowcy, artykuły, terminale komputerowe i cała reszta – które normalnie rozpiezchłyby się w różne strony, są ze sobą zestawione, tworząc uporządkowaną sieć przełamującą ich opór. (s. 218)

W ujęciu tym wiedza naukowa różni się od innych form wiedzy jedynie tym, że jest oparta na możliwie najbardziej rygorystycznym metodologicznym gromadzeniu i analizowaniu danych, wyciąganiu z nich wniosków, a następnie prezentowaniu ich w czytelnej dla odbiorców formie (najczęściej w postaci tekstów naukowych). Dzięki tym procedurom, wiedza ta jest łatwiej weryfikowalna, a w efekcie może być bardziej pewna od innych form wiedzy, które na tych procedurach nie są oparte. Jak pisał w tym kontekście Latour (2014):

Fakt naukowy jest produktem przeciętnych, zwykłych ludzi i środowisk, niepowiązanych ze sobą żadnymi szczególnymi normami lub formami komunikacji, ale pracujących z wykorzystaniem urządzeń zapisujących. [...] Specyfika nauki nie bierze się z jej kognitywnych, społecznych lub psychologicznych własności, lecz tkwi w szczególnej konstrukcji laboratoriów, która pozwala odwracać skalę zjawisk, aby rzeczy stały się zrozumiałe (*readable*), a następnie zwiększyć częstotliwość testów, pozwalając na dopełnienie i zarejestrowanie wielu pomyłek. (s. 185 i 188)

W konstruktywistycznej interpretacji wiedzy naukowej przyjmuje się zatem podstawowe założenie, że czyste, obiektywne poznanie badanych problemów nie jest osiągalne (Fleck, 2006). Nie jest bowiem możliwe oddzielenie badanych fenomenów od ich percepcji (Fairclough i Duszak, 2008; Silverman, 2008). To, co jest przedmiotem poznania zawsze jest współtworzone przez tych, którzy poznają (oraz ich mniej lub bardziej uświadomione założenia, ograniczenia poznawcze itd.) oraz szerszy, istniejący system wiedzy (język, tradycje badawcze, dostępne narzędzia itd.):

Fakty naukowe nie istnieją *per se*, oczekując na odkrycie ich przez uczonych. Fakt naukowy jest konstrukcją wyabstrahowaną ze złożonej i splątanej rzeczywistości za pomocą arbitralnych definicji i klasyfikacji. Proces selekcji problemu i podstawowej hipotezy, ograniczenie obszaru badań oraz definiowanie i klasyfikowanie danych istotnych dla takiego postawienia problemu wymagają wyboru ze strony badacza. Wyboru tego dokonuje się z nieskończonej ilości możliwości (Marody, 1987, s. 179, za: Niżnik, 1989, s. 187).

W tym ujęciu przekonanie o możliwości prowadzenia badań wolnych od jakichkolwiek wartości jest pewnego rodzaju iluzją, która nie bierze pod uwagę niepomijalnego zapośredniczenia każdej formy wiedzy przez aparat poznawczy człowieka (Silverman, 2008). Nawet badania, które starają się opisywać świat w precyzyjnych kategoriach ilościowych, na wielu poziomach obciążone są mniej lub bardziej jawnymi obciążeniami (choćby przesłankami wyboru takiego, a nie innego tematu), które wyznaczają kierunek poznania (Knorr-Cetina, 2014; Meyer, 2001). Fleck (2006) podkreślał, że wiedza ma charakter interakcyjny, tzn. zawsze tworzona jest przez ludzi w obrębie określonych grup społecznych wraz z ich wewnętrznymi relacjami i systemami przekonań:

Każda teoria poznania, która nie uwzględnia [...] socjologicznego uwarunkowania każdego poznania – jest tylko igraszką. Natomiast ten, kto uważa społeczne uwarunkowanie za *malum necessarium*, za symptom ludzkiej niedoskonałości, którą powinno się zwalczać, zapoznaje ten fakt, że bez społecznego uwarunkowania poznanie byłoby w ogóle nie możliwe oraz to, że słowo „poznanie” zachowuje swoje znaczenie jedynie w związku z pewnym kolektywem myślowym. (s. 72)

W ramach opisywanej optyki postulat dążenia do obiektywizmu jest zatem raczej zastępowany ideą intersubiektywizmu (Babbie, 2004; Niżnik, 1989). Postuluje ona dochodzenie do najlepszej możliwej wiedzy poprzez ciągłe weryfikowanie, porównywanie i syntetyzowanie ze sobą „procedur wiedzytwórczych” różnych podmiotów poznających. Oznacza to, że niemożliwe do wyeliminowania społeczne uwarunkowania wiedzy nie są równoważne z brakiem ważności tej wiedzy (Niżnik, 1989). Perspektywa ta podkreśla jednak, że każda wiedza jest na różnych poziomach wytwarzana (a więc zawsze tymczasowa), a co więcej, sama wytwarza, a nie tylko opisuje rzeczywistość, którą się zajmuje (np. opublikowane wyniki badania mogą w efekcie zmieniać badane problemy – zwłaszcza w naukach społecznych; Knorr-Cetina, 2014; Latour, 2014).

W związku z powyższym, badania krytyczne odrzucają postulat dążenia do eliminowania wartości z badań (van Dijk, 2001; Wodak, 2001b). Wręcz przeciwnie, z racji podejmowania aktualnych problemów społecznych, które dotyczą sytuacji życiowej określonych aktorów i ich dobrostanu (np. dyskryminacji kobiet, homofobii), badacze w tym nurcie przyjmują w wielu przypadkach określoną perspektywę normatywną i opowiadają się na jej podstawie za określonymi

zmianami społecznymi, podejmując nad tymi decyzjami jawną autorefleksję, a także zastanawiając się nad politycznymi konsekwencjami prowadzonych badań (Baran i Davis, 2007; Jessop, 2008; Wodak, 2001b). Jak podkreślają w tym kontekście Reisigl i Wodak (2000), badacze krytyczni „nie są bezosobowymi, odizolowanymi jednostkami, ale zainteresowanymi członkami określonych społeczeństw i grup społecznych, którzy posiadają określone punkty widzenia” (s. 35). Przedstawiciele CDS zgadzają się, że relacje władzy w społeczeństwie, które sami współkonstruuują, posiadają wymiar dyskursywny, którym można się zajmować poprzez systematyczne badania naukowe. Istotne jest zatem wykorzystywanie rezultatów badań do opracowywania zaleceń dotyczących transformacji politycznej dążącej do emancypacji, upodmiotawiania członków społeczeństwa oraz przeciwdziałania nierównościom i dyskryminacji (Flowerdew i Richardson, 2017; Reisigl, 2011, 2017; van Dijk, 2001). CDS mają zatem w tym aspekcie „wyraźnie wartościujący” (Gorup, 2019, s. 16) charakter. Należy jednak podkreślić, że w ramach tego podejścia badacze nie aspirują do prezentowania „jedynej słusznej” wizji prawidłowego funkcjonowania społeczeństwa, a raczej argumentują za określonymi rozwiązaniami, zawsze pozostając otwartymi na odmienne interpretacje. Jak dowodził Angermuller (2018):

Chociaż badacze dyskursu nie mogą rościć sobie prawa do uprzywilejowanej pozycji, która pozwala im na ujawnienie Prawdy, która jest ukryta dla innych, nie ma powodu, dla którego nie powinni bronić idei, które uważają za prawdziwe, wartościowe i spójne w odniesieniu do tych idei, które mają w ich ocenie mniejszą wartość. (s. 6)

Biorąc powyższe rozważania pod uwagę, należy odnieść się do kwestii oceny jakości wiedzy naukowej o charakterze krytycznym. Gorup (2019) argumentował, że w badaniach dyskursywnych należy zreinterpretować klasycznie przyjmowane kryteria:

W pozytywistycznych badaniach społecznych kryteriami, które zapewniają rygorystyczne badania, są kryteria trafności i rzetelności, przy czym trafność zapewnia, że ustalenia odpowiadają obiektywnej rzeczywistości, a rzetelność gwarantuje stabilność ustaleń w różnych kontekstach. Podejście konstruktywistyczne definiuje rzeczywistość społeczną jako skonstruowaną poprzez arbitralny język w użyciu, co oznacza, że każdy element rzeczywistości społecznej może być interpretowany na wiele sposobów, a zatem nie jest możliwe dojście do jednej, obiektywnej prawdy. (s. 4-5)

Wobec tego w pracach, które wpisują się w niepozytywistyczny model nauki badacze zawsze balansują pomiędzy przestrzeganiem standardowych kryteriów trafności i rzetelności, które właściwe są dla projektów polegających na analizowaniu korelacji pomiędzy zmiennymi ilościowymi, a dostosowywaniem tych kryteriów do badań opartych na hermeneutycznej interpretacji znaczeń, które z konieczności cechują się bardziej elastycznym charakterem (Meyer, 2001; Seale, 1999b). Nie oznacza to jednak pełnej swobody i intuicyjności w projektowaniu procedur badawczych. Podstawową strategią zwiększania jakości analiz, jak to określił Seale (1999a), jest „świadomość metodologiczna” (s. 465), która powinna się przejawiać jak największym możliwym rygorem stosowanych procedur oraz rzetelnością w komunikowaniu wyników. Gorup (2019) precyzował w odniesieniu do CDS, że badacze stosujący to podejście powinni być „transparentni w kwestii przyjmowanych metod, refleksyjni w odniesieniu do swoich uprzedzeń oraz otwarci na alternatywne interpretacje i krytykę badanych zjawisk” (s. 19).

Stosując się do powyższych zaleceń, w rozdziale I niniejszej pracy zaprezentowano szczegółową autorefleksję nad powodami wyboru podejmowanego problemu badawczego oraz zasygnalizowano główne punkty prezentowanego stanowiska normatywnego. W dalszej części (zob. podrozdział *Analiza, czyli A w KAD*) szczegółowo opisano natomiast poszczególne elementy zastosowanej procedury badawczej. Zachowanie transparentności w odniesieniu do wykorzystanych metod miało na celu ograniczenie anegdotyzmu prezentowanych wyników, rozumianego jako wybiórcze koncentrowanie się na najbardziej wyrazistych fragmentach badanego materiału przy jednoczesnym pomijaniu jego całościowego wydźwięku oraz przypadków odchylenia od głównych obserwacji (Silverman, 2008).

Analiza, czyli A w KAD

Badanie jakościowe

Główną metodą wykorzystywaną w niniejszej pracy była **jakościowa analiza treści**. Przyjęto zatem interpretatywne podejście do danych, charakterystyczne dla niepozytywistycznego modelu nauki, które nie koncentruje się na analizowaniu procesów oddziaływania na siebie ściśle zdefiniowanych

zmiennych, ale raczej nastawione jest na dokonywanie systematycznego opisu i interpretacji znaczeń konstruowanych w obrębie komunikacji międzyludzkiej (Creswell, 2013; Meyer, 2001; Silverman, 2008). Badania jakościowe nie stawiają sobie zatem za cel formułowania uogólnionych praw dotyczących danej problematyki na podstawie zidentyfikowanych relacji wynikania. Zamiast tego dążą do dostarczenia pogłębionego wglądu w wycinek rzeczywistości ograniczony doбором analizowanych przypadków. Innymi słowy, w ramach badań jakościowych podejmowane są próby zrozumienia jednostkowych doświadczeń ludzi i szerszych interakcji społecznych poprzez rekonstruowanie i podejmowanie refleksji nad znaczącymi kategoriami używanymi w ich obrębie (Creswell, 2013; Tesch, 2013). Flick (2010) wśród głównych cech badań jakościowych wyróżnia zatem m.in:

- orientację na codzienność i konieczność osadzania analizowanych znaczeń w kontekście;
- brak konieczności testowania ściśle określonych hipotez, raczej „zanurzenie się” w teksty i dokonywanie ich interpretacji;
- korzystanie z szerokiego spektrum technik i teorii dobieranych pod kątem poruszanego problemu i możliwość ich elastycznej modyfikacji w toku badania;
- koncentrację raczej na konkretnych, ograniczonych przypadkach niż całych populacjach;
- przekształcanie złożonych sytuacji społecznych w zbiorcze kategorie nadające się do analizy;
- odmienne zasady ewaluacji jakości badań niż w podejścia ilościowym (co zostało omówione w poprzedniej sekcji).

Problem badawczy

Problem badawczy rozumiany jest jako „problem intelektualny wymagający rozwiązania w postaci badań naukowych” (Lisowska-Magdziarz, 2006, s. 32). Bäcker i współpracownicy (2016) zauważyli, że do poprawnego sformułowania problemu „trzeba uświadomić sobie istnienie [...] określonego stanu niewiedzy i wyrazić uprzednio zinternalizowaną potrzebę jego uzupełnienia wiedzą. Najlepiej, jeśli robi się to w formie pytania” (s. 45). W rozdziale I przedstawiono

rozbudowane omówienie problematyki poruszanej w niniejszej pracy, która dotyczy zagadnienia dyskursywnego konstruowania tematu przeciwdziałania dezinformacji w przekazach medialnych. Następnie zaprezentowano szczegółowo powody wyboru tego tematu, uzasadniono jego istotność oraz oryginalność na tle istniejącej literatury oraz wskazano jego znaczenie dla otoczenia społecznego oraz rozwoju dyscypliny. W niniejszej części o charakterze metodologicznym należy dookreślić poruszany problem badawczy poprzez kryteria czasowe oraz przestrzenne (Bäcker i in., 2016). W aspekcie czasowym poruszany problem odnosi się do okresu 2019–2022. Początek tej cezury (2019) związany jest z odbywającymi się w tamtym roku wyborami do Parlamentu Europejskiego, którym towarzyszyło opracowanie unijnej strategii przeciwdziałania dezinformacji (Komisja Europejska, 2019), która stanowiła istotne wydarzenie dla debaty (zarówno medialnej, jak i akademickiej) dotyczącej politycznej reakcji na problem dezinformacji w krajach europejskich (Jaskiernia, 2019; Saurwein i Spencer-Smith, 2020; Wigienka, 2020). Punkt końcowy nie jest związany z żadnym konkretnym wydarzeniem, ale podyktowany był koniecznością zakończenia procedury gromadzenia danych. Przyjęcie takiego punktu granicznego pozwoliło zatem na zebranie najbardziej jak to możliwe rozbudowanego oraz aktualnego materiału badawczego z uwzględnieniem ograniczeń związanych z czasem potrzebnym na przeprowadzenie analiz. W aspekcie przestrzennym poruszana problematyka dotyczyła tekstów publikowanych w internetowych serwisach informacyjno-publicystycznych, które funkcjonują w Polsce. Badanie koncentrowało się na serwisach internetowych ze względu na fakt, że stanowią one najistotniejsze źródło informacji dla odbiorców w Polsce, o zasięgu większym niż pozostałe typy mediów, takie jak prasa, radio, czy telewizja (Newman i in., 2023; Sojak i in., 2023). Podsumowując niniejsze założenia, należy wskazać, że problem badawczy podejmowany w niniejszej pracy sprowadza się do pytania: **w jaki sposób kwestia przeciwdziałania dezinformacji była dyskursywnie konstruowana w polskich internetowych serwisach informacyjno-publicystycznych w latach 2019–2022?**

Metody analizy danych

Jak zaznaczono w początkowych fragmentach niniejszego rozdziału, do podjęcia rozważań nad stawianym problemem badawczym wykorzystano ramę teoretyczną i metodologiczną zaczerpniętą z krytycznych studiów nad dyskursem. Z racji tego, że CDS jako rodzaj szerokiego i eklektycznego programu badawczego wykorzystują różnorodne metody badawcze (Wodak, 2009), należy zaznaczyć, że **krytyczna analiza dyskursu** przeprowadzona w ramach niniejszego projektu opierała się przede wszystkim na **jakościowej analizie treści**. Analizę jakościową uzupełniono jednak również **ilościową analizą treści**⁴, której celem było zliczanie częstotliwości występowania kategorii zakodowanych w tekstach i porównywanie ich zestawień w tabelach krzyżowych. Ilościowa analiza treści została również wykorzystana do wyekstrahowania słów kluczowych wykorzystanych do doboru próby (zob. więcej w sekcji: *Próba badawcza: specyfika i dobór*). Działania ilościowe miały na celu zwiększenie wykonalności, przejrzystości i rygoru metodologicznego analizy (Silverman, 2008; Subtirelu i Baker, 2017), zgodnie z zaleceniem „liczenia policzalnych” w badaniach jakościowych, zaproponowaną przez Seale’a (1999). Zalecenie to stanowi jedną ze strategii zmniejszania anegdotyzmu projektów jakościowych poprzez ukazywanie skali opisywanych obserwacji w badanym materiale. Silverman (2008) w kontekście potrzeby wspomagania analiz jakościowych ilościowymi wskaźnikami podkreślał, że „proste techniki obliczeniowe [...] mogą stać się środkiem umożliwiającym zbadanie całych zespołów danych, zwykle niedostrzeganych w zaawansowanym badaniu jakościowym” (s. 269).

Badanie zostało przeprowadzone z udziałem programu komputerowego MaxQDA 2020 Analytics Pro. Program ten stanowi zaawansowane narzędzie do przeprowadzania badań jakościowych (Kuckartz, 2014; Kuckartz i Rädiker, 2020), w tym z zakresu analiz dyskursu. W niniejszym badaniu MaxQDA został wykorzystany na etapie budowania klucza, kodowania, a także analizy

4 Bäcker i współpracownicy (2016) podają, że dla metod tych w polskiej nomenklaturze można używać również synonimicznej nazwy „analiza zawartości”. W angielskojęzycznej literaturze metodologicznej nie stosuje się rozróżnienia na analizę treści i zawartości, obie funkcjonują pod nazwą content analysis, natomiast wyróżnia się odmianę jakościową (qualitative) oraz ilościową (quantitative).

i wizualizowania relacji w obrębie danych. Zastosowanie programu umożliwiło łączenie eksploracji jakościowych z obliczeniami statystycznymi (np. zliczaniem częstotliwości występowania określonych słów oraz zakodowanych kategorii), co miało na celu podniesienie jakości i systematyczności wykonywanych analiz (Bennett, 2018; Silverman, 2008)

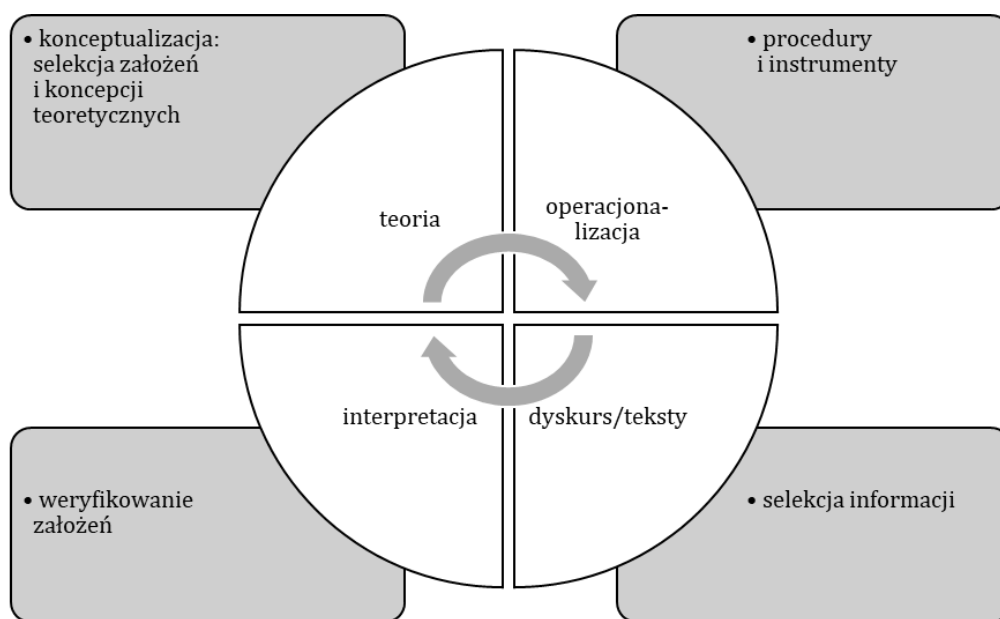
Etapy procedury badawczej i proces budowania kategorii analitycznych

W obrębie CDS, ze względu na teoretyczne założenia dotyczące natury dyskursu, nie istnieje uniwersalny, wystandaryzowany sposób prowadzenia analiz. Reisigl (2011) zwracał uwagę, że „analizy dyskursu nie można stosować mechanicznie i automatycznie, ponieważ podstawą każdej rzetelnej analizy są poprawna interpretacja i kreatywność naukowa, a ponadto odpowiednia wiedza teoretyczna i praktyczna” (s. 156-157). Z racji tego, że przedmiot zainteresowania niniejszego projektu dotyczy ewoluującej, słabo rozpoznanej „przestrzeni dyskursywnej” (Krzyżanowski, 2008, s. 278), zastosowana procedura również miała do pewnego stopnia nieliniowy, otwarty charakter. Wdrożenie takiego podejścia było zgodne z zasadami projektów o charakterze jakościowym, które rzadko pozwalają na zachowanie linearnej sekwencji badania (Reisigl, 2017; Silverman, 2008).

Przeprowadzona analiza opierała się zatem na pragmatycznej, indukcyjnej logice (Meyer, 2001). W przeciwieństwie do logiki dedukcyjnej, w podejściu indukcyjnym wnioski są formułowane na podstawie szczegółowych, empirycznych obserwacji (od szczegółu do ogółu) przy jednoczesnym ograniczeniu formułowania hipotez na podstawie istniejących teorii (Kuckartz, 2014; Madsen, 1980; Meyer, 2001). Punktem wyjściowym zastosowanej procedury było zatem określenie problemu i postawienie wstępnych, otwartych pytań dotyczących poszczególnych jego aspektów. Następnie przeprowadzono analizę tekstów bez wykorzystania teoretycznie predefiniowanych kategorii badawczych i na podstawie tych analiz dążono do uchwycenia szerszych tendencji znaczeniowych, które występowały w tekstach. Wodak (2001a) podkreśla, że w badaniach dyskursywnych „konieczne jest ciągle przemieszczanie się tam i z powrotem pomiędzy teorią a danymi empirycznymi” (s. 70). Zgodnie z tym podejściem w CDS istotne jest permanentne

zestawianie fragmentarycznych wyników analiz z szerszymi teoriami dotyczącymi mediów i otoczenia społeczno-politycznego. We wnioskowaniu należy przede wszystkim kierować się użytecznością i koncentracją na podejmowanym problemie społecznym – wyjaśniać dane językowe w ich relacji do kontekstu z krytycznego punktu widzenia (Unger i in., 2016). CDS proponuje zatem „kołowy” ruch pomiędzy zadawaniem pytań (na podstawie analizy literatury przedmiotu, wcześniejszych teorii oraz własnych, wstępnych analiz fragmentów danych), tworzeniem odpowiednich procedur do ich zbadania, analizą i interpretacją tekstów oraz formułowaniem wniosków (lub przyjmowaniem nowych pytań i założeń, a następnie dalszymi badaniami; Unger i in., 2016). Proces ten w uproszczony sposób ilustruje schemat na Obrazie 2, który został zaczerpnięty od Meyera (2001).

Obraz 2 Schemat „kołowej” logiki procedury badawczej w CDS



Źródło: opracowane na podstawie – „Between theory, method, and politics: Positioning of the approaches to CDA”, M. Meyer, w: R. Wodak i M. Meyer (red.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (s. 19), 2001, SAGE.

Konkretyzując powyższe założenia, zastosowana procedura badawcza opierała się na sekwencji ośmiu kroków przeprowadzenia KAD, która została opracowana przez Reisigla (2017) oraz schemacie indukcyjnego konstruowania kategorii badawczych, zaproponowanej przez Kuckartza (2014). Składała się ona z następujących etapów:

- (1) zapoznanie się z tematem:
 - swobodny rekonesans źródeł, analiza literatury przedmiotu;
- (2) określenie problemu i celów badawczych:
- (3) pierwsza tura analiz:
 - zgromadzenie ograniczonego zbioru danych;
 - wstępna, swobodna lektura zebranych tekstów; sporządzanie wstępnych obserwacji;
- (4) określenie szczegółowych pytań badawczych;
- (5) druga tura analiz:
 - konstruowanie wstępnych kategorii analitycznych dla powtarzających się tematów/wzorów/znaczeń (związanych z pytaniami badawczymi);
- (6) pilotaż – trzecia tura analiz:
 - kodowanie fragmentów tekstów z uwzględnieniem uprzednio zdefiniowanych kategorii;
 - poprawianie kategorii (łącznie, usuwanie, dodawanie);
- (7) gromadzenie danych do właściwej analizy:
 - gromadzenie materiałów do pełnej analizy tekstowej (w oparciu o przyjęte kryteria doboru próby);
 - przygotowanie tekstów do dalszych analiz, w tym „czyszczenie” danych z elementów, które nie były poddawane analizie (reklam, elementów wizualnych); zaimportowanie tekstów do programu komputerowego;
- (8) pogłębiona analiza z wykorzystaniem narzędzi komputerowych – czwarta tura analiz:
 - kodowanie pełnej próby testów z wykorzystaniem wcześniej ustalonych kategorii;
- (9) interpretacja:
 - skojarzenie analiz jakościowych ze wskaźnikami ilościowymi;
 - formułowanie wniosków z analizy;
- (10) sporządzenie raportu.

Istotnym etapem dla systematyzowania przeprowadzonej procedury badawczej było zatem indukcyjne budowanie kategorii analitycznych. Chociaż nadrzędnym celem podejścia dyskursywnego jest odnajdywania znaczeń w całości dyskursu, a nie jego pojedynczych elementach analizowanych w izolacji, to jednak konstruowanie kategorii analitycznych jest niezbędne dla porządkowania analizy. Flick (2010) zauważa w tym kontekście, że dla podejść jakościowych charakterystyczne jest:

dążenie do rozszyfrowania – przy użyciu kategorii znaczących i bogatych w szczegóły – tego, w jaki sposób ludzie tworzą świat wokół siebie, co robią lub co im się przydarza. Interakcje i dokumenty postrzega się tu jako sposoby konstruowania procesów społecznych, w ramach których ludzie współpracują lub konkurują ze sobą. Wszystkie podejścia poszukują regularności w znaczeniach, które mogą być odtworzone i analizowane przy użyciu różnych metod jakościowych, pozwalających badaczowi na sformułowanie – mniej lub bardziej uogólnionych – modeli, typologii i teorii jako sposobów opisywania i wyjaśniania zagadnień społecznych czy psychologicznych. (s. 13)

Badanie jakościowe nie może stanowić jedynie pobieżnego wglądu w najciekawsze, najbardziej zaskakujące elementy dyskursu, a raczej powinno dostarczać systematycznej kategoryzacji badanego materiału w oparciu o stawiane pytania (Flick, 2010). Celem opracowania kategoryzacji jest przede wszystkim zmniejszenie złożoności analizowanych tekstów poprzez klasyfikację powtarzających się w nich znaczeń oraz językowych środków ich wyrazu (Kuckartz, 2014). Kategoryzacja ma również za zadanie ograniczyć zakres badania, ponieważ dyskursy są „wysoko nasycone” w znaczenia, i z tego względu, jak zauważa van Dijk (1983):

Pełnowymiarowa analiza nawet jednego artykułu informacyjnego byłaby bardzo złożona, w zależności od pożądanego stopnia formalności, dlatego [...] analiza musi być fragmentaryczna i jedynie ilustracyjna. W szczególności w opisie dużego korpusu praktycznie zawsze konieczna jest selektywna analiza jedynie niektórych istotnych cech. (s. 29)

W przeprowadzonej analizie skoncentrowano się na kategoriach pozwalających odpowiedzieć na stawiane pytania badawcze (wskazane w kolejnej sekcji), które uznano za najistotniejsze dla podejmowanego problemu badawczego. W CDS bowiem, zgodnie z omawianą indukcyjną logiką, „wybór kategorii zawsze zależy od konkretnego tematu badawczego i konkretnych danych” (Reisigl, 2011, s. 155).

Klucz kategoryzacyjny został załączony na końcu pracy (zob. *Załącznik: klucz kategoryzacyjny*). Po pierwsze, obejmował on zarówno kategorie o charakterze ilościowym (oznaczone w kluczu symbolem I), jak i jakościowym (oznaczone w kluczu symbolem J). Kategorie ilościowe mogły zostać poddane kwantyfikacji, a więc możliwe było obliczanie częstotliwości ich występowania w tekstach. Kategorie te odnosiły się do treści jawnych, czyli „widocznej, zewnętrznej treści przekazu” (Babbie, 2004, s. 349), np. obecności w tekstach określonych słów. Kategorie jakościowe odnosiły się natomiast do „głębokiego znaczenia” (Babbie, 2004, s. 349) tekstów, które było wydobywane poprzez analizę i interpretację. Cechowały się one zatem wyższym poziomem konstrukcji teoretycznej i w większym stopniu zależały od wniosków autora (Kuckartz, 2014). W niniejszym badaniu nie podlegały one ilościowej kwantyfikacji. Zgodnie z zaleceniami Babbiego (2004) w analizie tekstów wskazane jest łączenie obu wskazanych rodzajów kategorii, ponieważ pozwala to na zachowanie odpowiedniego balansu pomiędzy rygorem badania a trafnością analiz.

Cele i pytania badawcze

Na wczesnym etapie badania, wraz z postawieniem problemu badawczego, określono cele, które miały zostać osiągnięte poprzez przeprowadzone analizy. Ich zadaniem było dookreślenie aspektów dyskursu, które powinny być brane pod uwagę na dalszych etapach (w tym konstruowania szczegółowych pytań i kategorii analitycznych). Cel ogólny (C) dzieli się na cele szczegółowe. Cele w pierwszej kategorii (C1) odnosiły się do językowej warstwy badanego materiału, natomiast w drugiej (C2) do ich funkcji ideologicznych. W niniejszym badaniu postawiono następujące cele:

- C** dostarczenie pogłębionego, krytycznego wglądu w dyskurs polskich mediów internetowych na temat przeciwdziałania dezinformacji;
- C1** opisanie głównych cech lingwistycznych i retorycznych badanych dyskursów w mediach o różnym nachyleniu światopoglądowym;
 - C1.1** wykazanie jakościowych i ilościowych różnic pomiędzy dyskursami w tych mediach;

C2 sformułowanie społecznej krytyki badanych dyskursów poprzez zdekonstruowanie zawartych w dyskursach ukrytych założeń ideologicznych w zakresie promowanych wizji porządku medialnego i politycznego.

Jak wcześniej zaznaczono, niniejsze badanie opierało się na indukcyjnej logice, w której wnioski formułowane były na podstawie pracy z materiałem analitycznym (od szczegółu do ogółu; Meyer, 2001). Zastosowanie tego podejścia nie wymaga stawiania hipotez (Creswell, 2013; Silverman, 2008). Badania jakościowe rzadko mają bowiem charakter linearnego procesu – od hipotez do odkryć. Ich celem jest raczej „wejście w głąb” danych i identyfikowanie istniejących w nich tendencji. Istotne było jednak postawienie pytań badawczych, które posłużyły ukierunkowaniu procesu badawczego. W niniejszym badaniu postawiono następujące pytania:

P1 Jak w dyskursie konceptualizowano pojęcie dezinformacji?

P1.1 Jakie strategie etykietowania stosowano do jego oznaczania?

P1.1.1 Z jaką częstotliwością?

P2 Za pomocą jakich toposów i metafor ramowane były zjawisko nazywane dezinformacją?

P3 Jakie dyskursywne role przypisywano poszczególnym aktorom społecznym w odniesieniu do zjawiska dezinformacji?

P3.1 Jacy aktorzy prezentowani byli jako *nadawcy/beneficjenci dezinformacji*?

P3.1.1 Z jaką częstotliwością?

P3.2 Jacy aktorzy prezentowani byli jako aktorzy, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji?

P3.2.1 Z jaką częstotliwością?

P3.3 Jacy aktorzy prezentowani byli jako *obrońcy przed dezinformacją*?

P3.3.1 Z jaką częstotliwością?

P3.3.2 Jakie zadania przypisywano poszczególnym aktorom w tej roli?

P3.4 Jacy aktorzy byli krytykowani w roli *obrońców przed dezinformacją*?

P3.4.1 Z jaką częstotliwością?

P3.4.2 Za pomocą jakich argumentów?

P4 Jakie zasady debaty publicznej w zakresie wolności słowa były promowane w dyskursie?

P5 Jakie narzędzia lingwistyczne oraz retoryczne były wykorzystywane do wyrażania poszczególnych stanowisk (związanych z powyższymi pytaniami)?

P6 Jakie były relacje interdyskursywne pomiędzy dyskursami w badanych typach mediów? Jakie były między nimi podobieństwa i różnice?

P7 Jakie funkcje polityczne mogły pełnić zidentyfikowane strategie dyskursywne?

Elementy analizy na poziomie lingwistycznym i retorycznym

Pytanie P4 zakładało przyjrzenie się wykorzystywanym w dyskursie narzędziom lingwistycznym oraz retorycznym. Narzędzia te w ramach CDS nazywa się zbiorczo „strategiami dyskursywnymi”. Zgodnie z ujęciem Krzyżanowskiego (2008) są to „schematy, które uwypuklają sposoby, w jakie akty językowe są formowane w dyskursie po to, by osiągnąć pewne strategiczne cele” (s. 282). Przyjmuje się zatem założenie, że są one celowe, tzn., że zastosowanie takich, a nie innych środków przez nadawcę może służyć jako wskaźnik celów, które zamierza osiągnąć dzięki konkretnej wypowiedzi (np. celów politycznych; Bennett, 2018). Należy przy tym zaznaczyć, że wyszczególnione poniżej strategie nie funkcjonują w izolacji od siebie. Ich teoretyczne rozgraniczenie jest dokonywane na potrzeby umożliwienia wykonalności procedury badawczej, jednak w praktyce społecznej „są one raczej splecione i wzajemnie się wzmacniają, wspólnie tworząc ogólne znaczenie tekstowe i perspektywę” (Mautner, 2011, s. 71). Z tego względu, jak zaznaczono już wcześniej, w przeprowadzonej analizie elementy warsztatu lingwistycznego pełniły jedynie rolę służebną wobec szerszego wnioskowania o pozalingwistycznych funkcjach dyskursu w ujęciu medioznawczym.

W analizie językowej skupiono się na wybranych strategiach dyskursywnych zaproponowanych w podejściu dyskursywno-historycznym (*Discourse-Historical Approach*) do KAD (Reisigl, 2017; Wodak, 2001a). Po pierwsze, rozpatrywano *strategie etykietowania (nomination/referential strategies)*, rozumiane jako

językowe sposoby nadawania nazw i kategoryzowania aktorów społecznych oraz innych fenomenów (np. wydarzeń, rzeczy, praktyk). Po drugie, prześledzono *strategie orzekania* (*predicational strategies*), rozumiane jako językowe sposoby przypisywania obiektom określonych cech (pozytywnych/neutralnych lub negatywnych), a także motywacji (w odniesieniu do aktorów społecznych). Należy przy tym zauważyć, że strategie etykietowania często pełnią również funkcję orzekania, ponieważ sama zastosowana etykieta może mieć zabarwienie emocjonalne (np. „ruska onuca” jako strategia etykieta o wyrażnie wartościującym, pejoratywnym wydźwięku). Po trzecie, badano kluczowe *strategie argumentacyjne* (*argumentation strategies*), rozumiane jako wzorce argumentacji, za pomocą których nadawcy uzasadniali poszczególne stanowiska. Po czwarte, zwracano uwagę również na *strategie wzmacniania/tonowania* (*intensification/mitigation strategies*), rozumiane jako sposoby wyrażenia stopnia pewności prezentowanych stanowisk, w tym wzmacnianie ich mocy ilokucyjnej (np. na pewno X) oraz jej tonowanie (np. być może X).

W kontekście strategii orzekania należy zaznaczyć, że wiążą się one z zagadnieniem dyskursywnego konstruowania tożsamości społecznych. W tradycji CDS przyjmuje się, że zbiorowe formy poczucia przynależności do grup mają charakter praktyki dyskursywnej, tzn. są nieustannie budowane, podtrzymywane i przekształcane przez język (Flowerdew i Richardson, 2017; Krzyżanowski, 2008; Wodak, 2015). W badaniach dyskursywnych często zadawane są zatem pytania o to, jak jednostki i grupy wyrażają swoją tożsamość, a także jak prezentują ją w relacji do tożsamości innych jednostek i grup. Podejście to czerpie z teorii społecznej identyfikacji Tajfela i Turnera (1979), która skupia się na społecznych wymiarach relacji międzygrupowych i uprzedzeń. W myśl tej teorii ludzie myślą o sobie i innych jako o członkach większych zbiorowości. Przejawiają tendencję do wspierania i idealizowania grup, do których czują przynależność oraz dyskredytowania pozostałych grup. Mechanizm ten odnosi się zarówno do bardziej trwałych i zinstytucjonalizowanych grup (np. etnicznych), jak i tymczasowych i słabo ustrukturyzowanych (np. dobieranych losowo na potrzeby eksperymentu w warunkach laboratoryjnych). W ramach tych procesów ludzie podtrzymują przekonanie o istotnej różnicy pomiędzy członkami grupy wewnętrznej „my” oraz zewnętrznej „oni”, przy czym ta druga często postrzegana jest w sposób

uproszczony, tzn. grupa „my” jest postrzegana jako różnorodna, a „oni” jako homogeniczna, często utożsamiana z pojedynczymi, stereotypowymi cechami (np. „Polacy kradną”). Założenia tej teorii na grunt CDS przeniósł van Dijk (1998), który zaprezentował model kwadratu ideologicznego (*ideological square*), który opisuje proces dyskursywnego konstruowania dychotomicznych podziałów tożsamościowych z wykorzystaniem strategii orzekania. Polega on na czterech powiązanych ze sobą praktykach: (1) wyrażaniu/podkreślaniu pozytywnych cech grupy „my”; (2) wyrażaniu/podkreślaniu negatywnych cech grupy „oni”; (3) pomijaniu negatywnych cech grupy „my”; (4) pomijaniu pozytywnych cech grupy „oni”. Operowanie kategorycznymi i wysoce redukcjonistycznymi dystynkcjami „my kontra oni” charakterystyczne jest szczególnie dla dyskursu politycznego (van Dijk, 2005; Wodak, 2008). Wodak (2008) opisuje polityczne funkcje tego procesu w następujący sposób:

Retoryka wykluczenia opierająca się na dychotomicznych, manichejskich podziałach na „swoich” i „obcych”, na „tych dobrych” i „tych złych”, zyskała ogromną popularność. Pojawiły się proste rozwiązania skomplikowanych problemów, zaczęto coraz powszechniej utożsamiać się z sugestywnymi sloganami i pojemnymi metaforami, które zdawały się tak wiele wyjaśniać. [...] Dyskurs i komunikacja polityczna zawsze wymagają rozróżniania typu „my – oni”, co umożliwia zarówno budowanie pozytywnego wizerunku mówiących/piszących, jak i negatywnej charakterystyki przeciwników jako „obcych” [...]. [...] Umożliwia to odbiorcy zarówno identyfikację z „naszymi”, jak i obarczanie „obcych” winą za rozmaite zjawiska społeczne, których istotne przyczyny są niepomniernie bardziej złożone. [...] Wskazywanie kozłów ofiarnych, oskarżanie ofiar o zbrodnie oprawców, wulgarne uproszczenia i zaprzeczanie oczywistościom – oto najpopularniejsze strategie retoryczne mające służyć przekonaniu wyborców bądź słuchaczy/czytelników o konieczności podjęcia takich [a nie innych – przyp. S.W.] działań politycznych [...] oraz uprawomocnienia ograniczeń często pozostających w sprzeczności z tradycjami demokratycznymi. (s. 186)

W kontekście strategii argumentacyjnych badano retoryczne sposoby uzasadniania poglądów prezentowanych przez poszczególnych nadawców. Argumenty pełnią w tekstach funkcję perswazyjną, mając za zadanie przekonywać odbiorców do słuszności prezentowanych twierdzeń lub obalania twierdzeń przeciwnych. W związku z tym argumenty przyczyniają się m.in. do (de)legitymizowania poszczególnych aktorów czy podtrzymywania podziałów grupowych. W tradycji CDS w odniesieniu do schematów argumentacyjnych często

stosuje się pojęcie *toposów*, rozumianych jako reguły wnioskowania, które łączą prezentowane twierdzenia (przesłanki) z konkluzją (ponieważ X [przesłanka] to Y [konkluzja], np. ponieważ imigranci stanowią zagrożenie dla bezpieczeństwa państwa, to należy wprowadzać restrykcyjne polityki antyimigracyjne; Krzyżanowski, 2008; Reisigl, 2011). W praktyce dyskursywnej toposy często stanowią wyraz potocznego myślenia, „obiegowych mądrości”, czyli powszechnie przyjmowanych przekonań o świecie, które wynikają z określonych przekonań ideologicznych i w wielu przypadkach prezentują wysoce redukcjonistyczne prawidłowości (np. należy ograniczyć polityki socjalne, ponieważ rozleniwiają one niższe warstwy społeczne; Wodak, 2015). Toposy mogą wpisywać się w klasyczne schematy argumentacji (wywodzące się jeszcze z rozważań Arystotelesa nad retoryką), takie jak np. topos autorytetu (*argumentum ad auctoritatem*) czy reguła „po tym, więc skutek tego” (*post hoc ergo propter hoc*). Badacze wykorzystujący optykę CDS określili dodatkowo szereg toposów charakterystycznych dla dyskursu politycznego/medialnego, np. topos zagrożenia oraz topos historii. Pełna lista toposów nigdy nie została jednak skodyfikowana. W niniejszej analizie opierano się w tym zakresie na opracowaniach Reisigla i Wodak (2000) oraz Wodak (2015). Ponadto, jak podkreśla Kienpointner (2017), w każdym dyskursie mogą występować schematy argumentacji charakterystyczne jedynie dla danego dyskursu. W przeprowadzonej analizie zidentyfikowano również schematy argumentacji o takim charakterze, które były ściśle połączone z tematyką przeciwdziałania dezinformacji.

Oprócz wymienionych powyżej strategii analizie podlegały również poszczególne środki lingwistyczne wykorzystywane w dyskursie. W CDS wybór konkretnych środków, na które zwraca się uwagę powinien być zależny od specyfiki badanego materiału (Meyer, 2001). W niniejszej pracy skupiono się na tych środkach, które wykorzystywane były do zwiększania nasycenia emocjonalnego oraz obrazowości prezentowanych twierdzeń, w związku z czym pełniły określone funkcje polityczne w zakresie perswazji i kreowania dyskursywnych podziałów tożsamościowych („my kontra oni”). Na ogólnym poziomie doboru słownictwa analizowano sposoby wykorzystania w dyskursie medialnym socjolektów zapożyczonych z innych domen życia społecznego. Socjolekt rozumiany był jako: „Wszystkie normy zwyczajowe danego języka, charakterystyczne dla pewnej grupy

społecznej, w określonym czasie” (np. żargon wojskowy; Delisle i in., 2006, s. 89). Ponadto, konkretnymi środkami, które analizowano były:

- (1) hiperbola – „Przedstawienie jakiegoś zjawiska wyolbrzymiające jego wygląd, znaczenie, działanie i oddziaływanie. Uważana za jedną z (..) figur retorycznych, nie jest jednak wyspecjalizowanym chwytem stylistycznym, lecz raczej efektem współdziałania rozmaitych tropów i figur, szczególnego doboru słownictwa oraz ekspresywnych intonacji. Używanie h. [hiperboli – przyp. S.W.] było znakiem silnego zaangażowania emocjonalnego mówcy lub poety i miało podobną reakcję wywołać u odbiorcy” (Głowiński i in., 1988, s. 182);
- (2) epitet – „Wyraz pełniący w tekście funkcję określającą wobec rzeczownika, najczęściej odniesiony doń przymiotnik, np. *twarde głązy* [...], imiesłów np. *tańczący jastrzęb*, *zburzone szczęście* [...], lub też połączony przez [...] apozycję inny rzeczownik, np. *wieża gigant* [...], E. [epitet – przyp. S.W.] określa właściwości przedmiotu, np. *wysokie drzewa*, lub stosunek mówiącego do tego przedmiotu, np. *odrażający postęp*, często jedno i drugie równocześnie, np. *lodowaty podmuch*” (Głowiński i in., 1988, s. 126);
- (3) czasownik – „część mowy obejmująca wyrazy oznaczające czynność lub stan” (Państwowe Wydawnictwo Naukowe, b.d.), np. *iść*, *widzieć*, *spać*, *być*;
- (4) metonimia – „Zastąpienie nazwy jakiegoś przedmiotu lub zjawiska nazwą innego, pozostającego z nim w pewnej obiektywnej zależności. [...] Najczęściej rozróżnia się M. [metonimie – przyp. S.W.] powstałe przez wprowadzenie nazwy: 1. przyczyny zamiast skutku, np. *zginął od kuli*, 2. skutku zamiast przyczyny, np. *podał mu Śmierć w ampułce*; 3. autora zamiast dzieła, np. *oglądać Rembrandta*; 4. rzeczy ogarniającej zamiast zawartości, np. *sala gwizdała*; 5. znaku zamiast przedmiotu oznaczonego, np. *pokonany półksiężyc*; 6. organu ciała zamiast przypisywanej mu funkcji, np. *tęga głowa*; 7. narzędzia zamiast wytworu, np. *świetne pióro*; 8. pojęcia abstrakcyjnego zamiast konkretnego, np. *miłość ci wszystko wybaczy*; 9. właściciela zamiast jego własności, np. *włamano się do Piotrowskiego*” (Głowiński i in., 1988, s. 282);
- (5) określenia uogólniające (*genericisation*) oraz konkretyzujące (*specification*) – „Dwa alternatywne aspekty reprezentowania aktorów. Podczas gdy

określenia konkretyzujące oznaczają odniesienie do konkretnych osób lub obiektów, określenia uogólniające oznaczają generalizujące odniesienia w liczbie mnogiej” (Reisigl i Wodak, 2000, s. 53). Odmianą uogólnienia jest kolektywizacja, rozumiana jako „odniesienie do aktorów społecznych jako grup [...], na przykład za pomocą zaimków takich jak *my* lub zbiorów, takich jak *rodzina, grupa, zespół, plemię, trupa, klasa, tłum, populacja, ludzie, przedstawiciele danej grupy etnicznej, naród i rasa*” (Reisigl i Wodak, 2000, s. 53). Formą uogólnienia/specyfikacji jest również synekdocha, która stanowi „odmianę metonimii, opartą zwłaszcza na zależnościach ilościowych między zjawiskami, których nazwy zostały użyte jedna zamiast drugiej. W rezultacie użytemu słowu przypisane zostaje znaczenie bardziej ogólne lub bardziej szczegółowe niż zazwyczaj” (Głowiński i in., 1988, s. 506), np. *pars pro toto* (część za całość) i *totum pro parte* (całość za część; Reisigl i Wodak, 2000);

(6) metafora (zob. poniżej).

Osobne, pogłębione wyjaśnienie poświęcić należy metaforze, która była istotnym środkiem stosowanym w analizowanym dyskursie do ramowania zjawiska dezinformacji. Rozumienie metafor w niniejszej pracy zostało zaczerpnięte z kognitywistycznej teorii metafory Lakoffa i Johnsona (1988). Zgodnie z koncepcją zaprezentowaną przez badaczy środek ten służy nadawaniu jednemu zjawisku (zazwyczaj bardziej skomplikowanemu) struktury innego zjawiska (zazwyczaj mniej złożonego) w celu ułatwienia zrozumienia specyfiki tego pierwszego (np. miłość to podróż). Innymi słowy, jak wyrażają to sami autorzy:

Tyle ważnych dla nas pojęć to pojęcia abstrakcyjne albo też pojęcia niezbyt wyraźnie zarysowane w naszym doświadczeniu (uczucia, idee, czas itd.), zatem, by objąć je myślą, musimy uciekać się do innych pojęć, które są dla nas wyraźniejsze (orientacje przestrzenne, przedmioty itd.). (Lakoff i Johnson, 1988, s. 142)

Metafora nie jest zatem jedynie narzędziem lingwistycznym, ale podstawowym narzędziem poznania rzeczywistości przez człowieka. Ludzie rozumieją siebie i świat nierozzerwalnie poprzez metafory. Stosowanie metafor stanowi jednak zawsze pewien rodzaj mentalnego redukcjonizmu. Metafory podkreślają niektóre właściwości danego zjawiska, ale jednocześnie pomijają lub

nieadekwatnie charakteryzują inne. W efekcie nie posiadają one jedynie funkcji opisowej, ale również „wytwarzają” to, o czym ludzie mówią i myślą za ich pomocą:

Mogą [metafory – przyp. S.W.] mieć moc definiowania rzeczywistości. Dokonuje się to poprzez koherencję sieci implikacji, które uwypuklają pewne cechy charakteryzujące rzeczywistość, a ukrywają inne. Przyjęcie jakiejś metafory, powodujące to, że skupiamy się jedynie na uwypuklonych przez nią aspektach naszego doświadczenia, prowadzi nas do uznania implikacji tej metafory za prawdziwe. Takie prawdy mogą być prawdziwe naturalnie tylko w odniesieniu do rzeczywistości określonej przez metaforę. (Lakoff i Johnson, 1988, s. 185)

Zgodnie z tym podejściem dobór metafor do opisywania określonych zjawisk ma fundamentalne znaczenie dla ich społecznego funkcjonowania. Proces ten istotnie oddziałuje na społeczne postrzeganie tych zjawisk i podejmowanie określonych działań wobec nich. Należy przy tym podkreślić, że dobór ten w dużej mierze jest arbitralny i może być wykorzystywany do sprzyjania określonym celom nadawcy (np. koncentrowania uwagi odbiorców na istotnych z punktu widzenia nadawcy cechach). To, jakie metafory najlepiej oddają charakter danych fragmentów rzeczywistości podlega zatem społecznej negocjacji. Niemniej jednak wiele metafor jest tak głęboko zanurzonych w danej kulturze i zespolonych z opisywanymi fenomenami, że ich obecność jest niemal niedostrzegalna dla członków tej kultury. Dobór metafor odgrywa więc istotną rolę w legitymizowaniu określonych polityk społecznych. Implikacje wynikające ze stosowania takiej, a nie innej metafory, usprawiedliwiają podejmowanie takich, a nie innych działań w stosunku do zjawiska, które postrzegane jest poprzez metaforę:

Ludzie wpływowi, czy to w polityce, czy w codziennych działaniach, narzucają nam swoje metafory. [...] W większości przypadków nie chodzi o prawdę czy fałsz metafory, lecz o percepcje i wnioski, które z niej wynikają, oraz o działania przez nią sankcjonowane. We wszystkich aspektach życia, nie tylko w polityce czy miłości, definiujemy nową rzeczywistość w terminach metaforycznych, a potem działamy kierując się tymi metaforami. Wyciągamy wnioski, ustalamy cele, podejmujemy zobowiązania, realizujemy plany na podstawie tego, jak częściowo organizujemy nasze doświadczenie, świadomie czy nieświadomie, ale za pośrednictwem metafory. (Lakoff i Johnson, 1988, s. 185-186).

Próba badawcza: specyfika i dobór

Jednym z kluczowych etapów opisanej powyżej procedury było określenie sposobu **doboru próby badawczej**. Krok ten stanowił znaczącą trudność ze

względem na podejmowanie aktualnego, dynamicznie zmieniającego się problemu społecznego oraz zastosowanie do jego zbadania indukcyjnej logiki. Podobnie jak w wielu badaniach jakościowych zachodziło bowiem pytanie, jak z ogółu tekstów, stanowiących rodzaj niedookreślonej i otwartej „populacji”, określanej w badaniach dyskursywnych jako „uniwersum dyskursu” (Bell, 1991, s. 10, za: Mautner, 2011, s. 59), wybrać te, które pozwolą najlepiej przyjrzeć się poruszanej problematyce. Ponieważ ustalenie pełnej „populacji” tekstów opublikowanych na dany temat najczęściej nie jest możliwe, w badaniach tego typu nie stosuje się doboru losowego (Mautner, 2011; Unger i in., 2016). W związku z tym w niniejszej pracy **dobór miał charakter celowy/nieprobabilistyczny**. Opierał się on jednak na szczegółowo określonych kryteriach, wynikających z uprzedniej wiedzy o problematyce, wstępnych obserwacji oraz znaczenia tych kryteriów dla pytań badawczych (Lisowska-Magdziarz, 2006; Silverman, 2008).

Gromadzenia danych z udziałem celowych kryteriów pozawala zwiększyć szansę na wystąpienie w próbie aspektów, których dotyczą pytania, a jednocześnie unikać „wypaczonego doboru” (Mautner, 2011, s. 61), polegającego na konstruowaniu próby wyłącznie z najbardziej interesujących i kontrowersyjnych przykładów dobranych w pełni arbitralnie. Należy jednak podkreślić, że dane dobrane w ten sposób nie charakteryzują się pełną reprezentatywnością, co oferowałby jedynie dobór losowy oparty na rachunku prawdopodobieństwa (Silverman, 2008). Zamiast tego, niniejsze badanie stanowi raczej rodzaj „zbiorowego studium przypadku” (Silverman, 2008, s. 169), w którym konkretne teksty są analizowane w celu zrozumienia ogólnego problemu, z zastrzeżeniem, że wnioski na jego temat są wyciągane jedynie ze ściśle określonego i ograniczonego zbioru danych.

Kryteria doboru

Do budowania próby wykorzystano trzy kryteria, które zostały szczegółowo omówione w kolejnych akapitach, tj.: (1) frazy kluczowe; (2) miejsce publikacji; (3) czas publikacji.

(1) Frazy kluczowe. W celu ustalenia fraz kluczowych, które zostały następnie użyte do doboru finalnego zbioru danych przeprowadzono serię analiz z zakresu lingwistyki ilościowej. Frazy te miały za zadanie umożliwić wyszukiwanie

tekstów bezpośrednio związanych z tematyką przeciwdziałania dezinformacji. W ramach etapu przygotowawczego zebrano zatem referencyjną próbę w pełni arbitralnie dobranych tekstów, które dotyczyły dwóch wydarzeń bezpośrednio związanych z przeciwdziałaniem dezinformacji. Wydarzenia te zostały wybrane na podstawie wcześniejszych badań związanych z poruszaną problematyką i były to: (1) wdrażanie przez Unię Europejską „Planu działania przeciwko dezinformacji” przed wyborami europejskimi w 2019 roku (Wigienka, 2020); (2) działania Facebooka, które miały na celu ograniczenie zasięgu dezinformacji podczas pandemii koronawirusa (Wigienka, 2021). Zebrano czterdzieści (40) tekstów dotyczących tych wydarzeń z czterech (4) serwisów reprezentujących cztery (4) typy mediów (po dziesięć [10] tekstów z każdego serwisu), tj.: (1) serwis centrowy (onet.pl), (2) serwis lewicowy (krytykapolityczna.pl), (3) serwis prawicowy (niezalezna.pl), (4) serwis branżowy o tematyczne technologiczno-medialnej (cyberdefence24.pl). Następnie przeprowadzono ilościową analizę lingwistyczną tych tekstów z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego (MaxQDA), zgodnie z procedurami proponowanymi przez Subtirelu i Bakera (2017).

Frazy te zostały wybrane na podstawie opisanych poniżej kroków. W pierwszym kroku wygenerowano listę słów najczęściej występujących w tekstach (z wykorzystaniem lematyzacji dostosowanej do specyfiki języka polskiego¹², zob. Tabela 1). Następnie ręcznie wyselekcjonowano spośród tych słów te, które najbardziej bezpośrednio wiązały się z tematyką inicjatyw antydezinformacyjnych (zob. Tabela 2).

12 Lematyzacja oznacza proces grupowania fleksyjnych form wyrazów poprzez sprowadzanie ich do ich formy podstawowej. Proces ten jest szczególnie istotny przy wykonywaniu zautomatyzowanych analiz w językach takich jak polski, w których wyrazy posiadają wiele odmian (np. w prezentowanych poniżej wynikach ilościowych analiz lingwistycznych słowokategoria „dezinformacja” reprezentuje wszystkie formy fleksyjne tego słowa, np.: dezinformacją, dezinformacji, dezinformację, ...).

Tabela 1 Lista słów najczęściej występujących w tekstach (próba wstępna)

#	Liczba wystąpień	Słowo (kategoria)
1	275	dezinformacja
2	219	facebook
3	139	media
4	130	platforma
5	126	europejski
6	116	informacja
7	109	społecznościowy
8	107	działanie (rzecz.)
9	97	treść
10	86	grupa

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: Symbol # oznacza miejsce w rankingu, które zajęła dana kategoria pod względem liczby wystąpień. Miejsce 1 oznacza największą liczbę. *Liczba wystąpień* oznacza liczbę pojedynczych wystąpień danego słowa/kategorii w tekstach.

Tabela 2 Lista słów związanych z inicjatywami antydezinformacyjnymi najczęściej występujących w tekstach (próba wstępna)

#	Liczba wystąpień	Słowo (kategoria)
1	275	dezinformacja
8	107	działanie (rzecz.)
29	59	polityka
39	53	walka
96=	30	dezinformacyjny
96=	30	wobec
100=	29	bezpieczeństwo
100=	29	narzędzie
100=	29	ograniczyć
117	27	działać (czas.)

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: Symbol # oznacza miejsce w rankingu, które zajęła dana kategoria pod względem liczby wystąpień. Miejsce 1 oznacza największą liczbę. *Liczba wystąpień* oznacza liczbę pojedynczych wystąpień danego słowa/kategorii w tekstach.

Z racji tego, że główne wątki dyskursu mogą być najbardziej trafnie opisywane nie przez pojedyncze słowa, ale ich ciągi, wygenerowano również listy najczęściej występujących w tekstach kolokacji dwu- oraz trzy-wyrazowych (zob. Tabela 3 i Tabela 4). Analizy te pokazały, że najczęściej występującą w tekstach kolokacją bezpośrednio związaną z tematyką inicjatyw antydezinformacyjnych była fraza „walka z dezinformacją” (42 wystąpienia, druga najbardziej popularna fraza trzywyrazowa). Analiza konkordancji, pozwalająca na śledzenie bezpośredniego

kontekstu znaczeniowego wyszukiwanych słów/kolokacji, wykazała, że wspomniana fraza była wykorzystywana jako pewnego rodzaju utrwalone wyrażenie używane dla określania różnego rodzaju inicjatyw antydezinformacyjnych (zob. Obraz 3). Faza ta występowała w tekstach ze wszystkich czterech analizowanych serwisów internetowych, co pozwoliło przyjąć, że nie była ona charakterystyczna wyłącznie dla wybranego dyskursu (np. tylko mediów prawicowych).

Fraza „walka dezinformacja”¹³ została zatem na podstawie powyższych rezultatów wybrana pierwszą z fraz kluczowych. Należy jednak zauważyć, że słowo „walka” w podejmowanym kontekście stanowi pewnego rodzaju metaforę zaczerpniętą z retoryki wojennej (zob. więcej o metaforach dezinformacji w rozdziale III) i posiada wydźwięk, który może być nacechowany emocjonalnie. Wobec tego jako kolejną frazę kluczową uwzględniono również bardziej neutralną frazę „przeciwdziałanie dezinformacja” (faza ta wystąpiła 6 razy w próbie wstępnej).

Tabela 3 Lista kolokacji dwuwyrazowych najczęściej występujących w tekstach (próba wstępna)

#	Kolokacja
1	medium społecznościowy
2	na temat
3	unia europejski
4	walka z
5	związać z
6	na facebook
7	z deinformacja
8	fake news
9	dezinformacja w
10	teoria spiskowy

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: Symbol # oznacza miejsce w rankingu, które zajęła dana kategoria pod względem liczby wystąpień. Miejsce 1 oznacza największą liczbę.

13 Do wyszukiwania stosowano frazy z wyrazami w ich formie podstawowej, nieodmiennej. Pomijano również przyimki. Dla przykładu, zamiast frazy „walka z dezinformacją” posługiwano się frazą „walka dezinformacja”. Używana wyszukiwarka dostarczała wyniki uwzględniające pełną frazę we wszystkich formach fleksyjnych, np. „walki z dezinformacją”, „walce z dezinformacją”.

Tabela 4 Lista kolokacji trzywyrazowych najczęściej występujących w tekstach (próba wstępna)

#	Kolokacja
1	w medium społecznościowy
2	walka z dezinformacją
3	być w stan
4	w walka z
5	wprowadzać w błąd
6	dezinformacja na temat
7	informacja na temat
8	radzić sobie z
9	w związek z
10	dezinformacja wiązać [się] z

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: Symbol # oznacza miejsce w rankingu, które zajęła dana kategoria pod względem liczby wystąpień. Miejsce 1 oznacza największą liczbę.

Obraz 3 Konkordancja frazy „walka dezinformacja”

zakresie informowania o walce z dezinformacją na platformach należących do fi
kolejnych wysiłkach w walce z dezinformacją, która - choć ma moc obalania
: musimy współpracować w walce z dezinformacją. Teorie spiskowe, dezinformacja
pozorowanych działań w walce z dezinformacją, także poza rynkami anglosaskimi
, że poległy w walce z dezinformacją i eksponują swoje starania, by
analityczno-technologiczną, która walczy z dezinformacją i fake newsami pokazuje, jak
się, jak mamy walczyć z dezinformacją wokół wojny * W dezinformacji
, że aby skutecznie walczyć z dezinformacją, potrzebna jest szeroka współpr
podjąć, aby skuteczniej walczyć z dezinformacją, pozostaje obecnie bez wyczerpi
ediach społecznościowych Umieemy walczyć z dezinformacją? My dopiero uczymy się walki
minionym roku firmy walczyły z dezinformacją w sieci. Unijni komisarze przyzn
, dbanie o cyberbezpieczeństwo, walka z dezinformacją – to sprawy kluczowe. Nie mam
, dbanie o cyberbezpieczeństwo, walka z dezinformacją – to sprawy kluczowe. Np. Franc
, których celem jest walka z dezinformacją w ramach proponowanej ustaw
i fake newsy. Walka z dezinformacją. Wybory prezydenckie w USA *
faktów”. Czytaj więcej: Walka z dezinformacją w internecie: eksperci apelują o
, potężne narzędzia do walki z dezinformacją” - oznajmił na konferencji praso
KE wzywa do walki z dezinformacją. Zwraca uwagę na dwa kraje -
jest kluczem do walki z dezinformacją. Dlatego też wraz z wszystkimi
słowa, jak i walki z dezinformacją. Przy wszystkich niedoskonałościach
przez ekspertów od walki z dezinformacją” - mówił. Cieszyński przyznał, że
w Brukseli plan walki z dezinformacją związaną z koronawirusem, pow
, że w procesie walki z dezinformacją fundamentalną kwestią jest wsp
dopiero uczymy się walki z dezinformacją. Wypracowywane są pewne inst
postępowania w zakresie walki z dezinformacją, a w maju br. KE
prawnych w zakresie walki z dezinformacją. Źródło: PAP, niezalezna.pl
prawnych związanych z walką z dezinformacją. Z pracy badaczy wynika, że
zaangażowały się w walkę z dezinformacją i za pomocą własnych zdolności

działań podejmowanych w celu zwalczania dezinformacji związanej z Covid-19. Jak podkreślono kodeks postępowania dotyczący zwalczania dezinformacji. W raportach wykazano, jak wzmocniła wysiłki na rzecz zwalczania dezinformacji od początku pandemii". - Upewniam się, że komunikacja w sprawie zwalczania dezinformacji w internecie. W ramach rozpoczęcia Kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji. Jednym z pomysłów jest m. in. kodeks postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji ustanowiono w październiku 2020 r. oraz Instagrama w zakresie zwalczania dezinformacji na temat COVID-19. Organizacje samoregulacyjne mające na celu zwalczanie dezinformacji w internecie. W październiku 2020 r., które będą zajmować się zwalczaniem dezinformacji. Według definicji dezinformacja to "informacja przekazana przez internautów w rozpoznawaniu i zwalczaniu dezinformacji, przy jednoczesnym zachowaniu". Podkreślił rolę, jaką w zwalczaniu dezinformacji powinni nadawcy publiczni. "Dezinformacja". Ciągłe jesteśmy reaktywni w zwalczaniu dezinformacji. Na przykład musimy się mierzyć z użytkownikami i dziennikarzami zwalczającymi dezinformację, zachowanie różnorodności i stało się mało, aby naprawdę skutecznie zwalczać dezinformację, a w konsekwencji przyczyniają:

Źródło: opracowanie własne.

Ponadto, biorąc pod uwagę rozważania z pierwszego rozdziału na temat wielości wyrażen synonimicznych do pojęcia dezinformacja, do fraz kluczowych włączono również jedno z nich. Analiza kolokacji (zob. Tabela 3) wykazała, że jedną z najczęściej występujących kolokacji dwuwyrazowych była kolokacja „fake news”. W związku z tym jako frazy kluczowe wybrano również „walka fake news” oraz „przeciwdziałanie fake news”. Ostatecznie, opierając się na wynikach przeprowadzonych analiz, łącznie wyekstrahowano cztery frazy kluczowe, które posłużyły do wyszukiwania tekstów podczas gromadzenia próby do finalnego badania, t.j.: (1) walka dezinformacja, (2) walka fake news, (3) przeciwdziałanie dezinformacja, (4) przeciwdziałanie fake news.

(2) Miejsce publikacji. Drugim kryterium doboru tekstów było miejsce publikacji. Opisywane we wcześniejszych fragmentach wstępne obserwacje sprowadzają się do założenia, że problematyka przeciwdziałania dezinformacji stanowi dyskursywną przestrzeń, w ramach której zachodzi negocjacja/konflikt znaczeń konstruowanych przez aktorów społecznych reprezentujących różne pozycje ideologiczne. Aby uchwycenie tego zjawiska było możliwe, przeanalizowano teksty publikowane w mediach o różnym nachyleniu światopoglądowym. W badaniach dyskursywnych analizowanie i porównywanie dyskursów różnych aktorów jest zalecaną praktyką, ponieważ charakterystyczne tendencje występujące w dyskursie określonego aktora mogą być wyraźniej zauważalne w kontraście do dyskursów innych aktorów (Reisigl i Wodak, 2000). Reisigl i Wodak

(2000) podkreślają w tym kontekście, że „aby uniknąć mglistości oraz bezużytecznych, mało zróżnicowanych nadmiernych uogólnień, należy prowadzić kontrastowe badania [...], które analizują charakterystyczne cechy użycia języka w różnych społecznościach mowy” (s. 54).

Do próby zostały zatem dobrane teksty z sześciu (6) informacyjno-publicystycznych serwisów internetowych. Serwisy te reprezentowały trzy (3) typy mediów różniące się między sobą nachyleniem ideologicznym, tj.: (1) *serwisy centrowe* (wp.pl oraz onet.pl); (2) *serwisy prawicowe* (niezalezna.pl oraz wpolityce.pl); oraz (3) *serwisy progresywne* (krytykapolityczna.pl oraz oko.press). Media centrowe oraz prawicowe zostały wybrane ze względu na ich największą popularność w swoich kategoriach (rozumianą jako największa liczba odsłon w danym okresie) według raportów Gemius/PBI (*Serwisy prawicowe...*, 2019; *Strony główne: Onet i WP.pl...*, 2019; zob. Tabela 5 i Tabela 6). Ponieważ analogiczne rankingi nie były publikowane dla kategorii mediów progresywnych, serwisy w tych kategoriach zostały wybrane celowo (bez uwzględniania ich popularności) – jako istotni reprezentanci tej kategorii na podstawie oceny autora.

Należy w tym miejscu omówić kwestię zastosowanego kryterium nachylenia światopoglądowego. Rynek medialny w Polsce cechuje się wysokim stopniem polaryzacji ideologicznej z istotną rolą mediów wspierających określone stronnictwa/poglądy polityczne (Bartoszewicz i Gołębiowski, 2021; Dobek-Ostrowska, 2011; Olechowska, 2017, 2022). Za Matuszewskim (2018) można przyjąć, że na ogólnym poziomie teoretycznym „główne kryteria podziału przebiegają wokół osi (po lewej – lewica, po prawej – prawica): laickość vs religijność, emancypacja vs tradycja, innowacyjność vs zachowawczość oraz równość vs hierarchiczność” (s. 32). Nie istnieje jednak w polskiej komunikologii żadna powszechnie przyjmowana i pełna klasyfikacja konkretnych mediów względem ich nachylenia światopoglądowego. Klasyfikacja taka nie jest bowiem oczywista. Podział na „lewicę/prawicę” oraz „centrum” przebiega wobec różnych osi (m.in. postulatów gospodarczych, wartości światopoglądowych), wobec czego kategorie te stanowią jedynie pewien rodzaj typów idealnych, które nie występują w formie czystej w praktyce społecznej (Matuszewski, 2018). Próby operacjonalizowania tych kategorii i stosowania ich do klasyfikacji konkretnych podmiotów (np. partii politycznych, wyborców, mediów) zawsze cechują się zatem

pewnym poziomem arbitralności, tymczasowości i redukcjonizmu. Uproszczona typologia zastosowana w niniejszym badaniu miała za zadanie zwiększyć prawdopodobieństwo dobrania do próby tekstów prezentujących zróżnicowane stanowiska światopoglądowe. Kwestia ekspresji pozycji ideologicznych w tekstach podlegała analizie dopiero w kolejnych krokach. Głównym kryterium klasyfikacji konkretnych serwisów do wskazanych kategorii była kwestia ich samoidentyfikacji. Serwisy wPolityce oraz Niezależna same określają się jako „konserwatywne” (w niniejszym badaniu dla uspołnieniu terminologii użyto tożsamej kategorii „serwisy prawicowe”, zob. Tabela 7). Dodatkowo serwisy te były klasyfikowane jako prawicowe m.in. w przytaczanych rankingach popularności Gemius/PBI (WirtualneMedia, 2019a, 2019b) oraz badaniu Matuszewskiego (2018), w którym autor podejmował próbę klasyfikacji ideologicznej wybranych polskich nadawców.

Tabela 5 Lista najbardziej popularnych serwisów informacyjno-publicystycznych w lutym 2019 r.

Strony główne wybranych portali w lutym 2019 r. (badanie Gemius/PBI) WIRTUALNEMEDIA.PL				
domena	realni użytkownicy	odśrody	średni czas korzystania [godz.min:sek]	zasięg
Onet.pl	10 818 104	443 755 517	1:03:46	37,86%
WP.pl	10 611 624	479 694 899	1:06:19	37,14%
Interia.pl	4 762 974	208 910 319	1:09:36	16,67%
Gazeta.pl	2 858 211	87 438 460	1:01:32	10,00%
o2.pl	2 027 080	24 702 688	1:47:00	7,09%
TVN24.pl	1 281 651	37 306 509	3:59:51	4,49%
Wyborcza.pl	619 893	8 324 221	0:19:55	2,17%
SE.pl	516 828	4 712 890	0:08:05	1,81%
Fakt.pl	420 107	25 655 705	0:50:51	1,47%

Źródło: *Strony główne: Onet i WP.pl lew w lew. W dół Interia, o2.pl i TVN24.pl*, WirtualneMedia, 2019 (<https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/strony-glowne-onet-i-wp-pl-leb-w-leb-w-dol-interia-o2-pl-i-tvn24-pl>). Copyright 2019 Wirtualnemedi.pl.

Tabela 6 Lista najbardziej popularnych serwisów informacyjno-publicystycznych o nachyleniu prawniczym w styczniu 2019 r.

Czołowe serwisy informacyjno-publicystyczne o profilu konserwatywnym w styczniu 2019 r. (badanie Gemius/PBI) WIRTUALNEMEDIA.PL				
domena	realni użytkownicy	odsłony	średni czas korzystania [godz:min:sek]	zasięg
nczas.com	3 809 049	19 124 317	0:06:01	13,32%
niezalezna.pl	1 881 474	35 556 527	0:26:54	6,58%
dorzeczy.pl	1 669 653	11 812 995	0:08:16	5,84%
wpolityce.pl	1 459 394	29 404 389	0:32:28	5,10%
telewizjarepublika.pl	1 021 044	7 498 340	0:09:27	3,57%
salon24.pl	958 880	4 479 678	0:06:55	3,35%
niedziela.pl	943 740	2 662 393	0:03:11	3,30%
gosc.pl	776 264	8 347 205	0:05:09	2,71%
fronda.pl	729 984	8 317 751	0:11:02	2,55%
pch24.pl	491 262	1 925 647	0:02:43	1,72%
radiomaryja.pl	279 350	900 848	0:01:53	0,98%
prawy.pl	159 035	399 016	0:02:12	0,56%
wsiecprawdy.pl	68 447	201 891	0:01:55	0,24%
gazetapolska.pl	48 105	161 086	0:02:29	0,17%

Źródło: Serwisy prawnicze: Nczas.com liderem zasięgowym, wPolityce.pl i Niezalezna.pl przyciągają na najdłużej, DoRzeczy.pl mocno w górę, WirtualneMedia, 2019 (<https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/serwisy-prawnicze-nczas-com-liderem-zasiegowym-wpolityce-pl-i-niezalezna-pl-przyciagaja-na-najdluzej-dorzeczy-pl-mocno-w-gore-raport>). Copyright 2019 Wirtualnemedial.pl.

Tabela 7 Autoidentyfikacja „serwisów prawniczych”

Serwis	Cytat
wPolityce	„W marcu 2022 roku inne media powoływały się na nasz portal 284 razy, co pozwoliło nam znaleźć się w pierwszej dziesiątce wśród najbardziej opiniotwórczych serwisów internetowych. Co istotne, portal wPolityce.pl jest jedynym serwisem konserwatywnym ¹⁴ ujętym w zestawieniu!” (wPolityce, 2022).
Niezależna	„Portal Niezależna.pl najpopularniejszym konserwatywnym portalem w Polsce. Dziękujemy!” (Łukawski, 2022).

Źródło: opracowanie własne.

¹⁴ Wszystkie pogrubienia w Tabeli 7 i 8 nie występowały w oryginalnym tekście i pochodzą od autora badania.

Bardziej problematyczna była próba skonstruowania kategorii serwisów progresywnych, z racji tego, że w polskim krajobrazie medialnym oraz politycznym współczesny dyskurs lewicowy jest słabo reprezentowany (Bennett i Kwiatkowski, 2019). Do kategorii tej zaliczono ostatecznie strony Krytyki Politycznej oraz OKO.press. Serwisy te w swoich stopkach redakcyjnych oraz materiałach prezentujących treści autoidentyfikacyjne odwołują się do idei społecznych charakterystycznych dla światopoglądu umiarkowanie lewicowego (socjaldemokratycznego), zgodnie z kryteriami zaproponowanymi powyżej, tzn. laickość, emancypacja, innowacyjność oraz równość (zob. Tabela 8).

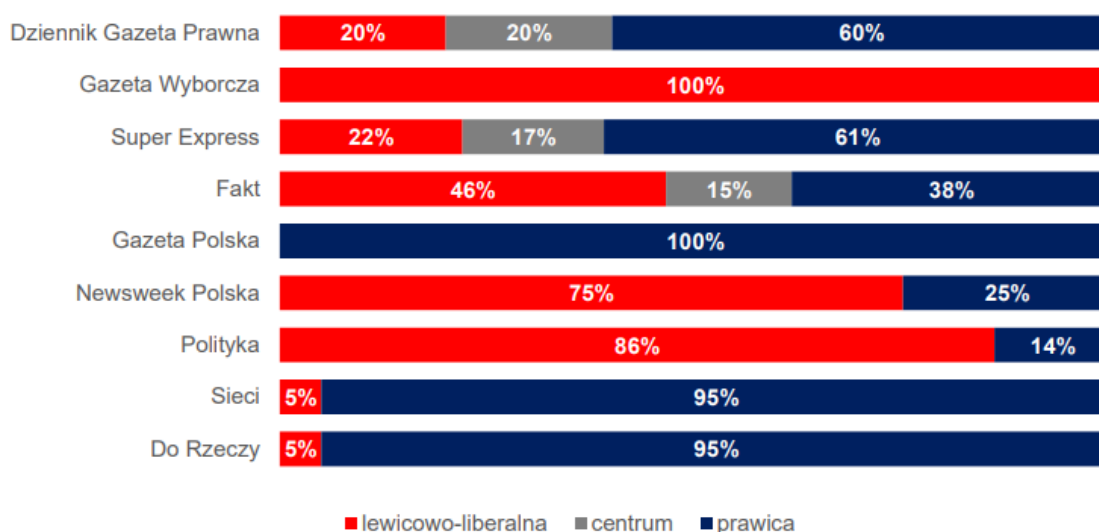
Tabela 8 Autoidentyfikacja „serwisów progresywnych”

Serwis	Cytat
Krytyka Polityczna	„Zawsze postrzegaliśmy działanie w sieci, współpracę z innymi aktywistami i zaprzyjaźnionymi organizacjami jako przestrzeń do budowania relacji. Nazywamy to <i>tworzeniem kleju społecznego</i> . Jak to robimy? Poprzez wspólną pracę nad zmianą dyskursu politycznego i wprowadzanie lewicowego myślenia do debaty społecznej ” (Krytyka Polityczna, b.d.).
OKO.press	„OKO.press to moje trzecie dziennikarskie życie. Po siedmiu latach w podziemnym <i>Tygodniku Mazowsze</i> , który zrobił ze mnie człowieka i 22 latach w <i>Wyborczej</i> , gdzie ćwiczyłem się w dziennikarstwie obywatelskim, powierzono mi wiosną 2016 roku, utworzenie niedużego medium, które miało z pasją młodości wystąpić przeciwko machinie partyjnego państwa PiS i jego narodowo-katolickiej ideologii . [...] Nie planujemy żadnych rewolucji, zamierzamy stać dokładnie tam, gdzie staliśmy do tej pory. Na straży praw kobiet, mniejszości, migrantów, osób LGBT i w okopach dziennikarskiej świętej trójcy: faktów, niezależności, dociekliwości. Będziemy sprawdzać władzę, wytykać błędy opozycji, demaskować propagandowe, populistyczne przekazy, które wciąż w Polsce zdecydowanie zbyt często przybierają formę rasizmu lub homofobii . Będziemy stać po stronie słabszych w ich relacjach z politykami, wielkim biznesem, grupami interesu ” (Pacewicz i in., 2024).

Źródło: opracowanie własne.

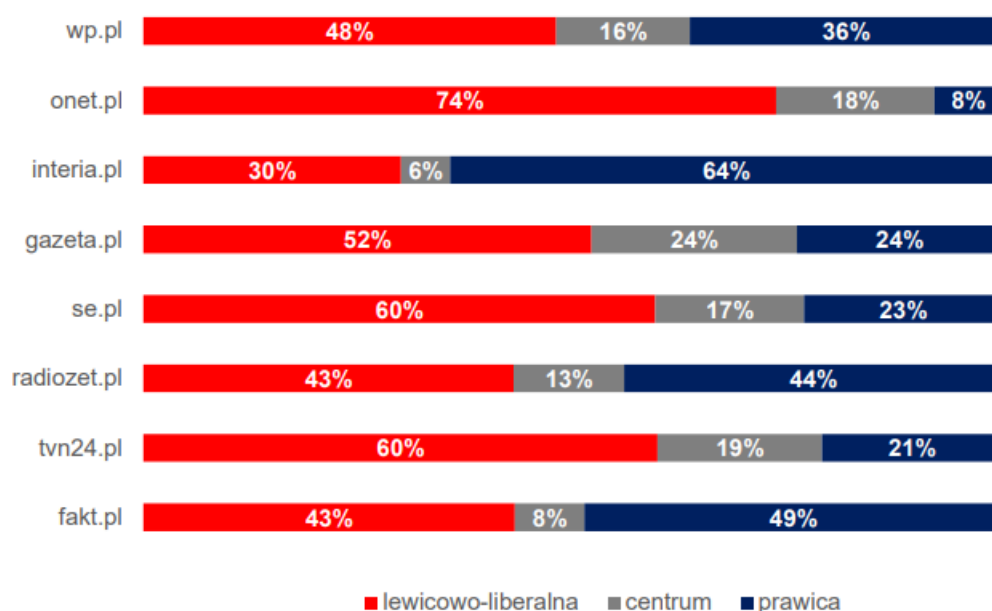
W kontekście nachylenia światopoglądowego warto przytoczyć również badania nad profilem ideologicznym polskich mediów przeprowadzone przez Sojaka i współpracowników (2023). Badacze sprawdzali obecność polityków reprezentujących konkretne partie polityczne w wybranych mediach. Analiza uwzględniała tygodniki prasowe blisko powiązane kapitałowo i personalnie z serwisami Niezależna (tygodnik „Gazeta Polska”) oraz wPolityce (tygodnik „Sieci”). W tygodnikach tych wyraźnie dominowała agenda polityków partii sklasyfikowanych jako „prawicowe/konserwatywne” (Zjednoczona Prawica [PiS, Solidarna Polska, Partia Republikańska, OdNowa, Kukiz’15], Konfederacja, zob. Obraz 4). Spośród serwisów bezpośrednio uwzględnionych w niniejszej pracy badanie obejmowało jedynie Wirtualną Polskę i Onet. Wyniki wskazały, że w mediach tych dominują przedstawiciele partii sklasyfikowanych jako „centrowe” (Polska2050, PSL) oraz „lewicowe/liberalne” (PO/KO, Lewica Razem, Nowa Lewica, zob. Obraz 5). Zgodnie z przyjętą przez badaczy klasyfikacją partię PO/KO uznano jako „lewicową/liberalną”, a nie „centrową”. W tym kontekście należy podkreślić, że jej przedstawiciele, podobnie jak przedstawiciele PSL, w Parlamencie Europejskim wchodzi w skład frakcji EPL, która prezentuje centroprawicową autoidentyfikację (EPP Group in the European Parliament, b.d.), a sama partia w innych opracowaniach akademickich często bywa określana ugrupowaniem centrowym, centroprawicowym lub centrowo-liberalnym (Maj, 2014; Ślarzyński, 2022). Z racji tego można zakładać, że gdyby w cytowanym badaniu partię PO/KO zaliczono do partii centrowych, zarówno Onet, jak i WP, stanowiłyby media, w których dominuje dyskurs polityków centrowych. Onet i WP jako serwisy centrowe zaklasyfikował także m.in. Paradowski (2013). Ponadto, warto odwołać się do typologii inicjatywy Eurotopics, która orientację polityczną uwzględnionych w niniejszym badaniu mediów określała w następujący sposób: WP – liberalna; Onet – centro-lewicowa; wPolityce – prorządowa; „Gazeta Polska Codziennie” (powiązana z portalem Niezależna) – prawicowa; Krytyka Polityczna – lewicowa (Eurotopics, b.d.). Przytoczone analizy pozwalają na przyjęcie wcześniej wskazanego podziału na media centrowe (Onet i WP), media prawicowe (Niezależna i wPolityce) oraz media progresywne (Krytyka Polityczna i OKO.press).

Obraz 4 Profil ideologiczny dzienników i tygodników prasowych



Źródło: *Kto ma przewagę w polskim dyskursie medialnym?* (s. 27), R. Sojak, A. Meler, B. Królicka i B. Balcerzak, 2023, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu (https://www.umk.pl/wiadomosci/dokumenty/Kto_ma_przewage_w_polskim_dyskursie_medialnym_1691066362.pdf?fbclid=IwAR2vOuLsHJ95KEU7ssQDWtf72-VnlXx1A0mwNjzohEmcDW0aM9FeKezRkfA).

Obraz 5 Profil ideologiczny głównych internetowych serwisów informacyjno-publicystycznych



Źródło: *Kto ma przewagę w polskim dyskursie medialnym?* (s. 20), R. Sojak, A. Meler, B. Królicka i B. Balcerzak, 2023, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu (https://www.umk.pl/wiadomosci/dokumenty/Kto_ma_przewage_w_polskim_dyskursie_medialnym_1691066362.pdf?fbclid=IwAR2vOuLsHJ95KEU7ssQDWtf72-VnlXx1A0mwNjzohEmcDW0aM9FeKezRkfA).

(3) Czas publikacji. Cezurę czasową niniejszego badania wyznaczały lata 2019 oraz 2022. Do próby dobierane były zatem wyłącznie teksty publikowane w tym okresie.

Jednostki analizy i rozmiar próby

Jednostkami analizy w niniejszym badaniu były **teksty medialne**. W CDS pojedyncze teksty rozumiane są jako części składowe dyskursu, w ramach których produkowane są znaczenia (Wodak, 2011). Stanowią one formę zapisanych, a zatem utrwalonych materialnie „wytwór działań językowych” (Wodak, 2008, s. 190), dzięki czemu mogą być poddawane analizie. Gromadzono wyłącznie zaczerpnięte z mediów, istniejące wcześniej dane, przez co badanie miało **charakter niereaktywny** (Meyer, 2001). Analiza skupiona była wyłącznie na warstwie językowej badanych artykułów **w formie tekstu pisanego**. Elementy wizualne nie podlegały analizie.

Łącznie na próbę składały się **192 teksty**. Były one pobierane za pomocą wyszukiwarki Google Advanced Search z wyłączeniem funkcji personalizacji wyników w celu ograniczenia skrzywienia wyników ze względu na metadane o użytkowniku, na tyle, na ile pozwalały dostępne środki. Aby zachować jak najbardziej równą reprezentację tekstów z każdego miejsca publikacji, frazy kluczowej oraz roku objętego badaniem, zastosowano następującą procedurę:

- (1) wyszukiwanie dwóch tekstów opublikowanych w danym serwisie w danym roku za pomocą każdej z czterech fraz kluczowych – łącznie osiem tekstów; Tabela 9 przedstawia rozkład tekstów w próbie z podziałem na typy mediów, serwisy oraz czas publikacji;
- (2) jeśli wyniki nie dostarczały odpowiedniej liczby tekstów wyszukiwanych za pomocą danej frazy kluczowej wykorzystywano kolejną, sięgając w pierwszej kolejności po frazę z niezmiennym pierwszym członem (np. przeciwdziałanie dezinformacja → przeciwdziałanie fake news → walka dezinformacja → walka fake news); Tabela 10 przedstawia rozkład tekstów w próbie z podziałem na wykorzystane frazy kluczowe;
- (3) w przypadku serwisu Krytyka Polityczna, pomimo zastosowania kroku 2., nie udało się zgromadzić wystarczającej liczby tekstów w latach 2019 i 2021, w związku z tym wyszukano brakujące teksty z wykorzystywaniem

pomocniczych fraz kluczowych *dezinformacja* oraz *fake news*; pomimo zastosowania tego kroku, w roku 2019 nie udało się zgromadzić wystarczającej liczby tekstów, wobec tego dobrano dwa teksty z roku kolejnego.

Liczba tekstów składających na próbę była zatem stosunkowo niewielka. Należy jednak zaznaczyć, że w badaniach jakościowych istotniejsze od wielkości zbioru danych jest odpowiedni stopień pogłębienia analiz (Silverman, 2008). Z tego względu badania w ramach CDS, które wymagają szczegółowych, czasochłonnych analiz, operują zazwyczaj na ograniczonych materiałach (Meyer, 2001; Wodak, 2001b). Warto w tym kontekście przywołać krytykę Silvermana (2008) dotyczącą nadmiernej triangulacji danych oraz poszerzania ich zbioru kosztem dokładności analiz:

„Błędny i naiwnie »optimistyczny« jest [...] pogląd, że zebranie danych z różnych źródeł automatycznie dostarczy nam obraz bardziej całościowy” [za: Hammersley i Atkinson, 2000, s. 237 – przyp. S.W.]. [...] Zazwyczaj dużo korzystniej jest cieszyć się wycinkowością danych i określonym zjawiskiem, które pozwalają one badać (miejmy nadzieję, że dokładnie). (s. 164-165)

Tabela 9 Rozkład tekstów w próbie z podziałem na typy mediów, serwisy oraz czas publikacji

Miejsce publikacji		Czas publikacji				Łącznie
Typ mediów	Serwis	2019	2020	2021	2022	
Centrowe	Onet	8	8	8	8	32
	Wirtualna Polska	8	8	8	8	32
Prawicowe	wPolityce	8	8	8	8	32
	Niezależna	8	8	8	8	32
Progresywne	OKO.press	8	8	8	8	32
	Krytyka Polityczna	6	10	8	8	32
Łącznie		46	50	48	48	192

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 10 Rozkład tekstów w próbie z podziałem na frazy kluczowe

Frazy kluczowe	Miejsce publikacji						Łącznie
	ON	WP1	WP2	NZ	OP	KP	
Przeciwdziałanie dezinformacja	11	13	11	9	9	12	65
Przeciwdziałanie fake news	5	3	4	4	3	0	19
Walka dezinformacja	9	8	9	9	12	11	58
Walka fake news	7	8	8	10	8	2	43
Dezinformacja	0	0	0	0	0	5	5
Fake news	0	0	0	0	0	2	2
Łącznie	32	32	32	32	32	32	192

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: Wykorzystano następujące skróty dla oznaczenia serwisów internetowych: ON – Onet, WP1 – Wirtualna Polska, WP2 – wPolityce, NZ – Niezależna, OP – OKO.press, KP – Krytyka Polityczna.

III Wyniki analizy i interpretacja

W niniejszym rozdziale przedstawiono wyniki empirycznej analizy tekstów wraz z ich krytyczną interpretacją. Pierwszy podrozdział opisuje głównie strategie dyskursywnego ramowania zjawiska dezinformacji jako konstruktu medialnego. W drugim podrozdziale zaprezentowano rezultaty dotyczące przypisywania dyskursywnych ról w badanym materiale poszczególnym aktorom społecznym. Zwrócono również uwagę na sposoby delegitymizowania zaangażowania tych aktorów w zadania mające na celu przeciwdziałanie dezinformacji. Podrozdział trzeci zawiera przegląd prezentowanych poglądów na temat zasad debaty publicznej w zakresie wolności słowa. W podrozdziale czwartym wskazano specyfikę alternatywnej wizji rozwiązania problemu dezinformacji, która została wyodrębniona w toku interpretacji wyników.

Konstruowanie dezinformacji jako tematu medialnego

Niniejszy podrozdział nakreśla główne sposoby ramowania tematu dezinformacji w badanych mediach. Po pierwsze, przedstawiono analizę strategii etykietowania, które były stosowane do nazywania zjawisk związanych z obecnością nieprawdziwych informacji w usieciowionych przestrzeniach informacyjnych. Następnie wskazano występujące w dyskursie próby definiowania używanych pojęć. Sekcja ta dotyczy zatem pytań: P1, P1.1 oraz P1.1.1. W kolejnej części omówione zostały najistotniejsze toposy dotyczące założeń o specyfice problemu dezinformacji, tj. jego oddziaływania na demokrację (*topos kryzysu demokracji*), logiki preferowanych rozwiązań (*topos przywrócenia prawdy*), skali (*topos dużej skali*), efektów (*topos silnych efektów*), roli szeregowych użytkowników mediów w jego generowaniu i rozwiązywaniu (*topos złych użytkowników mediów*) oraz charakterystyki zagrożeń, które wywołuje i poziomu ich istotności (*topos zagrożenia*). Następnie przybliżono metaforyczne sposoby ujmowania dezinformacji (jako broni, kataklizmu, rośliny oraz patogenu) oraz ich znaczeniowe implikacje. Sekcje dotyczące toposów oraz metafor odnosiły się do pytania P2. W każdej z sekcji wskazywano narzędzia lingwistyczne oraz retoryczne używane do wyrażania poszczególnych stanowisk (P5). Ponadto, jeżeli zachodziły, wskazywano również różnice pomiędzy dyskursami w badanych typach mediów (P6). W ramach

interpretacji wyników zwracano uwagę na funkcje polityczne poszczególnych strategii (P7).

Dezinformacja, czyli co? Strategie etykietowania i dyskursywna konceptualizacja pojęcia

We wszystkich analizowanych typach mediów wyrażano przekonanie, że jednym z kluczowych problemów współczesnej, usieciowionej przestrzeni informacyjnej jest rozpowszechnianie się w niej nieprawdziwych przekazów. Narracja ta pokrywa się z koncepcją „zaburzenia informacyjnego” (*information disorder*), zaproponowaną przez Wardle i Derakhshana (2017). Autorzy za jej pomocą starali się ująć szereg zagrożeń informacyjnych charakterystycznych dla zdigitalizowanego systemu medialnego, wśród których wymieniali zjawiska, takie jak m.in.: „zanieczyszczenie informacji w skali globalnej; złożoną sieć motywacji do tworzenia, rozpowszechniania i konsumowania tych »zanieczyszczonych« wiadomości; niezliczone rodzaje treści i technik ich wzmacniania; niezliczone platformy hostujące i powielające te treści” (Wardle i Derakhshan, 2017, s. 4).

W analizowanym dyskursie stosowano różne strategie etykietowania treści, o których orzekano, że są niezgodne ze stanem faktycznym i przez to niepożądane, szkodliwe, destruktywne dla społeczeństwa. Badania wstępne na ograniczonej próbie tekstów pozwoliły wyróżnić 15 etykiet stosowanych w celu oznaczania tego typu przekazów. Były to: (1) *dezinformacja*, (2) *fałsz*, (3) *fake news*, (4) *propaganda*, (5) *nieprawda*, (6) *manipulacja*, (7) *teoria spiskowa*, (8) *kłamstwo*, (9) *błąd*, (10) *wojna informacyjna*, (11) *szum/chaos informacyjny*, (12) *operacja informacyjna*, (13) *postprawda*, (14) *misinformacja*, (15) *mal-informacja*¹. Ręczne kodowanie wszystkich strategii etykietowania w pełnej próbie nie było wykonalne ze względu na jej rozmiar. Z tego względu we właściwym badaniu kategorie zaprezentowane powyżej zostały wykorzystane do zautomatyzowanego obliczania częstotliwości ich występowania w tekstach.

1 W każdym przypadku zastosowane kategorie analityczne obejmowały zarówno podstawowe formy rzeczownikowe (np. *nieprawda*), jak i pokrewne określenia przymiotnikowe (np. *treść/wiadomość/informacja nieprawdziwa*). Analiza wykorzystywała lematyzację.

Tabela 11 Częstotliwość występowania etykiet stosowanych w celu nazywania treści postrzeganych jako niezgodne z prawdą

#	Kategoria	Częstotliwość występowania				
			Typ mediów			Łącznie
			Cen.	Prog.	Pra.	
1	Dezinfromacja	% n	83% 53	86% 55	78% 50	82% 158
2	Fałsz	% n	67% 43	56% 36	45% 29	56% 108
3	Fake news	% n	58% 37	53% 34	50% 32	54% 103
4	Propaganda	% n	28% 18	48% 31	45% 29	41% 78
5	Nieprawda	% n	31% 20	34% 22	22% 14	29% 56
6	Manipulacja	% n	16% 10	30% 19	20% 13	22% 42
7	Teoria spiskowa	% n	22% 14	34% 22	3% 2	20% 38
8	Kłamstwo	% n	16% 10	22% 14	20% 13	19% 37
9	Błąd	% n	17% 11	28% 18	3% 2	16% 31
10	Wojna informacyjna	% n	6% 4	11% 7	9% 6	9% 17
11	Szum/chaos informacyjny	% n	6% 4	3% 2	6% 4	5% 10
12	Operacja informacyjna	% n	5% 3	2% 1	2% 1	3% 5
13=	Postprawda	% n	2% 1	2% 1	0% 0	1% 2
13=	Misinformacja	% n	3% 2	0% 0	0% 0	1% 2
13=	Mal-informacja	% n	2% 1	0% 0	0% 0	1% 1
Łącznie tekstów w korpusie		% N	33% 64	33% 64	33% 64	100% 192

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: Symbol # oznacza miejsce w rankingu, które zajęła dana kategoria pod względem częstotliwości występowania w całej próbie (bez podziału na typy mediów), określoną procentowo i liczbowo w kolumnie *Łącznie*. Miejsce 1 oznacza największą częstotliwość występowania. *Częstotliwość występowania* oznacza odsetek/liczbę tekstów, w których wystąpił przynajmniej jeden fragment zawierający daną kategorię. Częstotliwość występowania fragmentów zawierających daną kategorię wewnątrz poszczególnych tekstów nie była analizowana. Podkolumny w kolumnie *Typ mediów* prezentują częstotliwość występowania danej kategorii w poszczególnych typach mediów (*Cen.* – serwisy centrowe; *Prog.* – progresywne; *Pra.* – prawicowe). Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Najbardziej intensywne odcienie czerwieni oznaczają najwyższe występujące wartości, odcienie żółci wartości środkowe, natomiast najbardziej intensywne odcienie zieleni wartości najniższe. Kolumna *Łącznie* określa częstotliwość występowania danej kategorii w całej próbie (bez podziału na typy mediów).

Wyniki zaprezentowane w Tabeli 11 pokazują, że zdecydowanie najczęściej stosowanym określeniem we wszystkich typach mediów była dezinformacja (82%

tekstów łącznie). Kolejne dwa miejsca zajmowały fałsz (56% tekstów łącznie) oraz fake news (54% tekstów łącznie). Wśród najistotniejszych różnic pomiędzy analizowanymi typami mediów należy wyróżnić zauważalnie rzadsze stosowanie określenia propaganda w mediach centrowych niż w pozostałych. Wyniki te mogą świadczyć o rzadszym utożsamianiu tematyki współczesnych zagrożeń informacyjnych z klasyczną propagandą polityczną przez serwisy centrowe, a raczej ujmowaniu ich jako wyrażnie osobnego, wyłącznie współczesnego fenomenu. Drugą różnicą, na którą warto zwrócić uwagę, było wyrażnie najrzadsze występowanie etykiety teoria spiskowa w serwisach prawicowych. W mediach tych pojęcie to zostało użyte zaledwie w 3% tekstów, w każdym przypadku jako określenie cytowane. Wyniki te uwiadcniają obecny w dyskursie prawicowym sceptycyzm wobec zasadności stosowania koncepcji teorii spiskowych w kontekście zagrożeń informacyjnych, na które należy zwracać uwagę.

Próby szczegółowego definiowania wskazanych pojęć, które mogłyby służyć ich systematyzacji oraz określeniu relacji między nimi (np. różnic), były podejmowane rzadko we wszystkich typach mediów. Nieliczne definicje, które się pojawiły posługiwały się określeniami uogólniającymi oraz terminami trudnymi do praktycznej operacjonalizacji (np. „fałszywy”, „podawany ze złą intencją”, „niszczący demokrację”), co ilustrują fragmenty przytoczone poniżej (zob. Frag. 1 i Frag. 2).

Frag. 1 *Zmorą współczesnego świata są fake newsy. To wprowadzane do debaty publicznej, często celowo, fałszywe informacje. Niszczą demokrację, antagonizują społeczeństwo. Czynią nasz świat po prostu gorszym. (CEN-ON-19-07)²*

Frag. 2 *Rozróżniając informacje, możemy kategoryzować ich prawdziwości oraz ich szkodliwość. Poniżej udostępniamy przykłady: [(1) – przyp. S.W.] Mal-*

2 Przywoływane fragmenty z analizowanych tekstów są oznaczone czterema elementami wskazującymi źródło: 1) typ mediów: CEN – centrowe, PRA – prawicowe, PROG – progresywne; 2) serwis: ON - Onet, WP – Wirtualna Polska, NZ – Niezależna, WPOL – wPolityce, KP – Krytyka Polityczna, OKO – OKO.press; 3) rok publikacji: 19 – 2019 itd.; 4) numer porządkowy tekstu w próbie z danego typu mediów (od 1 do 32). Przykładowo oznaczenie CEN-ON-19-07 wskazuje, że fragment pochodzi z tekstu opublikowanego w 2019 r. w serwisie Onet, które jest medium centrowym, który w próbie otrzymał numer 07.

informacja - informacja prawdziwa, ale rozpowszechniana ze złą intencją. [(2) – przyp. S.W.] Dezinformacja - informacja nieprawdziwa i podawana ze złą intencją. [(3) – przyp. S.W.] Misinformacja - informacja nieprawdziwa, jednak podawana bez złych intencji. (CEN-WP-21-17)

Ponadto, należy zauważyć, że etykiety te w wielu przypadkach stosowane były w dłuższych ciągach semantycznych, jako wyrażenia blisko ze sobą połączone lub synonimiczne (zob. Frag. 3, Frag. 4 i Frag. 5). Obserwacja ta pozwala wyciągnąć wnioski, że omawiane etykiety były wykorzystywane do oznaczania identycznych lub bardzo zbliżonych desygnatów. Ze względu na tę obserwację analizy opisane w dalszej części pracy odnoszą się nie tylko do zjawisk nazywanych etykietami dezinformacji oraz fake newsów, ale również pozostałych etykiet wskazanych w Tabeli 11.

- Frag. 3 *"Nasze podejście do **dezinformacji** jest takie samo jak w przypadku Facebooka - kiedy znajdziemy taki post, zamiast go usunąć, ograniczymy jego dystrybucję" [...]. [...] W ten sposób będzie ciężko je znaleźć, a sami propagujący takie treści nie będą sobie nawet zdawać z tego sprawy. W efekcie, miejmy nadzieję, nie będą podejmować kolejnych prób siania swojej **propagandy**³. (CEN-WP-19-05)*
- Frag. 4 *MON na swoich stronach wyjaśniło, że Centrum Operacyjne MON oraz Akademickie Centrum Komunikacji Strategicznej, działające przy Akademii Sztuki Wojennej rozpoczynają kampanię społeczną pod hasłem "Fejkoodporni". "Pomoże ona uświadomić, czym jest **dezinformacja i fake newsy**, jakie stwarzają zagrożenia, jak się przed nimi bronić oraz jak chronić siebie i bliskich" - podano. (PRA-NZ-22-25)*
- Frag. 5 *Ciekawość jest naszą najpotężniejszą bronią przeciw propagandzie, dezinformacji, fake newsom i innym rzeczom, które czają się tuż za rogiem, a dla których nawet nie wymyśliliśmy jeszcze nazwy. (PROG-KP-19-01)*

3 Wszystkie pogrubienia w przywoływanych fragmentach analizowanych tekstów pochodzą od autora i mają na celu podkreślić opisywane strategie komunikacyjne.

Należy podkreślić, że jedynie w nielicznych tekstach podnoszono kwestię zbyt dużej płynności, nieprecyzyjności i arbitralności omawianych pojęć. W tym kontekście autorzy części badanych artykułów zwracali uwagę na problemy, takie jak: (1) kreowanie w celu przyciągania uwagi odbiorców nowych nazw dla desygnatów, które posiadały wcześniej inne utrwalone nazwy, np. nazywanie prób wywierania wpływu politycznego za pomocą komunikacji dezinformacją, a nie propagandą; (2) trudności z przekładaniem teoretycznych konceptualizacji na realia życia społecznego, np. związane z orzekaniem w praktyce jaka treść jest „nieprawdziwa” oraz czy intencja jej rozpowszechnienia była „zła”; (3) instrumentalizacja polityczna dyskursu antydezinformacyjnego, np. nadużywanie etykiety dezinformacji przez polityków do piętnowania krytycznych wobec nich treści. Przykłady wątpliwości związanych z etykietowaniem, definiowaniem i praktycznym stosowaniem terminologii dotyczącej współczesnych „zaburzeń informacyjnych” zostały zaprezentowane poprzez Frag. 6, Frag. 7 i Frag. 8.

Frag. 6 *Termin "fake news" zdominował społeczeństwo i media. Definicja fake news jest trudna do ustalenia i podlega subiektywnej ocenie. W historii można znaleźć wiele przykładów faktów, które początkowo były potępiane przez większość ludzi (nawet naukowców) i których rozpowszechnianie było zakazane i karalne, ale które w końcu okazały się prawdziwe. [...] Kto decyduje o tym, co jest fake newsem, a co nie? (CEN-ON-22-31)*

Frag. 7 *„Fałszywe newsy”, dezinformacja, rosyjskie wpływy i propaganda to dziś nowa normalność. [...] Jednak zanim zaczniemy rozmawiać o rozwiązaniach, musimy określić, na czym polega problem. A tu łatwo się zgubić w szczegółach i anegdotach. Nie wszystkie problemy mediów społecznościowych są zabójcze dla demokracji. (PROG-KP-19-06)*

Frag. 8 *– Propaganda i dezinformacja – to są nasze oficjalne terminy, używane obecnie przez amerykańskich urzędników również w OBWE. Z premedytacją nie korzystamy z terminu „fake news”, ponieważ jest on nieprecyzyjny i stał się zbyt upolityczniony – usłyszeliśmy w siedzibie OBWE w stolicy Austrii. (PRA-NZ-19-06)*

Główne sposoby ramowania dezinformacji jako konstruktu medialnego

Dezinformacja ramowana była w analizowanym dyskursie jako jeden z fundamentalnych problemów współczesnego świata (zob. Frag. 9, Frag. 10, Frag. 11). Wyrażano przeświadczenie o kluczowym znaczeniu tego problemu dla przebiegu najistotniejszych wydarzeń społeczno-politycznych ostatnich lat. W związku z tym autorzy przypisywali mu status tematu najwyższej rangi, o priorytetowym znaczeniu. Narracja o konieczności skoncentrowania uwagi opinii publicznej na tym zagadnieniu obecna była we wszystkich badanych typach mediów. Dezinformacja była ramowana jako centralny wątek nie tylko w debacie o współczesnym społeczeństwie w szerokim ujęciu, ale również bardziej sprecyzowanej debacie dotyczącej mediów oraz innych technologii komunikacyjnych (zwłaszcza mediów społecznościowych, zob. Frag. 10). O tym jak wysoki priorytet przypisywano zagadnieniu dezinformacji może świadczyć m.in. fakt, że w dyskursie prezentowany był pogląd, zgodnie z którym dezinformacja była równie ważnym lub ważniejszym problemem niż pandemia COVID-19 (zob. Frag. 12 i Frag. 13).

- Frag. 9 *Od czasu referendum w sprawie brexitu i wyborów prezydenckich w Stanach Zjednoczonych w 2016 pytanie o to, w jaki sposób media społecznościowe kształtują demokrację, stało się **jednym z najważniejszych tematów współczesności**. (PROG-KP-22-31)*
- Frag. 10 *Termin "fake news" **zdominował społeczeństwo i media**. (CEN-ON-22-31)*
- Frag. 11 *Dezinformacja jest jednym z **największych współczesnych zagrożeń**. (PRA-NZ-22-25)*
- Frag. 12 *Polska Agencja Prasowa (PAP) wspólnie z GovTech Polska uruchamia społeczny projekt weryfikacji treści, dotyczących wirusa SARS-CoV-2, publikowanych w internecie. [...] **W czasie zagrożenia epidemicznego największym wyzwaniem jest weryfikacja zasobów internetowych i demaskowanie nieprawdziwych wiadomości dotyczących wirusa SARS-CoV-2**. (CEN-ON-20-13)*
- Frag. 13 *Morawiecki postanowił odpowiedzieć na fake newsa i w tym celu opublikował wpis na Facebooku oraz Twitterze. [...] Premier zaapelował*

też o jak najszerze rozpowszechnienie swojego apelu. "Dziś ważne są dwa hasła - STOP FAKE NEWS oraz ZOSTAŃ W DOMU!" - napisał Morawiecki. (CEN-ON-20-15)

We wszystkich analizowanych typach mediów obecna była narracja, zgodnie z którą dezinformacja stała się tak znaczącym zjawiskiem w 2016 roku (zob. Frag. 14, Frag. 15 i Frag. 16). Zakładano, że dezinformacja odegrała istotną rolę w trakcie kampanii politycznych związanych z wyborami prezydenckimi w Stanach Zjednoczonych oraz referendum w sprawie wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. Rok 2016 był w związku z tym przedstawiany jako pewnego rodzaju punkt zwrotny dla współczesnego świata. Był on prezentowany jako cezura dzieląca najnowszą historię na okres przed i po pojawieniu się problemu dezinformacji. Co więcej, w niektórych tekstach podkreślano, że problem dezinformacji przed 2016 rokiem w ogóle nie występował (zob. Frag. 14). Zgodnie z tą wizją pod wpływem rozpowszechnienia się w debacie publicznej przekazów prezentujących fałszywy obraz świata, w 2016 roku miała miejsce niepożądana, niekorzystna jakościowa zmiana funkcjonowania współczesnej przestrzeni informacyjnej. Należy jednak zwrócić uwagę, że w mediach prawicowych, w odróżnieniu od pozostałych, narracja ta pojawiała się zazwyczaj w treściach cytowanych (zwłaszcza z mediów „nieprawicowych”, takich jak m.in. „The Washington Post” czy agencja Reuters, zob. Frag. 15), a nie autorskich. Brak bezpośredniego kreowania narracji o 2016 roku jako punkcie granicznym w materiałach redakcyjnych w serwisach prawicowych może świadczyć o kontestowaniu poglądu, zgodnie z którym należy uznać, że dezinformacja była decydującym czynnikiem, który pozwolił na polityczne zwycięstwa sił prawicowych w Stanach Zjednoczonych (Donald Trump) oraz Wielkiej Brytanii (zwolennicy brexitu) w 2016 r.

Frag. 14 *Odkąd po raz pierwszy zjawisko dezinformacji zaobserwowano przy okazji amerykańskich wyborów w 2016 r., jej natura się zmieniła, a kampanie internetowe są coraz bardziej zaawansowane. (CEN-ON-19-02)*

Frag. 15 *Kwestia rozprzestrzeniania w sieci treści dezinformacyjnych stała się palącym problemem dla amerykańskich polityków i firm internetowych po wyborach prezydenckich w USA z 2016 roku, gdy*

podmioty związane z rządem Rosji wpompowały setki tysięcy zwodniczych wiadomości w ekosystem mediów społecznościowych – pisze Reuters. (PRA-NZ-20-14)

Frag. 16 *Prawdziwy **przełom nastąpił dopiero w 2016 roku**. Oczywiście mam na myśli **brexit i wybór Trumpa**, ale też wzrost popularności takich partii jak **Alternative für Deutschland** w Niemczech. (PROG-KP-20-11)*

Należy jednak dodać, że w dyskursie pojawiały się również, choć znacznie rzadziej, odmienne opinie na temat umiejscowienia problemu dezinformacji na osi czasu. Wyrażano przekonanie, że komunikowanie treści niezgodnych z prawdą do osiągnięcia określonych celów jest procesem inherentnym dla życia społecznego, w związku z tym towarzyszyło człowiekowi od niepamiętnych czasów (zob. Frag. 17, Frag. 18 i Frag. 19). W tym ujęciu problem dezinformacji rozumiany był zatem jako tożsamy z problemem propagandy. W większości przypadków twierdzeniom tym towarzyszyło wyrażanie opinii, że chociaż współczesne zagrożenia informacyjne są znane z przeszłości, to jednak obecnie są znacznie bardziej szkodliwe niż wcześniej ze względu na upowszechnienie się internetu, a zwłaszcza platform społecznościowych (zob. Frag. 18 i Frag. 19).

Frag. 17 ***Fake news to nie jest wynalazek mediów społecznościowych lub szerzej, internetu**. Celowo rozpowszechniane fałszywe informacje w celu osiągnięcia konkretnych celów, czy to politycznych, czy gospodarczych, z powodzeniem testowano już **kilkadziesiąt lat temu – żeby nie cofać się jeszcze dalej w przeszłość**. (CEN-ON-19-07)*

Frag. 18 *Jak podkreślili eksperci NASK, **dezinformacja jest stara jak świat**, ale w obliczu transformacji cyfrowej **nabiera nowego znaczenia**, bo rozprzestrzenia się błyskawicznie. (PRA-WPOL-19-05)*

Frag. 19 *Propaganda i dezinformacja towarzyszyły ludziom od zawsze, ale nie w takim stopniu i w taki sposób – przynajmniej nie w prawidłowo działających demokracjach. (PROG-KP-19-06)*

Topos kryzysu demokracji

Definiowanie 2016 roku jako punktu granicznego we współczesnej historii wpisywało się w szerszy *topos kryzysu demokracji*. Zgodnie z nim od 2016 roku

liberalna demokracja (w szczególności w państwach zachodnich) znalazła się w stanie znaczącego, egzystencjalnego zagrożenia. Zagrożenie to miało dotyczyć samego rdzenia tego ustroju, za który uznawano prawdę i rozum (zob. Frag. 20 i Frag. 21). Demokracja była zatem prezentowana jako system rządów, który niegdyś był stabilny i dobrze funkcjonujący, natomiast utracił te cechy w ostatnich latach za sprawą zaniku znaczenia wartości związanych z prawdziwością w sferze polityki. Wizja ta wyrasta ze specyficznego rozumienia demokracji jako sposobu organizacji społeczeństwa, którego celem powinno być podejmowanie jak najbardziej racjonalnych i efektywnych wyborów. Funkcjonowanie tego systemu miało zakłócić pojawienie się fałszywych informacji w internecie, które zgodnie z prezentowaną narracją, uniemożliwiły obywatelom podejmowanie „racjonalnych” decyzji (zob. Frag. 21).

Frag. 20 *25 listopada 2020 PE przyjął [...] sprawozdanie autorstwa polskiej eurodeputowanej Magdaleny Adamowicz (KO) ws. wzmacniania wolności mediów. Obejmuje ono: ochronę dziennikarzy w Europie, **przeciwdziałanie mowie nienawiści i dezinformacji** oraz rolę platform internetowych w tym kontekście. "Mówimy o fundamencie naszej demokracji, bez którego ona nie istnieje. Za pomocą nienawiści, braku informacji i dezinformacji zdobywa się lub utrzymuje dziś władzę w wielu miejscach na świecie, także w Unii Europejskiej. Jesteśmy coraz bardziej bezradnymi świadkami unieważniania demokracji. Głos oddany z nienawiści, z braku informacji lub na podstawie dezinformacji, nawet prawdziwie zliczony, nigdy nie będzie demokratycznym wyborem. Dlatego dostęp do rzetelnej informacji jest w demokracji niezbędny. A taką rzetelność zapewniają wyłącznie niezależne media" - tłumaczyła deputowana Adamowicz. (PROG-OKO-20-19)*

Frag. 21 *NIEZBĘDNE SĄ ZDECYDOWANE DZIAŁANIA CYFROWYCH PLATFORM. [...] **prawda** i ochrona wolnych mediów są **niezbędnym elementem wspomnianej demokracji** i zachowania pokoju na świecie. [...] Dlatego jako dziennikarze żądamy od firm Meta, Google, Twitter oraz ByteDance,*

by niezwłocznie włączyły się do aktywnej walki z rosyjską kampanią dezinformacji. (CEN-ON-22-30)

Farkas i Schou (2019) zauważają, że narracja ta ma swoje źródła w neoliberalnej wizji demokracji, która promuje technokratyczne relacje władze, w ramach których polityka powinna być sferą „prawdy”, „ekonomicznej racjonalności” oraz „zdrowego rozsądku”. Dorobek badań krytycznych wskazuje, że pojęcia te w praktyce społecznej często wykorzystywane są do naturalizowania ideologicznej hegemonii grup dominujących (Flowerdew i Richardson, 2017; Hebidge, 1979; Mouffe, 2015a). Pod pretekstem optymalizacji i wzmacniania racjonalności procesów politycznych elity wykazują tendencję do narzucania logiki rynkowej na inne przestrzenie życia, a w efekcie podtrzymywania nierówności oraz osłabiania partycypacji obywateli w aktywnym kształtowaniu porządku społecznego. Idee, które podważają korzystne dla rządzących grup status quo mogą być dzięki tym strategiom dyskursywnym dyskredytowane jako „nieracjonalne”, „nierealne”, sprzeczne ze „zdrowym rozsądkiem” (Fisher, 2009). Neoliberalna wizja pomija zatem egalitarny komponent idei demokracji, związany z dążeniem do wspólnotowości, inkluzywności oraz osiągania zgody poprzez pluralistyczną deliberację z równą reprezentacją interesów wszystkich warstw społecznych.

Omawiana narracja wykorzystuje strukturę *toposu kryzysu*. Jego argumentacyjna logika polega na kreowaniu przekonania o „krytycznym charakterze obecnej sytuacji [...], a także konieczności podejmowania dalszych działań w celu uniknięcia nadchodzących zagrożeń” (Krzyżanowski, 2015, s. 122). Jest to forma retoryki, której celem jest wywoływanie poczucia niepewności i strachu u odbiorców (Cap, 2022). W efekcie dąży ona do uzyskiwania legitymizacji dla pilnych i nadzwyczajnych środków zaradczych, których użycie nie byłoby uzasadnione w okolicznościach „nie-kryzysu”. Ramowanie sytuacji jako kryzysowej może zatem pomagać w uzasadnianiu przyjmowania szerokich, ekstraordynaryjnych uprawnień przez aktorów społecznych, którym przypisywana jest rola, tych którzy mają być odpowiedzialni za przywrócenie „stanu spokoju/normalności” (lub którzy sami sobie taką rolę przypisują; zob. więcej w podrozdziale: *Przypisywanie dyskursywnych ról poszczególnym kategoriom aktorów społecznych*).

Topos przywrócenia prawdy

Tematyka dezinformacji była również osadzona w *toposie przywrócenia prawdy*. Opierał się on na wizji, zgodnie z którą porządek społeczny bazował niegdyś na wspólnym oglądzie fundamentów rzeczywistości podzielanym przez ogół obywateli. Jak zaznaczono w poprzedniej sekcji, powszechna zgoda w stosunku do podstawowych kwestii publicznych była postrzegana jako kluczowy i niezbędny element podtrzymywania stabilności systemu demokratycznego. Porządek ten miał się zacząć się załamywać wraz z rozwojem mediów społecznościowych, które pozwoliły każdemu użytkownikowi na publikowanie treści i docieranie do szerokiego grona odbiorców. Technologia ta sprawiła zatem, że komunikacyjny monopol zinstytucjonalizowanych aktorów, takich jak media tradycyjne, partie polityczne czy środowisko naukowe uległ osłabieniu a procesy wymiana informacji w społeczeństwie stały się bardziej rozproszone i wielokierunkowe. Opisujący topos przyjmuje, że w rezultacie tych zmian systemy demokratyczne znalazły się w stanie kryzysu, rozumianego jako upadek dotychczasowego konsensusu na rzecz irracjonalnego populizmu, demagogii i obcych, wrogich wobec demokracji wpływów.

Wnioskiem z tej narracji był postulat przywrócenia nadrzędnego statusu prawdy w debacie publicznej. Zakładano, że współczesne napięcia społeczno-polityczne, np. sprzeciw wobec polityk klimatycznych, poparcie wyborcze dla prawicowego populizmu czy postawy antyszczepionkowe mają swoje źródła w dostępie dużej części społeczeństwa do dezinformacji. Wobec tego przyjmowano, że rozwiązaniem wskazanych problemów powinno być dostarczanie obywatelom prawdziwych informacji w miejsce fałszywych, na których opierają swoją wiedzę o świecie i decyzje polityczne (zob. Frag. 22). Optyka ta opierała się na pozytywistycznej wierze w „»zniewalającą moc prawdy«, [która – przyp. S.W.] przejawia się w podejściu, że wystarczy ludziom ją [prawdę – przyp. S.W.] pokazać, by jej blask ich oświecił, dostrzegli swe błędy i na powrót zaufali nauce i naukowcom” (Stankiewicz, 2011, s. 102). Zgodnie z opisaną logiką nawoływano do podejmowania intensywnych wysiłków w celu eliminowania kłamstw i ograniczania dostępu jej nadawców do środków społecznego przekazu.

Frag. 22 *Brak kompetencji związanych z bezpieczeństwem, ochroną danych czy filtrowaniem informacji może wręcz sprawić, że internet zamiast narzędziem włączania społecznego stanie się źródłem zagrożeń i problemów behawioralnych i społecznych. [...] Osoby i grupy produkujące i rozpowszechniające fake newsy znają te słabości i je wykorzystują. [...] grupy, które są szczególnie narażone na takie działania to osoby starsze, o niskim poziomie wykształcenia, osoby o najniższych dochodach, mieszkańcy wsi, a także dzieci czy osoby z niepełnosprawnościami. Szczególnie **tym osobom trzeba pomóc**, również w zakresie rozumienia tego, co internet przekazuje i **jak odróżnić prawdę od fałszu**. (CEN-WP-22-29)*

Wizja ta zakłada zatem potrzebę „powrotu do epoki prawdy”, co wyrażane było m.in. poprzez stosowanie pojęcia postprawdy do opisywania specyfiki współczesnego społeczeństwa. Przedrostek „post” implikuje bowiem, że wcześniej funkcjonowała „epoka prawdy” oraz, że jej przywrócenie jest możliwe. Ponowne osadzenie debaty publicznej na prawdzie miałyby stanowić kluczowy element rozwiązania współczesnych problemów, takich jak m.in. rosnąca polaryzacja, przemoc polityczna czy spadające zaufanie do instytucji publicznych oraz ich polityk (np. strategii migracyjnych czy transformacji klimatycznej).

Topos ten kreował zatem wizję, zgodnie z którą odróżnianie twierdzeń prawdziwych od fałszywych w praktyce społecznej jest możliwe w każdej sytuacji, ponieważ granica między prawdą a fałszem jest jasna, wyraźna, bezsporna. Dezinformacja była zatem prezentowana jako celowe „wypaczenie” prawdy postrzeganej jako kategoria apolityczna i obiektywna. Wobec tego na poziomie deklaratywnym wyrażano pogląd, że należy dążyć do kreowania inicjatyw, w ramach których aktorzy o różnym nachyleniu światopoglądowym oraz pozycji społecznej będą wspólnie promować prawdę i dyskredytować fałsz. Aktorami tymi mieliby być dziennikarze, obywatele, eksperci, ale także korporacje biznesowe czy politycy. Postulaty „obrony prawdy ponad podziałami” formułowane były we wszystkich typach mediów (zob. Frag. 23, Frag. 24 i Frag. 25).

Frag. 23 *Do rozwiązania problemu [wpływu nieprawdziwych informacji na społeczeństwo – przyp. S.W.] muszą być **zaangażowani różni aktorzy**. To*

*co jest potrzebne to systematyczne działanie przeciwko nieprawdziwym informacjom, **kontrola obywatelska, fact-checking, większa uwaga ze strony mediów, większa odpowiedzialność polityków.** (CEN-ON-19-08)*

Frag. 24 *Pokażmy, że **cała Polska wspólnie walczy z fake news**, zachęcam do wykorzystywania nakładki na zdjęcie profilowe na Facebooku, jaką stworzyliśmy, żeby promować akcję zostań w domu - zaapelował premier Mateusz Morawiecki. (PRA-NZ-20-15)*

Frag. 25 ***Musimy współpracować w walce z dezinformacją.** Wyniki niedawnego wirtualnego szczytu G-20 wskazują taki właśnie ogólny kierunek. Ale w najbliższych dniach i tygodniach trzeba będzie podtrzymać i w pełni wdrożyć **globalne i wielostronne inicjatywy.** (PROG-KP-19-08)*

Szczególna rola w ramach tej narracji przypisywana była zinstytucjonalizowanym mediom, postrzeganym jako silne, niezależne podmioty, które niegdyś sprawowały rolę komunikacyjnego gatekeepera odpowiedzialnego za pozyskiwanie rzetelnych informacji, selekcjonowanie najistotniejszych z nich, a następnie przekazywanie ich obywatelom, umożliwiając im dostęp do „tego, co się dzieje na świecie”. Ważną składową toposu przywrócenia prawdy była zatem wiara w możliwość ukazywania prawdy przez media oraz zbliżone do nich podmioty, spełniające podobne zadania (zwłaszcza organizacje fact-checkingowe; zob. Frag. 26, Frag. 27 i Frag. 28). Co więcej, w ramach tej narracji wyrażana była nostalgia za „złotą erą dziennikarstwa”, czyli okresem poprzedzającym pojawienie się platform społecznościowych, w którym media tradycyjne stanowiły dominującą przestrzeń debaty publicznej. W ramach toposu przywrócenia prawdy media tamtego okresu postrzegane były jako wyznacznik pluralizmu oraz wysokich standardów informowania i dyskusowania o sprawach publicznych, których to reguł brakuje we współczesnej sferze informacyjnej (zob. Frag. 28, Frag. 29, Frag. 30).

Frag. 26 *[Agence France-Presse – przyp. S.W.] mocno walczy z fake newsami. Szuka ich, sprawdza podejrzane informacje i **podaje, co jest prawdą, a co nie.** (CEN-ON-19-07)*

Frag. 27 *Media podległe władzy to niekończące się pranie mózgów za publiczne pieniądze. A **wolne media to prawda.** Prawda to możliwość dokonywania wyboru **zgodnie z rozumem i sumieniem.** Oddanie głosu na podstawie*

kłamstwa nie jest wolnym wyborem. Dlatego ten, kto zamienia wolne media w media rządowe, zabiera Ci wolność, bo zabiera Ci prawdę. Tu nie chodzi o wolność mediów – tu chodzi o Twoją wolność! (PROG-OKO-21-09)

Frag. 28 *O ile w minionych wiekach w prasie trwała walka o prawdę, o tyle współcześnie coraz częściej mamy do czynienia z walką z prawdą. Amerykańskie media pokroju CNN czy „The Washington Post” pokazują wyraźnie owo przeorientowanie standardów. (PRA-WPOL-19-08)*

Frag. 29 *Dziennikarz nie jest już tym dziennikarzem, jakim był kiedyś. (CEN-ON-19-08)*

Frag. 30 *Do niedawna [...] dziennikarze przestrzegali kodeksów zawodowych i etycznych, a nad ich pracą czuwały organy kontrolne, które wkraczały do akcji, gdy te kodeksy były łamane. Standardem było uprawianie możliwie jak najlepszego dziennikarstwa – choć co znaczy „dobre” dziennikarstwo, zawsze pozostawało kwestią interpretacji. (PROG-KP-19-03)*

Zaprezentowaną powyżej narrację z perspektywy krytycznej należy ocenić jako rodzaj wyidealizowanej wizji debaty publicznej przed pojawienia się mediów cyfrowych. Pomija ona udział uwarunkowań społecznych, takich jak ideologie, tożsamość czy interesy ekonomiczne w konstruowaniu twierdzeń, które uznawane są za prawdę w danym porządku społecznym (Fleck, 2006; Knorr-Cetina, 2014). Zamiast tego przyjmowano, że prawda jest oczywista, klarowna i niezależna od osądów podmiotów poznających (ich światopoglądu, zdolności poznawczych, sytuacji społecznej, języka itd.), a dezinformacja jest zawsze jedynie celowym i świadomym „wykrzywieniem” tej prawdy. Narracja ta nie dostrzega, że rzekoma „powszechna zgoda” w przeszłości, reprodukowana przez media głównego nurtu, nie była wyrazem „prawdy” o rzeczywistości, ale stanowiła raczej rodzaj dyskursywnej hegemonii elit symbolicznych, posiadających uprzywilejowany dostęp do środków społecznego przekazu. Krytyczna interpretacja toposu przywrócenia prawdy musi zatem uwzględniać, że „produkcja wiedzy i informacji stanowi aktywny proces i ma charakter polityczny, służąc i przynosząc korzyści określonym interesom” (Kuo i Marwick, 2021, s. 4). Wizja rzeczywistości prezentowana przez media nigdy nie była i nie może być zatem bezstronnym

„odbiciem rzeczywistości”, a jedynie jej konstruowaną wizję, w ramach której pewne tematy i sposoby ich opisu są promowane, a inne wykluczane.

W ujęciu krytycznym utożsamianie idei demokracji z prawdą należy oceniać jako zagrożenie dla demokracji rozumianej jako system, którego fundamentem powinna być pluralistyczna reprezentacja oraz podejmowanie decyzji politycznych w ramach społecznej deliberacji. Status prawdziwości może być bowiem zawłaszczany przez aktorów posiadających silniejszą pozycję w społecznych relacjach władzy w celu narzucania wizji rzeczywistości zgodnej z ich interesami. Celem tego procesu jest depolityzacja hegemonii kulturowej grup dominujących, ukazywanie tego stanu rzeczy jako neutralnego konsensusu, który nie posiada charakteru ideologicznego. Konkretyzując, treści przekazywanych przez media głównego nurtu nie należy postrzegać jako bezstronnego opisu „tego, jak jest”, ale raczej jako dyskursywną konstrukcję rzeczywistości z perspektywy elit symbolicznych, wśród których dominują biali, wykształceni, zamożni mężczyźni. Alarmistyczne postulaty antydezinformacyjne można zatem odczytywać jako obawy tych elit o zbyt daleko idące przekształcenia relacji władzy we współczesnych systemach komunikacyjnych. Postulaty „przywrócenia prawdy” stanowią w tym ujęciu strategię retoryczną, której celem jest dyskredytowanie idei demokratyzacji i decentralizacji komunikacji, przy jednoczesnym budowaniu poparcia dla przywracania pozycji i siły oddziaływania podmiotów, które stanowiły ośrodki władzy symbolicznej w epoce mediów masowych.

Co więcej, topos przywrócenia prawdy ukazuje wysoce redukcjonistyczną wizję współczesnych napięć społeczno-politycznych. Jak wcześniej podkreślano, ich główną przyczyną ma być brak dostępu do prawdziwych informacji przez dużą część społeczeństwa. Odcięcie tym grupom dostępu do dezinformacji i jednocześnie dostarczenie im prawdy miałyby stanowić rozwiązanie problemu. Wizja ta pomija zatem szerszy kontekst konfliktów we współczesnych społeczeństwach demokratycznych związany z nierównościami społecznymi i towarzyszącymi im procesami, takimi jak m.in. zanik wspólnotowości, ograniczanie zabezpieczeń społecznych czy niestabilność zatrudnienia. Narracja ta nie zauważa, że rosnąca polaryzacja czy niechęć wobec liberalnej demokracji i jej instytucji mogą być wyrazem sprzeciwu wobec polityk opartych na „racjonalnym”, neoliberalnym kapitalizmie, który licznym obywatelom nie przynosi oczekiwanych benefitów

i pozostawia ich w warunkach prekarności. Zamiast tego wytłumaczenia oferowany jest uproszczony pogląd, zgodnie z którym społeczeństwo zostało „ogłupione” przez dezinformację w sieci i dlatego podejmuje niewłaściwe, nieracjonalne, niedemokratyczne decyzje polityczne (zob. więcej w sekcji: *Topos złych użytkowników mediów*).

Topos dużej skali

Kolejnym toposem istotnym dla ramowania tematyki przeciwdziałania dezinformacji w analizowanych mediach był *topos dużej skali*. Topos ten opierał się na założeniu, że skala problemu dezinformacji jest bardzo duża, a zatem należy wdrażać w stosunku do niego pilne środki zaradcze. W rozdziale I wskazano, że wyniki aktualnych badań dotyczących skali dezinformacji przynoszą mieszane wyniki, dostarczając wielu dowodów, które świadczą o ograniczonym zasięgu zjawiska (Altay i in., 2023). We wszystkich analizowanych typach mediów dominowało jednak niekwestionowane przekonanie o masowym charakterze problemu (zob. Frag. 31, Frag. 32 i Frag. 33). W ramach omawianego toposu wykorzystano hiperbole, których celem było zwiększanie nasycenia emocjonalnego i obrazowości przekazu poprzez wyolbrzymianie atrybutów przypisywanych dezinformacji, które związane były z wielkością tego zjawiska oraz częstotliwością jego występowania (np. „szokująca liczba”, „niewyobrażalna skala”, „ogromna skala”, zob. Frag. 31, Frag. 32 i Frag. 33).

Frag. 31 *Coraz więcej fake newsów. Szokująca liczba prób dezinformacji w Polsce (CEN-ON-22-29)*

Frag. 32 *Rosja posiada długą tradycję siania dezinformacji, lecz dzięki postępowi technicznemu, działania prowadzone są obecnie na porażającą, niespotykaną dotąd skalę. (PRA-WPOL-19-05)*

Frag. 33 *Fałszywe konta na platformach społecznościowych, które usiłują wpłynąć na nastroje społeczne i poglądy polityczne ludzi to zjawisko, z którym platformy borykają się na ogromną skalę. (PROG-OKO-19-29)*

Argumenty przeciwne, które wyrażały sceptycyzm wobec przekonania o dużej skali były rzadkie. Jeżeli się pojawiały, to nie odnosiły się one zazwyczaj do konkretnych dostępnych danych naukowych, ale raczej sprowadzały się jedynie do

dezawuowania politycznej sprawczości Rosji poprzez wykorzystywanie określonych strategii orzekania (zob. Frag. 35) i tonowania (np. „domniemana [...] ingerencja”, zob. Frag. 34). Rosja przedstawiana była w tym kontekście jako słaba, nieudolna i nieefektywna, a zatem atrybuty te przypisywano jednocześnie dezinformacji w rozumieniu kampanii propagandowych organizowanych przez państwo (zob. Frag. 34 i Frag. 35).

Frag. 34 *Ponieważ **domniemana rosyjska ingerencja** wciąż jest postrachem dla szeregu wyborów, które odbędą się na Zachodzie do 2024 r., amerykański weteran wojskowy mówi, że NAFO jest przypomnieniem, iż **Moskwa nie jest molochem dezinformacji, za jakiego wielu ją uważa**. Jeśli Kreml nie potrafi poradzić sobie z niezorganizowanym tłumem "psich" kont w mediach społecznościowych [publikujących memy uderzające w rosyjskie przekazy propagandowe – przyp. S.W.], dodaje, **jak można poważnie traktować jego maszynę propagandową?** (CEN-ON-22-27)*

Frag. 35 *Mamy bardzo groźnego sąsiada, który jak widzimy, nie ma skrupułów, także w sferze cyfrowej. Ale z drugiej strony zarówno po **rosyjskim konwencjonalnym wojsku, jak i po cyberarmii widać dzisiaj, że nie są aż tak potężne, jak mogło się wydawać**. (PROG-KP-22-26)*

Na topos dużej skali składały się liczne pomniejsze założenia, które zostały omówione w poniższych akapitach. Po pierwsze, w kontekście opisywania dezinformacji autorzy posługiwali się strategiami orzekania, które przypisywały zjawisku atrybuty, takie jak: nieustanny rozwój, przybieranie na sile i ciągłe wzrastanie (zob. Frag. 36, Frag. 37 i Frag. 38). Ekspansja ta w wielu przypadkach prezentowana był jako gwałtowna, a nawet niemożliwa do powstrzymania. Wskazane cechy odnoszono nie tylko do stanu przeszłego i teraźniejszego, ale wykorzystywano również strategie wzmacniania, które wyrażały pewność, że problem ten będzie przybierał na sile w przyszłości (np. „czeka [nas]”, „będziemy mieli”, zob. Frag. 39). Autorzy dla podkreślenia permanentnej intensyfikacji zjawiska posługiwali się metaforami medycznymi (zob. Frag. 40) oraz przyrodniczymi (Frag. 41), opisując dezinformację z wykorzystaniem cech zjawisk nieożywionych, które konotują trudną do kontrolowania ekspansywność (np. wirusy i grzyby; zob. więcej w sekcji: *Metafory*).

- Frag. 36 *Przy dezinformacji **poszerzającej się na coraz większą skalę**, dotychczasowe metody walki z nią okazały się nie do końca skuteczne. (CEN-WP-21-21)*
- Frag. 37 *Wiceszefowa KE Viera Jourova, przedstawiając w Brukseli plan walki z dezinformacją związaną z koronawirusem, powiedziała, że [...] dezinformacja w Unii Europejskiej staje się **coraz bardziej powszechnym nazwiskiem**. (PRA-NZ-20-13)*
- Frag. 38 *Rynek manipulacji **rośnie z roku na rok**. (PROG-OKO-19-25)*
- Frag. 39 ***USA czeka** bezprecedensowa fala fake newsów podczas kampanii wyborczej. [...] A skala wyzwań tylko rośnie. - W listopadzie **będziemy mieli** Superpuchar Dezinformacji. (CEN-ON-20-14)*
- Frag. 40 *Teorie spiskowe funkcjonują na całym świecie, a teraz, w czasie pandemii koronawirusa, **mnożą się hurtowo**. (PROG-OKO-20-21)*
- Frag. 41 ***Jak grzyby po deszczu wyrastają** fejkowe portale informacyjne, które nie mają redakcji i nie wiadomo, skąd się wzięły. (CEN-WP-22-30)*

Topos dużej skali wykorzystywał również strategię dyskursywną, których celem było podkreślanie stałej, nieprzerwanej wszechobecności dezinformacji we współczesnych przestrzeniach informacyjnych (zob. Frag. 42, Frag. 43 i Frag. 44). Prezentowano pogląd, zgodnie z którym odbiorcy wystawieni są na dezinformację wszędzie, cały czas, na każdym kroku. Opisy te mogły pełnić funkcję budowania i podtrzymywania w odbiorcach poczucia osaczenia i zagrożenia (zob. więcej w sekcji: *Topos zagrożenia*)

- Frag. 42 *Nie ma dnia, abym na Facebooku nie natknął się na fake newsy i manipulacje. (CEN-WP-20-15)*
- Frag. 43 *Każdego dnia zalewani jesteśmy kolejną falą fake newsów. (PRA-WPOL-19-07)*
- Frag. 44 *Polityczne fake newsy i armie trolli [...] zalewają codziennie nasze mózgi. (PROG-KP-19-04)*

Na topos dużej skali składała się również narracja o szybkim rozprzestrzenianiu się dezinformacji wśród odbiorców. Do podkreślenia tego poglądu, autorzy sięgali po hiperbole oraz metafory, nadając dezinformacji cechy

zjawisk przyrodniczych, w tym mikroorganizmów czy zjawisk pogodowych (zob. Frag. 45, Frag. 46 i Frag. 47). Narracji tej towarzyszyło w wielu fragmentach założenie, że dezinformacja rozpowszechnia się w znacznie szybszym tempie niż „nie-dezinformacja” (zob. Frag. 48 i Frag. 49). Źródłem tej narracji, na co wskazuje jeden z poniższych fragmentów (zob. Frag. 48), można upatrywać w mylnej interpretacji badania opublikowanego w 2018 roku w czasopiśmie naukowym „Science”. Jedną z jego konkluzji było twierdzenie, że fake newsy rozprzestrzeniają się sześć razy szybciej niż prawdziwe newsy (Vosoughi i in., 2018). Konkluzja ta dotyczyła jednak jedynie newsów, które zostały poddane procesowi fact-checkingu. Badanie to nie uwzględniało zatem większości popularnych, często udostępnianych newsów, a jedynie te na pograniczu bycia uznanym za fake news, które podlegały weryfikacji przez określone organizacje (Altay i in., 2023). Należy zatem przypuszczać, że gdyby w badaniu uwzględniono wszystkie newsy, to wnioski byłyby inne. Dostępne są bowiem wyniki, które dochodziły do konstatacji, że prawdziwość/fałszywość treści nie oddziałuje w żaden statystycznie istotny sposób na szybkość ich rozprzestrzeniania się w sieci (Altay i in., 2023). Wskazany kontekst i ograniczenia metodologiczne były jednak pomijane w doniesieniach medialnych. Twierdzenie o tym, że dezinformacja rozprzestrzenia się znacznie szybciej od prawdy przyjmowane było za generalnie obowiązujące i bezsprzecznie udowodnione.

Frag. 45 *Nie potrzeba specjalnego wysiłku, by znaleźć fake newsy w sieci. Na nacjonalistycznych grupach na Facebooku, na Twitterze i stronach internetowych, które przyciągają ekstrema rodzimej polityki tak z lewa jak i z prawa, mieszanka antyestablishmentowej, antyimigranckiej i antyunijnej retoryki **roзраsta się jak na drożdżach**. (CEN-ON-19-02)*

Frag. 46 *Jak podkreślili eksperci NASK, dezinformacja jest stara jak świat, ale w obliczu transformacji cyfrowej nabiera nowego znaczenia, bo **rozprzestrzenia się błyskawicznie**. (PRA-WPOL-19-05)*

Frag. 47 *Od 20 stycznia kanały informacyjne na całym świecie zdominowały doniesienia o groźnym wirusie z Wuhan. **Szybciej niż sam wirus, rozprzestrzeniają się jednak fake newsy o nim**. (PROG-OKO-20-24)*

- Frag. 48 *Kampanie dezinformacyjne udają się tak dobrze z pewnego konkretnego powodu. W marcu 2018 roku badacze z Massachusetts Institute of Technology odkryli, że **fałszywe wiadomości rozprzestrzeniają się na Twitterze szybciej od prawdziwych.** (PROG-KP-19-05)*
- Frag. 49 *W dzisiejszym świecie kłamstwa rozprzestrzeniają się szybciej i sięgają dalej niż prawda. (PROG-KP-19-06)*

Autorzy stosowali strategie wzmacniania przekazu poprzez używanie kwantyfikatorów uogólniających (np. „nikogo”, Frag. 50) oraz strategii wzmacniania wyrażających pewność (np. „bez wątpienia”, zob. Frag. 51 i Frag. 52). Strategie te miały na celu prezentowanie subiektywnych twierdzeń jako ogólnych praw, które mają status obiektywny, stanowią kategorię konstatację, nie podlegają negocjacji, są niepodważalne. Za sprawą tych strategii autorzy pomijali konieczność przedstawiania argumentacji opartej na zweryfikowanych danych empirycznych, dotyczących rzeczywistej specyfiki treści konsumowanych przez współczesnych odbiorców. Pomijali oni w dyskursie ten wątek, a zatem również dostępne w źródłach naukowych argumenty sprzeczne z prezentowaną wizją. Przyjmowano, że przekonanie o dużej skali dezinformacji jest faktem i nie wymaga udowadniania.

- Frag. 50 ***Nikogo już chyba nie dziwi dziś,** że nieprawdziwe lub zmanipulowane informacje są powszechne. (CEN-WP-19-01)*
- Frag. 51 *W latach 80. rosyjskie KGB prowadziło np. operację „Infekcja”. [...] Dzisiaj taka akcja, gdyby została odpowiednio przygotowana, mogłaby dotrzeć do jeszcze większej grupy ludzi. **Dowodów na to nie brakuje.** A chyba najbardziej widocznym jest wysoka popularność ruchów antyszczepionkowych. (CEN-ON-19-07)*
- Frag. 52 ***Bez wątpienia** mamy więc do czynienia z nasileniem akcji dezinformacyjnych i widzimy, że te konta, użytkownicy i grupy, które przed inwazją publikowały treści antycovidowe i antyszczepionkowe, teraz przodują w produkowaniu prorosyjskiej i antyukraińskiej propagandy. (PROG-KP-22-27)*

W obrębie toposu dużej skali wykorzystywana była również logika *toposu liczb*, który jest strategią argumentacji opierającą się na założeniu, że „jeśli liczby

czegoś dowodzą, to określone działanie powinno być podejmowane/zaniechane” (Reisigl i Wodak, 2000, s. 79). W analizowanych tekstach znalazły się liczne fragmenty, w których konkretne liczby były podawane w celu uwidocznienia dużej skali dezinformacji (zob. Frag. 53, Frag. 54 i Frag. 55). Należy jednak zauważyć, że dane te podawane były najczęściej w sposób wyrywkowy, bez osadzenia w szerszym kontekście. Przytaczane liczby miały świadczyć o wysokim poziomie wystawienia odbiorców na treści dezinformujące, jednak nie były one ukazywane na tle innych wskaźników (np. wystawienia na treści „nie-dezinformujące” obliczanego według tej samej metodologii w tych samych okolicznościach). Należy bowiem podkreślić, że w przestrzeni internetowej publikowanych jest nieustannie wiele treści przez wielu użytkowników, które trafiają do wielu odbiorców. Operowanie pojedynczymi liczbami bez kontrastowania ich z całościowym obrazem może zatem przyczyniać się do budowania mylnego poczucia wielkości dezinformacji względem innych treści. Dane dotyczące liczby zidentyfikowanych treści dezinformacyjnych zaprezentowane w poniższych fragmentach nie pokazują m.in.: do ilu rzeczywistych odbiorców (a nie botów) treści te dotarły; ile w tym samym czasie do tych samych odbiorców dotarło innych treści („nie-dezinformacji”); czy wyświetlenia treści dezinformacyjnych przekładały się na zapoznanie się z tymi treściami przez odbiorców; czy przekładały się na jakąkolwiek reakcję z ich strony (a jeżeli tak, to czy była to reakcja wyrażająca aprobatę – np. polubienie, czy dezaprobatę – np. udostępnienie treści z krytycznym komentarzem). Wiedza w zakresie wymienionych powyżej aspektów jest kluczowa dla oceny rzeczywistej skali dezinformacji i jej szkodliwości, jednak była ona pomijana w kontekście przytaczanych danych. Operowanie pojedynczymi liczbami mogło zatem pełnić funkcję wywierania wrażenia na odbiorcach i przekonywania ich do słuszności prezentowanych twierdzeń i postulatów. W tym samym celu używano również niedookreślonych kwantyfikatorów. W tym wypadku autorzy nie odwoływali się do żadnych konkretnych statystyk, ale wykorzystywali określenia niekonkretne i nieweryfikowalne, ale podkreślające dużą skalę (np. „mnóstwo”; zob. Frag. 56, Frag. 57, Frag. 58, Frag. 59 i Frag. 60).

Frag. 53 *Jak wynika z danych Instytutu Badań Internetu i Mediów Społecznościowych, w ciągu ostatniej doby odnotowano aż **120 tys. prób***

dezinformacji w polskich mediach społecznościowych. (CEN-ON-22-29)

- Frag. 54 *Europejska grupa do spraw walki z kremlowskimi fake newsami, czyli z fałszywymi informacjami przedstawiła raport. Od 2015 r. odnotowała ponad **5 tysięcy przypadków rosyjskiej dezinformacji.*** (PRA-WPOL-19-04)
- Frag. 55 *Siatka fanpejdży, docierająca do nawet **4,5 mln Polaków**, szerzy na Facebooku dezinformację i wspiera antyunijnych polityków [...].* (PRO-OKO-19-26)
- Frag. 56 *W naszym kraju widzę dwa główne obszary ich działalności. Pierwszy to **fejkowe konta, których są już tysiące.*** (CEN-WP-22-30)
- Frag. 57 *W sieci trzeba być niezwykle ostrożnym, bo wśród prawdziwych informacji czai się **mnóstwo fake newsów.*** (CEN-ON-22-29)
- Frag. 58 *W Czechach już odnotowaliśmy **dużą ilość dezinformacji** związanej z uchodźcami.* (PRA-NZ-22-26)
- Frag. 59 ***Dziesiątki milionów** wpisów z fake newsami o koronawirusie.* (PROG-OKO-20-17)
- Frag. 60 ***Miliardy fake'owych kont**, boty na polskich portalach.* (PROG-OKO-19-31)

Warto w tym kontekście podkreślić, że przytaczane w tekstach kwantyfikatory, chociaż odnosiły się do zbliżonych zagadnień, znacznie się od siebie różniły (np. w odniesieniu do „fejkowych kont” w polskim internecie podawano skalę od tysięcy do miliardów, por. Frag. 56 i Frag. 60). Przyczyn tego stanu rzeczy można upatrywać w rozbieżnościach w konceptualizowaniu i operacjonalizowaniu stosowanych w dyskursie pojęć (im szersze definicje przyjmowano, tym szersza liczba przypadków mogła być uznawana za dezinformację). Problemy definicyjne, kluczowe dla interpretacji otrzymywanych wyników liczbowych, nie były jednak omawiane. W związku z tym odbiorcy nie byli dostatecznie informowani o tym, jakie konkretnie treści były w ramach prezentowanych danych ilościowych klasyfikowane jako dezinformacja, a jakie nie.

Logika toposu liczb była również wykorzystywana w formie posługiwania się wynikami badań sondażowych dotyczących opinii odbiorców na temat

dezinformacji (zob. Frag. 61, Frag. 62 i Frag. 63). Autorzy przywoływali rezultaty tych badań nie wskazując jednocześnie na ich istotne ograniczenia metodologiczne. Badania deklaracji sprawdzają bowiem jedynie subiektywne odczucia odbiorców w zakresie ich postrzegania problemu dezinformacji (Tucker i in., 2018). Badania Allcotta i Gentzkowa (2017) wykazały, że 14% respondentów twierdziło, że widziało wcześniej fake newsy, których nie mogli widzieć, ponieważ stanowiły one „placebo” wymyślone na potrzeby eksperymentu przez autorów, natomiast według raportu zaprezentowanego przez Gallup/Knight Foundation (Knight Foundation, 2018) respondenci uważali, że dezinformacją można określić 39% wszystkich treści w mediach tradycyjnych oraz 65% w mediach społecznościowych. Zastrzeżeń tych nie należy pomijać w interpretacji wyników sondażowych. Różni odbiorcy mogą bowiem różnie rozumieć pojęcie dezinformacji, np. znaczna część odbiorców może nazywać w ten sposób treści, z którymi nie zgadza się pod względem światopoglądowym bez względu na ich prawdziwość/fałszywość (Nielsen i Graves, 2017; Tong i in., 2020). Uściślenie to nie było jednak omawiane w kontekście posługiwania się danymi z ankiet. Strategia ta mogła potęgować poczucie „obiektywnie” dużej skali problemu, chociaż przedstawiała jedynie poglądy ludzi na ten temat. Warto zaznaczyć, że na bazie omawianego wcześniej priorytetowego miejsca tematu dezinformacji w agendzie medialnej i alarmistycznego dyskursu wokół niego odbiorcy mogą budować uwewnętrznione przekonania o istotności i wszechobecności tego zjawiska. Zgodnie z teorią torowania (priming theory) wyniki badań sondażowych, w których respondenci pytani są o swoje doświadczenia z dezinformacją mogą zatem stanowić formę „samospełniającej się przepowiedni”.

Frag. 61 *Nikogo już chyba nie dziwi dziś, że nieprawdziwe lub zmanipulowane informacje są powszechne. Każdego dnia styka się z nimi 8,3 proc. ankietowanych, kilka razy w tygodniu – 15,6 proc., raz w tygodniu – 11,1 proc. Odpowiedź „nigdy” wybrało zaledwie 2,3 proc. (CEN-WP-19-01)*

Frag. 62 *Większość Polaków potwierdza, że spotkała się ze zjawiskiem dezinformacji, ale też zdecydowana większość przyznała się, że nic z tym nie robi. (PRA-WPOL-19-05)*

Frag. 63 *Większość ankietowanych przez GFK Polonia potwierdziła, że zetknęła się z dezinformacją (81 procent), a 67 procent - z fałszywymi informacjami. To wyższy poziom niż w badaniach Instytutu NASK z 2019 roku – wówczas o zetknięciu się z fake newsami w ciągu ostatnich 6 miesięcy mówiło 56 proc. Polaków. (PROG-OKO-22-02)*

Topos silnego wpływu

Kolejnym toposem ramującym debatę o dezinformacji w analizowanym dyskursie był *topos silnego wpływu*. Opierał się on na założeniu, że dezinformacja wywiera znaczący i negatywny wpływ na rzeczywistość społeczną i dlatego należy podejmować zintensyfikowane działania w celu jej powstrzymania. Jak omówiono w rozdziale I, optyka ta zanurzona jest w teorii magicznego pocisku, która na podstawie wczesnych, spekulatywnych badań medioznawczych przekonywała o silnym i bezpośrednim oddziaływaniu przekazów medialnych na poglądy i zachowania odbiorców. Wnioski te zostały poddane gruntownej krytyce w ramach rozwijających się w kolejnych dekadach studiów nad recepcją. Pokazały one znacznie bardziej wieloczynnikową i rozproszoną dynamikę oddziaływań pomiędzy treścią komunikacji medialnej a ich odbiorem przez publiczność. Pomimo tego, teoria magicznego pocisku do dziś stanowi popularną ramę w dyskusji o wpływie mediów na społeczeństwo. Niniejsza analiza wykazała, że jest ona również jednym z fundamentalnych założeń dyskursu o dezinformacji. Optyka ta pomija szeroki społeczny kontekst procesów komunikacyjnych oraz ich wieloetapowość, na którą składają się m.in. złożone praktyki wykorzystywania oraz interpretacji mediów i ich treści przez użytkowników. Przekonanie o silnych i bezpośrednich efektach mediów redukuje ten proces do liniowej transmisji informacji od nadawcy do odbiorcy. W związku z tym przyjmuje się, że za sprawą tej transmisji nadawcy są w stanie diametralnie zmieniać poglądy i zachowania odbiorców wyłącznie za sprawą przekazywanych komunikatów.

We wszystkich analizowanych typach mediów pojawiały się opinie wyrażające przekonanie autorów o silnym wpływie dezinformacji. Twierdzeniom tym towarzyszyła dyskursywna kolektywizacja, polegająca na prezentowaniu złożonych zbiorowości składających się ze zróżnicowanych jednostek jako homogenicznych grup (np. „Polacy”, zob. Frag. 64; Bennett i Kwiatkowski, 2019;

Reisigl, 2010). W ten sposób generalizowano twierdzenia o efektach dezinformacji, implikując, że na wszystkie jednostki w ramach danej grupy oddziałuje ona jednakowo (choć w praktyce komunikacyjnej można oddziaływać znacząco różnie na poszczególne jednostki w zależności od ich cech, np. demograficznych, poglądów politycznych czy stopnia zainteresowania polityką). Ponadto, stosowano również uogólniające kwantyfikatory (np. „wszystko”, zob. Frag. 65) oraz inne wyrażenia o wysokim poziomie generalizacji (np. „rzeczywistość”, zob. Frag. 66), które ukazywały mało zniuansowany obraz skutków rozpowszechniania się problematycznych treści w internecie. Za pomocą wskazanych środków kreowano wrażenie, że dezinformacja wywiera silny wpływ na wszystkie obszary życia społecznego i wszystkich obywateli. Topos ten w niektórych przypadkach był dodatkowo emocjonalizowany poprzez wykorzystanie hiperbol, które miały wskazywać na trwający lub zbliżający się kataklizm spowodowany popularnością dezinformacji w internecie (np. „destrukcyjny wpływ”, „tragiczne skutki”, „niszczyielska moc”, zob. Frag. 66, Frag. 67 i Frag. 68; zob. więcej w sekcji: *Topos zagrożenia*).

- Frag. 64 *Rosja gotowa jest wykorzystać pseudonaukową teorię Wielkiej Lechii. Teorie spiskowe są groźnym narzędziem w rękach ideologów Kremla. [...] Wielka Lechia jest szczególnie obecna i popularna w internecie w mediach społecznościowych (blogi, YouTube, Facebook). Mają one **duży wpływ na Polaków**. (CEN-ON-20-12)*
- Frag. 65 ***Dezinformacja wywiera wpływ na wszystkie dziedziny naszego życia.** Zwłaszcza w dobie trwającej cyfrowej rewolucji, zjawisko to osiągnęło niewyobrażalną wcześniej skalę. (PRA-WPOL-19-05)*
- Frag. 66 *Dezinformacja, poza wymiarem zdrowotnym, ma bowiem także wymiar polityczny. Komisja Europejska nie mogła dłużej nie zauważać **destrukcyjnego wpływu, jaki fałszywe treści mają na rzeczywistość**. (PROG-OKO-20-17)*
- Frag. 67 *Epidemiolog dzieli się sensacyjnymi informacjami na temat rzekomej obecności grafenu w szczepionkach przeciw COVID-19. To oczywiście fake news. [...] **skutki** rozpowszechniania tego typu absurdów **są tragiczne**. (CEN-ON-21-23)*

Frag. 68 *Pewnego deszczowego dnia w miejscowości Crewe na północy Anglii, dwa dni przed wyborami, **niszczycielska moc publikowanych w sieci kłamstw objawiła mi się w całej okazałości.** Zagadując ludzi wychodzących na papierosa przed biurowcem firmy ATOS, zajmującej się „wypożyczaniem” (outsourcingiem) pracowników, usłyszałem ciąg narzekañ, że nie wiadomo już, w co wierzyć. (PROG-KP-20-09)*

W myśl toposu silnego wpływu dezinformacja stanowi deterministyczną przyczynę, która prowadzi do różnorodnych szkodliwych skutków. Prezentowano przekonanie, że dezinformacja bezpośrednio przekłada się na zmianę zachowań i poglądów odbiorców zgodnie z celami nadawców (zob. Frag. 69, Frag. 70 i Frag. 71), tzn. formułowano pogląd, że gdyby odbiorcy nie zapoznawali się z danymi treściami dezinformacyjnymi, to nie zmienialiby swoich zachowań i poglądów na niepożądane z perspektywy autorów prezentujących te twierdzenia. Dla przykładu, zgodnie z tą logiką korzystanie z mediów społecznościowych „wypełnionych” dezinformacją stanowiło główną przyczynę wysokiej niechęci dużej części społeczeństwa do szczepień na COVID-19 (zob. Frag. 71). W narracji tej minimalizowano lub zupełnie pomijano potencjalne oddziaływanie innych, pozatechnologicznych czynników, takich jak np. niedofinansowanie systemów ochrony zdrowia, ograniczone zabezpieczenia społeczne, niskie zaufanie do instytucji demokratycznych, nieuczciwe praktyki korporacji farmaceutycznych wobec pacjentów czy aspekty tożsamościowe i konflikty klasowe. Co więcej, w kontekście pandemii omawiany topos w wielu tekstach przybierał formę narracji, zgodnie z którą zapoznanie się z dezinformacją zagraża zdrowiu, a nawet powoduje śmierć (zob. Frag. 72, Frag. 73 i Frag. 74). Według tych założeń, dezinformacja może stanowić większe zagrożenie niż sam kryzys zdrowia publicznego związany z koronawirusem. Topos ten można zatem ocenić jako przykład klasycznego toposu „po tym, więc skutek tego” (*post hoc ergo propter hoc*), który stanowi rodzaj błędu logicznego polegającego na zakładaniu relacji deterministycznego wynikania jedynie z następstwa czasowego dwóch zdarzeń (dezinformacja w mediach społecznościowych → decyzja o braku szczepienia), a nie ich faktycznej relacji.

- Frag. 69 *Jeśli jakikolwiek przekaz dociera do nas wielokrotnie, słyszymy te same informacje, zaczynamy w nie wierzyć. [...] To pokazuje, że **dezinformacja zmienia poglądy ludzi, ich nastawienie, a potem zmieni ich decyzje i zachowania** [...]. (CEN-WP-22-25)*
- Frag. 70 ***Możemy zmierzyć efekty wpływu, wywierane przez dezinformację, bo najważniejsze jest to, co się przedostaje do mediów, w tym społecznościowych, a potem do głów ludzi** [...]. (PRA-NZ-20-10)*
- Frag. 71 *Rodzice małych dzieci zaufali treści filmików i wiadomości na Facebooku, YouTube czy przez WhatsApp, powtarzających plotki o tym, że nowoczesne leki i szczepionki są szkodliwe, a nawet opłacane przez obcokrajowców o podejrzanych intencjach. Z rozmów z [...] pediatrami dowiedziałem się, że **pojedynczy filmik czy wiadomość w komunikatorze wystarczy, by odebrać rodzicom zaufanie do procedur medycznych**. (PROG-KP-19-05)*
- Frag. 72 *Dezinformacja, infodemia jest równie niebezpieczna, a może wręcz bardziej niebezpieczna niż sama pandemia, a fałszywe informacje powodują wśród ludzi straszne szkody. Ludzie, wierząc w fałszywe informacje, mogą sobie bardziej zaszkodzić, niż gdyby w ogóle internetu nie czytali. (CEN-ON-21-17)*
- Frag. 73 *Szef unijnej dyplomacji Josep Borrell przekonywał na wspólnej konferencji, że **dezinformacja w dobie koronawirusa może zabić**. (PRA-NZ-20-13)*
- Frag. 74 ***Od teorii spiskowych można umrzeć**. W czerwcu ubiegłego roku co czwarta osoba w Ameryce wierzyła, że pandemia „z pewnością” lub „prawdopodobnie” została wywołana rozmyślnie. Za sprawą innych teorii spiskowych ludzie odmawiali noszenia maseczek, a teraz nie zgadzają się na szczepienie. **Będzie to przyczyną wielu możliwych do uniknięcia zachorowań i zgonów**. (PROG-KP-21-22)*

W serwisach centrowych oraz progresywnych topos silnego wpływu stosowany był również do prezentowania poglądu, zgodnie z którym dezinformacja w internecie doprowadziła do prezydenckiego zwycięstwa Donalda Trumpa w wyborach w 2016 roku oraz wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej (zob. Frag. 75 i Frag. 76). Zdarzenia te przedstawiane były jako bezpośredni efekt

dezinformacji. Inne czynniki, np. nierówności ekonomiczne, w wyniku których mogło dojść do wzrostu społecznej niechęci do liberalnych elit, a jednocześnie wzrostu poparcia dla prawicowego populizmu ponownie były w ramach tej argumentacji ignorowane lub prezentowane jako drugorzędne. W odniesieniu do silnego wpływu dezinformacji na wybory polityczne pojawiały się dyskursywne strategie wzmacniania, poprzez które autorzy wyrażali całkowitą pewność w stosunku do prezentowanych przekonań (np. „dzisiaj już wiemy”; „wpływ jest znany”, zob. Frag. 75 i Frag. 76). Za ich pomocą unikano potrzeby podawania bardziej skonkretyzowanych, empirycznie potwierdzonych dowodów na ich słuszność. Jedynie w pojedynczych tekstach znalazły się fragmenty, które wykorzystywały dyskursywne strategie tonowania przekazywanych twierdzeń. Strategie te wyrażały pewien stopień niepewności odnośnie założeń o silnie determinujących efektach dezinformacji (np. „trudno powiązać”, „nie wiadomo”, zob. Frag. 77 i Frag. 78). Niektóre z nich próbowały jednocześnie wskazywać inne potencjalne wyjaśnienia niepożądanych zjawisk społecznych (np. zła jakość edukacji, zob. Frag. 78). Dodatkowo warto podkreślić, że narracja o decydującym wpływie dezinformacji na brexit oraz wybór republikańskiego kandydata na prezydenta USA w 2016 r. znacznie rzadziej była przywoływana w serwisach prawicowych. Obserwację tę można interpretować jako wyraz sceptycyzmu wobec poglądu, zgodnie z którym dezinformacja sprzyja prawicowym siłom politycznym, który prezentowany był w pozostałych mediach.

Frag. 75 *Fake newsy pomogły [...] – co **dzisiaj już wiemy** – wygrać wybory prezydenckie w USA Donaldowi Trumpowi w 2016 roku. Miały także wpływ na referendum dotyczące wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. (CEN-ON-19-07)*

Frag. 76 ***Wpływ** twitterowych botów i trolli na wyniki wyborów prezydenckich w USA w 2016 roku i referendum o brexicie **jest znany**. (PROG-KP-19-05)*

Frag. 77 *W kampanii przed wyborami do Parlamentu Europejskiego, manipulacje polegały głównie na przysłowiowym wkładaniu kija w mrowisko, czyli podgrzewaniu takich tematów jak wrogość wobec Unii Europejskiej, nienawiść w stosunku do establishmentowych polityków w rodzaju Emmanuela Macrona we Francji, czy fala imigrantów w liczącej 28 państw*

wspólnocie. Analitycy mówią, że **trudno jest bezpośrednio powiązać takie dezinformacyjne kampanie ze zmianami preferencji wyborczych obywateli.** (CEN-ON-19-02)

Frag. 78 27 procent myśli o zmianach klimatycznych jako o „spisku” uderzającym w określone państwa, a 25 procent nie sądzi, by podnoszenie się średniej rocznej temperatury na świecie miało wpływ na pojawianie się ekstremalnych zjawisk pogodowych [...]. **Nie wiadomo, w jakim stopniu wiara w tego rodzaju stwierdzenia to efekt dezinformacji, a w jakim – zwyczajne braki edukacyjne, szczególnie istotne w dziedzinie zmian klimatycznych.** (PROG-OKO-22-02)

W dyskursie obecne były również twierdzenia mówiące o pośrednich efektach dezinformacji. Dezinformacja była w tym kontekście prezentowana jedynie jako element złożonych procesów, który raczej przyczynia się i potęguje określone efekty, niż samoistnie je wywołuje. Zakładano zatem, że u źródeł wielu współczesnych napięć społeczno-politycznych leżą antagonizmy, których istnienie jest niezależne od występowania problemu dezinformacji. Problematiche treści w internecie mogą się w nie jedynie wpisywać, ale nie powodować w izolacji od innych zjawisk społecznych. We fragmentach przyjmujących to założenie wykorzystywano czasowniki komunikujące pewien stopień pośredniości oddziaływania w ciągach przyczynno-skutkowych (np. „podsycać”, „podgrzewać”, „pogłębiać”, zob. Frag. 79, Frag. 80 i Frag. 81).

Frag. 79 Young Mie Kim, wykładowczyni komunikacji politycznej na uniwersytecie Wisconsin-Madison, przeglądała we wrześniu Instagrama [...]. Wychwyciła wiele pozornie niepowiązanych ze sobą kont używających taktyki **podsycania istniejącej nienawiści** na tle podziałów politycznych, szczególnie ulubionej przez powiązaną z Rosją grupę o nazwie Internet Research Agency, która według amerykańskich służb prowadziła wieloletnie działania mogące wpłynąć na wynik wyborów w 2016 r. (CEN-ON-20-14)

Frag. 80 Innym przykładem są próby ingerowania w sytuację wewnętrzną kraju, np. poprzez **podgrzewanie bieżących sporów politycznych.** Do tej kategorii

niewątpliwie należą przekazy Rosyjskiego Instytutu Studiów Strategicznych [...]. (PRA-WPOL-20-13)

- Frag. 81 *Cele Kremla, możliwe do osiągnięcia m.in. dzięki sporom o historię, to **pogłębianie podziałów politycznych w danym kraju**, tworzenie nienawistnej atmosfery społecznej, oraz testowanie „czerwonych linii”, czyli sprawdzanie, gdzie przebiegają granice reakcji danego państwa na działania prowokacyjne czy wrogie. (PROG-OKO-20-18)*

Ponadto, w niektórych fragmentach efekty dezinformacji były opisywane nie jako „wywoływanie” zmiany poglądów i zachowań w społeczeństwie, ale raczej wzmacnianie silnych, negatywnych emocji oraz poczucia niepewności i braku zaufania do instytucji (zob. Frag. 82, Frag. 83 i Frag. 84). Zgodnie z tymi twierdzeniami dezinformacja nie powoduje w sposób deterministyczny konkretnych skutków światopoglądowych i behawioralnych, ale raczej przyczynia się do budowania pewnych niekorzystnych uwarunkowań mentalnych. Uwarunkowania te sprzyjają natomiast w następstwie rozwijaniu się i utrwalaniu niepożądanych zjawisk społeczno-politycznych. Wpływ w tym ujęciu prezentowany był zatem jako pośredni, rozmyty i wielostopniowy.

- Frag. 82 *Jak grzyby po deszczu wyrastają fejkowe portale informacyjne, które nie mają redakcji i nie wiadomo, skąd się wzięły. Publikowane są na nich sensacyjne wiadomości z klikbajtowymi nagłówkami, które **wywołują silne emocje**. (CEN-WP-22-30)*
- Frag. 83 *Gdyby Kremlowi chodziło tylko o to, żeby narzucić swoją wizję świata za pomocą dezinformacji, to przeciwdziałanie byłoby prostsze. Cel jest inny, bardziej niebezpieczny - nie chodzi o przekonanie nas do konkretnego punktu widzenia, ale o **wywołanie chaosu i konfuzji**. (PRA-NZ-21-17)*
- Frag. 84 *Do dziś nie wiadomo [...], kto stał za akcją rozpowszechniania fałszywych wiadomości prywatnych (sms i w komunikatorach internetowych), które miały **wywołać panikę** społeczną podczas pierwszego lockdownu [...]. Tego rodzaju dezinformacja miała prowadzić do **powiększenia chaosu** oraz **niekontrolowanego wybuchu społecznych emocji** w i tak skrajnie trudnej sytuacji. (PROG-OKO-21-13)*

Topos złych użytkowników mediów

Z toposem silnego wpływu łączył się kolejny istotny element ramujący debatę o przeciwdziałaniu dezinformacji, jakim był *topos złych użytkowników mediów*. Sprowadzał się on do założenia, zgodnie z którym współcześni odbiorcy nie są odporni na oddziaływanie dezinformacji i dlatego należy podejmować pilne działania w celu ograniczenia im dostępu do tych przekazów. Użytkownicy byli przedstawiani jako bierny element procesów komunikacyjnych. Narracja ta pomijała ich sprawczość, przypisując potencjał działania innym aktorom, przede wszystkim nadawcom dezinformacji, którzy dążą do realizowania swoich „zwodniczych” interesów oraz nadrzędnym, zinstytucjonalizowanym „obrońcom”, którzy mają za zadanie chronić społeczeństwo przed dezinformacją (zob. więcej w podrozdziale: *Przypisywanie dyskursywnych ról poszczególnym kategoriom aktorów społecznych*). Topos ten odtwarzał zatem głęboko zakorzenioną w debacie o efektach mediów narrację o odbiorcach jako „masie” – homogenicznym, pasywnym tłumie, który cechuje się nieracjonalnością, łatwowiernością, amoralnością oraz niskim gustem (Baran i Davis, 2007; Fortner, 2014). Baran i Davis (2007), a także Fortner (2014) dowodzą, że narracja ta stanowi stereotypowy opis obywateli z perspektywy elit symbolicznych i ekonomicznych i należy ją interpretować jako wyraz obaw tych elit o ich własne zasoby materialne oraz intelektualne (np. zdolność narzucania agendy). Fortner (2014) podkreśla, że w pierwszej połowie XX w., kiedy narracja ta zyskała szczególną popularność w związku z dalekosiężną transformacją technologii informacyjnych w tamtym okresie, media obwiniano o „schlebianie motłochowi” i promowanie treści niskiej jakości. Jednocześnie jednak wyrażano dezaprobatę wobec emancypacyjnego potencjału gazet, radia czy kina, które zaczęły być wykorzystywane przez obywateli do propagowania postulatów poprawy sytuacji klasy robotniczej. Idea „bezmyślnego tłumu” stanowiła zatem kluczowy element podtrzymywania monopolu dostępu klasy wyższej do środków produkcji kulturowej, ponieważ promowała założenie, że tylko ona jest w stanie wyznaczać kanony dobrego gustu, piękna, moralności i racjonalności.

W analizowanym dyskursie topos złych użytkowników mediów, który czerpał z ogólnej logiki wyżej przedstawionych narracji, był wyraźnie dostrzegalny. Odbiorcy prezentowani byli m.in. jako naiwni, bezbronni, łatwowierni i leniwi.

Przytoczone poniżej fragmenty ilustrują stosowanie środków językowych implikujących brak sprawczość odbiorców w procesach komunikacyjnych (np. „połykać jak ryba haczyk”, „przeczytałeś... uwierzyłeś”, „być oszołomionym”, „nieść samoistnie”, zob. Frag. 85, Frag. 86 i Frag. 87). Narracja ta marginalizowała zdolność jednostek do podejmowania krytycznej interpretacji przekazów. Autorzy często sięgali w tym kontekście po dyskursywną kolektywizację (np. „Polacy”, „ludzie”, „masy”, zob. Frag. 85, Frag. 86 i Frag. 87), kreując przeświadczenie o istnieniu dużych, homogenicznych grup społecznych, które są łatwe do manipulowania przez innych aktorów. Po pierwsze, omawiany topos pozwalał tłumaczyć silny wpływ tego zjawiska na wydarzenia społeczno-polityczne (np. promowanie założenia, że prawicowy populizm rośnie w siłę, ponieważ ludzie bezrefleksyjnie wierzą w fake newsy). Po drugie, uzasadniał również legitymizowanie poszczególnych aktorów jako „obrońców” przed dezinformacją, czyli podmiotów, które powinny być odpowiedzialne za przywracanie miejsca „racjonalności” w życiu publicznym, pokazywanie odbiorcom co jest prawdą, a co dezinformacją, „oświecanie” ich.

Frag. 85 *Jest dramat. Prawie 60 proc. Polaków połknie fake newsy jak ryba haczyk. Przeczytałeś o kompromitacji polityka z nielubianej przez ciebie partii. Uwierzyłeś. A sprawdziłeś, czy informacja pochodzi z wiarygodnego źródła? Statystyki są bezlitosne, a lekkomyślność może nas drogo kosztować. (CEN-WP-19-03)*

Frag. 86 *MON [...] przedstawia dość znane mechanizmy jakie wykorzystują m.in. rosyjskie trolle dla z masowego rozprzestrzeniania fake-newsów, [...] jest to zmyślnie zaplanowana taktyka, wykorzystująca fejkowe konta w pierwszej fazie, do momentu przebicia się do niosącej ją dalej samoistnie masy. (PRA-WPOL-19-05)*

Frag. 87 *Oszołomionych dezinformacją ludzi namawia się, żeby odwrócili się od demokratycznych struktur, które okazują się coraz mniej skuteczne w zderzeniu z wyzwaniem rzeczywistości. (PROG-KP-20-09)*

Autorzy przedstawiali odbiorców jako masę, która nie potrafi odpowiedzialnie korzystać z mediów, ponieważ brakuje jej podstawowych kompetencji komunikacyjnych (zob. Frag. 88, Frag. 89 i Frag. 90). Z tego względu wyrażano pogląd, że potrzebują oni jakiegoś rodzaju paternalistycznej kontroli,

nadzoru, przewodnictwa ze strony nadrzędnych, bardziej wyrobionych aktorów. Zakładano bowiem, że użytkownicy mediów nie są w stanie samodzielnie docierać do odpowiednich źródeł, ani prawidłowo oceniać jakości pozyskiwanych informacji.

Frag. 88 ***Polacy nie sprawdzają wiarygodności internetowych newsów** (CEN-WP-19-01)*

Frag. 89 *Większość Polaków potwierdza, że spotkała się ze zjawiskiem dezinformacji, ale też zdecydowana większość przyznała się, że nic z tym nie robi. Zdecydowana większość i pogłębione badania wskazują, że **ludzie nie mają kompetencji, żeby odróżnić fakty od opinii**. (PRA-WPOL-19-05)*

Frag. 90 *Niszowe narracje, które jeszcze kilka dni temu uznano by za wymysły, dziś są szeroko udostępniane w mediach społecznościowych. **Bezrefleksyjnie podawane dalej, bez sprawdzenia ich wiarygodności**, stają się sieciowymi wiralami, docierają do tysięcy osób i budzą coraz większy lęk. (PROG-OKO-20-23)*

Warto również zwrócić uwagę na wzmacnianie toposu złych użytkowników mediów poprzez zarzucanie odbiorcom braku świadomości problemu dezinformacji (zob. Frag. 91 i Frag. 92). W tym kontekście „obrońcy” przed dezinformacją przedstawiani byli jako ci, którzy posiadają rozległą wiedzę o zagrożeniu, rozumieją jego naturę i konsekwencje, a zatem posiadają legitymizację do uświadamiania w tym zakresie pozostałej części społeczeństwa. Ta pozostała część społeczeństwa opisywana była natomiast jako „masa”, która wciąż, pomimo starań „obrońców”, nie jest w stanie pojąć problemu lub po prostu wykazuje się ignorancją. Jako jeden z dowodów na potwierdzenie tego założenia podawany był argument, że część respondentów odpowiada w sondażach, że nie wie, czy zetknęła się z dezinformacją w okresie objętym badaniem (zob. Frag. 91). Brak pewności w stosunku do wystawienia na dezinformację, która z założenia ma być przecież niedostrzegalna dla odbiorcy, interpretowany był w przytoczonym fragmencie na niekorzyść odbiorców – jako niewiedza i brak kompetencji, a nie np. rozsądny sceptycyzm w stosunku do własnych zasobów poznawczych.

- Frag. 91 *Co ważne aż 20 proc. nie potrafi wskazać, z jakim rodzajem dezinformacji się spotkało, a 32,8 proc. badanych na pytanie o to, czy w ostatnich miesiącach miało do czynienia z informacjami fałszywymi lub zmanipulowanymi, odpowiedziało „trudno powiedzieć”. – **Ta grupa nie potrafi głębiej wejść w naturę zjawiska, o którym mówimy. I to jest niepokojące [...].** (CEN-WP-19-01)*
- Frag. 92 ***Spółeczeństwo nie jest do końca świadome skali niebezpiecznych zjawisk w przestrzeni informacyjnej oraz ich natury.** Zmiany technologiczne zachodzą bowiem szybciej niż wprowadzane są nowe mechanizmy bezpieczeństwa czy niż zachodzą zmiany w nawykach. Media patrzą na zainteresowanie społeczne i na nie reagują. Podobnie jak elity, zwłaszcza elity polityczne. **Nieuświadomione społeczeństwo nie interesuje się wystarczająco nowymi zagrożeniami, których nie zna.** (CEN-ON-20-11)*

Topos zagrożenia

Omówione powyżej toposy (kryzysu demokracji, dużej skali, silnego wpływu oraz złych użytkowników mediów) składają się na szerszy *topos zagrożenia*, który wyznaczał główną ramę debaty o dezinformacji. Topos ten opiera się na argumentacji, zgodnie z którą „jeśli istnieją określone zagrożenia lub niebezpieczeństwa, powinny zostać podjęte działania w celu ich powstrzymania” (Wodak, 2018, s. 15). W omawianym dyskursie status elementu zagrażającego przypisywano dezinformacji rozpowszechnianej za pośrednictwem mediów (szczególnie internetu; zob. Frag. 93, Frag. 94 i Frag. 95). Topos zagrożenia bazował na emocjonalizacji przekazu, czyli strategii polegającej na sensacjonalizacji, dramatyzacji i wyolbrzymianiu przekazu na rzecz osiągnięcia retorycznych celów nadawcy (Bhatia, 2017), w tym przypadku przyciągania uwagi odbiorców oraz usprawiedliwienia prezentowanych poglądów. Alarmistyczna retoryka nadawała tematyce dezinformacji walor silnie afektywny, dążąc do wywołania poczucia strachu i niepewności za sprawą niebezpieczeństw związanych z wszechobecnością i silnymi efektami dezinformacji. Do opisywania skali problemu używano hiperbol, które miały potęgować dramatyczny wydźwięk prezentowanych ocen (np. „wielki”, „jeden z największych”, zob. Frag. 93, Frag. 94). Jednym z celów stosowania tego

toposu było promowanie i legitymizowanie nadzwyczajnych środków zaradczych, które w okolicznościach „nie-zagrożenia” mogłyby być postrzegane jako nadmierne (np. zaangażowania korporacji biznesowych lub państw w eliminowanie z debaty publicznej treści ocenianych przez te podmioty jako szkodliwe, zob. Frag. 93, Frag. 94). Dla spotęgowania sensacjonalistycznego tonu w niektórych fragmentach do opisu charakterystyki rozprzestrzeniania się dezinformacji wykorzystywano czasowniki budujące skojarzenia z zagrożeniami materialnymi, takimi jak np. niebezpieczne zwierzę, przestępca czy zarazki (np. „czaić się”, „roić się”, zob. Frag. 96, Frag. 97 i Frag. 98).

- Frag. 93 *Politycy, wielkie korporacje jak Google czy Facebook - wszyscy szukają sposobu na rozprawienie się z fałszywymi informacjami. [...] to **wielkie zagrożenie dla współczesnego świata**. (CEN-WP-19-07)*
- Frag. 94 *Dezinformacja jest **jednym z największych współczesnych zagrożeń**. Choć nie jest to broń w tradycyjnym rozumieniu, jest równie niebezpieczna - mówił szef MON Mariusz Błaszczak podczas inauguracji kampanii społecznej pod hasłem „Fejkoodporni” - dotyczącą zagrożeń, które niosą dezinformacja i fake newsy. (PRA-NZ-22-25)*
- Frag. 95 *Polacy wiedzą, że **dezinformacja jest istotnym zagrożeniem**, mającym wpływ na rzeczywistość, w której żyjemy. (PROG-OKO-22-02)*
- Frag. 96 *W sieci trzeba być niezwykle ostrożnym, bo wśród prawdziwych informacji **czai się** mnóstwo fake newsów. (CEN-ON-22-29)*
- Frag. 97 *Ściganie fake-newsów to kwestia bezpieczeństwa narodowego. W polskim internecie **roi się** od rosyjskich agentów. (PRA-WPOL-19-05)*
- Frag. 98 *Ciekawość jest naszą najpotężniejszą bronią przeciw propagandzie, dezinformacji, fake newsom i innym rzeczom, które **czają się tuż za rogiem**, a dla których nawet nie wymyśliliśmy jeszcze nazwy. (PROG-KP-19-01)*

W ramach toposu zagrożenia autorzy w wielu tekstach opisywali tematykę dezinformacji opierając się na żargonie wojskowym. Używano środków lingwistycznych oraz retorycznych, a także wątków tematycznych, które charakterystyczne są dla relacjonowania działań militarnych. Zastosowanie tej retoryki implikowało, że obecnie społeczeństwa znajdują się w stanie „wojny

z dezinformacją”, jednak dzięki wdrożeniu odpowiednich działań możliwe jest przywrócenie stanu równowagi i pokoju. Wysiłki te, zgodnie z logiką wojenną (Lakoff i Johnson, 1988), prezentowane były jako wymagające jedności wobec wroga, reorganizacji społecznych priorytetów oraz poświęceń, które są nie do uniknięcia w czasie konfliktu zbrojnego. Należy zauważyć, że stosowanie tego typu strategii jest charakterystyczne dla dyskursu politycznego w ogóle i pełni w nim szereg funkcji, wśród których najważniejszymi są: (1) podkreślanie istotności zagadnienia; (2) konstruowanie wrogów i przypisywanie im winy za zaistniałą sytuację (dyskursywna grupa zewnętrzna „oni”) ; (3) budowanie i wzmacnianie tożsamości grupowej (dyskursywna grupa wewnętrzna „my”); (4) legitymizowanie ekstraordynaryjnych polityk; (5) dyskredytowanie oporu wobec określonych polityk (Castro Seixas, 2021; Królikowska, 2015; Tuman, 2010; van Dijk, 2005). Frag. 99 i Frag. 100 zawierają przykłady przedstawiania postulatów przeciwdziałania dezinformacji jako wojny. W licznych przypadkach działania zmierzające do przeciwdziałania dezinformacji opisywano również w zbliżonym znaczeniu jako „walkę” (zob. Frag. 101).

Frag. 99 *Świat rusza na **walkę z fake newsami**. I zapewne to było dodatkowym czynnikiem stojącym za tym, by na Zachodzie i w Polsce w sposób bardziej zdecydowany ruszyć na **wojnę z fake newsami**. (CEN-ON-19-07)*

Frag. 100 *O prawdziwej **wojnie z rosyjską dezinformacją** mówi Magda Szpecht, reżyserka i polski Cyber Elf. [...] To, czym się teraz zajmuję, to **aktywny udział w wojnie, tyle że informacyjnej**, walka z propagandowym złem. (PROG-OKO-22-05)*

Frag. 101 *W ocenie Dąbrowskiego [ówczesny prezes Polskiej Grupy Energetycznej – przypis S.W.], w **walce z dezinformacją** potrzebne są „wszystkie ręce na pokład”. Jako branża energetyczna walczymy, przekazując informacje poprzez edukację. (PRA-NZ-22-27)*

Topos zagrożenia przekładał się również na stosowanie w odniesieniu do zagadnienia dezinformacji słownictwa oraz kolokacji wyrazowych charakterystycznych dla żargonu wojskowego. Środków tych używano m.in. do etykietowania i przypisywania ról poszczególnym aktorom (np. „agresor”, „obiekt ataku”, „przeciwnik”, „strona konfliktu”, zob. Frag. 102, Frag. 103 i Frag. 104).

Wykorzystywane określenia miały za zadanie dzielić tych aktorów na członków wewnętrznej grupy „my” oraz zewnętrznej grupy „oni” (Królikowska, 2015; Lakoff, 1991). Grupa „my” prezentowana była jako ci, którzy są atakowani, pokrzywdzeni, a w związku z tym po ich stronie stoi moralna wyższość, która usprawiedliwia podejmowanie stanowczych działań w celu powstrzymania problemu dezinformacji. Jednocześnie „oni” opisywani byli jako przeciwnicy – grupy, które dążą do zniszczenia „nas”. Celem stosowania tej narracji było prezentowanie danej sytuacji jako dychotomicznego konfliktu dobra ze złem, a dzięki temu pozyskiwanie legitymizacji dla działań zmierzających do minimalizowania udziału w debacie publicznej grup postrzeganych jako wrogie wobec grupy „my”. Należy jednak zauważyć, że to, jakim konkretnym aktorom społecznym przypisywany był status „nas” (ofiar/obrońców) oraz „ich” (napastników) różnił się w zależności od perspektywy przyjmowanej przez autorów danego tekstu. Oznacza to, że ci sami aktorzy w jednych mediach prezentowani byli jako „ofiary”, a w innych jako „sprawcy” (zob. więcej w podrozdziale: *Przypisywanie dyskursywnych ról poszczególnym kategoriom aktorów społecznych*).

Frag. 102 *Celem **agresora informacyjnego** jest zakłócanie, destabilizowanie czy też niszczenie całego systemu informacyjnego państwa nie tylko w rozumieniu infrastruktury czy procesów, ale i społecznym, kulturowym czy politycznym. Mówiąc inaczej – **obiektom ataku** będzie w równym stopniu społeczeństwo czy konkretne jego grupy (zróżnicowane regionalnie, ideologicznie, społecznie, kulturowo, cyfrowo, poznawczo), ale odbiorcami informacji są także elity, dziennikarze, naukowcy, eksperci i pracownicy administracji, którzy także funkcjonują w różnych grupach społecznych. (CEN-ON-20-11)*

Frag. 103 *W sferze informacji nie ma próżni: jeśli nie wprowadzi się swojego przekazu, to zrobi to **przeciwnik**. [...] Rosyjska propaganda szalała w najlepsze, mogła to robić bez ograniczeń i wykorzystała sytuację. (PRA-NZ-22-29)*

Frag. 104 *Stronie rządowej zależy na wyciszeniu konfliktu, dlatego do regionu [strefy przygranicznej między Polską a Białorusią – przyp. S.W.] nie są wpuszczane media. Brak zweryfikowanych informacji skutkuje pojawianiem się fake*

*newsów, a **obie strony konfliktu toczą wojnę dezinformacyjną.** (PROG-KP-21-20)*

Słownictwa charakterystycznego dla żargonu wojskowego używano nie tylko do etykietowania ról w konflikcie, ale także innych właściwości zjawiska dezinformacji oraz preferowanych sposobów rozwiązania tego problemu (np. „destabilizować”, „atak”, „siła rażenia”, zob. Frag. 105, Frag. 106 i Frag. 107). Wykorzystywanie tego zabiegu w odniesieniu do dynamiki, skali i efektów dezinformacji, zgodnie z toposami dużej skali i silnych efektów, wyrażało przekonani autorów o rozległych i dotkliwych szkodach wywoływanych przez dezinformację. Zgodnie z przyjmowaną logiką dezinformacja rozprzestrzenia się z podobnym natężeniem jak działania wojenne i wywołuje równie szkodliwe skutki.

Frag. 105 *Celem agresora informacyjnego jest zakłócanie, **destabilizowanie czy też niszczenie całego systemu informacyjnego państwa** nie tylko w rozumieniu infrastruktury czy procesów, ale i społecznym, kulturowym czy politycznym. (CEN-ON-20-11)*

Frag. 106 *Idzie naprawdę ogromny **atak dezinformacyjny**, polityczny, propagandowy na Polskę. (PRA-WPOL-22-25)*

Frag. 107 ***Siłę rażenia** siatki fanpejdży jej twórcy wykorzystują jednak nie tylko do promowania swoich stron. Jak ustaliliśmy, od 2016 roku zarabiali na udostępnianiu treści kilkunastu prawicowych portali i videoblogerów. (PROG-OKO-19-26)*

Autorzy sugerowali, że problem dezinformacji należy rozwiązywać wszelkimi dostępnymi środkami tak, jak rozwiązuje się zagrożenia wojenne (zob. Frag. 108, Frag. 109, Frag. 110 i Frag. 111). Wizja ta implikowała, że istnieje potrzeba silnego, odgórnego, scentralizowanego przywództwa, decyzje należy podejmować niezwłocznie i powinny być one stanowcze oraz należy koncentrować się na pokonaniu wroga, który stanowi główne zagrożenie, bez względu na skutki uboczne. Co więcej, towarzyszyło jej fundamentalne założenie, że całkowite rozwiązanie problemu, tzn. „pokonanie wroga” rozumiane jako wyeliminowanie problematycznych treści z internetu, jest możliwe oraz uzasadnione moralnie. Dla podkreślenia słuszności poglądu o konieczności podejmowania radykalnych

działań sięgano po charakterystyczne dla toposu zagrożenia hiperbole (np. „bezpardonowe ataki”, „natychmiastowa reakcja”, „surowe tępienie”, „wyjątkowe decyzje”, zob. Frag. 109, Frag. 110 i Frag. 111). Argumentacja ta była wykorzystywana do budowania legitymizacji dla środków zaradczych, które ze względu na ich konflikt z niektórymi prawami obywatelskimi (zwłaszcza wolnością słowa) mogłyby budzić kontrowersje oraz społeczny opór. Wyższa konieczność „czasu wojny” miała usprawiedliwiać naruszanie standardów właściwych dla „czasu pokoju” (zgodnie z logiką, że „wyjątkowe sytuacje wymagają wyjątkowych decyzji”, zob. Frag. 111). Promowane w ten sposób idee sprowadzały się w większości przypadków do postulatów zwiększenia centralistycznej kontroli nad przepływem informacji w społeczeństwie przez określonych aktorów (np. władze, służby, duże korporacje technologiczne). Ponadto, należy zaznaczyć, że topos zagrożenia przypisywał tematowi dezinformacji priorytetowe miejsce w agendzie spraw publicznych. Retorykę tę wykorzystywano zatem również do bagatelizowania innych kwestii. Frag. 112 prezentuje przykład stosowania tej strategii dyskursywnej do dyskredytowania znaczenia kwestii socjalnych w debacie publicznej (jako mało istotnych w obliczu niebezpieczeństw związanych z dezinformacją).

Frag. 108 *Kilka dni temu Pentagon poinformował, że wyśle do Czarnogóry amerykańską **jednostkę do walki w internecie**. Jej zadaniem będzie **walką z rosyjską i serbską dezinformacją** w czarnogórskim internecie. (CEN-ON-19-06)*

Frag. 109 *NBP odpowiada na kampanię fake newsów [...] Bank centralny **nie może pozwolić na ignorowanie bezpardonowych ataków** na jego niezależność. Służby komunikacyjne NBP przeszły dużą reorganizację, wyposażając się w **odpowiednie narzędzia natychmiastowej reakcji o odpowiednio szerokim zasięgu**. (PRA-WPOL-21-19)*

Frag. 110 *Uważam za swój obowiązek **surowe tępienie dezinformacji** – szczególnie tej przebranej w szaty nauki. (PROG-OKO-20-22)*

Frag. 111 *Popieram niedawną decyzję Rady do spraw Nadzoru firmy Facebook, która podtrzymała decyzję o zablokowaniu konta byłego prezydenta Donalda Trumpa i wprowadziła w życie nowy protokół, umożliwiający blokowanie osób publicznych na okres do dwóch lat w okresach zamieszek.*

*Tak naprawdę uważam, że platforma powinna pójść jeszcze dalej w tym kierunku. [...] **wyjątkowe sytuacje wymagają wyjątkowych decyzji.***
(PROG-KP-21-17)

Frag. 112 *Rosyjska agresja na Gruzję, a później na Ukrainę rozpoczęły faktycznie nową epokę prowadzenia wojny w dobie społeczeństw cyfrowych – wojny nie o zasoby czy terytorium, ale o umysły. Działania niekinetyczne, prowadzone w cyberprzestrzeni, okazały się znacznie tańsze i skuteczniejsze wobec nieprzygotowanych do ingerencji informacyjnych czy psychologicznych społeczeństw zachodnich, skupionych na zupełnie innych sferach i problemach wewnętrznych, a zwłaszcza na kwestiach socjalnych.* (CEN-ON-20-11)

Metafory

Dezinformacja jako broń

Pierwszą z metafor obecnych w analizowanym dyskursie była *metafora broni* (zob. Frag. 113, Frag. 114 i Frag. 115). Stanowiła ona istotny element opisywanego powyżej toposu zagrożenia oraz nawiązywała do kilkakrotnie przywoływanej już w niniejszej pracy teorii magicznego pocisku. Rozpowszechnianie dezinformacji według tego ujęcia ma działać podobnie jak wykorzystywanie broni – tak jak celnie wystrzelone pociski ranią/zabijają ofiary, tak odpowiednio dobrane komunikaty zmieniają poglądy i zachowania odbiorców. Metafora dezinformacji jako broni implikuje zatem następujące założenia: (1) istnienie określonego „sprawcy” o złych intencjach (ten kto „strzela” i zamierza „ranić/zabić”); (2) pasywność „ofiary”, która nie jest w stanie się samodzielnie bronić; (3) występowanie przyczynowo-skutkowego związku pomiędzy działaniem („wystrzał”) a efektem („zranienie/śmierć”). Stosowanie tej optyki do opisu komunikacji medialnej podtrzymuje założenie o jej transmisyjnym charakterze (nadawca → komunikat → kanał → odbiorca → efekt zgodny z zamierzeniem nadawcy). Opisywana strategia dyskursywna wpisuje się zatem również w zidentyfikowane wcześniej toposy silnego wpływu oraz złych użytkowników mediów.

- Frag. 113 *W wirtualnym arsenale od dawna funkcjonuje też **broń o nazwie "dezinformacja w mediach społecznościowych"**. (CEN-WP-20-10)*
- Frag. 114 *W dzisiejszym świecie opartym na technologii, w świecie, w którym **wojownicy zamiast mieczy mają klawiatury**, a ukierunkowane działania w zakresie wywierania wpływu i **kampanie dezinformacyjne są uznaną bronią państw i podmiotów niepaństwowych**, Unia Europejska intensyfikuje swoje działania i możliwości reakcji. (PRA-NZ-20-13)*
- Frag. 115 *Pokazuje to tylko trudności, jakie napotykają i zapewne będą coraz częściej napotykać **social media**, które nie chcą stać się **bronią masowego rażenia** w rękach populistów, a zarazem próbują zachować neutralny charakter. (PROG-KP-20-15)*

Dezinformacja jako kataklizm

Kolejną metaforą stosowaną do dyskursywnego konstruowania zjawiska dezinformacji była *metafora kataklizmu*. Dezinformacja była w tym ujęciu prezentowana m.in. jako powódź, niszcząca fala, lawina, ulewny deszcz, rwąca rzeka oraz pożar (zob. Frag. 116, Frag. 117 i Frag. 118). Stosowanie tej strategii wykazywało cechy redukcjonizmu przyrodniczego, w ramach którego złożonym procesom społecznym przypisuje się strukturę nieożywionych zjawisk naturalnych. Metafora ta pomijała „czynnik humanistyczny” związany z celowością i refleksyjnością ludzkich praktyk symbolicznych, sprowadzając je do deterministycznego oddziaływania jednych nieposiadających świadomości czynników na inne. Wpisywała się ona zatem w topos złych użytkowników mediów. Człowiek jako jednostka opisywany był jako bezbronny wobec „niszczycielskiej siły” ekstremalnego zjawiska przyrodniczego, mogący pełnić jedynie rolę jego biernej ofiary.

Metafora ta pełniła podobne funkcje jak wiele omawianych powyżej strategii – wzmacniała nasycenie emocjonalne dyskursu wokół dezinformacji, podkreślała pilność tego zagadnienia (tak jak w przypadku kryzysów wywołanych katastrofami przyrodniczymi) oraz podkreślała dużą skalę i silne efekty dezinformacji (kataklizmy rozprzestrzeniają się szybko i szeroko, niszczą wszystko na swojej drodze, bez względu na nastawienie człowieka wobec nich). Promowała ona

monokauzalne spojrzenie na dezinformację, opisując to zjawisko jako bezpośrednią i wyłączną przyczynę współczesnych napięć społeczno-politycznych (zniszczenia powstałe w czasie wystąpienia kataklizmu są domyślnie postrzegane jako jego bezpośrednie następstwo, zgodnie z logiką „po tym, więc wskutek tego”). Metafora dezinformacji jako kataklizmu, podobnie jak wspomniana wcześniej retoryka wojenna, implikowała również, że problem dezinformacji stanowi anomalię wobec „normalnego” stanu, tzn., że możliwy jest powrót do homeostazy poprzez całkowite rozwiązanie problemu (dekodując metaforę – przywrócenie świata opartego na prawdzie). W kontekście poszukiwania rozwiązań przywoływano środki zaradcze właściwe dla kryzysów przyrodniczych (np. „położyć tamę”, „powstrzymać falę”, zob. Frag. 119 i Frag. 120). Wizja ta odbierała sprawczość „zwykłym” jednostkom i przypisywała ją raczej nadrzędnym, decyzyjnym aktorom, np. platformom społecznościowym, rządowi czy ekspertom. Co więcej, skłaniała ona do pozytywnych ocen w stosunku do inicjatyw, które są stanowcze, podejmowane niezwłocznie, scentralizowane oraz wdrażane pomimo ewentualnych konsekwencji dla innych sfer życia społecznego.

Frag. 116 *Na co dzień zderzamy się z [...] **gigantyczną falą, wręcz tsunami dezinformacji.** (CEN-WP-22-25)*

Frag. 117 *Każdego dnia zalewani jesteśmy kolejną **falą fake newsów.** (PRA-WPOL-19-07)*

Frag. 118 *Odkąd nienawiść, kłamstwa i propaganda są szyte na miarę dla indywidualnych profili internetowych, to **rozprzestrzeniają się jak pożar w suchej ściółce.** (PROG-KP-19-06)*

Frag. 119 *Starania Doliny Krzemowej, aby **położyć tamę** nowym formom kłamstwa na razie, według badaczy i niektórych deputowanych, nie przynoszą skutków. A skala wyzwań tylko rośnie. (CEN-ON-20-14)*

Frag. 120 *Przygotowana przez Redutę Dobrego Imienia nowelizacja Prawa Prasowego nie tylko umożliwi **powstrzymanie fali fake newsów i nagonek medialnych, ale również pozwoli mediom wrócić do ich roli informacyjnej.** (PRA-WPOL-20-11)*

Dezinformacja jako roślina

Kolejną ze stosowanych metafor była *metafora rośliny* (zob. Frag. 121, Frag. 122, Frag. 123 i Frag. 124). Najczęściej przywoływaną w tym kontekście konkretną rośliną było zboże. Metafora ta przedstawiała rozpowszechnianie dezinformacji jako sadzenie nasion (konkretne przekazy), z których następnie wyrastają rośliny (efekty dezinformacji). Należy zauważyć, że optyka ta ukazywała nieco mniej deterministyczny obraz niż metafora kataklizmu. Zakładała bowiem, że istnieje możliwość, iż efekty dezinformacji nie wystąpią, tak jak nasiona mogą nie przynieść plonów, np. dlatego, że były zepsute lub ziemia być nieurodzajna. Wizja ta pozostawiała pewną przestrzeń na sprawczość odbiorców oraz nieprzewidywalność procesu. Niemniej jednak, również zanurzona była w toposie silnego wpływu, ponieważ przyjmowała, że nadawca posiada dominującą pozycję (ten, który sieje), efekty w większości przypadków wystąpią (większość nasion przyniesie plony) oraz będą zgodne z zamierzeniami nadawcy (z konkretnych nasion wyrosną konkretne rośliny). W odróżnieniu od metafory kataklizmu, dotyczyła ona raczej dynamiki rozprzestrzeniania się dezinformacji (kto, do kogo, z jakim skutkiem) niż sposobów na przeciwdziałanie problemowi. Jedyny przykład proponowania rozwiązań na bazie metafory rośliny zakładał możliwość dychotomicznego oddzielania treści prawdziwych od fałszywych w mediach społecznościowych na takiej zasadzie, na jakiej podczas upraw oddziela się „ziarna od plew” (zob. Frag. 124).

Frag. 121 - *W Polsce pojawiają się tzw. pożyteczni, różni idioci, którzy wygłaszają hasła o unii polsko-ukraińskiej i powrocie do czasów Jagiellonów. Zupełne absurdalne twierdzenia. **To pada na podatny grunt.** Pytanie: czy są faktycznie idiotami, czy są sterowani przez rosyjskie służby. A tych nie można lekceważyć. Widzimy to na przykładzie Niemiec, Czech, Słowacji. **Przygotowano tam grunt, na którym społeczeństwa zachodnie można było urabiać.** (CEN-WP-22-27)*

Frag. 122 *Polska dyplomacja aktywnie walczy o to, by na świecie wojna na Ukrainie nie powszedniała - zapewnił w poniedziałek wiceszef MSZ Marcin Przydacz. **Rosyjska dezinformacja zbiera w Azji bardzo duże żniwo** - dodał. (PRA-WPOL-22-30)*

Frag. 123 *Twitter [...] poinformował, że jego algorytmy ujawniły 1,5 mln kont, zajmujących się głównie **sianiem fake'ów** na temat koronawirusa. (PROG-OKO-20-17)*

Frag. 124 *[Microsoft – przyp. S.W.] zatrudnił specjalistów, którzy pomagają **odsiewać ziarno od plew**. Dzięki ich pracy, jak chwali się firma, udało się udaremnić ataki hakerów działających na zlecenie rządów Iranu, Rosji, Chin czy Korei Północnej. Jeśli jednak jakiś fejk **przejdzie przez to sito** – no cóż, trudno. (PROG-KP-22-29)*

Deinformacja jako patogen

W analizowanym dyskursie pojawiała się również *metafora patogenu* (zob. Frag. 125, Frag. 126 i Frag. 127). W jej ramach treści dezinformacyjne prezentowane były jako wirusy/zarazki lub bakterie. Ich proliferacja miała prowadzić do wywoływania stanów chorobowych (efektów dezinformacji) u osób wystawionych na oddziaływanie danego patogenu (dezinformacji). Chociaż metafora ta wykorzystywana była już przed pandemią COVID-19, to po jej ogłoszeniu, stała się jeszcze częściej używana. Autorzy pisali o epidemii dezinformacji (nazywanej w wielu przypadkach „infodemią” – od połączenia słów „informacja” i „epidemia”), wyrażając tym samym przekonanie o masowym zasięgu problemu oraz jego gwałtownym narastaniu (zob. Frag. 125, Frag. 126 i Frag. 127).

Krytykę tej metafory zaprezentowali F. M. Simon i Camargo (2021), podkreślając że:

Kluczową wadą tego epidemiologicznego porównania jest to, że z biologicznego punktu widzenia prawdziwe epidemie mają jedną, dobrze zdefiniowaną przyczynę – wirusa, którego szczepy można sekwencjonować, identyfikować i prześledzić ich pochodzenie. Rozprzestrzenianie się informacji, wręcz przeciwnie, często wiąże się z wieloma niezależnymi źródłami, niejasnym pochodzeniem idei i informacji, różną jakością treści, rozmytymi granicami i wielością interpretacjami, które są zależne od kontekstu. (s. 7)

Metafora patogenu utwierdza zatem założenia o braku refleksyjności i sprawczości użytkowników mediów, uznając, że mogą oni zarażać dezinformacją siebie i innych wbrew własnej woli. Wizja ta prezentowała rozprzestrzenianie się dezinformacji jako bezwiedne „infekowanie się” nią przez internautów (zob. Frag. 125). Zgodnie z tą logiką, aby dowolna osoba dała się zmanipulować wystarczy jej zetknięcie się

z dezinformacją (bez względu na okoliczności tego zetknięcia, wcześniejsze poglądy odbiorcy, jego specyfikę tożsamościową, sposoby korzystania z mediów itp.). Porównywanie rozpowszechniania dezinformacji do epidemii niwelowało również odpowiedzialność samych nadawców, zakładając, że w większości są oni nieświadomymi rozsadnikami patogenu, a nie świadomymi aktorami o określonych intencjach.

Frag. 125 *Naukowcy porównują rozprzestrzenianie się fałszywych informacji do epidemii. - **Wirus**, nieożywiony fragment informacji, wykorzystuje luki w biochemicznych zabezpieczeniach organizmów żywych, aby za ich pomocą się namnażać. A dzięki temu może przenosić się na kolejne organizmy. Rozprzestrzenianie się fake newsów możemy postrzegać podobnie - jako proces, w którym nieprawdziwe, złe informacje, wykorzystują słabe punkty w naszym systemie weryfikowania informacji i są przez nas reprodukowane. (CEN-WP-21-17)*

Frag. 126 *WHO uznała, że mamy do czynienia z **infodemią** – stanem pandemicznym, jeśli chodzi o zainfekowanie przestrzeni informacyjnej dezinformacją, manipulacją i fake newsami. (PROG-OKO-20-21)*

Frag. 127 ***Epidemia fake newsów**. Szerzy się szybciej niż koronawirus (PROG-OKO-20-24)*

Na bazie tej metafory kreowane były również zgodne z jej konotacjami propozycje przeciwdziałania. Częściej proponowane były idee związane z zapobieganiem problemowi przed jego wystąpieniem (np. niedopuszczanie do rozprzestrzeniania się wirusa, szczepienie, zob. Frag. 128, Frag. 129 i Frag. 130), niż jego rozwiązywaniem w momencie, gdy już się pojawił (np. potencjalnie podawanie leku w trakcie choroby). Pomysły te wychodziły z założenia, że możliwe jest „uodpornienie” odbiorców na dezinformację poprzez ciągłe przypominanie im o istnieniu zagrożenia oraz edukowanie o jego specyfice. Założenie to nie brało jednak pod uwagę, że samo wystawienie odbiorców na dyskurs antydezinformacyjny, jak wskazują badania (Nielsen i Graves, 2017; van Duyn i Collier, 2019), może wywoływać odwrotne skutki od zamierzonych, budując w odbiorcach przekonanie, że „wszyscy kłamią” (w tym instytucje, takie jak np. nauka czy media).

- Frag. 128 *Naukowiec został zapytany o to, czy ludzkość jest w stanie opracować "szczepionkę" na fake newsy. Jego zdaniem, **każdy z nas może zyskiwać przeciwciała na dezinformację.** (CEN-WP-21-17)*
- Frag. 129 *MON na swoich stronach wyjaśniło, że Centrum Operacyjne MON oraz Akademickie Centrum Komunikacji Strategicznej, działające przy Akademii Sztuki Wojennej rozpoczynają kampanię społeczną pod hasłem "**Fejkoodporni**". (PRA-NZ-22-25)*
- Frag. 130 *W obecnych czasach **dziennikarze** to nie tylko strażnicy demokracji, ale główni pracownicy, którzy **mają chronić nas wszystkich przed wirusem dezinformacji.** (PROG-OKO-21-09)*

Ujęcie alternatywne: metafora mediów jako ekosystemu

W analizowanych tekstach pojawiała się również bardziej ogólna *metafora mediów jako ekosystemu* (zob. Frag. 131). Fragmenty wykorzystujące tę metaforę były jednak rzadkie. Według oceny Hwanga (2020), metafora ta jest w stanie w sposób mniej redukcjonistyczny oddawać specyfikę problemu dezinformacji. Bardziej adekwatnie opisuje ona bowiem wieloaspektowość procesów komunikacyjnych w społeczeństwie. Pozwala lepiej uwzględniać indywidualne doświadczenia odbiorców jako aktywnych aktorów złożonego układu współzależności, odchodzi od wyjaśnień monokauzalnych w stronę dostrzegania wieloprzyczynowości procesów, a także bardziej skłania do poszukiwania długoterminowych rozwiązań z zakresu zarządzania problemem niż stawiania postulatów jego ostatecznego przezwyciężenia. Spojrzenie na zjawisko dezinformacji przez pryzmat spletanego systemu pozwala również zauważać, że korzystanie z mediów społecznościowych nie stanowi układu odizolowanego od innych sfer życia społecznego. Ujęcie to ułatwia zatem wykraczanie w debacie o dezinformacji poza perspektywę koncentrującą się wyłącznie na nowych mediach (uwzględniając również np. oddziaływanie mediów tradycyjnych oraz codziennych interakcji na poziomie mikro- i mezospołecznym, w tym w rodzinie oraz innych wspólnotach, w których ludzie na co dzień uczestniczą).

- Frag. 131 *Dezinformacja jest bardzo złożonym zjawiskiem, które obejmuje cały **ekosystem mediów online**, wykraczając daleko poza reklamy i popularne platformy internetowe. (CEN-ON-20-10)*

Przypisywanie dyskursywnych ról poszczególnym kategoriom aktorów społecznych

Podrozdział ten przedstawia wyniki analizy dotyczącej sposobów przypisywania poszczególnym aktorom społecznym określonych ról dyskursywnych. Rezultaty wykazały, że w dyskursie pojawiały się trzy główne role. Po pierwsze, wyróżniono *nadawców/beneficjentów dezinformacji*. Kategoria ta obejmowała aktorów, którzy byli opisywani jako bezpośredni nadawcy dezinformacji lub/oraz podmioty, które mniej lub bardziej pośrednio czerpią polityczne korzyści z rozpowszechniania dezinformacji przez innych aktorów (np. politycy, których interesy komunikacyjne są realizowane przez ich zwolenników). Przyjęcie wspólnej kategorii dla bezpośrednich nadawców oraz pośrednich beneficjentów było podyktowane tym, że role te w praktyce dyskursywnej w większości przypadków były współwystępujące oraz niemożliwe do oddzielenia. Ta część analizy wykazała zatem, kto w dyskursie przedstawiany był jako ten, który „wywołuje problem”, stanowi jego źródło. Po drugie, istotnym aspektem konstruowania problemu dezinformacji w mediach było ukazywanie określonych podmiotów w roli *aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji*. Kategoria ta dotyczyła aktorów, których prezentowano jako „poszkodowanych przez problem”. Z założenia treści dezinformacyjne zawierają przekazy, których celem jest opisanie określonych podmiotów w niekorzystnym świetle, wyrządzenie im jakiegoś rodzaju szkody czy pogorszenie ich wizerunku. Analiza wykazała, jakim podmiotom i za pomocą jakich środków przypisywano tę rolę. Po trzecie, zidentyfikowano rolę *obrońców przed dezinformacją*. Obejmowała ona aktorów, którzy byli opisywani jako ci, którzy angażują się lub powinni się angażować w przeciwdziałanie treściom rozpowszechnianym przez nadawców/beneficjentów dezinformacji. Rola ta dotyczyła zatem dyskusji o legitymizacji poszczególnych podmiotów do podejmowania inicjatyw antydezinformacyjnych. Innymi słowy, rezultaty pokazały, jacy aktorzy i w jaki sposób byli rozpatrywani w kontekście ich udziału w „rozwiązywaniu problemu”.

Należy zauważyć, że roli nadawców/beneficjentów dezinformacji przypisywano atrybuty negatywne („źli oni”), roli aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji atrybuty pozytywne („pokrzywdzeni my lub nasi sprzymierzeńcy”), natomiast w stosunku do roli obrońców przed

dezinformacją wyrażano ambiwalentne stanowiska (zarówno pozytywne/neutralne, jak i negatywne). Z tego względu ostatnia sekcja w tym podrozdziale (zob. *Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych*) zawiera wyniki analizy strategii argumentacyjnych, które były wykorzystywane do krytykowania lub delegitymizowania poszczególnych aktorów w kontekście ich zaangażowania w przeciwdziałanie dezinformacji.

W poniższych sekcjach omówiono kolejno role zidentyfikowane w dyskursie zgodnie z pytaniami szczegółowymi, które składały się na pytanie P3. Jak wcześniej zaznaczono, analiza obejmowała zarówno wskaźniki ilościowe, jak i aspekty jakościowe. Wyniki ilościowej analizy treści (pytania badawcze P3.1.1, P3.2.1, P3.3.1, P3.4.1), dotyczącej częstotliwości występowania poszczególnych kategorii, zostały zaprezentowane w Tabelach 12-15, a następnie omówione. Po analizie ilościowej w każdym przypadku przedstawiono rezultaty pogłębionej, jakościowej analizy dyskursu. Ta część odpowiadała na pytania badawcze P3.1, P3.2, P3.3, P3.3.2, P3.4 oraz P3.4.2, które wymagały identyfikacji aktorów, którym przypisywano poszczególne role dyskursywne, ich zadań oraz form delegitymizacji. Odwoływano się także do pytania dotyczącego strategii dyskursywnych wykorzystywanych w celu wyrażania poszczególnych stanowisk (P5) oraz ich funkcji w szerszym kontekście społeczno-politycznym (P7). Ponadto rozważano pytanie badawcze P6, które dążyło do wskazania podobieństw i różnic zarówno w ujęciu ilościowym, jak i jakościowym pomiędzy badanymi typami mediów.

Nadawcy/beneficjenci dezinformacji

Pierwszą omówioną rolą będą nadawcy/beneficjenci dezinformacji. Sekcja ta odpowiada zatem na pytania P3.1 oraz P3.1.1, dotyczące przypisywania tej roli określonych aktorom, a także P5, dotyczące stosowanych w tym celu strategii dyskursywnych, P6, dotyczące relacji interdyskursywnych pomiędzy dyskursami w badanych typach mediów oraz P7, dotyczące funkcji politycznych stosowanych strategii. Kolejne fragmenty przedstawiają wyniki ilościowej i jakościowej analizy zidentyfikowanych kategorii przeprowadzonej według kryteriów, które zostały opisane w rozdziale II. Rezultaty ilościowej analizy treści zostały zaprezentowane w poniższej tabeli (zob. Tabela 12).

Tabela 12 Częstotliwość występowania kategorii aktorów, którym przypisywano dyskursywną rolę nadawców/beneficjentów dezinformacji

Kategoria	Częstotliwość występowania				
		Typ mediów			Łącznie
		Cen.	Prog.	Pra.	
Rosja	%	47%	50%	58%	
	n	30	32	37	99
	#	1	2	1	1
Pozamedialne podmioty prawicowe	%	22%	55%	13%	
	n	14	35	8	57
	#	2	1	5	2
Państwa autorytarne (poza Rosją)	%	11%	25%	19%	
	n	7	16	12	35
	#	4=	5	3	3
Zwolennicy pseudonauki	%	20%	27%	5%	
	n	13	17	3	33
	#	3	3=	6	4
Pozamedialne podmioty nieprawicowe	%	11%	11%	17%	
	n	7	7	11	25
	#	4=	8	4	5
Polski rząd	%	8%	23%	0%	
	n	5	15	0	20
	#	6	6	8=	6
Media prawicowe	%	3%	27%	0%	
	n	2	17	0	19
	#	8	3=	8=	7
Media nieprawicowe	%	5%	2%	22%	
	n	3	1	14	18
	#	7	10	2	8
Biznes	%	2%	16%	0%	
	n	1	10	0	11
	#	9	7	8=	9
Media (generalnie)	%	3%	5%	2%	
	n	2	3	1	6
	#	10	9	7	10
Łącznie tekstów w korpusie	%	33%	33%	33%	
	N	64	64	64	192

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja Częstotliwość występowania oznacza odsetek (%) / liczbę (n) tekstów, w których wystąpił przynajmniej jeden fragment zawierający daną kategorię. Częstotliwość występowania fragmentów zawierających daną kategorię wewnątrz poszczególnych tekstów nie była analizowana. Podkolumny w kolumnie Typ mediów prezentują częstotliwość występowania danej kategorii w poszczególnych typach mediów (Cen. – serwisy centrowe; Prog. – progresywne; Pra. – prawicowe). Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Najbardziej intensywne odcienie czerwieni oznaczają najwyższe występujące wartości, odcienie żółci wartości środkowe, natomiast najbardziej intensywne odcienie zieleni wartości najniższe. Kolumna Łącznie określa częstotliwość występowania danej kategorii w całej próbie (bez podziału na typy mediów). Symbol # oznacza miejsce w rankingu, które zajęła dana kategoria pod względem częstotliwości występowania w danym typie mediów (w kolumnie Typ mediów) lub bez podziału na typy mediów (w kolumnie Łącznie). Miejsce 1 oznacza największą częstotliwość występowania. Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Trzy pierwsze miejsca zostały oznaczone czarnym tłem.

Rosja

Aktorem najczęściej prezentowanym jako nadawca/beneficjent dezinformacji była *Rosja* (łącznie 52% tekstów). Kategoria ta obejmowała Rosję jako państwo, Rosjan jako naród, rosyjskie przedsiębiorstwa i instytucje państwowe (np. wojsko) oraz blisko powiązane z władzami. Najczęściej wskazywana była ona w serwisach prawicowych (58% tekstów), jednak w pozostałych również pojawiała się często (50% tekstów w serwisach progresywnych, 47% w centrowych). W serwisach prawicowych i centrowych była to najczęściej występująca kategoria ze wszystkich, natomiast w progresywnych znalazła się na drugim miejscu.

Autorzy w wielu przypadkach używali pojęcia Rosji jako synekdochy *totum pro parte* („całość za część”) dla przypisywania sprawstwa władzom tego państwa (zob. Frag. 132). Często stosowali też jednak metonimie miejsca, takie jak np. jak Moskwa oraz Kreml (zob. Frag. 133 i Frag. 134), które posiadały bardziej bezpośrednie konotacje polityczne – dezinformacja jako strategia polityczna wykorzystywana przez siły rządzące. Czasami jako sprawcę wprost wymieniano również Władimira Putina jako głównego decydenta (zob. Frag. 135).

Duże znaczenie przypisywano także podmiotom prezentowanym jako narzędzia wpływu kontrolowane przez rosyjskie władze, wśród których pojawiały się media (zwłaszcza Sputnik oraz Russia Today, zob. Frag. 133) oraz Internet Research Agency, organizacja nadzorowana przez Jewgienija Prigożyna. Warto zwrócić uwagę szczególnie na ten ostatni podmiot. Jego działalność wzbudziła szerokie zainteresowanie międzynarodowej opinii publicznej ze względu na medialne doniesienia o prowadzeniu przez niego kampanii propagandowych na rzecz Rosji przy użyciu fałszywych kont w mediach społecznościowych (Bastos i Farkas, 2019). Na bazie tych kontrowersji mechanizm rozpowszechniania dezinformacji w wielu fragmentach prezentowany był jako złożony, wyspecjalizowany proces z zakresu inżynierii społecznej z wykorzystaniem wysokich technologii. Nadawcy w tym ujęciu prezentowali byli nie jako konkretne osoby, ale masa nieistniejących w świecie rzeczywistym „trolli” (zob. Frag. 134 i Frag. 136). W tym kontekście autorzy sięgali często po omawiane wcześniej metafory przyrodnicze oraz militarne, pisząc m.in. o „farmach” oraz „armiach” fałszywych kont w sieci (zob. Frag. 136). Określenia te miały za zadanie przyciągać uwagę odbiorców, kreując obraz dezinformacji jako zjawiska nowego, tajemniczego

i intrygującego. Implikowały one ponadto, że treści dezinformacyjne rozpowszechniane są w sposób ściśle skoordynowany, w celu osiągnięcia określonego, jasno sprecyzowanego celu, najczęściej na odgórne zlecenie konkretnego aktora politycznego (głównie Rosji, chociaż narracja o „farmach trolli” stosowana była również w odniesieniu do innych podmiotów). Autorzy wykorzystywali również metaforę Rosji jako maszyny, czyli sprawnie działającego, skomplikowanego mechanizmu, co również miało podkreślać duży stopień zaawansowania, centralizacji, a przede wszystkim wysoką skuteczność działań propagandowych tego państwa (zob. Frag. 133).

Frag. 132 *Epidemia dezinformacji w Polsce. Część fałszywek wskazuje na aktywność Rosji (PROG-OKO-20-23)*

Frag. 133 *Za **maszyną dezinformacyjną Kremla** stoją setki milionów dolarów, które wydawane są na **telewizję RT**, **portal Sputnik** i wiele innych projektów medialnych oraz internetowych. (CEN-WP-21-22)*

Frag. 134 ***Ruskie trolle** w natarciu. Polska na celowniku **kremlowskiej** agentury (PRA-NZ-22-32)*

Frag. 135 *Intensywność rosyjskiej wojny informacyjnej wyraźnie wzrosła. [...] W grudniu 2019, gdy prezydent Rosji **Władimir Putin** atakował Polskę znalezionymi ponoć w archiwach rosyjskich informacjami nt. zachowań polskich władz przez II wojnę światową. (PROG-OKO-20-18)*

Frag. 136 *Zanim Rosja wystrzeliła rakiety, walczyły jej **armie trolli** (PROG-KP-22-29)*

Należy zauważyć, że wskazywanie Rosji jako źródła problemu dezinformacji pełniło w niektórych tekstach retoryczną funkcję, która polegała na dyskredytowaniu określonych poglądów poprzez przywoływanie skojarzeń z działalnością Rosji. Strategię tę należy ocenić jako rodzaj instrumentalizacji politycznej dyskursu na temat dezinformacji na potrzeby bieżącej komunikacji politycznej. Jej celem było odpieranie krytyki względem grupy wewnętrznej „my” i/lub podważanie działalności grupy zewnętrznej „oni”. W poniższym przykładzie z serwisu prawicowego (zob. Frag. 137) „atakami informacyjnymi i propagandowymi na Polskę ze strony Federacji Rosyjskiej” zostały określone

niekorzystne oceny polityki polskiego rządu⁴, dotyczącej jego działań w trakcie pandemii COVID-19, w tym próby organizacji korespondencyjnych wyborów Prezydenta RP w 2020 r., której następstwem było stwierdzenie przez Najwyższą Izbę Kontroli w 2021 r. możliwości popełnienia przestępstwa przez premiera oraz ministrów (Sobczak, 2021) oraz powołanie sejmowej komisji śledczej w celu zbadania nieprawidłowości związanych z tym wydarzeniem.

Frag. 137 *Jak podkreśla rzecznik Ministra Koordynatora Służb Specjalnych pandemia koronawirusa nasiliła **ataki informacyjne i propagandowe na Polskę ze strony Federacji Rosyjskiej**. [...] przykładem są próby ingerowania w sytuację wewnętrzną kraju, np. poprzez podgrzewanie bieżących sporów politycznych. Do tej kategorii niewątpliwie należą przekazy Rosyjskiego Instytutu Studiów Strategicznych (RISS), którego eksperci przekonują, że w Polsce pogarsza się sytuacja związana z epidemią COVID-19, a za planem przeprowadzenia wyborów prezydenckich stoją obawy o dalsze notowania prezydenta Andrzeja Dudy.* (PRA-WPOL-20-13)

Pozamedialne podmioty prawicowe

Drugim najczęściej wskazywanym nadawcą/beneficjentem dezinformacji były *pozamedialne podmioty prawicowe* (łącznie 30% tekstów). Kategoria ta obejmowała ruchy, organizacje, partie polityczne, a także konkretne osoby bezpośrednio utożsamiane z prawicą/konserwatyzmem, natomiast nie obejmowała mediów, polskiego rządu, ruchów antyszczepionkowych, a także Rosji oraz innych państwa autorytarnych, które stanowiły osobne kategorie. W przypadku tej kategorii zaobserwowano wyraźne różnice ilościowe pomiędzy badanymi typami mediów. Zdecydowanie najczęściej pojawiała się ona w serwisach progresywnych (55% tekstów), w których stanowiła najpopularniejszą kategorię (częściej występującą niż Rosja). W serwisach centrowych kategoria ta stanowiła drugą najpopularniejszą kategorię (22% tekstów). Najrzadziej pojawiała się w serwisach prawicowych (13% tekstów), stanowiąc dopiero piątą kategorię pod względem

4 W niniejszej pracy określenie „polski rząd” odnosi się do rządu w latach objętych badaniem, który współtworzony był przez partie Zjednoczonej Prawicy.

częstości występowania. Wyniki te wskazują, że konstruowanie dezinformacji w badanych mediach wpisywało się w ich nachylenie światopoglądowe. W serwisach centrowych i progresywnych problem dezinformacji rozumiany był w dużej mierze jako problem związany z komunikacją prawicy. W serwisach prawicowych natomiast, dostrzegano co prawda pewną rolę pozamedialnych podmiotów prawicowych w rozpowszechnianiu dezinformacji, jednak prezentowano ją jako znacznie mniej istotną i w większym stopniu skupiano się na roli innych podmiotów.

W serwisach centrowych i progresywnych w kontekście pozamedialnych podmiotów prawicowych jako nadawców/beneficjentów dezinformacji używano zarówno określeń uogólniających, jak i konkretyzujących, które precyzowały określone podmioty. Określenia uogólniające wyrażały przekonanie, że prawica jako całość lub jej znaczna część ponosi odpowiedzialność i czerpie korzyści z rozpowszechniania dezinformacji (np. „populistyczna prawica” , „prawicowe, autorytarne i populistyczne siły”, zob. Frag. 138). Na wyższym poziomie konkretyzacji wskazywane były określone organizacje i partie, utożsamiane ze skrajną prawicą (zarówno zagraniczne, np. niemiecka Alternatywa dla Niemiec i francuskie Zjednoczenie Narodowe, jak i polskie, np. Ordo Iuris i Konfederacja, zob. Frag. 139). W dyskursie serwisów progresywnych rola nadawców/beneficjentów dezinformacji przypisywana była nie tylko skrajnym ugrupowaniom, ale również tym bardziej umiarkowanym, które w momencie formułowania dyskursu sprawowały władzę w poszczególnych państwach (np. Fidesz w Węgrzech, Partia Republikańska w Stanach Zjednoczonych, Partia Konserwatywna w Wielkiej Brytanii, zob. Frag. 139). Obserwacja ta pokazuje, że w serwisach centrowych problem dezinformacji utożsamiany był raczej z najbardziej radykalnymi podmiotami, natomiast w progresywnych obejmował również ugrupowania stanowiące dominujący nurt współczesnej prawicy. Jako nadawcy/beneficjenci dezinformacji prezentowani byli również konkretni politycy. Szczególnie często przywoływany był w tym kontekście Donald Trump (zob. Frag. 140) – opisywany jako pewnego rodzaju personifikacja problemu. Pojawiały się również postacie, takie jak m.in. Viktor Orbán czy Jair Bolsonaro (w kontekście zagranicznym) oraz Janusz Korwin-Mikke czy Grzegorz Braun (w kontekście polskim; zob. Frag. 141).

- Frag. 138 *Kryzys zdrowotny i gospodarczy wymaga ponadnarodowej solidarności i troski, tymczasem na **populistycznej prawicy** rośnie nacjonalistyczny, ksenofobiczny, rasistowski ferwor. [...] **Prawicowe, autorytarne i populistyczne siły** będą próbowały wykorzystać polityczne niepokoje wywołane załamaniem gospodarczym. [...] Wybuch epidemii COVID-19 pokazał, że powszechna opieka zdrowotna i solidne systemy opieki społecznej nie tylko są istotnymi elementami sprawiedliwości społecznej, ale są także kluczowe dla prawidłowo funkcjonujących społeczeństw. Jak się jednak okazało, nie zapobiegło to rozpowszechnianiu dezinformacji na temat wirusa wycelowanych w grupy szczególnie narażone i wspierania wykluczających idei nacjonalistycznych. (PROG-KP-20-12)*
- Frag. 139 ***Partia Konserwatywna** [...] utrzymywała, że polityka to zło. [...] Strategia konserwatystów była zatem prosta: wypowiedzieć wojnę procesowi politycznemu, podważyć zaufanie i prawdę. (PROG-KP-20-09)*
- Frag. 140 *Po wyborach prezydenckich w USA musiały zmierzyć się z zalewem treści, które nijak nie pokrywały się z faktami i nie pochodziły z szemranych stron słabo przetłumaczonych z rosyjskiego, tylko od jednej z najważniejszych osób na świecie – **Donalda Trumpa**. (PROG-KP-20-16)*
- Frag. 141 *Skrajnie prawicowa francuska platforma, która publikuje dezinformujące materiały, uderzające w tamtejsze partie, imigrantów oraz islam i ośmiesza działania w obronie klimatu, prowadzona jest przez aktywistów z Polski, **związanych z Konfederacją i Januszem Korwin-Mikkem**. (CEN-ON-20-10)*

Jak wspomniano wcześniej, w serwisach prawicowych rzadko wskazywano pozamedialne podmioty prawicowe jako nadawców/beneficjentów dezinformacji (13% tekstów). Należy przy tym zauważyć, że fragmenty, które zawierały takie wskazanie nie odnosiły się do podmiotów umiarkowanych (w przeciwieństwie do serwisów progresywnych). Rolę tę przypisywano podmiotom skrajnym, zarówno zagranicznym (zob. Frag. 142), jak i polskim, które stanowią konkurencję na prawej stronie sceny politycznej dla środowisk związanych z Prawem i Sprawiedliwością (np. partia Konfederacja, zob. Frag. 143). Przykłady wskazane poniżej ilustrują możliwość wykorzystywania dyskursu antydezinformacyjnego w bieżącej

działalności politycznej do dyskredytowania jednych podmiotów przez inne wewnątrz prawicy.

Frag. 142 *Minister spraw zagranicznych Kanady Chrystia Freeland ostrzegła kilka dni temu, że „wrogie zagraniczne podmioty będą chciały wpłynąć na federalne wybory w Kanadzie w październiku”. [...] Raport wskazuje na rosyjską Internet Research Agency, która używa fałszywych kont w mediach społecznościowych i botów do rozpowszechniania fake news na temat Kanady. [...] Poza aktywnością zagranicznych podmiotów jest jeszcze **problem kanadyjskiej skrajnej prawicy**. (PRA-NZ-19-03)*

Frag. 143 *Ataki rosyjskich trolli nie są prowadzone tylko w polskim internecie. To jest zjawisko europejskie, a nawet światowe. W Polsce obserwujemy bardzo dużą aktywizację tych kont trolli, które wcześniej zajmowały się powielaniem fake newsów na temat pandemii COVID-19, a dziś szerzą narrację antyukraińską i jednocześnie prorosyjską. Często też te same konta wspierają postulaty wysuwane przez **Konfederację** – wskazuje minister Andruszkiewicz. (PRA-NZ-22-32)*

Państwa autorytarne (poza Rosją)

Trzecią najczęściej wymienianą kategorią (łącznie 18% tekstów) były *państwa autorytarne (poza Rosją)*. Obejmowała ona państwa o nachyleniu autorytarnym inne niż Rosja. Wśród państw tych wymieniano Białoruś, Chiny, Indie, Iran, Koreę Północną, Turcję oraz Arabię Saudyjską (zob. Frag. 144 i Frag. 145). Kategoria ta najczęściej pojawiała się w serwisach progresywnych (25% tekstów), a najrzadziej w centrowych (11% tekstów).

Pomimo niewielkich różnic ilościowych w częstotliwości posługiwania się opisywaną kategorią, opisy w badanych serwisach nie różniły się znacząco pod względem jakościowym. We wszystkich typach mediów stosowano strategię kolektywizacji, opartą na zastosowaniu synekdochy, która polegała na przypisywaniu roli nadawcy/beneficjenta dezinformacji całemu państwu, a nie jego poszczególnym częściom składowym. Strategia ta wyrażała pogląd, że w przypadku tych państw (podobnie jak w przypadku Rosji, ale przeciwnie do państw demokratycznych) cały aparat państwowy w sposób skoordynowany jest wykorzystywany do rozpowszechniania dezinformacji. W niektórych fragmentach

stosowano jednak zamiennie nazwę państwa z nazwiskiem jego przywódcy, przypisując mu bardziej bezpośrednio główną odpowiedzialność/sprawczość w poruszonym zakresie (np. Alaksandr Łukaszenka, Recep Tayyip Erdoğan, zob. Frag. 146). Należy również zauważyć, że przypisywanie państwom autorytarnym roli nadawców/beneficjentów dezinformacji (podobnie jak w przypadku Rosji) było w niektórych przypadkach wykorzystywane jako strategia dyskredytowania określonych, niekorzystnych z perspektywy podmiotu mówiącego tematów poprzez przedstawianie ich jako sprzyjających interesom państw o nachyleniu autorytarnym (np. krytykowanie działań rządu Prawa i Sprawiedliwości w związku z katastrofą ekologiczną spowodowaną skażeniem Odry latem 2022 roku prezentowane było w jednym z tekstów jako promowanie narracji zbieżnej z celami Białorusi, zob. Frag. 145).

Frag. 144 *Jak wynika z oświadczeń firm, od października ub. r. Facebook, Twitter i YouTube usunęły co najmniej 10 kampanii skierowanych do odbiorców w USA i Europie, promujących fałszywe informacje, w których uczestniczyły konta powiązane z **autorytarnymi krajami** takimi jak Rosja, Iran i Chiny. (CEN-ON-20-14)*

Frag. 145 *Tak **Rosja i Białoruś wykorzystują fake news o rtęci w Odrze!** Serwis FakeHunter przeanalizował rozprzestrzeczanie się fake newsa o rtęci w Odrze. Jak się okazuje, rosyjskie i białoruskie media szybko podchwyciły temat i snują **narrację o „szkodliwości państwa polskiego dla przyrody”**. (PRA-WPOL-22-32)*

Frag. 146 *Wszystkim Kaczyńskim, Orbánom, **Erdoğanom, Łukaszenkom** i Putinom tego świata chodzi o jedno: za pomocą kłamstw i manipulacji chcą zmienić wolnych obywateli w posłusznych poddanych. (PROG-OKO-21-09)*

Zwolennicy pseudonauki

Kolejną wyodrębnioną kategorią byli zwolennicy pseudonauki. W kategorii tej uwzględniane były osoby (zwłaszcza „zwykli” użytkownicy internetu), którym przypisywano rolę propagatorów treści niezgodnych z obecnym stanem wiedzy naukowej. Nie odnosiła się ona do polityków oraz partii politycznych, ponieważ podmioty te były zaliczane do osobnych kategorii. Kategoria ta obejmowała zatem ruchy antyszczepionkowe (oraz entuzjastów innych treści pseudomedycznych),

zwolenników różnego rodzaju teorii spiskowych (np. „płaskoziemców” i „turbosłowian”), a także osoby negujące antropogeniczne zmiany klimatu. Kategoria ta najczęściej pojawiała się w serwisach progresywnych (27% tekstów), następnie w centrowych (20% tekstów), natomiast najrzadziej w prawicowych (zaledwie 5% tekstów). W serwisach centrowych i progresywnych zwolennicy pseudonauki byli przedstawiani jako jeden z głównych nadawców/beneficjentów dezinformacji – w obu przypadkach zajęli trzecie miejsce pod względem częstotliwości występowania, natomiast w serwisach prawicowych znaleźli się dopiero na szóstym miejscu.

Zwolenników pseudonauki opisywano najczęściej z wykorzystaniem strategii kolektywizacji, prezentując ich jako trudną do skonkretyzowania masę, składającą się z tysięcy użytkowników internetu (zob. Frag. 147 i Frag. 148). Jedynie w pojedynczych przypadkach wskazywano na konkretne jednostki (np. Jerzego Ziębę jako „promotora medycyny alternatywnej”, zob. Frag. 149). Należy w tym kontekście zwrócić szczególną uwagę na przypisywanie podmiotom w obrębie tej kategorii określonej afiliacji politycznej. W serwisach centrowych oraz prawicowych nie przypisywano tej kategorii żadnej konkretnej afiliacji. Zwolenników pseudonauki przedstawiano jako „anonimowy” tłum, który nie jest związany z żadną opcją polityczną lub łączono ich z Rosją (zob. Frag. 150). W serwisach progresywnych również stosowano te dwie strategie, ponadto jednak w wielu fragmentach wprost przypisywano tym aktorom afiliację prawicową (zob. Frag. 151). Co więcej, warto zaznaczyć, że w pojedynczych fragmentach w serwisach progresywnych oraz centrowych w odniesieniu do zwolenników pseudonauki używano strategii etykietowania o wydźwięku pejoratywnym (np. „foliarze”, zob. Frag. 148). Miały one na celu zdyskredytowanie i ośmieszenie przedstawicieli tej kategorii – w domyśle, zwolenników prawicy.

Frag. 147 *Nie ma dnia, abym na Facebooku nie natknął się na fake newsy i manipulacje. [...] Wystarczy zanurzyć się w grupy o tematyce antyszczepionkowej, altmedowej lub zrzeszających zwolenników teorii spiskowych.* (CEN-WP-20-15)

Frag. 148 *Nie tylko Polska to czarnoziem dla foliarzy. Cała Europa Środkowa to kraina „włączających myślenie”.* (PROG-KP-20-13)

- Frag. 149 *Allegro walczy z dezinformacją i usuwa wszystkie aukcje, w których przedmiotami są książki **Jerzego Zięby**. Chodzi o znanego głównie w sieci autora wielu rodzajów terapii i **promotora medycyny alternatywnej**. (CEN-WP-20-14)*
- Frag. 150 *Nie pierwszy raz Jarosław Kaczyński uruchamia w debacie publicznej ważny i wyrazisty temat. Gdy 4 czerwca powiedział w rozmowie z Radiem Rzeszów, że **idee antyszczepionkowe zostały zainspirowane w latach 80. przez KGB**, pojawiła się lawina komentarzy. [...] Kaczyński [...] wskazywał podobieństwo **dzisiejszej propagandy antyszczepionkowej do dawnych operacji sowieckiego wywiadu**. (PRA-WPOL-21-22)*
- Frag. 151 *Dziś przegląd najpopularniejszych antypandemicznych narracji z regionu [państw Grupy Wyszehradzkiej – przyp. S.W.]. [...] Chociaż narracja ta była obecna we wszystkich czterech krajach, w przypadku Węgier i Polski była ona **wspierana przez głównych aktorów politycznych, w tym rządzących, oraz skrajnie prawicowych**. (PROG-KP-20-13)*

Pozamedialne podmioty nieprawicowe

Kolejna kategoria, wyodrębniona jako *pozamedialne podmioty nieprawicowe*, znalazła się w 13% tekstach łącznie. Obejmowała ona ruchy, organizacje, partie polityczne, a także konkretne osoby (w tym aktywistów społecznych), które nie były bezpośrednio utożsamiane z prawicą/konserwatyzmem, a z takimi nurtami ideowymi jak np. liberalizm, progresywizm, centryzm, lewica. Nie obejmowała natomiast mediów oraz przedstawicieli biznesu, którzy stanowili osobne kategorie. Najczęściej pojawiała się ona w serwisach prawicowych (17% tekstów), natomiast rzadziej w centrowych i progresywnych (11% tekstów w obu przypadkach). Tendencja ilościowa w przypadku tej kategorii była zatem odwrotna niż w przypadku pozamedialnych podmiotów prawicowych. Obserwacja ta dostarcza argument wskazujący, że konstruowanie problemu dezinformacji pod względem jej nadawców/beneficjentów było związane z nachyleniem światopoglądowym mediów, tzn. w serwisach prawicowych częściej jako nadawcy/beneficjenci dezinformacji prezentowane były podmioty sytuowane poza obrębem prawicy, a w centrowych i progresywnych podmioty kojarzone z prawicą.

Badane typy mediów różniły się między sobą pod względem jakościowego przedstawiania pozamedialnych podmiotów nieprawicowych. W serwisach centrowych oraz progresywnych fragmenty zaliczone do tej kategorii najczęściej nie zawierały autorskich treści odredakcyjnymi, ale cytaty lub parafrazy dyskursu prawicowego (np. słowa polityków polskiego rządu, którzy oskarżali o rozpowszechnianie dezinformacji polską nieprawicową opozycję parlamentarną⁵). Pojawiły się jednak również teksty, które nie były zaczerpnięte z dyskursu prawicowego, a operowały opisywaną kategorią. Na konkretne partie polityczne/polityków (np. Angelę Merkel lub Leszka Millera) wskazywano jedynie w trzech tekstach (zob. Frag. 152). W opisywanych serwisach pojawiły się również fragmenty, które zawierały krytyczną autorefleksję, wskazującą, że członkowie dyskursywnego „my” (w podanym przykładzie rozumiani jako zwolennicy polskiej nieprawicowej opozycji parlamentarnej, zob. Frag. 153) rozpowszechniają dezinformację dla własnych interesów. Należy ponadto zwrócić uwagę, że w dwóch tekstach w mediach centrowych rolę nadawców/beneficjentów dezinformacji przypisywano również bezpośrednio podmiotom o charakterze lewicowym, wyrażając przekonanie, że podmioty zarówno prawicowe, jak i lewicowe, które prezentują poglądy, które nie wpisują się w dyskurs dominującego intelektualnego centrum, mają tendencję do publikowania dezinformacji (zob. Frag. 154).

Serwisy prawicowe, w odróżnieniu od pozostałych, koncentrowały się na roli polskiej nieprawicowej opozycji parlamentarnej w rozpowszechnianiu dezinformacji. W tekstach bezpośrednio wymieniano partię Platforma Obywatelska oraz jej konkretnych polityków (np. Sławomira Nitrasa, Donalda Tuska, zob. Frag. 155). Stosowano również określenia uogólniające, które wskazywały kolektywnie na szeroki zbiór osób nieidentyfikujących się z poglądami konserwatywnymi (np. „zwolennicy opozycji”, „lewacy i antyklerykałowie”, zob. Frag. 156 i Frag. 157). Należy podkreślić, że etykiety te w kilku przypadkach posiadały wydźwięk

5 W niniejszej pracy określenie „polska nieprawicowa opozycja parlamentarna” oznacza partie posiadające mandaty w Sejmie IX kadencji, który funkcjonował przez większość czasu objętego badaniem, a także ich członków. Odnosiło się zatem do partii współtworzących kluby Koalicji Obywatelskiej, Lewicy i Koalicji Polskiej oraz koła Polski 2050 i Lewicy Demokratycznej. Nie obejmowało natomiast pozostałych klubów i kół o charakterze bardziej prawicowym (w tym Konfederacji oraz Kukiz' 15).

pejoratywny w celu zdyskredytowania i wyszydzenia opisywanych grup (np. „lewacy”, „totalsi”, zob. Frag. 156 i Frag. 158). Co więcej, jako nadawcy/beneficjenci dezinformacji prezentowani byli również aktywiści społeczni, zaangażowani w nagłaśnianie spraw sprzecznych z agendą rządu Prawa i Sprawiedliwości (np. „zieloni” jako określenie aktywistów ekologicznych, zob. Frag. 157).

Frag. 152 *Jak wykazało śledztwo OKO.press, fanpejdże działającej od 2016 roku siatki zwiększały zasięgi m.in. portali z antyuchodźczymi, antyukraińskimi i antynatowskimi fake newsami. A także portali, które promowały kolejno trzech polityków: Janusza Korwin-Mikkego na nieaktywnym już "Portalu Niezależnym", Adama Andruszkiewicza na jego oficjalnej stronie "Prosto z Mostu" i **Leszka Millera** na usuniętej w następstwie naszego śledztwa "Innej Polityce". (PROG-OKO-19-28)*

Frag. 153 *Od 4 stycznia zaczęły do mnie docierać informacje, że wyrwany z całości fikcyjny cytat z mojego statusu, zaczął być kolportowany, już nie tylko po FB, ale i na Twitterze, jako samodzielna prawdziwa informacja, a zarazem dowód na ohydny dwulicowość PiS-u [...]. Niestety, dowiedziałem się też o innych [użytkownikach krytycznie nastawionych wobec PiS – przyp. S.W.], którzy albo nie zareagowali na interwencję, albo odmówili jakiegokolwiek reakcji. Co najmniej **jedna osoba miała bez zażenowania wyjaśniać, że wie, iż to fałsz, ale ponieważ skuteczny w walce z PiS i obronie „naszych” aktorów, nie zamierza go usuwać...** (PROG-OKO-21-11)*

Frag. 154 *Nie potrzeba specjalnego wysiłku, by znaleźć fake newsy w sieci. Na nacjonalistycznych grupach na Facebooku, na Twitterze i stronach internetowych, które przyciągają **ekstrema rodzimej polityki tak z lewa jak i z prawa**, mieszanka antyestablishmentowej, antyimigranckiej i antyunijnej retoryki rozrasta się jak na drożdżach. (CEN-ON-19-02)*

Frag. 155 *Serwis FakeHunter przeanalizował rozprzestrzeczanie się fake newsa o rłęci w Odrze. [...] niepotwierdzoną informację zaczęli rozpowszechniać politycy, z **liderem PO, Donaldem Tuskiem** na czele. (PRA-WPOL-22-32)*

Frag. 156 *Cezary Gmyz w 2016 roku próbował odpowiedzieć na pytanie, dlaczego Facebook cenzuruje treści i blokuje profile związane z organizacjami*

*nacjonalistycznymi lub patriotycznymi, a jednocześnie przymyka oko na skandaliczne ekscesy **lewaków i antyklerykałów**? (PRA-NZ-19-04)*

Frag. 157 *Bezczelny fake news ze strony **zwolenników opozycji**. [...] Lasy Państwowe w związku ze swoją działalnością są od długiego czasu atakowane **przez różne środowiska "zielonych"**, którzy zarzucają leśnikom m.in. nadmierną wycinkę drzew. Ataki - wraz z dojściem do władzy obozu Zjednoczonej Prawicy - nabrały jeszcze bardziej charakteru politycznego, czego najlepszym przykładem może być słynna już sprawa wycinki w Puszczy Białowieskiej przeprowadzanej w związku z gradacją kornika drukarza. (PRA-NZ-21-23)*

Frag. 158 *Aktywność polityczna **totalsów** jest coraz bardziej uciążliwa, bo oparta bez reszty na destrukcji. Każdego dnia zalewani jesteśmy kolejną falą fake newsów. Ciężko żyć w takim informacyjnym bagnie. Taki jest zresztą cel – przeciężenie opinii publicznej bodźcami negatywnymi niewiadomego pochodzenia. Problem jest jednak dużo większy. Propagatorami fałszywych „informacji” są coraz częściej sami politycy. (PRA-WPOL-19-07)*

Media prawicowe

Następną kategorią pod względem częstotliwości występowania były *media prawicowe*. Zaliczono do niej organizacje medialne posiadające linię programową o nachyleniu prawicowym/konserwatywnym. Kategoria ta została zidentyfikowana w 10% tekstów łącznie. Należy jednak podkreślić, że w tym zakresie występowały znaczące różnice pomiędzy badanymi typami mediów. W serwisach progresywnych kategoria ta pojawiła się aż w 27% tekstów (a więc była to trzecia najczęściej występująca kategoria w tym typie mediów, na równi ze zwolennikami pseudonauki), natomiast znacznie rzadziej lub w ogóle nie pojawiała się w serwisach centrowych (3% tekstów) oraz prawicowych (0% tekstów). Tendencje te wzmacniają słuszność obserwacji, że badane media konstruowały problem dezinformacji w zróżnicowany sposób, w zależności od nachylenia światopoglądowego, tzn. serwisy progresywne przypisywały mediom prawicowym istotną rolę w wywoływaniu i potęgowaniu problemu dezinformacji, natomiast prawicowe zupełnie pomijały ten wątek. Warto zaznaczyć, że serwisy centrowe

również niemal nie wskazywały na rolę mediów prawicowych jako nadawców/beneficjentów dezinformacji, w odróżnieniu od przypisywania tej roli innym, pozamedialnym podmiotom prawicowym, takim jak np. politycy czy partie (co omówiono wcześniej).

W serwisach progresywnych jako nadawców/beneficjentów dezinformacji prezentowano szeroki zbiór konkretnych mediów o nachyleniu prawicowym, głównie polskich (np. wPolityce, „Sieci”, TV Republika, wRealu24, Radio Maryja, TVP, zob. Frag. 159), ale również zagranicznych (np. Fox News, zob. Frag. 161). W nielicznych przypadkach w serwisach centrowych również wskazywano na konkretne tytuły, stosując wobec nich pejoratywną etykietę „fejk-media” (zob. Frag. 160). W serwisach progresywnych zdarzały się także przypadki wskazywania konkretnych dziennikarzy związanych z tym mediami (np. Tomasz Plaskota), a także stosowania określeń uogólniających, bez wymieniać konkretnych tytułów/osób (np. „prawicowe media”, zob. Frag. 162). Należy przy tym zwrócić uwagę, że stawianie mediów prawicowych w roli nadawców/beneficjentów dezinformacji w niektórych fragmentach wykorzystywane było do podważania i delegitymizowania dyskursu prawicowego. W ramach tej strategii pejoratywna etykieta dezinformacji przypisywana była mediom prawicowym jako całości, a nie konkretnym zawierającym fałsz przekazom rozpowszechnianym przez te podmioty. Strategia ta służyła zatem dyskursywnemu zacieraniu granic pomiędzy zjawiskiem publikowania przekazów sprzecznych z faktami a wyrażaniem wyrazistych opinii publicystycznych czy uprawionej krytyki prasowej formułowanej z pozycji prawicowych względem polityk progresywnych i centrowych (Li i Su, 2020).

Frag. 159 *A co z dezinformacją sączoną przez **telewizję publiczną**? (PROG-KP-22-26)*

Frag. 160 *Polska skrajna prawica prowadzi we Francji dezinformujący portal [FL24 -przyp. S.W.]. [...] Mimo troski Věry Jourovej [wiceprzewodnicząca KE, przyp. – S.W.] obecnie obowiązujące w UE ramy prawne nie są wystarczające do walki z wewnątrzunijnymi kampaniami dezinformacyjnymi i "fejk-mediami" takimi jak FL24. (CEN-ON-20-10)*

Frag. 161 *Większości kłamstw i nadużyć dokonują konta bezwstydnie działające pod prawdziwymi nazwami. Nie @xxszczepionkitozlo123, ale @realdonaldtrump czy @FoxNews. (PROG-KP-22-32)*

Frag. 162 *Faktem jest, że siatka szerzy dezinformację i wspiera na Facebooku prorosyjskich polityków i **prawicowe media**. (PROG-OKO-19-26)*

Polski rząd

Następna kategoria określona jako *polski rząd* obejmowała partię Prawo i Sprawiedliwość oraz pozostałe partie współtworzące rząd w okresie objętym badaniem, konkretnych przedstawicieli tych partii (w tym posłów i europosłów), członków rządu oraz Prezydenta RP. Nie obejmowała mediów publicznych, które ze względu na nachylenie światopoglądowe w badanym okresie zostały zaliczone do kategorii media prawicowe. Polski rząd, tak samo jak kategoria media prawicowe, pojawił się w 10% tekstów łącznie. Rozkład częstotliwości występowania tej kategorii również przedstawiał się podobnie jak w przypadku mediów prawicowych, tzn. najczęściej pojawiała się ona w serwisach progresywnych (23% tekstów), rzadziej w centrowych (8% tekstów), a w ogóle nie pojawiała się w mediach prawicowych (0% tekstów). Dysproporcja ta ponownie odzwierciedlała podziały ideologiczne w badanych typach mediów. Media prawicowe zupełnie pomijały rolę polskiego rządu w kreowaniu problemu dezinformacji, natomiast pozostałe nie, przy czym media progresywne koncentrowały się na tym zagadnieniu bardziej niż centrowe.

W serwisach progresywnych oraz centrowych jako nadawca/beneficjent dezinformacji przedstawiane było całe środowisko wokół rządu Prawa i Sprawiedliwości (np. „rząd/rządzący”, „władza”, zob. Frag. 163 i Frag. 164), poszczególne komórki organizacyjne (np. MON, zob. Frag. 165), a także konkretni politycy (np. Jarosław Kaczyński, Patryk Jaki, Antoni Macierewicz, Mariusz Błaszczak, zob. Frag. 165). W części fragmentów polski rząd był prezentowany jako bezpośredni nadawca dezinformacji (zob. Frag. 163 i Frag. 165), jednak w wielu jedynie jako podmiot pośrednio czerpiący korzyści z dezinformacji rozpowszechnianej przez inne podmioty (beneficjent; zob. Frag. 164). Podobnie jak w przypadku kategorii media prawicowe, strategia ta mogła być

instrumentalizowana politycznie do dyskredytowania komunikacji polskiego rządu poprzez utożsamianie jej w całości z dezinformacją.

Frag. 163 *Walka z radykalizacją i dezinformacją w Europie Wschodniej stała się co najmniej na Węgrzech i w Polsce „walką z demokratycznie wybranym rządem”. I po raz kolejny okazuje się, że nad Dunajem i Wisłą nie trzeba nawet za bardzo dezinformacji z zewnątrz. Sami sobie lepszych fachowców od tego na rządzących wybieramy. (PROG-KP-20-13)*

Frag. 164 *Techniki dezinformacyjne służą dziś obecnej władzy w Polsce. Jeśli tak, to na walkę z dezinformacją w kraju nie mamy co liczyć. Pozostaje nam wyłącznie Unia Europejska. (PROG-OKO-20-20)*

Frag. 165 *Jak dezinformowali Macierewicz i Błaszczak. Lista największych fake newsów MON. [...] Minister Macierewicz również był źródłem wielu fake newsów. (CEN-WP-22-31)*

Media nieprawicowe

Kolejną kategorią pod względem częstotliwości występowania były *media nieprawicowe*. Kategoria ta odnosiła się do mediów, które nie były w dyskursie bezpośrednio utożsamiane z nachyleniem prawicowym/konserwatywnym, a z takimi nurtami ideowymi jak np. liberalizm, progresywizm, centryzm, lewica. Jako nadawca/beneficjent dezinformacji zaprezentowane zostały one w 9% tekstów łącznie. Znacząco różnił się rozkład częstotliwości występowania tej kategorii w poszczególnych mediach. Najczęściej występowała ona w serwisach prawicowych (22% tekstów), natomiast znacznie rzadziej w centrowych (5% tekstów) oraz progresywnych (2% tekstów). Wystąpiła zatem w tym przypadku podobna tendencja jak w przypadku zbliżonej kategorii pozamedialnych podmiotów nieprawicowych, które omawiane były wcześniej, tzn. serwisy prawicowe wykorzystywały tę kategorię znacznie częściej niż pozostałe. Należy przy tym zauważyć, że w serwisach prawicowych media nieprawicowe były wskazywane częściej niż pozamedialne podmioty nieprawicowe (np. partie polityczne), natomiast w pozostałych serwisach wystąpiła odwrotna tendencja, tzn. pozamedialne podmioty prawicowe wskazywano częściej niż media. Obserwacje te potwierdzają prezentowane powyżej wnioski dotyczące znaczących podziałów

w dyskursywnym konstruowaniu problemu dezinformacji pomiędzy serwisami prawicowymi a pozostałymi (centrowymi i progresywnymi).

W nielicznych przypadkach, w których media nieprawicowe były prezentowane w serwisach centrowych oraz progresywnych jako nadawca/beneficjent dezinformacji, prezentowano zazwyczaj krytykę poszczególnych skandali związanych z brakiem rzetelności dziennikarskiej (przywoływano np. sprawę Claasa Relotiusa, który publikował artykuły oparte na sfabrykowanych informacjach m.in. na łamach „The Guardian” oraz „Der Spiegel”, zob. Frag. 166). Inne fragmenty cytowały dyskurs ukraińskich władz, który potępiał zagraniczne media za publikowanie treści sprzecznych z agendą Ukrainy (np. „The Washington Post”, zob. Frag. 167). Co więcej, warto zwrócić uwagę, że w jednym z tekstów z serwisów centrowych pojawiła się krytyka innych tytułów centrowych za nadmierne reprodukowanie dyskursu elit finansowych, a także dyskursu współczesnej lewicy, która oskarżana była przy okazji o ograniczanie wolność słowa w imię progresywnych wartości (zjawisko „cancel culture”, zob. Frag. 168). Pozostałe teksty w mediach centrowych i progresywnych zaliczone do tej kategorii przywoływały jedynie prawicowy dyskurs, a nie stanowiły autorskich treści redakcyjnych.

Frag. 166 *Niemiecki reporter **Claas Relotius** otrzymał wiele wyróżnień, dopóki nie wyszło na jaw, że swoje historie po prostu zmyślał. (PROG-KP-19-03)*

Frag. 167 *Zachodnie media od kilku dni alarmują o zwiększonej aktywności rosyjskich sił zbrojnych w pobliżu granicy z Ukrainą. Tymczasem ministerstwo obrony Ukrainy zaprzecza tym doniesieniom, twierdząc, że nie zaobserwowało wzrostu liczebności wojsk i uzbrojenia w regionie. [...] Władze Ukrainy nazwały to „świadomą dezinformacją”. [...] O ruchach rosyjskich wojsk informuje „**Washington Post**”. (CEN-ON-21-18)*

Frag. 168 *Kultura anulowania (cancel culture), poparcie dla określonych poglądów na temat płci, a w USA rozwój krytycznej teorii rasy radykalnie tłumią debatę i odmienne poglądy. [...] realistycznie rzecz biorąc, wielu polityków, wiele **tradycyjnych mediów** i instytucji publicznych — na poziomie krajowym i ponadnarodowym — często ignoruje fakty lub interpretuje je w niewłaściwy sposób. To z pewnością nie jest dobre, ale zwykle w końcu*

*przynosi odwrotny skutek. Jednym z przykładów jest to, jak szef Europejskiego Banku Centralnego wciąż deklaruje, że inflacja zostanie "opanowana" — stwierdzenie to zostało przyjęte bez zastrzeżeń przez większość **mediów głównego nurtu**. (CEN-ON-22-31)*

W mediach prawicowych jako nadawcy/beneficjenci dezinformacji prezentowane były liczne konkretne media o nachyleniu centrowym oraz progresywnym, zarówno polskie (np. TVN24, TVN, „Rzeczpospolita”, „Gazeta Wyborcza”, Onet, zob. Frag. 169 i Frag. 170), jak i zagraniczne (np. CNN, „The Washington Post”, zob. Frag. 171). W wielu fragmentach stosowano jednak również określenia uogólniające (np. „polskie mainstreamowe media”, „liberalne media”, „jedne media”, „media lewicowo-liberalne”, zob. Frag. 169 i Frag. 172). Za pomocą tej strategii podważano zaufanie do mediów nieprawicowych jako całości. Wobec mediów tych stosowano także etykiety, których celem było kwestionowanie statusu tych podmiotów jako mediów (np. „podmioty udające media”, zob. Frag. 170). Określenia te miały za zadanie implikować, że media nieprawicowe łamią standardy etyki dziennikarskiej i prezentują „nieprawdziwy” obraz świata.

Wskazywanie mediów nieprawicowych jako nadawców/beneficjentów dezinformacji w serwisach prawicowych w wielu przypadkach stanowiło przykład instrumentalizacji politycznej dyskursu antydezinformacyjnego. Celem zastosowania tej strategii było delegitymizowanie mediów prezentujących treści sprzeczne z prawicowym światopoglądem. W szczególności wykorzystywano ją do odpierania zarzutów wobec bieżących działań rządu Prawa i Sprawiedliwości (np. medialnych doniesień o wykorzystywaniu oprogramowania Pegasus do inwigilowania opozycyjnych polityków czy nieprzychylnych opinii o polityce rządu wobec kryzysu migracyjnego na granicy polsko-białoruskiej, zob. Frag. 170 i Frag. 172). Należy zwrócić uwagę, że na bazie stosowania tej strategii formułowano propozycje wdrażania konkretnych działań zaradczych, dążących do zwiększenia kontroli państwa nad rynkiem medialnym w Polsce (np. nowelizacji Prawa Prasowego, zmierzającej w praktyce do odebrania koncesji prywatnej, krytycznej wobec rządu stacji telewizyjnej TVN, zob. Frag. 169). Działania te przedstawiane były jako antydezinformacyjne w tym sensie, że ich celem miałoby być powstrzymanie elementów dyskursu mediów nieprawicowych określanych

w dyskursie prawicowym jako dezinformacja (np. TVN jako źródło dezinformacji o kryzysie migracyjnym, zob. Frag. 170).

Omówiona powyżej strategia stanowi element charakterystyczny dla dyskursu prawicowego populizmu, w ramach którego aktorzy prawicowi dążą do dyskredytowania nieprawicowych mediów oraz ich pracowników (w tym dziennikarzy), prezentując ich jako część skorumpowanego, wrogiego wobec „zwykłych ludzi”, liberalnego/lewicowego establishmentu (Bhat, 2022; Egelhofer i Lecheler, 2019; Krämer, 2018). Egelhofer i Lecheler (2019) w zbliżonym kontekście zauważyły, że: „wykorzystywanie pojęcia fake news jako [rodzaju retorycznej – przyp. S.W.] broni stało się częścią strategii politycznej instrumentalizacji, której celem jest podważanie publicznego zaufania do zinstytucjonalizowanych mediów informacyjnych jako centralnych części demokratycznego systemu politycznego” (s. 9). Pojęcie dezinformacji oraz pojęcia zbliżone były zatem wykorzystywane jako rodzaj inwektywy, której celem była delegitymizacja mediów nieprawicowych jako instytucji, które okłamują swoich odbiorców, prezentując im nieprawdziwą, niekorzystną dla prawicowych sił politycznych wizję rzeczywistości. Ta dyskursywna strategia, jak pokazują prace innych autorów (Egelhofer i in., 2021; Rossini i in., 2021; Wright, 2021a), wykorzystywana jest do dyskredytowania mediów w różnych częściach świata, służąc jako retoryczny argument usprawiedliwiający działania zmierzające do ograniczenia wolności mediów (np. tłumienia krytyki oraz utrudniania dostępu dziennikarzy do informacji publicznej).

Frag. 169 *Co z dezinformacją w **liberalnych mediach**? Czy Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji przedłuży koncesję stacji **TVN24**? Jak przeciwdziałać kampanii fakenewsów i manipulacji ze strony **lewicowo-liberalnych mediów**? W programie „Poranna rozmowa” pokazaliśmy kilka najbardziej skrajnych przypadków manipulacji. [...] Poseł Lichočka wymieniała kolejne fakenewsy **mediów lewicowo-liberalnych**, które jej zdaniem mają już wydźwięk komiczny. (PRA-WPOL-21-18)*

Frag. 170 *Zatamowanie dywersyjnej dezinformacji przez **podmioty udające media** nie jest kwestią polityki medialnej ani gospodarczej, tylko bezpieczeństwa narodowego - napisał deputowany do PE [Jacek Saryusz-Wolski – przyp.*

S.W.]. Wpis europośla spotkał się z licznymi reakcjami. „Proszę to powiedzieć Panu Prezydentowi @AndrzejDuda”. „Oni chcą likwidacji TVP, bo mówi prawdę, a potrzebują dezinformacji TVN”. [...] **Temat koncesji dla stacji TVN odżył w kontekście emitowania przez kanał TVN24 materiałów, które w opinii przedstawicieli rządu mogą wpisywać się w narrację serwowaną przez białoruskiego dyktatora Aleksandra Łukaszenkę i media związane z Kremlm.** Zwrócił na to uwagę m.in. wiceszef MSZ Paweł Jabłoński. **„Powtarzacie propagandę Aleksandra Łukaszenki, to jest ten sam przekaz, który jest w mediach białoruskich, który jest w Russia Today”** — powiedział wiceminister w rozmowie z Katarzyną Kolendą-Zaleską. Okazuje się jednak, że TVN nie zamierza porzucić tej narracji. **„Niesamowite manipulacje TVN wybijają poza skalę.** Nie mam najmniejszej wątpliwości, że w razie inwazji na Polskę ta stacja i jej piwcy staną po stronie agresora - oczywiście pod jakimś „humanitarnym” pozorem. Ta telewizja to dramat suwerennej Polski” — napisał publicysta tygodnika „Sieci” Jakub Maciejewski. (PRA-WPOL-21-21)

Frag. 171 *O ile w minionych wiekach w prasie trwała walka o prawdę, o tyle współcześnie coraz częściej mamy do czynienia z walką z prawdą. **Amerykańskie media pokroju CNN czy „The Washington Post”** pokazują wyraźnie owo przeorientowanie standardów. [...] Początki i tradycje amerykańskiej prasy powinny zobowiązywać, a tymczasem XXI wiek wydaje się od nich odchodzić, stawiając już nie na „news”, ale „fake news” w walce już nie o prawdę, ale o ideologię.* (PRA-WPOL-19-08)

Frag. 172 *Na śródowej konferencji prasowej szef rządu [Mateusz Morawiecki – przyp. S.W.] został zapytany o powód inwigilacji [oprogramowaniem Pegasus – przyp. S.W.] Giertycha i Wrzosek przez służby. „Zanim jakiegolwiek tego typu zarzuty zostaną skierowane, to pozwólmy, żeby najpierw można było wyjaśnić, czy ewentualne doniesienia są w jakiegolwiek sposób zbieżne z rzeczywistością” — powiedział premier. **„Fakt, czy fake news, fakt medialny można stworzyć bardzo łatwo. Jedne media podadzą drugim i drugie już podają za tymi pierwszymi, że doszło do takiej, czy takiej nieprawidłowości. Walka z fake newsami***

i nieprawidłowościami w procesach komunikacyjnych, w przedstawianiu różnych spraw, faktów to jest jedno z ważniejszych działań społecznych, publicznych, z którymi dzisiaj wszyscy się musimy borykać” — dodał Morawiecki. (PRA-WPOL-21-23)

Biznes

Na dziewiątym miejscu pod kątem częstotliwości występowania znalazła się kategoria *biznes*. Zaliczono do niej teksty, w których jako nadawcy/beneficjenci dezinformacji prezentowane były przedsiębiorstwa lub inne organizacje sektora prywatnego lub/oraz ich przedstawiciele. Z grupy tej wyłączono organizacje medialne, które zostały wyodrębnione do osobnych kategorii. Kategoria ta pojawiła się w 6% tekstów łącznie, przy czym należy podkreślić, że pojawiła się ona niemal wyłącznie w serwisach progresywnych (16% tekstów). Serwisy prawicowe (0% tekstów) oraz centrowe (2% tekstów) w ogóle lub w bardzo ograniczonym stopniu wspominały o tej kategorii.

W serwisach progresywnych stosowano określenia uogólniające (np. „propaganda kapitalistyczna”, „paliwowi giganci”, zob. Frag. 173 i Frag. 174), których celem było przypisanie owej roli sektorowi prywatnemu jako całości lub poszczególnym branżom. Strategia ta czerpała z charakterystycznej dla idei lewicowych krytyki kapitalizmu jako systemu organizującego życie gospodarcze i społeczne, wyrażając sprzeciw wobec zjawisk, takich jak m.in. komodyfikacja różnych sfer życia społecznego, rosnące nierówności społeczne, negatywny wpływ konsumpcjonizmu na środowisko naturalne (zob. Frag. 174). Zgodnie z tą logiką sektor prywatny w wielu przypadkach posługuje się w komunikacji z otoczeniem treściami niezgodnymi z prawdą w celu powiększania własnych zysków kosztem reszty społeczeństwa. W dyskursie wskazywano również na konkretne przedsiębiorstwa (np. Exxon, zob. Frag. 174) oraz ich konkretnych przedstawicieli (np. Elon Musk jako właściciel firmy motoryzacyjnej, zob. Frag. 175). Jako nadawcy/beneficjenci dezinformacji w wielu fragmentach wskazywane były również przedsiębiorstwa specjalizujące się w prowadzeniu kampanii politycznych w internecie. W szczególności dotyczyło to sprawy Cambridge Analytica, która wzbudziła duże kontrowersje wśród opinii publicznej ze względu na rzekome oddziaływanie tego podmiotu na wyniki wyborów w wielu państwach (zob.

Cadwalladr i Graham-Harrison, 2018; Wylie, 2019). Należy podkreślić, że firmy te były raczej prezentowane jako nadawca dezinformacji, działający jedynie na zlecenie lub w interesie innych podmiotów (np. Donalda Trumpa, zob. Frag. 176).

Frag. 173 *Przemysł **propagandy kapitalistycznej** chyba jeszcze nigdy w historii świata nie był tak potężny, a do tego dochodzą polityczne fake newsy i armie trolli, dlatego nie tylko warto, ale trzeba być krytycznym wobec obietnic i informacji, które zalewają codziennie nasze mózgi. (PROG-KP-19-04)*

Frag. 174 *Gdy ktoś złapie cię za rękę na gorącym uczynku, po prostu udawaj, że to nie twoja ręka. Taką strategię od lat stosują oskarżani o trucie planety najwięksi **emitenci gazów cieplarnianych**. Za **oceanem** za **sianie antyklimatecznej dezinformacji paliwowi giganci** będą odpowiadać przed Kongresem. [...] Jak przypomina Katarzyna Bilewska [przedstawicielka Greenpeace Polska – przyp. S.W.], zaprzeczanie faktom naukowym, podważanie wiarygodności organizacji pozarządowych i kampanie greenwashingowe to coś, co obserwowaliśmy na przestrzeni ostatnich dekad w **całym globalnym sektorze paliw kopalnych**. [...] Na naszych łamach informowaliśmy wówczas, że **koncern [Exxon – przyp. S.W.]** od lat prowadził działania na rzecz sabotowania działań proklimatycznych, ukrywania wiedzy na temat szkodliwości spalania paliw kopalnych przed opinią publiczną, a także **finansowania dezinformacji**. (PROG-KP-22-30)*

Frag. 175 *Problemy z toksycznymi zachowaniami **dyrektora Tesli [Elona Muska – przyp. S.W.]** i jego fanów zaczął zauważać nawet Twitter, ale w zasadzie dopiero gdy zaczął się on wypowiadać na temat koronawirusa. Twierdził na przykład, wbrew faktom, że dzieci są rzekomo "zasadniczo odporne" na wirusa. (PROG-OKO-22-07)*

Frag. 176 *Spółka [Facebook – przyp. S.W.] niewiele zrobiła, żeby zapobiec nielegalnym działaniom **firmy Cambridge Analytica**, które przyczyniły się choćby do zwycięstwa **Trumpa** w amerykańskich wyborach prezydenckich. Był to, przypomnijmy, klasyczny przykład politycznego trollingu połączony z kradzieżą danych: wykorzystano informacje*

o użytkownikach, udostępnione zresztą brytyjskiej spółce legalnie, ale do innych celów, a następnie użyto ich, żeby pozyskać dane z powiązanych z nimi kont, już bez zgody właścicieli, i podsunąć im treści, które pozwoliły wpłynąć na ich preferencje wyborcze. (PROG-KP-22-28)

Media (generalnie)

Ostatnią wyodrębnioną kategorię stanowiły *media (generalnie)*. Zostały w niej uwzględnione te teksty, które jako nadawcę/beneficjenta dezinformacji wskazywały media jako całość, nie przypisując im, ani nie sugerując, że posiadają jakiegolwiek określone nachylenie światopoglądowe. Teksty zaklasyfikowane do tej kategorii stanowiły zaledwie 3% tekstów łącznie i występowały na podobnie niskim poziomie we wszystkich mediach (3% tekstów w serwisach centrowych, 5% w progresywnych, 2% w prawicowych).

Fragmenty zaliczone do tej kategorii dotyczyły przede wszystkim krytyki modeli ekonomicznych współczesnych mediów, które skutkują pogarszającą się jakością rozpowszechnianych treści przez te podmioty (zob. Frag. 177 i Frag. 178). Zgodnie z tą narracją rozpowszechnianie dezinformacji nie jest zatem celowym działaniem, jak w przypadku wielu wcześniej omawianych podmiotów, ale niejako mimowolnym, nieintencjonalnym efektem właściwości systemu, w ramach którego media działają.

Frag. 177 *Podstawowy problem z ekonomicznym modelem współczesnych mediów polega na tym, że bardziej się opłaca zmyślić wiadomość lub przepisać ją bez weryfikacji, niż podjąć trud i ryzyko poszukiwań. (PROG-KP-19-01)*

Frag. 178 *Nawet najwyższej klasy newsroomy produkują wiele materiałów pośledniej jakości – czasem dlatego, że brak im środków na dokładniejszą kontrolę, a czasem za sprawą zwykłych ludzkich błędów i niedopatrzeń. To zaś oznacza, że nie każdy materiał pochodzący z danej instytucji zasługuje na takie samo zaufanie. (PROG-KP-19-03)*

Aktorzy, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji

Kolejną rolą dyskursywną, która została poddana analizie byli *aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji*. Poniższa sekcja odpowiada

zatem na pytania P3.2 oraz P3.2.1, dotyczące przypisywania tej roli określonych aktorom, a także P5, dotyczące stosowanych w tym celu strategii dyskursywnych, P6, dotyczące relacji interdyskursywnych pomiędzy dyskursami w badanych typach mediów oraz P7, dotyczące funkcji politycznych stosowanych strategii. W poniższych fragmentach omówiono ilościowe oraz jakościowe aspekty każdej ze zidentyfikowanych kategorii. Rezultaty ilościowej analizy treści pokazane zostały w poniższej tabeli (zob. Tabela 13).

Państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe

Najczęściej prezentowaną w omawianej roli kategorią aktorów były *państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe*. Do kategorii tej zaliczono teksty, w których rolę tę przypisywano państwom demokratycznym jako całości (np. Stanom Zjednoczonym), ich nieformalnym zgrupowaniom (np. państwom zachodnim jako nieformalnej wspólnocie), a także ich konkretnym instytucjom (np. Pentagonowi) oraz obywatelom (np. Amerykanom). Włączono do niej również międzynarodowe organizacje polityczne, takie jak m.in. Unia Europejska (UE), Organizacja Narodów Zjednoczonych (ONZ), Organizacja Traktatu Północnoatlantyckiego (NATO), ich przedstawicieli oraz poszczególne instytucje, będące ich częścią (np. Komisję Europejską). Kategoria ta nie obejmowała poszczególnych polityków (np. Donalda Trumpa), a także Polski i polskiego rządu, ponieważ podmioty te wchodziły w skład osobnych kategorii. Wystąpiła ona w 44% tekstów łącznie – w tym 47% tekstów w serwisach prawicowych, 44% w progresywnych i 42% w centrowych. W serwisach centrowych była to najczęściej pojawiająca się kategoria, natomiast w prawicowych i progresywnych znalazła się na drugim miejscu. Należy więc oceniać, że nie zaobserwowano istotnych różnic ilościowych pomiędzy badanymi typami mediów – we wszystkich kategoriach ta występowała najczęściej lub prawie najczęściej.

Tabela 13 Częstotliwość występowania kategorii aktorów, którym przypisywano dyskursywną rolę aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji

Kategoria	Częstotliwość występowania				
		Typ mediów			Łącznie
		Cen.	Prog.	Pra.	
Państwa demokratyczne i org. międzynarodowe	%	42%	44%	47%	44%
	n	27	28	30	85
	#	1	2	2	1
Polska/polski rząd	%	19%	25%	52%	32%
	n	12	16	33	61
	#	3	3	1	2
Mniejszości	%	20%	45%	11%	26%
	n	13	29	7	49
	#	2	1	3	3
Pozamedialne podmioty nieprawicowe	%	6%	16%	2%	8%
	n	4	10	1	15
	#	5	4	7	4
Eksperci	%	9%	5%	5%	6%
	n	6	3	3	12
	#	4	7	5	5
Biznes	%	3%	8%	3%	5%
	n	2	5	2	9
	#	6=	6	6	6
Pozamedialne podmioty prawicowe i katolicy	%	3%	2%	6%	4%
	n	2	1	4	7
	#	6=	8	4	7=
Państwa autorytarne	%	2%	9%	0%	4%
	n	1	6	0	7
	#	7	5	8	7=
Łącznie tekstów w korpusie	%	33%	33%	33%	100%
	N	64	64	64	192

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: *Częstotliwość występowania* oznacza odsetek (%) / liczbę (n) tekstów, w których wystąpił przynajmniej jeden fragment zawierający daną kategorię. Częstotliwość występowania fragmentów zawierających daną kategorię wewnątrz poszczególnych tekstów nie była analizowana. Podkolumny w kolumnie *Typ mediów* prezentują częstotliwość występowania danej kategorii w poszczególnych typach mediów (*Cen.* – serwisy centrowe; *Prog.* – progresywne; *Pra.* – prawicowe). Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Najbardziej intensywne odcienie czerwieni oznaczają najwyższe występujące wartości, odcienie żółci wartości środkowe, natomiast najbardziej intensywne odcienie zieleni wartości najniższe. Kolumna *Łącznie* określa częstotliwość występowania danej kategorii w całej próbie (bez podziału na typy mediów). Symbol # oznacza miejsce w rankingu, które zajęła dana kategoria pod względem częstotliwości występowania w danym typie mediów (w kolumnie *Typ mediów*) lub bez podziału na typy mediów (w kolumnie *Łącznie*). Miejsce 1 oznacza największą częstotliwość występowania. Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Trzy pierwsze miejsca zostały oznaczone czarnym tłem.

W odniesieniu do państw demokratycznych badane media prezentowały podobne spojrzenie nie tylko w ujęciu ilościowym, ale również jakościowym. We

wszystkich mediach używano określeń uogólniających (np. „Zachód”, „liberalizm”, „kraje europejskie”, zob. Frag. 179 i Frag. 180) w ramach konstruowania wizji dychotomicznego konfliktu pomiędzy dyskursywną grupą wewnętrzną „my”, w tym kontekście utożsamianą ze „światem demokratycznym/zachodnim/liberalnym” a grupą zewnętrzną „oni”, czyli państwami znajdującymi się poza obrębem kulturowego „Zachodu” (np. Chinami, Rosją, Iranem, zob. Frag. 179, Frag. 180, Frag. 181 i Frag. 182). Przyjmując tę optykę w wielu przypadkach wykorzystywano omawiany wcześniej topos zagrożenia oraz retorykę wojenną – np. prezentowano nadawców/beneficjentów dezinformacji („ich”) jako „wrogów” (zob. Frag. 182), którzy „atakują” swoje „ofiary/cele” („nas”; zob. Frag. 180). Oprócz określeń uogólniających wskazywano również na konkretne państwa. Najczęściej przywoływano w tym kontekście Ukrainę (zob. Frag. 181) oraz Stany Zjednoczone. Przykłady innych państw (np. Niemcy, Kanada, czy państwa Europy Środkowo-Wschodniej) pojawiały jedynie w pojedynczych tekstach. Należy przy tym podkreślić, że w mediach prawicowych konstruowano nie tylko konflikt pomiędzy „demokratycznym Zachodem” a „autorytarnym nie-Zachodem”, ale także pomiędzy państwami rządzonymi przez ugrupowania populistycznej prawicy (np. Węgrami, Brazylią, które stanowiły część dyskursywnego „my”) a ich krytykami, czyli państwami i instytucjami rządzonymi przez ugrupowania niezaliczane do populistycznej prawicy (np. UE, Niemcami, które stanowiły część dyskursywnego „oni”). Dla przykładu, w jednym z tekstów jako aktora, przeciwko któremu skierowana była treść dezinformacji prezentowano Węgry pod rządami Viktora Orbána, natomiast jako nadawców/beneficjentów dezinformacji lokalną opozycję oraz unijnych polityków, którzy rozpowszechniają narrację o łamaniu zasad praworządności przez to państwo (zob. Frag. 183). Strategię tę należy ocenić jako kolejną ilustrację politycznego instrumentalizowania dyskursu antydezinformacyjnego w serwisach prawicowych.

Frag. 179 *„Ruski ład”: jeśli coś szkodzi **Zachodowi**, jest dobre dla Kremla [...] Wrogiem zawsze jest „zły Zachód”, nadzieją – sojusz z **Rosją**, czasem z **Chinami**, najczęściej wizja współpracy państw słowiańskich (z centralą w Moskwie, ale kto by zwracał uwagę na takie szczegóły). Bo zawsze, kiedy*

*udaje się zaszkodzić Zachodowi, zyskuje Kreml. Na tym polega „ruski ład”.
(PROG-OKO-21-13)*

- Frag. 180 *Polska, podobnie jak inne **kraje europejskie**, jest **celem** rosyjskiej wojny informacyjnej, która stanowi zagrożenie dla jej bezpieczeństwa narodowego i społecznego. (CEN-WP-20-10)*
- Frag. 181 *Atak na **Ukrainę** trwa też w cyberprzestrzeni. Od wielu tygodni **Rosjanie** atakowali ukraińską infrastrukturę w sieci, strony urzędów i instytucji oraz firm. Oprócz tego rzucili ogromne siły do prowadzenia operacji dezinformacyjnej. (CEN-ON-22-30)*
- Frag. 182 *Według anonimowych źródeł **Arabia Saudyjska, Chiny, Indie, Iran, Pakistan i Wenezuela** - kraje monitorowane przez kanadyjski wywiad - próbują wpłynąć na wynik październikowych wyborów federalnych - podaje publiczna telewizja CBC. [...] W grudniu 2018 roku szef kanadyjskiej agencji wywiadu CSIS David Vigneault ostrzegł, że działalność **wrogich państw** może destabilizować demokratyczne instytucje Kanady. (CEN-ON-19-04)*
- Frag. 183 *Po pierwsze to jest walka polityczna. Po drugie, instrumentem jest fake news, który notabene na innych polach Unia Europejska zwalcza – mam na myśli fake newsy płynące z zewnątrz. [...] utwierdza się stygmatyzacja Polski, ale **Węgier** też, jako krajów, które **łamią zasady praworządności w demokracji, co jest nieprawdą**, ale przechodzi. W trzeciej warstwie - to utrwała tę negatywną narrację, **fakenarrację na temat naszych krajów**. (PRA-WPOL-20-15)*

W kontekście organizacji międzynarodowych dezawuowanych przez dezinformację koncentrowano się przede wszystkim na UE (zob. Frag. 184 i Frag. 185) oraz NATO (zob. Frag. 185). Kreowano tożsamościowy podział, w ramach którego dyskursywne „my” rozumiane było, podobnie jak w przypadku państw demokratycznych, jako kolektywny „Zachód” (np. wspólnota państw członkowskich UE lub północnoatlantycki sojusz wojskowy), natomiast dyskursywne „oni” jako „wrogowie” tego zachodniego świata, w szczególności Rosja. Ponadto, należy zaznaczyć, że w mediach progresywnych wskazywano również na Światową

Organizację Zdrowia jako organizację, przeciwko której skierowana była dezinformacja (zob. Frag. 186).

Frag. 184 *"Polska, podobnie jak inne kraje europejskie, jest celem rosyjskiej wojny informacyjnej, która stanowi zagrożenie dla jej bezpieczeństwa narodowego i społecznego" [...]. Rosyjskie kampanie dezinformacyjne zawsze biorą na cel emocjonujące tematy, które mają szansę paść na podatny grunt i zostać podchwyczone przez samych obywateli państw UE. W przypadku Polski są to np.: niechęć do imigrantów z Bliskiego Wschodu, niechęć do **Unii Europejskiej**, a dziś pandemia koronawirusa. (CEN-WP-20-10)*

Frag. 185 *Rosyjska propaganda wymierzona w **Zachód**. "Dominuje narracja negatywna. Złymi są **UE**, **USA**, **NATO**" (PRA-NZ-20-10)*

Frag. 186 *Na Węgrzech László Toroczkai, lider skrajnie prawicowej partii Nasza Ojczyzna (Mi Hazánk), liderował w rozpowszechnianiu konspiracyjnych wiadomości na temat wirusa. Twierdził, że **WHO** pomogła w jego rozprzestrzenianiu dzięki swoim błędnym wskazówkom i dezinformacji oraz że organizacja stanęła po stronie Chin. (PROG-KP-20-13)*

Polska/polski rząd

Drugą najczęściej występującą kategorią była *Polska/polski rząd* (32% tekstów łącznie). Do kategorii tej zakwalifikowano teksty, które jako aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji określały Polskę jako państwo, Polaków jako naród, polskie instytucje państwowe (np. wojsko) oraz ich przedstawicieli, spółki Skarbu Państwa oraz ich przedstawicieli, a także partię Prawo i Sprawiedliwość oraz pozostałe partie współtworzące rząd w okresie objętym badaniem, konkretnych przedstawicieli tych partii (w tym posłów i europosłów), członków rządu oraz Prezydenta RP. Pod względem ilościowym wystąpiły istotne różnice pomiędzy badanymi typami mediów. Odsetek tekstów zaliczonych do tej kategorii plasował się na podobnym poziomie w serwisach centrowych (19% tekstów) oraz progresywnych (25% tekstów). W obu typach mediów kategoria ta znalazła się na trzecim miejscu pod względem częstotliwości występowania. W serwisach prawicowych natomiast teksty zaliczone do tej kategorii występowały znacznie częściej (52% tekstów) i znalazły się na pierwszym

miejscu. Na podstawie tej obserwacji można wysnuć wniosek, że w dyskursie serwisów prawicowych pojęcia dezinformacji używano przede wszystkim w rozumieniu treści negatywnie prezentujących wizerunek Polski/polskiego rządu. Pozostałe typy mediów również zauważały ten problem, natomiast poświęcały mu znacznie mniej uwagi niż serwisy prawicowe i w większym stopniu skupiały się na innych dyskredytowanych grupach.

We wszystkich typach mediów wskazywano, że dezinformacja ma na celu wyrządzić szkody Polsce rozumianej jako całość, byt państwowy współtworzony przez każdego Polaka (zob. Frag. 187). Założenie to było najczęściej osadzone w narracji o konflikcie pomiędzy Polską jako państwem (dyskursywne „my”) a Rosją lub innymi państwami o nachyleniu autorytarnym (dyskursywne „oni”). W związku z tym, podobnie jak w przypadku omawianych powyżej innych państw demokratycznych, w wielu tekstach wykorzystywano w tym kontekście żargon wojskowy (np. „atakować”, „uderzać w”, „być celem ataku/na celowniku”, zob. Frag. 187 i Frag. 189). Należy dodać, że we wszystkich analizowanych typach mediów zwracano również uwagę, że dezinformacja skierowana była bezpośrednio przeciwko polskiemu wojsku lub jego poszczególnym przedstawicielom (np. dowódcom, żołnierzom).

Poza tym, pod względem jakościowym dyskurs badanych mediów znacząco się różnił. W serwisach prawicowych w wielu tekstach używano pojęcia „polskości” nie tylko w sensie państwa jako całości, ale również utożsamiano ten atrybut z polityką aktualnego rządu Prawa i Sprawiedliwości. W tym znaczeniu krytyka działań władz czy narracje sprzeczne z ich agendą opisywane były np. jako „antypolska akcja dezinformacyjna” czy „szkalowanie Polski” (zob. Frag. 188). W innych przypadkach wprost wskazywano, że dezinformacja skierowana jest przeciwko rządowi. W serwisach centrowych oraz progresywnych wspominano o partii rządzącej jako podmiocie dezawuowanym za pomocą dezinformacji jedynie w nielicznych, pojedynczych przypadkach (np. przywołując kwestie antyrządowej propagandy Rosji związanej z pomocą dla Ukrainy czy narracje antyszczepionkowe skierowane przeciwko ministrowi zdrowia Łukaszowi Szumowskiemu) lub cytując fragmenty dyskursu prawicowego.

W serwisach prawicowych znacznie bardziej koncentrowano się na ukazywaniu rządu Prawa i Sprawiedliwości w roli „atakowanego” przez treści

dezinformacyjne. W wielu przypadkach wykorzystywano strategię, w ramach której dezinformacją określano krytykę działań rządu (dotyczącą np. inwigilacji oprogramowaniem Pegasus, naruszania zasad praworządności, polityki migracyjnej na granicy z Białorusią, łamanie praw osób LGBTQ+, ograniczania wolności mediów czy polityki ekologicznej, zob. Frag. 188 i Frag. 189). Poza rządem jako całością wskazywano również na poszczególne ministerstwa (np. Ministerstwo Zdrowia), polityków Prawa i Sprawiedliwości (np. Jarosława Kaczyńskiego, Jana Szyszkę, zob. Frag. 189), podległe rządowi instytucje (np. Straż Graniczną, Lasy Państwowe, zob. Frag. 189) czy spółki Skarbu Państwa (np. Polską Grupę Energetyczną). Dyskurs antydezinformacyjny wykorzystywano zatem na potrzeby bieżącej komunikacji politycznej, wzmacniając podział tożsamościowy na „Polskę PiS” („my”) oraz różnorodne środowiska krytykujące politykę władz („oni”, np. aktywiści, polska nieprawicowa opozycja parlamentarna, UE, zob. Frag. 188 i Frag. 189). Narracje grupy zewnętrznej „oni” deprecjonowano poprzez określanie ich dezinformacją.

Frag. 187 *Intensywność rosyjskiej wojny informacyjnej wyraźnie wzrosła. **Polska jest jednym z celów** zarówno w przestrzeni informacyjnej, jak i w oficjalnej aktywności rosyjskich instytucji. (PROG-OKO-20-18)*

Frag. 188 *Po serii **szkalujących Polskę** publikacji zamieszczonych na stronie europarlamentu zapytałam Komisję Europejską, która stoi przecież na straży unijnej praworządności, czy zamierza jakoś przeciwdziałać tej fali dezinformacji? [...] Najpierw zaatakowano Polskę za strefy wolne od LGBT, których w naszym kraju nie ma. W drugiej publikacji jest mowa o rzekomym zamachu na wolne media. [...] Jestem bardzo zaniepokojona społecznymi skutkami kampanii dezinformacyjnych dotyczących **Polski**. (PRA-WPOL-21-17)*

Frag. 189 *Bezczelny fake news ze strony **zwolenników opozycji**. [...] **Lasy Państwowe** od dawna są **celem ataku** ze strony różnych środowisk **"ekologów"**, a nasiliły się szczególnie w ostatnich latach, m.in. w związku z wycinką w niszczonej przez kornika Puszczy Białowieskiej. [...] Obiektem ataków ze strony "ekologów" był także - nieżyjący już - były minister środowiska **Jan Szyszko**. (PRA-NZ-21-23)*

Mniejszości

Trzecią kategorią były *mniejszości*. Zaliczono do niej teksty, w których jako aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji wymieniano grupy społeczne (lub ich członków) wyodrębniane na podstawie cech, takich jak rasa, pochodzenie etniczne, narodowość⁶, płeć, tożsamość płciowa, orientacja seksualna, wiek oraz światopogląd religijny⁷. Kategoria ta pojawiła się w 26% tekstów łącznie, jednak ze znacznymi różnicami na poziomie poszczególnych typów mediów. Zdecydowanie najczęściej pojawiała się w serwisach progresywnych (45% tekstów) i była to w tych mediach najczęściej występująca kategoria. Rzadziej pojawiała się w serwisach centrowych (20% tekstów), w których znalazła się na drugim miejscu, a najrzadziej w prawicowych (11% tekstów), w których była trzecią kategorią pod względem częstotliwości występowania.

We wszystkich typach mediów wspominano o treściach antysemitowskich oraz rasistowskich (zob. Frag. 190, Frag. 191 i Frag. 192), jednak w serwisach prawicowych znacznie rzadziej niż w pozostałych. Ponadto, wskazywano również, że grupami, które treści dezinformacyjne przedstawiają negatywnym światłem są imigranci/uchodźcy (zob. Frag. 190 i Frag. 193). Należy jednak podkreślić, że w serwisach prawicowych narracja ta stosowana była wyłącznie w odniesieniu do obywateli Ukrainy (w szczególności uchodźców wojennych; zob. Frag. 193). W pozostałych typach mediów również wymieniano Ukraińców, ale wiele fragmentów dotyczyło także imigrantów z państw afrykańskich oraz bliskowschodnich (zob. Frag. 190). Szczególną wagę do tego aspektu przykładano

6 Do kategorii tej pod względem narodowości zaliczono jedynie teksty wspominające w analizowanym kontekście o przedstawicielach danej narodowości w rozumieniu stanowienia mniejszości w innym państwie (np. mniejszość ukraińska w Polsce, uchodźcy z państw afrykańskich w Europie). Nie zaliczono natomiast tekstów wymieniających obywateli Polski, ani innych państw demokratycznych lub autorytarnych jako głównych mieszkańców własnego kraju (te przypadki zaliczano do osobnych, odpowiednich kategorii – Polska/polski rząd; państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe; państwa autorytarne).

7 Do kategorii tej pod względem światopoglądu religijnego zaliczono jedynie teksty wspominające w analizowanym kontekście o przedstawicielach religii niechrześcijańskich (np. judaizm, islam). Przedstawiciele religii chrześcijańskich (w szczególności polscy członkowie Kościoła katolickiego) prezentowani jako aktorzy, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji byli bowiem konstruowani nie jako mniejszość, ale część dyskursywnego „my” w mediach prawicowych. Fragmenty te zaliczano zatem do kategorii pozamedialne podmioty prawicowe i katolicy.

w serwisach progresywnych. Należy w tym kontekście zauważyć, że w jednym z tekstów z serwisów prawicowych wprost konstruowano dychotomiczny podział na imigrantów z Ukrainy (co implikowało przypisywanie im statusu dobrych, właściwych, akceptowalnych) oraz „fałszywych imigrantów” z wymienionej powyżej grupy państw (co implikowało przypisywanie im statusu groźnych, nieuprawnionych, nieakceptowalnych; zob. Frag. 193). Strategia ta polegała na przenoszeniu negatywnych konotacji związanych ze statusem „fałszywości/nieprawdziwości” stosowanych w stosunku do słów/idei („fałszywe informacje”) na konkretne grupy społeczne („fałszywi imigranci”). Poza tym, w serwisach centrowych, a zwłaszcza progresywnych, podkreślano, że dezinformacja w wielu przypadkach ma na celu dyskryminowanie osób LGBTQ+, muzułmanów oraz kobiet (zob. Frag. 190 i Frag. 192).

Należy zatem zauważyć, że we wszystkich typach mediów pojęcie dezinformacji pokrywało się w niektórych fragmentach z zakresem znaczeniowym pojęcia mowy nienawiści, definiowanej przez Radę Europy jako „wypowiedzi, które szerzą, propagują czy usprawiedliwiają nienawiść rasową, ksenofobię, antysemityzm oraz inne formy nienawiści bazujące na nietolerancji m.in.: nietolerancję wyrażającą się w agresywnym nacjonalizmie i etnocentryzmie, dyskryminację i wrogość wobec mniejszości, imigrantów i ludzi o imigranckim pochodzeniu” (Council of Europe, 1997, s. 107). Granica pomiędzy tymi pojęciami nie była w badanym dyskursie wyraźna, a same pojęcia były w niektórych przypadkach stosowane zamiennie (zob. Frag. 191). Często w kontekście treści dyskryminujących mniejszości nie wspomiano o żadnych konkretnych przykładach „nieprawdziwych” przekazów na ich temat, dlatego można zakładać, że pojęcie dezinformacji bywało stosowane jako synonim mowy nienawiści dla oznaczenia wszelkich treści dyskryminujących bez względu na ich prawdziwość/fałszywość.

Podkreślenia wymagają także rezultaty, które uwiaryściły, że zakres mniejszości prezentowanych jako „pokrzywdzeni” przez dezinformację wpisywał się w nachylenie światopoglądowe badanych mediów. Serwisy prawicowe wykluczały w swojej narracji imigrantów z Afryki i Bliskiego Wschodu, muzułmanów jako mniejszość religijną/społeczną, osoby nieheteronormatywne, a także kobiety. Obserwacje te pozwalają zauważyć, że konstruowanie problemu

dezinformacji w serwisach prawicowych przejawiało tendencje antyimigranckie (w tym islamofobiczne), homofobiczne oraz antyfeministyczne, charakterystyczne dla dyskursu prawicowego populizmu (por. Krzyżanowski, 2020; Lipiński, 2020; Yermakova, 2021; Żuk i Żuk, 2020).

Frag. 190 *AVAAZ wytropił trzy niezależne siatki, które wprowadzały w błąd użytkowników Facebooka [...] i także rozsiewały dezinformację i fałszywe treści, dotyczące **imigrantów, islamu, LGBT** oraz **antysemickie**. (PROG-OKO-19-28)*

Frag. 191 ***Mowa nienawiści i dezinformacja** – przeciwdziałanie rozpowszechnianiu pomówień i kłamstw przypisujących odpowiedzialność za rozprzestrzenianie się COVID-19 **mniejszościom, ludom autochtonicznym i innym wykluczonym społecznościom**. (PROG-KP-21-18)*

Frag. 192 *Nowa polityka YouTube zabrania także promowania treści głoszących, że **Żydzi** sekretnie rządzą światem, **kobiety** mają mniejsze zdolności intelektualne od mężczyzn i powinny być pozbawione niektórych praw, a także poglądów utrzymujących, że **biała rasa jest lepsza od innych**. (CEN-ON-19-03)*

Frag. 193 *„Rosyjska propaganda i rosyjska machina dezinformacyjna jest jedną z najlepszych na świecie” – przekonuje w krótkim wideo poseł klubu PiS Mariusz Kałużny. [...] [Putin – przyp. S.W.] Próbował zdestabilizować naszą sytuację w kraju już kilka miesięcy temu, zwożąc **fałszywych imigrantów** na granicę polsko-białoruską. Chciał, żeby w Polsce był chaos, żebyśmy dzisiaj nie mogli pomóc **Ukraińcom**, bo mierzylibyśmy się z takim problemem — dodaje. (PRA-WPOL-22-25)*

Pozamedialne podmioty nieprawicowe

Kolejną kategorią, która znalazła się w 8% tekstów łącznie były *pozamedialne podmioty nieprawicowe*. Kategoria ta obejmowała ruchy, organizacje, partie polityczne, a także konkretne osoby (w tym aktywistów społecznych), które nie były bezpośrednio utożsamiane z prawicą/konserwatyzmem, a z takimi nurtami ideowymi jak np. liberalizm, progresywizm, centryzm, lewica. Nie obejmowała natomiast państw demokratycznych, mniejszości, ekspertów oraz przedstawicieli

biznesu, którzy stanowili osobne kategorie. Kategoria ta wskazywana była najczęściej w serwisach progresywnych (16% tekstów), rzadziej w centrowych (6% tekstów), a niemal w ogóle w prawicowych (2% tekstów). Tendencja ta wpisuje się w poprzednie obserwacje na temat konstruowania problemu dezinformacji zgodnie z nachyleniem światopoglądowym badanych mediów. Szczególnie w serwisach progresywnych (choć również w centrowych, ale z mniejszą częstotliwością) wyrażane było przekonanie, że problem dezinformacji związany jest nie tylko z działalnością Rosji, ale również w dużej mierze przedstawicieli i zwolenników prawicy. W tym ujęciu, jak wcześniej wskazywano, prawicowe media oraz politycy byli prezentowani jako podmioty, które wykorzystują dezinformację do dyskredytowania podmiotów nieprawicowych.

We wszystkich typach mediów (choć z różną częstotliwością, zgodnie ze wskazaną powyżej tendencją) stosowano określenia uogólniające, które wyrażały przekonanie, że dezinformacja skierowana była w kierunku nieprawicowych elit/establishmentu (zob. Frag. 194). Obserwacja ta może sugerować, że pojęcie dezinformacji było utożsamiane z populizmem jako stylem komunikacji, który cechuje się konstruowaniem dychotomicznych podziałów na „dobry lud” („my”) oraz „złe elity” („oni”; Schroeder, 2018). Poza tym, w serwisach centrowych oraz progresywnych wskazywano również na konkretne osoby (np. Emmanuela Macrona, Joego Bidena), partie (np. brytyjską Partię Pracy) oraz ruchy społeczne (np. Antifę, Black Lives Matter, zob. Frag. 195), które utożsamiane były z liberalizmem światopoglądowym, nurtem progresywnym, lewicowością. Warto zaznaczyć, że w serwisach centrowych skupiono się wyłącznie na podmiotach zagranicznych, natomiast serwisy progresywne wskazywały też na podmioty krajowe (np. polską nieprawicową opozycję parlamentarną, zob. Frag. 196). W tym przypadku dyskursywne podziały tożsamościowe konstruowane były głównie wokół osi demokraci/liberałowie/progresywiści (dyskursywne „my” – grupa atakowana) kontra Rosja/prawicowi populiści (dyskursywne „oni” – grupa atakująca).

Frag. 194 *Schematy rozpowszechniania piętrowych kłamstw na temat pandemii i szczepionek można prześledzić dzięki analitycznemu projektowi Unii Europejskiej, która w 2015 r. zaczęła publikować źródła*

*i rozprzestrzenianie się konkretnych fake newsów. [...] I tak w komunikatach z Rosji szczepionki z Zachodu mają być nieskuteczne, szkodliwe, kosztować 2 tys. euro od sztuki i rujnować gospodarkę, paszporty covidowe mają zniszczyć Unię Europejską, a **europęjskie i amerykańskie elity** tak naprawdę nie chcą pokonać pandemii. (PRA-WPOL-21-22)*

Frag. 195 *Zagraniczne trolle na Instagramie występują jako amerykańscy aktywiści i sieją podziały wokół protestów antyrasistowskich. [...] Wspierane przez Moskwę i Pekin media korzystały z popularności hashtagów związanych z pandemią oraz niedawnymi protestami **Black Lives Matter**, aby zalać Facebooka, Twittera i YouTube treściami podsycającymi podziały rasowe i polityczne. (CEN-ON-20-14)*

Frag. 196 *Dezinformacja i strach: tajemnicze profile straszą migrantami i wojną na TikToku [...] Filmy pochodzą z różnych, często nieznanych źródeł, obrobione są w amatorski sposób. [...] To głównie materiały **wyśmiewające polityków i polityczki opozycji: Platformy Obywatelskiej, Lewicy czy Polski 2050**. (PROG-OKO-21-12)*

Eksperci

Następną, piątą z kolei kategorią byli *eksperci*. Do kategorii tej zaliczono teksty, które jako aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji wskazywały naukowców, specjalistów w konkretnych dziedzinach oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych, a także reprezentowane przez nich instytucje. Kategoria ta nie obejmowała natomiast aktorów o wskazanym powyżej charakterze, ale reprezentujących podmioty państwowe (polskie, ani zagraniczne) i organizacje międzynarodowe, a także podmioty biznesowe, które zostały wyodrębnione jako osobne kategorie. Kategoria eksperci pojawiła się zaledwie w 6% tekstów ogólnie. Różnice w aspekcie ilościowym nie były znaczące pomiędzy badanymi typami mediów (9% tekstów w serwisach centrowych, 5% w progresywnych i prawicowych).

Jakościowe sposoby dyskursywnego kształtowania tego zagadnienia również były zbliżone we wszystkich typach mediów. Kategoria ta najczęściej odnosiła się do przedstawicieli środowiska medycznego w kontekście pandemii

COVID-19, którzy prezentowani byli jako osoby negatywnie przedstawiane w ramach materiałów antyszczepionkowych oraz innych treści podważających zagrożenia związane z koronawirusem (zob. Frag. 197). Poza tym, wskazywano również na zjawisko dyskredytowania wiedzy naukowej i przedstawicieli środowiska akademickiego (zob. Frag. 197 i Frag. 198).

Frag. 197 *Prezes NRL zwrócił uwagę na jeszcze jeden skutek dezinformacji: hejt wobec **medyków wiernych nauce**: – Jako samorząd lekarski wielokrotnie alarmowaliśmy organy państwa o powszechnym hejcie antyszczepionkowym i antycovidowym. (CEN-ON-21-23)*

Frag. 198 *Celem rosyjskiej wojny informacyjnej jest podważanie zaufania do oficjalnych przekazów, mainstreamowych mediów, instytucji, **profesjonalnej nauki**. (PROG-OKO-21-13)*

Biznes

Kolejną kategorię stanowił *biznes*. Do kategorii tej zaliczono przedsiębiorstwa lub inne organizacje sektora prywatnego, a także ich przedstawicieli. Fragmenty sklasyfikowane za pomocą tej kategorii znalazły się w 5% tekstów łącznie. Różnice ilościowe pomiędzy badanymi typami mediów nie były znaczące. Najczęściej kategoria ta występowała w serwisach progresywnych (8% tekstów), a nieco rzadziej w prawicowych (3% tekstów) i centrowych (3% tekstów).

Nie zauważono również istotnych rozbieżności w jakościowym sposobie prezentowania tego zagadnienia. W analizowanych tekstach zwracano uwagę, że dezinformacja może być skierowana przeciwko całym gałęziom gospodarki (np. sektorowi bankowemu, technologii komunikacyjnych czy farmaceutycznemu, zob. Frag. 199), jak i konkretnym firmom (np. korporacjom Pfizer, Exxon, Facebook, zob. Frag. 199 i Frag. 200). Wymieniano również, szczególnie w mediach progresywnych, konkretnych przedsiębiorców (najczęściej Billa Gatesa w kontekście narracji antyszczepionkowych, zob. Frag. 201). Należy przy tym zauważyć, że w badanych tekstach z serwisów progresywnych znalazł się pojedynczy przypadek, który można interpretować jako instrumentalizację dyskursu antydezinformacyjnego na rzecz tłumienia krytyki organizacji biznesowych. Strategię tę ilustruje Frag. 199. We fragmencie tym narracja wyrażająca pogląd, że poszczególne przedsiębiorstwa (np.

koncerny farmaceutyczne, platformy społecznościowe) mogą dążyć do maksymalizowania prywatnych zysków kosztem potęgowania problemów społecznych w trakcie pandemii COVID-19 były dezawuowane jako forma antypandemicznej dezinformacji.

Frag. 199 *Tezy "Fałszywej pandemii" [publikacji prezentującej narrację antypandemiczną – przyp. S.W.] są następujące: [...] całe to testowanie, wprowadzanie obostrzeń to jedna wielka histeria, za którą stoją i **na której zarabiają WHO, koncerny produkujące szczepionki oraz GAF**, czyli **Google, Amazon, Facebook i Apple**. (PROG-OKO-21-15)*

Frag. 200 *Z kolei badacze z Brown University odkryli, analizując wpisy na tej samej platformie po wycofaniu się przez Stany Zjednoczone z paryskiego porozumienia klimatycznego, że 25 proc. wszystkich wpisów dotyczących kryzysu klimatycznego pochodziło od botów. Były one np. odpowiedzialne za 38 proc. wiadomości o „fałszywej nauce” i 28 proc. wszystkich wpisów o **potencie naftowym Exxon**. (PRA-NZ-20-11)*

Frag. 201 *Polacy wierzą w nieprawdziwe twierdzenia także, jeśli chodzi o zdrowie i nowoczesne technologie. 30 procent ankietowanych przez GFK Polonia sądzi, iż pandemia COVID-19 została wcześniej zaplanowana, a 14 procent - że spowodował ją **Bill Gates**. (PROG-OKO-22-02)*

Pozamedialne podmioty prawicowe i katolicy

Siódmą kategorią były *pozamedialne podmioty prawicowe i katolicy*. Kategoria ta obejmowała ruchy, organizacje, partie polityczne, a także konkretne osoby bezpośrednio utożsamiane z prawicą/konserwatyzmem, natomiast nie obejmowała Polski i polskiego rządu, a także prawicowych mediów, które stanowiły osobne kategorie. W ramach tej kategorii uwzględniono również Kościół katolicki oraz jego przedstawicieli, ponieważ występowali oni jedynie w serwisach prawicowych i byli prezentowani jako część dyskursywnego „my” w tych mediach. Kategoria ta została zidentyfikowana w 4% tekstów łącznie. Analiza nie wykazała znaczących różnic ilościowych pomiędzy badanymi typami mediów (6% tekstów w serwisach prawicowych, 3% w centrowych i 2% w progresywnych). Należy tę obserwację podkreślić, ponieważ analogiczna kategoria pozamedialnych podmiotów nieprawicowych pojawiała się wyraźnie częściej w mediach

progresywnych niż pozostałych. Na podstawie tych tendencji można wyciągnąć wniosek, że żadne media nie konstruowały pozamedialnych podmiotów prawicowych i katolików jako istotnych „pokrzywdzonych” przez dezinformację, natomiast w przypadku pozamedialnych podmiotów nieprawicowych miało to miejsce w serwisach progresywnych. Należy przy tym podkreślić, że w dyskursie serwisów prawicowych silnie akcentowano założenie, że dezinformacja skierowana była przeciwko rządowi Prawa i Sprawiedliwości, znacznie rzadziej wskazywano natomiast tym kontekście na inne podmioty prawicowe (np. zagraniczne). Świadczy to o instrumentalizowaniu dyskursu antydezinformacyjnego głównie na potrzeby wspierania komunikacyjnych celów polskiego rządu w ramach bieżącej, krajowej debaty publicznej.

Należy zauważyć, że w serwisach prawicowych fragmenty zaliczone do tej kategorii dotyczyły przede wszystkim Kościoła katolickiego i jego duchownych oraz wyznawców. Fragmenty te konstruowały chrześcijan jako grupę prześladowaną we współczesnych, zachodnich społeczeństwach przez środowiska progresywne (zob. Frag. 202). Castelli (2007) zauważyła w kontekście dyskursu amerykańskiej prawicy, że narracja ta pełni funkcję wzmacnianie grupowej tożsamości osób o konserwatywnych poglądach poprzez budowanie w nich poczucia bycia członkami szczególnie marginalizowanej wspólnoty oraz tłumienia dyskursów bardziej progresywnych jako opresyjnych wobec członków tej wspólnoty:

Podobnie jak miało to miejsce w całej amerykańskiej kulturze, w ramach której prawica przejmowała różne argumenty i elementy języka lewicy, ruch [promujący narrację – przyp. S.W.] „wojny z chrześcijanami” zaczął ukazywać demokratyczne debaty dotyczące polityk społecznych jako prześladowania i akty nietolerancji religijnej, prezentując jednocześnie „chrześcijan” jako [...] grupę, która stała się przedmiotem dyskryminacji i wiktymizacji. (Castelli, 2007, s. 164)

Strategia ta realizowała podobne cele w polskim kontekście. Polskim katolikom nadawano cechy dyskryminowanej mniejszości, która jest dyskredytowana przy pomocy dezinformacji (zob. więcej w sekcji: *Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych*). Ponadto, również Donaldowi Trumpowi i jego zwolennikom przypisywano atrybuty podmiotów, którzy są prezentowani w negatywnym świetle poprzez dezinformację (zob. Frag. 203). Zarówno w kontekście Kościoła, jak i prezydenta Stanów Zjednoczonych strategia ta

bazowała na konstruowaniu podziału tożsamościowego na dyskursywnych „nas” (chrześcijańską prawicę) oraz „ich” (siły nieprawicowe oraz przychylnie im duże korporacje technologiczne oraz media, np. Facebook i CNN, zob. Frag. 202 i Frag. 203).

Frag. 202 *Jest ktoś, kto nie słyszał o cenzurze na **Facebooku**? Administratorzy tego portalu społecznościowego zdają się tym w ogóle nie przejmować i nadal blokują profile czy treści patriotyczne i narodowe. W tym samym czasie wpisy o zabarwieniu lewicowym, antypolskim czy **antykościelnym** mają się dobrze i tam „zabawa” trwa w najlepsze. (PRA-NZ-19-04)*

Frag. 203 *Najbardziej jaskrawym przykładem owej medialnej polityki fake newsów były doniesienia telewizji **CNN**, cytującej portal Axios, jakoby **prezydent Donald Trump** wielokrotnie wysuwał pomysł udaremniania huraganów i likwidacji ich poprzez bombardowanie ładunkami nuklearnymi w celu zmiany ich trajektorii i niedopuszczenie, aby uderzyły w Stany Zjednoczone. Donald Trump opublikował wprawdzie na Facebooku swoje dementi w tej sprawie, ale CNN niespecjalnie się tym przejęło. (PRA-WPOL-19-08)*

Państwa autorytarne

Z taką samą częstotliwością jak pozamedialne podmioty prawicowe i katolicy w dyskursie pojawiła się również kategoria *państwa autorytarne* (4% tekstów łącznie). Kategoria ta uwzględniała państwa o nachyleniu autorytarnym. Najczęściej pojawiała się w seewisach progresywnych (9% tekstów), rzadziej w centrowych (2% tekstów), a w ogóle w prawicowych (0% tekstów).

Fragmenty, które prezentowały państwa o nachyleniu autorytarnym jako aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji odnosiły się zwłaszcza do Chin w kontekście obwiniania tego państwa o celowe wywołanie pandemii COVID-19 (zob. Frag. 204). Ponadto, w jednym z tekstów cytowano również fragmenty dyskursu przedstawicieli Rosji oraz Korei Północnej (zob. Frag. 205), którzy nadawali reprezentowanym przez siebie państwom status dezawuowanych za pomocą dezinformacji. Narracja ta opierała się zatem na logice, zgodnie z którą dyskursywna grupa wewnętrzna „my”, rozumiana jako Rosja i Korea Północna, jest niezgodnie z prawdą negatywnie przedstawiana przez „świat

zachodni” (dyskursywną grupę zewnętrzną „oni”). Fragment ten uwidacznia, że dyskurs antydezinformacyjny był również instrumentalizowany przez państwa autorytarne do deprecjonowania krytyki tych państw (np. łamanie przez nie praw człowieka czy tłumienia działalności opozycji).

Frag. 204 *Powszechną narracją obecną we wszystkich czterech krajach [państwach Grupy Wyszehradzkiej – przyp. S.W.] było to, że pandemia jest spowodowana przez człowieka i została celowo stworzona w celu zniszczenia wolności osobistych i przejęcia kontroli nad ludnością [...]. Za tymi wysiłkami stać ma szereg najróżniejszych podmiotów, osób i instytucji, w tym rządy tych krajów, Rosja, USA, Żydzi, przemysł farmaceutyczny, milionerzy, Bill Gates, George Soros i **Komitet Centralny Komunistycznej Partii Chin**, by wymienić kilka najpopularniejszych. (PROG-KP-20-13)*

Frag. 205 *Walka z dezinformacją ma być kluczowym aspektem pracy dwóch agencji prasowych: **rosyjskiej TASS i północnokoreańskiej KCNA**. Agencje te są całkowicie kontrolowane przez autorytarne rządy swoich państw.*
- Musimy przeciwdziałać rozpowszechnianiu fałszywych wiadomości
- mówił Kim Czan Gwan, dyrektor KCNA. (CEN-ON-19-01)

Obrońcy przed dezinformacją

Trzecią rolę, która podlegała badaniu, byli *obrońcy przed dezinformacją*. Niniejsza sekcja odpowiada na pytania P3.3, P3.3.1 i P3.3.2, dotyczące przypisywania tej roli określonych aktorom, a także P5, dotyczące stosowanych w tym celu strategii dyskursywnych, P6, dotyczące relacji interdyskursywnych pomiędzy dyskursami w badanych typach mediów oraz P7, dotyczące funkcji politycznych stosowanych strategii. Tabela 14 ilustruje częstotliwość występowania poszczególnych kategorii aktorów z podziałem na typy mediów. Poza wskaźnikami ilościowymi w poniższych akapitach opisano również jakościowe aspekty konstruowania poszczególnych aktorów w omawianej roli.

Tabela 14 Częstotliwość występowania kategorii aktorów, którym przypisywano dyskursywną rolę obrońców przed dezinformacją

Kategoria	Częstotliwość występowania				
		Typ mediów			Łącznie
		Cen.	Prog.	Pra.	
Biznes	%	52%	63%	36%	 50%
	n	33	40	23	 96
	#	1	1	3	1
Polska/polski rząd	%	34%	44%	56%	 45%
	n	22	28	36	 86
	#	5	5	1	2=
Państwa demokratyczne i org. międzynarodowe	%	41%	53%	42%	 45%
	n	26	34	27	 87
	#	3	2=	2	2=
Media i organizacje fact-checkingowe	%	42%	52%	25%	 40%
	n	27	33	16	 76
	#	2	2=	4	4
Eksperti	%	39%	53%	22%	 38%
	n	25	34	14	 73
	#	4	4	5	5
Pozamedialne podmioty prawicowe	%	3%	11%	3%	 6%
	n	2	7	2	 11
	#	7	6	7	6=
Pozamedialne podmioty nieprawicowe	%	5%	9%	5%	 6%
	n	3	6	3	 12
	#	6	7	6	6=
Łącznie tekstów w korpusie	%	33%	33%	33%	 100%
	N	64	64	64	 192

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: *Częstotliwość występowania* oznacza odsetek (%) / liczbę (n) tekstów, w których wystąpił przynajmniej jeden fragment zawierający daną kategorię. Częstotliwość występowania fragmentów zawierających daną kategorię wewnątrz poszczególnych tekstów nie była analizowana. Podkolumny w kolumnie *Typ mediów* prezentują częstotliwość występowania danej kategorii w poszczególnych typach mediów (*Cen.* – serwisy centrowe; *Prog.* – progresywne; *Pra.* – prawicowe). Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Najbardziej intensywne odcienie czerwieni oznaczają najwyższe występujące wartości, odcienie żółci wartości środkowe, natomiast najbardziej intensywne odcienie zieleni wartości najniższe. Kolumna *Łącznie* określa częstotliwość występowania danej kategorii w całej próbie (bez podziału na typy mediów). Symbol # oznacza miejsce w rankingu, które zajęła dana kategoria pod względem częstotliwości występowania w danym typie mediów (w kolumnie *Typ mediów*) lub bez podziału na typy mediów (w kolumnie *Łącznie*). Miejsce 1 oznacza największą częstotliwość występowania. Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Trzy pierwsze miejsca zostały oznaczone czarnym tłem.

Biznes

Najczęściej występującą kategorią wśród obrońców przed dezinformacją był *biznes*. Zaliczono do niej teksty, w których jako podmioty odpowiedzialne za przeciwdziałanie dezinformacji przedstawiano przedsiębiorstwa (np. Meta Platforms) lub inne organizacje sektora prywatnego, dostarczane przez nie usługi

i produkty (np. platforma Facebook) oraz ich przedstawicieli (np. Mark Zuckerberg). Kategoria ta została zidentyfikowana w 50% tekstów łącznie. Najczęściej występowała w serwisach progresywnych (63% tekstów), następnie centrowych (52% tekstów), a najrzadziej w prawicowych (36% tekstów). Zarówno w serwisach progresywnych, jak i centrowych była to najczęściej występująca kategoria spośród wszystkich, natomiast w prawicowych znalazła się na trzecim miejscu. Obserwacje te pozwalają zauważyć, że media centrowe oraz progresywne wyraźnie częściej od prawicowych koncentrowały się na roli biznesu w rozwiązywaniu problemu dezinformacji.

Analiza wykazała, że najczęściej przywoływanym w tym kontekście rodzajem podmiotów były firmy będące właścicielami popularnych usług internetowych (w tym platform społecznościowych oraz wyszukiwarek). Wśród nich natomiast dominowała dyskusja na temat koncernu Meta Platforms (do 2021 r. pod nazwą Facebook) oraz należących do niego serwisów Facebook oraz Instagram (zob. Frag. 206 i Frag. 207). Następnie wymieniano Twittera jako firmę oraz prowadzony przez nią serwis o tej samej nazwie (od października 2022 r. należący do Elona Muska, a od lipca 2023 r. funkcjonujący pod nazwą X). Trzeci w kolejności był koncern Alphabet oraz należąca do niego wyszukiwarka internetowa Google oraz serwis treści wideo YouTube (zob. Frag. 208). Pozostałe podmioty przywoływane były jedynie w pojedynczych tekstach, a wśród nich znalazły się m.in. ByteDance (TikTok), Microsoft (Bing, LinkedIn), Snapchat, Mozilla, Apple, Amazon oraz PayPal.

Do opisywanych rodzajów działań tych podmiotów należały zarówno działania bezpośrednio na platformach, jak i szersze, dokonywane poza platformami. Do tych pierwszych zaliczało się: (1) ogólne *monitorowanie* problemu dezinformacji (w tym tworzenie wyspecjalizowanych, problemowych zespołów do przeciwdziałania dezinformacji, zob. Frag. 206); (2) *moderowanie* treści oraz kont (w tym ich usuwanie oraz tymczasowe blokowanie, a także stosowanie „miękkich” form moderacji, jak np. oznaczenie określonych treści, obniżanie ich zasięgów oraz demonetyzacja; zob. Frag. 208, Frag. 209 i Frag. 210); (3) udostępnianie *narzędzi dla użytkowników* do zgłaszania dezinformacji (zob. Fragment 204); (4) zwiększanie *transparentności* materiałów reklamowych oraz ich nadawców (zob. Frag. 209); (5) dostosowywanie *regulaminów wewnętrznych* (zob. Frag. 208). Przywoływanymi

działaniami wychodzącymi poza sferę projektowania platformy były natomiast: (1) *współpraca* z innymi podmiotami (w tym organizacjami fact-checkingowymi, organizacjami międzynarodowymi, państwami, ekspertami, mediami oraz innymi dużymi korporacjami technologicznymi; zob. Frag. 209 i Frag. 211); (2) *finansowanie innych podmiotów* w celu przeciwdziałania przez nie dezinformacji (np. mediów, zob. Frag. 212); (3) *raportowanie* o podjętych działaniach antydezinformacyjnych (zob. Frag. 209).

Frag. 206 ***Facebook otworzył w Dublinie tzw. gabinet wojenny, w którym zatrudnił 40 osób. Ich jedynym zadaniem jest powstrzymywanie szerzenia fałszywych narracji online. (CEN-ON-19-02)***

Frag. 207 ***Żadna z platform nie usuwa jednak informacji zakwalifikowanych jako fałszywe. Nie robi tego również Instagram, który poszedł nieco inną drogą – tu fałszywe treści zgłaszają użytkownicy, a weryfikatorzy sprawdzają, co jest na rzeczy. (PROG-KP-22-29)***

Frag. 208 ***Serwis [YouTube – przyp. S.W.] zaktualizował również swój regulamin, by móc usuwać nagrania zawierające fałszywe informacje na temat, epidemii, szczepionek itp. (CEN-WP-20-09)***

Frag. 209 ***Unijni komisarze przyznali, że choć nie ma wątpliwości, że majowe wybory do Parlamentu Europejskiego nie były wolne od dezinformacji, to działania i comiesięczne sprawozdania poprzedzające dzień głosowania przyczyniły się do ograniczenia pola do ingerencji. Odnotowano m.in. zdecydowane ograniczenie „zachęt ekonomicznych skłaniających do podejmowania działań dezinformacyjnych”, a także większą przejrzystość reklamy politycznej i tematycznej. (PRA-WPOL-19-01)***

Frag. 210 ***Gdy ten [Donald Trump – przyp. S.W.] w kolejnych tweetach upierał się, że wygrał wybory albo że zostały one sfałszowane i dlatego prowadzi Joe Biden, administratorzy Twittera uznali, że nie można tego tak zostawić. Oznaczyli cztery następujące po sobie wpisy Trumpa jako „wprowadzające w błąd co do wyniku wyborów prezydenckich w Stanach Zjednoczonych”. (PROG-KP-20-16)***

- Frag. 211 **KE** od początku roku **ściśle współpracuje** zarówno z analitykami z projektów badawczych, jak i z **platformami społecznościowymi**, żeby zapobiec manipulacjom. (PROG-OKO-19-29)
- Frag. 212 Oprócz wprowadzenia nowych funkcji **Google** powiedział także, że **przekaze 1,5 mln dolarów na sfinansowanie badań weryfikujących fakty** i utworzenie centrum dla dziennikarzy, aby pomóc im uzyskać dostęp do "wiedzy naukowej i aktualności badawczych" dotyczących szczepionek. (CEN-WP-20-09)

Jak pokazują powyższe fragmenty, stawianie dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych w roli obrońców przed dezinformacją przybierało najczęściej formę raportowania o podejmowanych przez nie działaniach. W niektórych tekstach jednak nie tylko informowano, ale również formułowano postulaty wdrażania bardziej intensywnych środków zaradczych przez te przedsiębiorstwa. Oczekiwania te w wielu fragmentach promowały model samoregulacji platform (Gorwa, 2019), który opiera się na wierze w społeczną odpowiedzialność biznesu. Zgodnie z tą wizją prywatne firmy powinny samodzielnie, dobrowolnie dążyć do rozwiązywania problemów społecznych, do których się przyczyniają (w tym przypadku problemu dezinformacji), bez stosowania obligatoryjnych regulacji państwowych lub innych środków demokratycznej kontroli (zob. Frag. 213 i Frag. 214). Założenia te mają swoje źródła w neoliberalnej wizji biznesu, która opowiada się za deregulacją i prywatyzacją gospodarki (Fuchs i Sandoval, 2015; Gorwa, 2019; Uhma, 2017). Zgodnie z tymi poglądami przedsiębiorstwa działają tym bardziej optymalnie, im mniej odgórnych wymogów muszą spełniać i im słabszemu nadzorowi zewnętrznemu podlegają. Jednym z celów promowania tego modelu, oprócz reprodukcji ekonomicznego status quo, było również przerzucenie odpowiedzialności za podejmowanie kontrowersyjnych decyzji z zakresu wyznaczania zasad debaty publicznej z podmiotów publicznych na podmioty biznesowe (zob. Frag. 213). Strategia ta polegała na formułowaniu wobec sektora prywatnego oczekiwań rozwiązania problemu dezinformacji, a następnie potępianiu go za niewystraszające wyniki i niesprostanie niedookreślonym wymaganiom, przy jednoczesnej bierności sektora

publicznego i obywatelskiego w tym obszarze (zob. więcej w podrozdziale: *Rozbieżne poglądy na temat wolności słowa*).

W powyższym kontekście warto dodać, że w wielu fragmentach wyrażano również nadzieje związane z *automatyzacją* przeciwdziałania dezinformacji dzięki wykorzystaniu sztucznej inteligencji oraz rozwiązań pochodnych (zob. Frag. 214 i Frag. 215). Wizję tę można interpretować jako wyraz solucjonizmu technologicznego, w myśl którego innowacje technologiczne stanowią najbardziej optymalny sposób rozwiązywania problemów ludzkości, w tym złożonych problemów o charakterze społecznym, kulturowym i politycznym (zob. więcej w rozdziale: *Przeciwdziałanie dezinformacji jako problem o charakterze dyskursywnym*). Warto zwrócić uwagę, że przekonanie to było wyrażane zarówno w komunikacji podmiotów z sektora prywatnego, jak i publicznego oraz obywatelskiego. Sztucznej inteligencji i zautomatyzowanym algorytmom przypisywano bowiem atrybuty obiektywizmu i apolityczności. Zgodnie z tym założeniem maszyna, w przeciwieństwie do ludzkich decydentów, jest w stanie bezstronnie oddzielać prawdę od fałszu. Poglądy te pomijają procesy społecznego konstruowania prawdy i redukują to pojęcie do zagadnienia z zakresu logiki formalnej. Pomijają zatem fakt, że algorytmy jako wytwór człowieka reprodukuja jego ograniczenia poznawcze, uprzedzenia czy metazożenia o rzeczywistości (Crawford, 2021).

Frag. 213 *Komisja Europejska wezwała w środę największe firmy internetowe, jak Twitter, Facebook czy Google, by zrobiły więcej w walce z „wielką falą dezinformacji” wywołaną pandemią koronawirusa. [...] Komisja nie planuje sama decydować o tym, co jest dezinformacją na jakimś portalu internetowym i co należy usunąć, a co nie jest. - Nie chcę tworzyć ministerstwa prawdy – powiedziała [Věra Jourová, wiceprzewodnicząca KE, przyp. – S.W.]. (PRA-NZ-20-13)*

Frag. 214 **Batorski** [Dominik Batorski, naukowiec – przyp. S.W.] **uważa, że uratują nas algorytmy.** - *Jako użytkownicy i odbiorcy musimy myśleć o naszej diecie informacyjnej. Dbamy o to, co jemy i jesteśmy w stanie wydawać więcej, aby jeść lepsze produkty. Analogicznie powinniśmy też dbać o to, aby konsumować lepsze, bardziej wiarygodne i istotniejsze informacje*

- przekonywał. - **To co nas uratuje to nie media, politycy, czy regulacje, ale technologie, algorytmy i sztuczna inteligencja, która odpowie za to, abyśmy byli jak najlepiej poinformowani** – zakończył Batorski. (CEN-ON-19-08)

Frag. 215 *Znaczna większość pracowników **Facebooka** pracuje z domu, te same warunki chcemy zapewnić naszym podwykonawcom, jak np. osobom weryfikującym treści pojawiające się na Facebooku. W tej kwestii portal pracuje też nad rozwojem **weryfikacji przez sztuczną inteligencję.*** (CEN-WP-20-16)

Należy zaznaczyć ponadto, że w kontekście przejęcia serwisu Twitter przez Elona Muska, przedsiębiorca ten wykorzystywał narrację o konieczności przeciwdziałania dezinformacji przez duże korporacje z branży technologii komunikacyjnych do wprowadzania odpłatności świadczonych usług. Zgodnie z prezentowaną przez miliardera argumentacją (zob. Frag. 216) ograniczenie „manipulowania opinią publiczną” miałoby być możliwe dzięki zmianie modelu ekonomicznego funkcjonowania platformy. Zaproponowana zmiana polegała na dodaniu w usłudze płatnych subskrypcji, które przekładają się na lepsze algorytmiczne pozycjonowanie treści publikowanych przez płacących użytkowników względem użytkowników, którzy za tę opcję nie płacą. Strategia ta stanowi przykład ekonomicznej instrumentalizacji dyskursu antydezinformacyjnego w celu promowania komercyjnych usług konkretnego przedsiębiorstwa.

Frag. 216 *Musk wyjaśnił, że proponowany przez siebie program Twitter Blue, w praktyce płatny serwis premium, uważa za rozwiązanie wielu mankamentów Twittera. „Jest wielki problem ze spamem, botami i trollami, organizacjami starającymi się manipulować opinią publiczną”. Jego zdaniem rozwiązanie polega na tym, aby „przekonać możliwie wielu zwykłych ludzi do subskrypcji za 8 dolarów miesięcznie”. Będzie to się wiązać z weryfikacją ich kont jako prawdziwych, żywych ludzi. Niezweryfikowane konta będą wciąż istnieć, ale treści przez nie publikowane stracą priorytet i znikną „tak jak wyniki na ósmej stronie wyszukiwarki Google”. (PROG-KP-22-32)*

W ramach omawianej kategorii poruszano nie tylko wątek największych korporacji z zakresu technologii komunikacyjnych, ale także przedsiębiorstw działających w innych branżach, np. spożywczej czy e-commerce. Wśród konkretnych wymienianych podmiotów znalazły się m.in. Allegro, Orange Polska, Wydawnictwo Naukowe PWN czy Coca-Cola. Analiza zidentyfikowanych przykładów pozwoliła zauważyć, że narracja o konieczności przeciwdziałania dezinformacji ze strony biznesu pełniła w głównej mierze funkcję autopromocyjną. Frag. 217, Frag. 218 i Frag. 219 wskazują, że firmy wykorzystywały dyskurs antydezinformacyjny w celu kreowania własnego pozytywnego wizerunku. Warto podkreślić, że niektóre z tekstów zaliczonych do kategorii biznes miały charakter artykułów sponsorowanych, powstałych w ramach płatnej współpracy publikującego medium z omawianym przedsiębiorstwem (np. Frag. 218). Co więcej, w badanym dyskursie wskazywano również przykłady firm, których jednym z głównych obszarów działalności była komercjalizacja usług oferujących przeciwdziałanie dezinformacji (zob. Frag. 219). Obserwacja ta pozwala zauważyć, że dyskurs wokół problemu dezinformacji był wykorzystywany przez przedstawicieli sektora prywatnego nie tylko do celów PR-owych, ale także bardziej bezpośredniego reklamowania własnych usług i produktów (zob. Frag. 219 i Frag. 220).

W tekstach zidentyfikowano następujące sposoby na przeciwdziałanie dezinformacji ze strony wyżej scharakteryzowanej grupy przedsiębiorstw: (1) prowadzenie *działalności badawczej* (zob. Frag. 219); (2) *edukowanie* (zwłaszcza realizowanie kampanii społecznych, zob. Frag. 218, Frag. 219 i Frag. 220); (3) moderowanie treści (podejmowanie decyzji jakie treści mogą być dostępne publicznie, a jakie nie, podobnie jak w przypadku dużych korporacji technologicznych, zob. Frag. 217); (4) wywieranie *presji finansowej* na podmiotach, które utożsamiane są z dezinformacją (zob. Frag. 219 i Frag. 221); (5) podejmowanie współpracy z innymi podmiotami; (6) monitorowanie debaty publicznej pod kątem pojawiających się materiałów dezinformacyjnych i ewentualne ostrzeganie o nich innych podmiotów (zob. Frag. 219).

Frag. 217 ***Allegro walczy z dezinformacją i usuwa wszystkie aukcje, w których przedmiotami są książki Jerzego Zięby. Chodzi o znanego głównie***

w sieci autora wielu rodzajów terapii i promotora medycyny alternatywnej. (CEN-WP-20-14)

Frag. 218 *Prawda, kłamstwo, fake. Jak sobie radzić z dezinformacją? [...] Algorytmy same podsuwają nam takie treści, które mają największą szansę, by nas zainteresować. Jak zauważają eksperci **Fundacji Orange**, tworzą się swoiste "bańki informacyjne", a do osób, które się w nich znajdują, trafiają głównie takie informacje, które są zgodne z ich światopoglądem. [...] **CERT Orange Polska przypomina [...] podstawowe zasady bezpieczeństwa w sieci**, aktualne zawsze, niezależnie od tego, co dzieje się na świecie. (CEN-WP-22-29)*

Frag. 219 *Od jakiegoś czasu **Stowarzyszenie Czeskich Firm Reklamowych** stara się ograniczyć ogłoszenia kontekstowe i nagłówkowe na internetowych stronach szerzących dezinformację. Namawia ogłoszeniodawców, by **nie dawali reklam na stronach publikujących fałszywe wiadomości, żeby ograniczyć ich wpływ finansowe**. [...] „Agencje reklamowe mają już do dyspozycji narzędzia pozwalające kontrolować nawet 90% ogłoszeń” – dodaje Hlavica. Chodzi o unikatowe narzędzie „wczesnego ostrzegania”. Czeska firma **Semantic Visions** opracowała **narzędzie pozwalające na analizę 90% newsów w dziesięciu językach**. (PROG-KP-20-10)*

Frag. 220 *Odpowiedzialność za słowo dotyczy nas wszystkich. Takie przesłanie kryje się pod hasłem najnowszej **akcji PWN „Fake-Stop! Tylko wiarygodne źródła wiedzy”**, z którym wydawnictwo zespołowo wybiera się na Targi Książki w Krakowie. (CEN-ON-22-25)*

Frag. 221 *Kilka tygodni temu na fali wydarzeń uruchomionych przez ruch **Black Lives Matter** rozpoczęła się kampania **#StopHateForProfit**. Przyłączył się do niej szereg gigantów światowego biznesu, ogłaszając bojkot portali społecznościowych, w tym Facebooka, Instagrama, Twittera, Snapchata, Youtube i LinkedIn. Na czoło protestujących przeciw „mowie nienawiści” wysunęły się takie koncerny, jak **Coca-Cola, Unilever, Microsoft, Starbucks, Disney, Honda, HP, Diageo, Henkel, Pepsi czy Levi's**, a za nimi wiele innych, które **wycofały (na czas określony lub nieokreślony) swoje reklamy z platform społecznościowych**. (PRA-WPOL-20-14)*

Polska/polski rząd

Pierwszą z kategorii, która znalazła się na drugim miejscu pod względem częstotliwości występowania była *Polska/polski rząd* (45% tekstów łącznie). Zakwalifikowano do niej teksty, które w roli obrońców przed dezinformacją prezentowały Polskę jako państwo, Polaków jako naród, polskie instytucje państwowe (np. wojsko, KRRiT) oraz ich przedstawicieli⁸, spółki Skarbu Państwa (w tym Polską Agencję Prasową) oraz ich przedstawicieli, a także partię Prawo i Sprawiedliwość oraz pozostałe partie współtworzące rząd w okresie objętym badaniem, konkretnych przedstawicieli tych partii (w tym posłów i europosłów), członków rządu oraz Prezydenta RP. Kategoria ta najczęściej występowała w serwisach prawicowych (56% tekstów), w których znalazła się na pierwszy miejscu pod względem częstotliwości występowania. W serwisach progresywnych (44% tekstów) i centrowych (34% tekstów) występowała wyraźnie rzadziej, w obu przypadkach plasując się dopiero na piątym miejscu. Obserwacja ta pozwala zauważyć, że w serwisach prawicowych rola obrońców przed dezinformacją przypisywana była przede wszystkim podmiotom zależnym od rządu Prawa i Sprawiedliwości, natomiast serwisy centrowe i prawicowe również dostrzegały potrzebę antydezinformacyjnych działań ze strony państwa, jednak częściej w tym kontekście przywoływano szereg innych podmiotów omawianych w tym podrozdziale.

W ujęciu jakościowym we wszystkich typach mediów używano określeń uogólniających (np. „polskie państwo”, zob. Frag. 222), które nie precyzowały, kto dokładnie w ramach struktur państwowych powinien być odpowiedzialny za przeciwdziałanie dezinformacji. Wymieniano także konkretne podmioty, zwłaszcza NASK jako państwowy instytut badawczy wyspecjalizowany w tematyce dezinformacji (zob. Frag. 223). W nielicznych przypadkach wskazywano również na rolę sądów. W stosunku do pozostałych podmiotów w obrębie omawianej kategorii badane typy mediów różniły się między sobą. Serwisy centrowe i prawicowe

8 Do kategorii zaliczono również Akademię Sztuki Wojennej oraz Naukową i Akademicką Sieć Komputerową w Warszawie (NASK) jako jednostki podległe, nadzorowane lub objęte nadzorem właścicielskim odpowiednich ministrów (Ministerstwo Cyfryzacji, b.d.; Ministerstwo Obrony Narodowej, b.d.).

wskazywały na szereg różnych instytucji państwowych (np. Rządowe Centrum Bezpieczeństwa, Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, Narodowy Bank Polski, zob. Frag. 224 i Frag. 225). Media progresywne wspominały jedynie o KRRiT (w sposób krytyczny, zob. więcej w sekcji: *Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych*) oraz Rzeczniku Praw Obywatelskich (zob. Frag. 226), którym w okresie opublikowania przywoływanego tekstu był Adam Bodnar, utożsamiany ze środowiskiem opozycyjnym wobec Prawa i Sprawiedliwości, a wobec tego postrzegany jako niezależny od rządu w przeciwieństwie do innych instytucji państwowych (np. KRRiT). W serwisach prawicowych poza instytucjami państwowymi podkreślano także rolę spółek Skarbu Państwa (np. PGE, PKO BP, zob. Frag. 227) jako podmiotów aktywnie zaangażowanych w przeciwdziałanie dezinformacji. Ponadto, we wszystkich typach mediów wymieniano rząd ogólnie (zob. Frag. 225), poszczególne ministerstwa (w tym MC, MON, MSZ, MSW, MZ, MEiN, MKiDN, zob. Frag. 223, Frag. 225 i Frag. 228), konkretnych polityków (m.in. Mateusza Morawieckiego, Janusza Cieszyńskiego, Jacka Saryusz-Wolskiego, Przemysława Czarńka, zob. Frag. 225, Frag. 226, Frag. 228 i Frag. 229). Należy przy tym podkreślić, że w dyskursie prawicowym poprzez wykorzystywanie omawianego wcześniej toposu zagrożenia i żargonu wojskowego szczególnie podkreślana była rola Ministerstwa Obrony Narodowej oraz Mateusza Błaszczaka jako właściwego ministra (zob. Frag. 228). W serwisach prawicowych znacznie bardziej niż w pozostałych eksponowano potrzebę włączania do działań antydezinformacyjnych służb specjalnych, mundurowych oraz paramundurowych (w tym wojska, Lasów Państwowych oraz Straży Granicznej, zob. Frag. 230 i Frag. 231). W wielu tekstach w serwisach prawicowych podkreślano także rolę Stanisława Żaryna, który pełnił funkcję Pełnomocnika rządu ds. bezpieczeństwa przestrzeni informacyjnej RP (zob. Frag. 229; Bronka, 2022). Politykowi temu, z racji zajmowanego stanowiska rządowego, przypisywano status „oficjalnego autorytetu” w sprawach dezinformacji.

Serwisy centrowe oraz progresywne zgadzały się w ogólnym sensie z potrzebą udziału państwa w przeciwdziałaniu dezinformacji, jednak ze sceptycyzmem odnosiły się do zaangażowania podmiotów państwowych pod rządami Prawa i Sprawiedliwości (zob. więcej w sekcji: *Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych*). W kontraście, serwisy prawicowe promowały natomiast wizję natychmiastowej konieczności budowania scentralizowanego na wzór

wojskowy, silnie zależnego od państwa systemu obrony przed dezinformacją. Szczególnie podkreślano w tym kontekście rolę służb specjalnych oraz resortów siłowych, konstruując dezinformację jako problem z zakresu bezpieczeństwa narodowego i obronności (zob. Frag. 228, Frag. 229, Frag. 230 i Frag. 231). Należy przy tym podkreślić, że w serwisach prawicowych instrumentalizowano strategię przypisywania Polsce/polskiemu rządowi roli obrońców przed dezinformacją do dyskredytowania narracji nieprzychylnych władzom (np. krytyki działań prezesa NBP, Adama Glapińskiego czy polskiego rządu i Straży Granicznej w kontekście kryzysu migracyjnego na granicy polsko-białoruskiej, zob. Frag. 224 i Frag. 230).

Frag. 222 *W wielu krajach upowszechniło się poczucie, że budowanie odporności państwa, dbanie o cyberbezpieczeństwo, walka z dezinformacją – to sprawy kluczowe. Nie mam przekonania, żeby **polskie państwo** – przy permanentnym i dobrze historycznie zakorzenionym poczuciu zagrożenia ze strony Rosji – zrozumiało lekcję na temat cyberbezpieczeństwa, którą przyswoili sobie, choćby i późno, Niemcy czy Francuzi. (PROG-KP-21-21)*

Frag. 223 *W 2018 roku po aferze Cambridge Analytica, kiedy mieliśmy już dowody wpływu dezinformacji w social mediach na wybory polityczne, przepytalam wszystkie instytucje: **Ministerstwo Cyfryzacji, MON, ABW, MSW** – co z dezinformacją? Wtedy nikt w Polsce nie myślał o tym poważnie. Teraz przynajmniej **NASK** się tym zajmuje od strony edukacyjno-świadomościowej. (PROG-KP-22-26)*

Frag. 224 ***NBP** odpowiada na kampanię fake newsów: Nasiliły się ataki. W ostatnich tygodniach nasiliły się ataki na bank centralny, przejawiające się m.in. podawaniem **informacji nieprawdziwych i zmanipulowanych, sugerujących, że NBP i jego prezes są jest źle oceniani za granicą** - podał NBP w komunikacie, zaznaczając, iż zamierza im przeciwdziałać. (PRA-WPOL-21-19)*

Frag. 225 ***Rząd i KRRiT** opracują plan walki z dezinformacją. To może oznaczać regulacje dla mediów [...] Deklarację mają podpisać **członkowie rządu i KRRiT**, w tym przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji **Witold Kołodziejski, minister kultury Piotr Gliński i minister edukacji Przemysław Czarnek**. (CEN-ON-21-21)*

- Frag. 226 *Już dziś jednak social media walczą z infodemią z własnej inicjatywy. W Polsce **Adam Bodnar, Rzecznik Praw Obywatelskich**, uzyskał informacje na ten temat od trzech platform: Facebook, Twitter i wykop.pl. (PROG-OKO-20-17)*
- Frag. 227 - *Nie straszymy, że zabraknie energii, wręcz odwrotnie, energia jest dostępna, węgiel jest dostępny - mówił podczas Kongresu 590 Wojciech Dąbrowski, prezes **Polskiej Grupy Energetycznej**. Podkreślił, że trzeba "konsekwentnie walczyć z fakenewsami, które pojawiają się w przestrzeni publicznej". [...] Dąbrowski przypomniał, że polski rząd podjął szereg działań, które mają złagodzić skutki tego kryzysu. (PRA-NZ-22-27)*
- Frag. 228 *Inauguracja kampanii "Fejkoodporni" z udziałem **szefta MON** [...] Naszym zadaniem jest stworzenie mechanizmów, które pozwolą na odróżnianie informacji prawdziwych od informacji fałszywych, które pozwolą także na to, żeby przeciwdziałać dezinformacji i fake newsom - powiedział szef MON. (PRA-NZ-22-25)*
- Frag. 229 *Tak wygląda walka informacyjna w praktyce! **Żaryn** ujawnia kulisy antypolskiej akcji dezinformacyjnej (PRA-NZ-21-22)*
- Frag. 230 *Internet i media społecznościowe nieustannie zasypywane są prorosyjskimi komentarzami głównie z profili, którymi zarządzają ruskie trolle internetowe. [...] W ostatnich dniach trolle ponownie zajęły się **tematem budowy zapory na granicy polsko-białoruskiej**. Tym razem kolportowany jest fake news o rzekomym osuszaniu terenów wokół powstającego płotu. [...] [**Straż Graniczna** – przyp. S.W.] zdementowała doniesienia [...] na swoim profilu na Twitterze. (PRA-NZ-22-32)*
- Frag. 231 *Skuteczna walka **wojskowych służb** z fake newsami! (PRA-WPOL-20-16)*

Wśród prezentowanych sposobów na przeciwdziałanie dezinformacji ze strony Polski/polskiego rządu po pierwsze prezentowane było zaangażowanie państwa w edukowanie społeczeństwa w zakresie problemu dezinformacji. Należy przy tym podkreślić, że w serwisach prawicowych mówiono o edukacji raczej w kontekście doraźnych działań (np. kampanii informacyjnych) koordynowanych przez poszczególne instytucje państwowe (np. KRRiT, MON, zob. Frag. 232), natomiast w pozostałych wskazywano na potrzebę tworzenia systemowych

rozwiązań z zakresu oficjalnych programów edukacji medialnej (w domyśle mniej podatnych na instrumentalizację polityczną; zob. Frag. 233).

Frag. 232 ***Kampania "Fejkoodporni"** jest organizowana przez Centrum Operacyjne **Ministra Obrony Narodowej** i Akademickie Centrum Komunikacji Strategicznej. Według zapewnień resortu akcja ma pomóc uświadamiać żołnierzy i społeczeństwo, czym jest dezinformacja, jakie stwarza zagrożenia i jak się przed nią bronić. (CEN-WP-22-31)*

Frag. 233 *Możemy się edukować medialnie od przedszkola do końca życia. [...] Ale nikt nie uczy zasad funkcjonowania w świecie cyfrowym, medialnym, cyberbezpieczeństwa. [...] Potrzebne są więc do takiej edukacji **ramy oświaty powszechnej**. Mam poczucie, że zagadnienia z jej zakresu powinny być wpisane do **podstawy programowej**, bo inaczej nie będą traktowane poważnie. (PROG-KP-22-26)*

Kolejnym sposobem, głównie prezentowanym w dyskursie prawicowym, było przypisywanie Polsce/polskiemu rządowi odpowiedzialności za *dostarczanie wiarygodnych informacji*, a także *dementowanie dezinformacji* pojawiającej się w debacie publicznej (zob. Frag. 234 i Frag. 235). W mediach centrowych i progresywnych państwo było w tym kontekście prezentowane przede wszystkim jako nadawca oficjalnych, wiarygodnych komunikatów, zwłaszcza w okresie pandemii COVID-19 (zob. Frag. 234). W dyskursie prawicowym często wskazywano ponadto na *dementowanie dezinformacji* bezpośrednio przez polityków. W tym kontekście pojawiały się przypadki instrumentalizowania argumentów antydezinformacyjnych do tłumienia krytyki działań rządzących. We Frag. 235 strategia ta została zastosowana przez członka Prawa i Sprawiedliwości do odpierania zarzutów dotyczących przyjmowania przez niektóre polskie organy samorządu terytorialnego uchwał stygmatyzujących mniejszości seksualne – „uchwał anty-LGBT” (Wrzeszczyńska, 2019).

Frag. 234 *„Dzięki postom edukacyjnym wyświetlanym na Facebooku i Instagramie oraz dzięki Centrum informacji o koronawirusie (COVID-19) udało nam się przekierować ponad dwa miliardy ludzi do zasobów informacyjnych WHO oraz innych instytucji zdrowia publicznego – **w Polsce kierujemy***

użytkowników bezpośrednio do strony Ministerstwa Zdrowia

– poinformował Jacob Turowski, szef zespołu ds. polityki publicznej w Polsce i krajach bałtyckich z Facebooka. (PROG-OKO-20-17)

Frag. 235 ***Informacje o strefach wolnych od LGBT są oparte na fake newsach. UE walczy z dezinformacją, jednocześnie na nią zezwalając - powiedział na antenie Polskiego Radia Jacek Saryusz-Wolski. [...] W odpowiedzi na działania UE, europoseł PiS Jacek Saryusz-Wolski zaprzeczył istnieniu w Polsce stref wolnych od LGBT i stwierdził, że są one oparte na "kłamstwach" lewicowych aktywistów.*** (CEN-ON-21-24)

Trzecim typem działań, który pojawiał się głównie w serwisach prawicowych i centrowych, było prowadzenie przez podmioty państwowe różnego rodzaju działalności badawczej i analitycznej. Obejmowała one przede wszystkim tworzenie i nadzorowanie systemu monitoringu polskiej przestrzeni informacyjnej pod kątem pojawiających się materiałów dezinformacyjnych, a następnie ostrzeganie opinii publicznej przed nimi. Jako konkretnych wykonawców wymieniano wyspecjalizowane komórki państwowe zajmujące się działalnością analityczną (np. NASK, RCB, ACKS), a także służby specjalne (zob. Frag. 236). W tym kontekście dezinformacja ramowana była zgodnie z logiką toposu zagrożenia jako „niebezpieczeństwo z zewnątrz”, skierowane przeciwko grupie „my”, rozumianej jako cały naród.

Frag. 236 ***Polskie służby specjalne na bieżąco monitorują podejrzone aktywności w sieci Internet, w tym w mediach społecznościowych, identyfikując najgroźniejsze przejawy dezinformacji, propagandy i ataków informacyjnych wymierzone w nasze państwo - informuje Stanisław Żaryn.*** (PRA-WPOL-20-13)

Kolejnym typem działań było proponowanie, wprowadzanie i egzekwowanie rozwiązań legislacyjnych z zakresu *zewnętrznych regulacji* mediów i technologii. Wspominano również o nieformalnych sposobach wywierania presji na podmioty działające w tej sferze w celu skłonienia ich do podejmowania większych wysiłków na rzecz przeciwdziałania dezinformacji. Na tę rolę polskiego państwa wskazywano szczególnie w dyskursie prawicowym. Przede wszystkim

promowano propozycje zwiększenia nadzoru państwowego nad praktykami moderacyjnymi w serwisach społecznościowych za pomocą środków prawnych (np. zwiększenie możliwości ingerowania w decyzje o usuwaniu określonych materiałów, zob. Frag. 237). Co więcej, narracje antydezinformacyjne wykorzystywano do budowania legitymizacji przepisów krytykowanych przez inne podmioty z powodu ograniczania wolności mediów (zob. więcej w: Starzewski, 2021). Przykład zastosowania tej strategii ilustruje Frag. 238, w którym argumentowano, że nowelizacja prawa medialnego, dążąca do wymuszenia zmiany właściciela prywatnej stacji telewizyjnej TVN („lex TVN”), była konieczna, ponieważ stacja ta rozpowszechnia dezinformację. Regulacyjna rola Polski/polskiego rządu w wielu fragmentach w serwisach progresywnych i centrowych była zatem ukazywana raczej w sposób krytyczny. Wyrażano obawy o możliwość naruszania wolności obywatelskich przy pomocy kreowania praw antydezinformacyjnych przez rząd Prawa i Sprawiedliwości (zob. więcej w sekcji: *Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych*). Zadanie opracowywania i egzekwowania odpowiednich regulacji przypisywano raczej innym państwom demokratycznym oraz organizacjom międzynarodowym (zwłaszcza UE), a także polskiem sądom (które z założenia powinny posiadać atrybuty niezawisłości, niezależności i bezstronności w przeciwieństwie do rządu; zob. Frag. 239).

Frag. 237 *Milion kary za fake newsy o COVID-19. Planują bat na social media. Nawet milion złotych kary dla firm, które nie usuną nieprawdziwych treści dotyczących koronawirusa lub hejtu wobec lekarzy z mediów społecznościowych - to założenie projektu ustawy, który powstał w Kancelarii Premiera. (CEN-WP-21-19)*

Frag. 238 *W TVP Info niewiele, ale dosadnie o lex TVN. "Walka z dezinformacją w polskich mediach". [...] Kolportowanie fejków, trzymanie strony Putina i Łukaszenki podczas ataku hybrydowego, człowiek ryba, Ibrahim, który tydzień ukrywał się pod wodą ze strachu przez Polakami. Jedno muszą przyznać TVNowi. Przez ostatnie miesiące zrobił wszystko, żeby udowodnić potrzebę tzw. lexTVN. (CEN-ON-21-22)*

Frag. 239 ***Sąd nakazał Facebookowi odblokowanie profilu Konfederacji i zakazał ograniczania wyświetleń treści przezeń publikowanych. To nie pierwsze podobne orzeczenie polskiego sądu. (PROG-OKO-22-08)***

Ostatnim zidentyfikowanym typem działań było angażowanie się Polski/polskiego rządu we współpracę z innymi podmiotami. Wśród nich wskazywano m.in. na platformy społecznościowe oraz inne państwa demokratyczne (np. USA) i organizacje międzynarodowe. Prezentowano różne formy tej współpracy, w tym tworzenie międzysektorowych systemów analizy i zarządzania kryzysowego w zakresie dezinformacji czy tworzenia procedur ścisłego współdziałania z platformami społecznościowymi (zob. Frag. 240).

Frag. 240 ***Krajowy system zarządzania kryzysowego ma zostać dostosowany do systemu reagowania kryzysowego NATO, „tak aby obejmował również obszar konfliktu polityczno-militarnego i umożliwiał płynne przechodzenie od stanu pokoju do stanu kryzysu i stanu wojny”, dawał także narzędzia do przeciwdziałania i zwalczania zagrożeń, w tym o charakterze hybrydowym. (PRA-WPOL-20-10)***

Państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe

Na drugim miejscu ex aequo znalazła się kategoria *państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe*. Zaliczono do niej teksty, które jako obrońców przed dezinformacją wymieniały państwa demokratyczne jako całości (np. Stany Zjednoczone), ich nieformalne zrzeszenia (np. „państwa zachodnie”), a także ich konkretne instytucje (np. Pentagon). Włączono do niej również międzynarodowe organizacje polityczne, takie jak UE, ONZ czy NATO, ich przedstawicieli oraz podległe im instytucje (np. unijną komórkę East StratCom Task Force). Kategoria ta nie obejmowała poszczególnych polityków (np. Donalda Trumpa), a także Polski i polskiego rządu, ponieważ podmioty te wchodziły w skład osobnych kategorii. Pojawiła się ona w 45% tekstów łącznie, w tym w 53% tekstów w serwisach progresywnych (drugie miejsce), 42% w prawicowych (również drugie miejsce), a 41% centrowych (trzecie miejsce), a zatem na zbliżonym poziomie ilościowym we wszystkich typach mediów.

W kontekście państw demokratycznych stosowano określenia uogólniające wskazujące na mniej lub bardziej dookreślony zbiór państw utożsamianych z demokracją liberalną (np. „demokratyczne kraje Zachodu”, zob. Frag. 241). Przywoływano również przykłady konkretnych krajów. Wśród nich najczęściej pojawiały się Stany Zjednoczone oraz Ukraina (zob. Frag. 242). W pojedynczych przypadkach pojawiały się również m.in. Niemcy, Francja, Kanada, państwa skandynawskie czy państwa Europy Środkowo-Wschodniej (zob. Frag. 243). Wszystkie typy mediów prezentowały w tym kontekście spójną wizję, w ramach której dyskursywne „my”, rozumiane jako „demokratyczne kraje Zachodu” przeciwstawiane było grupie zewnętrznej „oni”, rozumianej jako wrogie wobec Zachodu państwa o nachyleniu autorytarnym, zwłaszcza Rosja.

Frag. 241 ***Demokratyczne kraje Zachodu** nie są bezsilne wobec zagrożeń związanych z dezinformacją m.in. ze strony Rosji. Jednym z ważnych elementów skutecznej polityki obrony przed dezinformacją jest [...] polityka sankcyjna.* (PRA-NZ-19-02)

Frag. 242 *Rosja nasiliła ostatnio próby przekonania światowej opinii publicznej, że jest chętna do negocjacji pokojowych z Ukrainą. W tym celu Kreml wykorzystuje w propagandowy sposób wypowiedzi zachodnich polityków — zaalarmowało w środę **ukraińskie rządowe Centrum Przeciwdziałania Dezinformacji (CPD)**.* (CEN-ON-22-26)

Frag. 243 *Specjalna struktura w ministerstwie obrony, system analityczny, współpraca władz, mediów i ochotników - tak **Litwa** broni się przed dezinformacją ze strony Rosji. - Na razie tej wojny nie wygrywamy, ale sądzimy że możemy ją wygrać - mówi **szeft litewskiego MSZ Linas Linkeviczius**.* (PRA-NZ-20-10)

W kontekście organizacji międzynarodowych we wszystkich typach mediów poruszano w szczególności wątek działalności UE (zob. Frag. 244). Poza tym, wymieniano również NATO, WHO, OBWE oraz ONZ. Warto zwrócić uwagę na obecność UE w omawianej roli również w serwisach prawicowych ze względu na eurosceptyczne nachylenie współczesnego dyskursu polskiej prawicy (Cymer, 2022; Mach, 2022). Wy tłumaczeniem tego zjawiska może być dyskursywna eksternalizacja problemu dezinformacji w tym kontekście, tzn. UE była

konstruowana w dyskursie prawicowym jako obrońca przed dezinformacją, gdy dezinformacja postrzegana była jako zagrożenie z zewnątrz skierowane przeciwko grupie „my” rozumianej jako „Polska – część świata Zachodu” (zob. więcej w kolejnym rozdziale).

Frag. 244 ***Europejska grupa do spraw walki z kremlowskimi fake newsami, czyli z fałszywymi informacjami przedstawiła raport. Od 2015 r. odnotowała ponad 5 tysięcy przypadków rosyjskiej dezinformacji. Na rzecz grupy pracuje kilkanaście osób. Liczba pracowników ma zostać zwiększona.***
(PRA-WPOL-19-04)

Kluczowym sposobem na przeciwdziałanie dezinformacji w odniesieniu do tych podmiotów było opracowywanie i wdrażanie zewnętrznych regulacji mediów i technologii. Wspominano zarówno „twarde” rozwiązania legislacyjne (na poziomie krajowym oraz unijnym, zob. Frag. 245), jak i rozwiązania wpisujące się w model samoregulacyjny (np. opracowywanie nieobligatoryjnych kodeksów postępowania). Przywoływano również próby pociągania do odpowiedzialności dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych (np. poprzez kary finansowe czy przesłuchania przed parlamentarzystami, zob. Frag. 246). Poza tymi działaniami wyróżniono także: (1) edukowanie (w tym nadzorowanie oficjalnej edukacji medialnej oraz prowadzenie kampanii społecznych; zob. Frag. 247); (2) dementowanie dezinformacji i dostarczanie wiarygodnych informacji (zob. Frag. 248); (3) prowadzenie działalności badawczej i analitycznej (w tym monitoringu materiałów dezinformacyjnych w debacie publicznej i ostrzeganie o nich innych podmiotów, zob. Frag. 248); (4) współpracę z innymi podmiotami (w tym m.in. podmiotami biznesowymi, pomiędzy państwami czy pomiędzy państwami a organizacjami międzynarodowymi).

W kontekście opracowywania i wdrażania regulacji mediów i technologii należy podkreślić, że w dyskursie serwisów centrowych i progresywnych Unia Europejska była prezentowana jako aktor, który posiada największą spośród wszystkich aktorów legitymację do podejmowania tego typu działań (zob. Frag. 249). Narracja ta może być interpretowana jako wyraz obaw wobec instrumentalizowania inicjatyw antydezinformacyjnych do realizowania interesów politycznych przez władze poszczególnych państw (zob. więcej w sekcji: *Krytyka*

inicjatyw antydezinformacyjnych). Ponadto należy zaznaczyć, że państwom demokratycznym i organizacjom międzynarodowym nadawano w niektórych tekstach status apolitycznych „arbitrów prawdy” (Waisbord, 2018, s. 5). Odnosiło się to w szczególności do UE i WHO w kontekście pandemii COVID-19, a także UE oraz NATO w kontekście geopolitycznego konfliktu z państwami prezentowanymi jako wrogie wobec dyskursywnego „my”, rozumianego jako „Zachód/Europa” (zob. Frag. 250).

Frag. 245 *Tylko **ustawa o zwalczaniu agitacji i fake newsów w sieci** [niemiecka ustawa, NetzDG – przyp. S.W.] oraz obawa przed kolejnymi uregulowaniami w tym obszarze powodują spóźnione i pojedyncze interwencje. [...] Ten obszar powinien być uregulowany przez państwo, ponieważ prywatna firma o niemal monopolistycznej pozycji mogłaby wywierać zbyt duży wpływ poprzez arbitralne wykluczanie nawet uzasadnionych opinii. (CEN-WP-21-18)*

Frag. 246 *Lekcja pierwsza, na której Elon [Musk – przyp. S.W.] ewidentnie bumelował, **to przesłuchanie Marka Zuckerberga przed Kongresem**. Odpowiadając na wiele pytań, szef Facebooka dał do zrozumienia sędziwym amerykańskim prawodawcom, że nie umieją we współczesny internet, ale jednego nie dał rady zakwestionować: tak, jego spółka niewiele zrobiła, żeby zapobiec nielegalnym działaniom firmy Cambridge Analytica, które przyczyniły się choćby do zwycięstwa Trumpa w amerykańskich wyborach prezydenckich. (PROG-KP-22-28)*

Frag. 247 *W krajach skandynawskich dzieci w szkole podstawowej mają przedmiot, na którym uczą się weryfikowania informacji i bezpiecznego poruszania w internecie. (CEN-WP-22-30)*

Frag. 248 *Schematy rozpowszechniania piętrowych kłamstw na temat pandemii i szczepionek można prześledzić dzięki **analitycznemu projektowi Unii Europejskiej**, która w 2015 r. zaczęła **publikować źródła i rozprzestrzenianie się konkretnych fake newsów**. (PRA-WPOL-21-22)*

Frag. 249 *Wśród właścicieli platform społecznościowych chyba już powszechna jest świadomość, że regulacje narzucane przez państwa lub ich związki niedługo staną się powszechne. Jak pisze „Financial Times”, Marc*

Zuckenberg, twórca Facebooka, wręcz oczekuje na regulacje unijne. Dopóki ich nie ma, istnieje ryzyko, że w świecie rozpowszechniać się będą regulacje wzorowane na modelu chińskim, które z demokracją i zachowaniem wolności słowa nie mają nic wspólnego. Model europejski regulowania działalności platform społecznościowych jest więc potrzebny „na już”, by zrównoważyć sytuację. (PROG-OKO-20-17)

Frag. 250 *NATO musi stać na straży prawdy, walcząc z dezinformacją i manipulacją ukierunkowaną na jednostki, jak i całą społeczność transatlantycką. Bardzo ważne będzie także zbudowanie jedności w zakresie podejścia do Chin i Rosji, w tym strategicznych relacji krajów członkowskich z oboma tymi mocarstwami w wymiarach ekonomicznym, energetycznym i technologicznym. (PRA-NZ-19-01)*

Media i organizacje fact-checkingowe

Czwartą kategorią pod względem częstotliwości występowania były *media i organizacje fact-checkingowe*. Obejmowała ona organizacje medialne (bez względu na charakter linii programowych) oraz podmioty zajmujące się działalnością fact-checkingową (czyli weryfikowaniem prawdziwości informacji, najczęściej zawartych w publikacjach internetowych, artykułach medialnych oraz wypowiedziach osób publicznych), a także przedstawicieli tych podmiotów. Połączenie mediów i organizacji fact-checkingowych w jedną kategorię było niezbędne, ponieważ praktyczna granica pomiędzy tymi podmiotami jest często mało wyraźna. Aktywności nazywane „fact-checkingiem” wykonywane są przez różnego rodzaju podmioty – od organizacji niezależnych od mediów na poziomie właścicielskim (np. Stowarzyszenie Demagog), przez wyspecjalizowane komórki w ramach poszczególnych redakcji (np. Konkret 24 w ramach Grupy TVN), do pojedynczych dziennikarzy zatrudnionych w mediach w ramach wykonywania ich obowiązków zawodowych. Kategoria ta nie obejmuje natomiast podmiotów zajmujących się fact-checkingiem, bezpośrednio nadzorowanych przez duże korporacje z branży technologii komunikacyjnych, instytucje państwowe oraz organizacje międzynarodowe, które zostały uwzględnione w odpowiednich kategoriach (np. unijny East StratCom Task Force został uwzględniony w kategorii

państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe). Media i organizacje fact-checkingowe były wskazywane jako podmioty odpowiedzialne za rozwiązywanie problemu dezinformacji w 40% tekstów łącznie – najczęściej w serwisach progresywnych (52% tekstów), następnie w centrowych (42% tekstów), a wyraźnie najrzadziej w prawicowych (25% tekstów). W serwisach centrowych oraz progresywnych była to druga kategoria pod względem częstotliwości występowania, natomiast w prawicowych znalazła się na niższym, czwartym miejscu.

W kontekście fact-checkingu we wszystkich typach mediów wymieniano zarówno konkretne podmioty polskie (np. FakeNews.pl, Demagog, Konkret24, zob. Frag. 251, Frag. 252 i Frag. 253), jak i zagraniczne (zwłaszcza AFP Fact Check – komórkę Agence France-Presse, która zajmuje się weryfikacją informacji, również w polskiej przestrzeni publicznej, zob. Frag. 251 i Frag. 253) oraz ich zrzeszenia (np. International Fact-Checking Network, zob. Frag. 253). Wśród zadań wykonywanych przez te podmioty wymieniano: (1) dementowanie dezinformacji (zob. Frag. 253, Frag. 254 i Frag. 255); (2) współpracę z innymi podmiotami (zwłaszcza dużymi korporacjami z branży technologii komunikacyjnych, zob. Frag. 253 i Frag. 255); (3) prowadzenie działalności badawczej i analitycznej (zwłaszcza w zakresie monitoringu przestrzeni publicznej pod kątem dezinformacji, np. zob. Frag. 255); (4) edukowanie (zwłaszcza prowadzenie szkoleń z zakresu weryfikacji informacji oraz nagłaśnianie problemu dezinformacji, zob. Frag. 251).

Frag. 251 *Jeśli chodzi o dezinformację, również Polska ma swojego **Demagoga** – stowarzyszenie, które prowadzi m.in. **Akademię Fact-Checkingu**. Walką z dezinformacją zajmuje się również polski serwis **AFP** oraz skupiony na tematach ukraińskich **Stop Fake**. Jako serwis fact-checkingowy zaczynało też popularne **OKO.press**. (PROG-KP-20-10)*

Frag. 252 *O walkę z dezinformacją apelują jednak również inne osoby i organizacje zajmujące się demaskowaniem fake newsów. Strona **fakenews.pl** udostępniła niezwykle wymowną grafikę, na której pokazała, jak istotne jest zatrzymywanie dezinformacji przez każdego użytkownika internetu. (CEN-WP-22-32)*

- Frag. 253 *Przez ostatnie dwa lata walka z dezinformacją miała priorytetowe znaczenie dla Facebooka, a jednym ze sposobów na jej ograniczenie jest współpraca z niezależnymi weryfikatorami informacji na całym świecie. Dzisiaj ogłaszamy uruchomienie naszego programu weryfikacji informacji w Polsce we współpracy z **Agence France Presse (AFP)**, która posiada certyfikat **International Fact-Checking Network**. AFP zacznie **oceniać rzetelność i prawdziwość treści** na Facebooku począwszy od tego miesiąca. (PRA-WPOL-19-06)*
- Frag. 254 *Marianna Spring, reporterka **BBC**, [...] zajmuje się fact checkingiem (odkłamywaniem fake newsów i teorii spiskowych – w Polsce robi to np. **Konkret24**). (PROG-KP-21-23)*
- Frag. 255 *Jak się ostatnio okazało, Facebook nawiązał współpracę z Agence France Presse (AFP), która ma sprawdzać informacje pojawiające się w polskiej wersji serwisu oraz identyfikować materiały typu fake news. (PRA-NZ-19-08)*

Podmioty medialne w bardziej tradycyjnym rozumieniu, które nie zajmują się wyłącznie fact-checkingiem, ale również dostarczaniem informacji i publicystyką, także były prezentowane jako istotny element działań antydezinformacyjnych. We wszystkich typach badanych mediów stosowano w tym kontekście określenia uogólniające, które wyrażały przekonanie, że media i ich pracownicy jako ogół odpowiedzialni są za rozwiązywanie problemu dezinformacji (np. „dziennikarze”, „media”, zob. Frag. 256). Ponadto odnoszono się do konkretnych redakcji. W serwisach centrowych i progresywnych znacznie częściej niż prawicowych wskazywano na media nieprawicowe. Co więcej, w serwisach centrowych i progresywnych były to media zarówno zagraniczne (np. „Politico”, CNN, BBC, zob. Frag. 255), jak i polskie (np. Onet, „Gazeta Wyborcza”, OKO.press, zob. Frag. 251, Frag. 258 i Frag. 260), natomiast w serwisach prawicowych wyłącznie zagraniczne (np. Die Welt, NBC News). Media prawicowe w roli obrońców przed dezinformacją były prezentowane natomiast wyłącznie w dyskursie prawicowym. Co warto zaznaczyć, wskazywano w nim wyłącznie na polskie tytuły (np. wPolityce, „Sieci”, zob. Frag. 259). Wymieniane sposoby przeciwdziałania dezinformacji ze strony mediów były podobne jak w przypadku organizacji fact-

checkingowych (zob. Frag. 257, Frag. 258 i Frag. 259). Jediną różnicą był fakt, że mediom przypisywano raczej rolę podmiotu, którego misją jest aktywne dostarczanie rzetelnych informacji społeczeństwu, niż reaktywne dementowanie treści uznawanych za dezinformację (zob. Frag. 257 i Frag. 260).

Frag. 256 *W obecnych czasach **dziennikarze** to nie tylko strażnicy demokracji, ale główni pracownicy, którzy mają chronić nas wszystkich przed wirusem dezinformacji. (PROG-OKO-21-09)*

Frag. 257 *Osoby znające język angielski mogą zaobserwować na Instagramie czy Twitterze **Reutersa, AFP, Associated Press, BBC** – te agencje dysponują środkami, które pozwalają im wysłać własnych korespondentów, fotoreporterów, dziennikarzy na miejsce wydarzeń. [...] ich obowiązkiem jest weryfikowanie pozyskiwanych danych. (PROG-KP-22-27)*

Frag. 258 ***Onet.pl**, stawia na walkę z fake news i oferuje zadanie przygotowania kreatywnej kampanii pod mocnym szyldem "wybieram prawdę". (CEN-ON-22-32)*

Frag. 259 *"Walka z pandemią oznaczała również walkę z nieodpowiedzialnymi fake newsami, z próbą zalania świata fałszywymi informacjami, które miały doprowadzić do licznych wstrząsów i doprowadziły do licznych wstrząsów, niepokojów" - mówił premier. "Na tym tle w Polsce w szczególności wyróżnia się portal **wPolityce.pl** i tygodnik »**Sieci**«. Składam serdeczne podziękowanie za to, że zawsze walczyliście o prawdę, bo nie wiadomo, ile dokładnie istnień ludzkich dzięki temu uratowaliście". (PROG-OKO-21-15)*

Frag. 260 *Wiarygodne, rzetelne dziennikarstwo jest dziś jedynym sposobem **na zdobywanie prawdziwych informacji** pozwalających nam na przygotowanie się do stale zmieniającej się rzeczywistości. **Dostarczanie takich właśnie, zweryfikowanych i pełnych informacji** jest dla redakcji **Onetu** najwyższym obowiązkiem. **Publikujemy informacje jedynie potwierdzone i zweryfikowane**. Sprawdzamy wszystkie plotki, również te brzmiące najpoważniej. Nie widzicie ich Państwo w serwisie, bo nasze oficjalne i nieoficjalne źródła w rządzie ich nie potwierdzają. (CEN-ON-20-16)*

Media i organizacje fact-checkingowe w wielu fragmentach były prezentowane jako rodzaj „arbitrów prawdy”, czyli podmiotów, którym nadawano dyskursywną legitymizację do wyznaczania i oceniania tego, „jak jest naprawdę” czy przypisywania statusu naukowości/nienaukowości poszczególnym twierdzeniom (zob. Frag. 261, Frag. 262, Frag. 263 i Frag. 264). Należy przy tym zwrócić uwagę, że to, jakie konkretnie podmioty przedstawiano jako „arbitrów prawdy” różniło się w zależności od nachylenia światopoglądowego serwisu, z którego pochodził dany fragment. W serwisach centrowych i progresywnych wymieniano podmioty nieprawicowe (np. Onet, TVN, AFP, zob. Frag. 261 i Frag. 263), natomiast w dyskursie prawicowym media zarówno nieprawicowe, jak i prawicowe (np. TVP, zob. Frag. 264). Powyższe obserwacje dotyczące przypisywania roli obrońców przed dezinformacją pokrywały się zatem z wcześniejszymi wnioskami dotyczącymi tożsamościowego konstruowania dyskursu antydezinformacyjnego w badanych mediach.

Frag. 261 **AFP** [...] *mocno walczy z fake newsami. Szuka ich, sprawdza podejrzane informacje i **podaje, co jest prawdą, a co nie.*** (CEN-ON-19-07)

Frag. 262 *Kim w ogóle jest Mike Yeadon? Przedstawia się go najczęściej jako "byłego głównego naukowca Pfizera", co sugeruje, że jest doskonale zorientowany w temacie szczepionek produkcji tej firmy. Jednak, jak udało się ustalić zespołowi portalu Demagog.org.pl, naukowiec od dziewięciu lat nie pracuje już dla farmaceutycznego giganta. Co więcej, nie był jego "głównym naukowcem", lecz dyrektorem ds. badań alergii i układu oddechowego, co nie ma wiele wspólnego z opracowywaniem szczepionek. **Jego doniesienia nie mają żadnych naukowych podstaw.*** (CEN-ON-21-23)

Frag. 263 – *Doświadczenie portali informacyjnych **TVN24** podpowiadało nam, że z naszą wiedzą, doświadczeniem i potencjałem dziennikarskim jesteśmy w stanie przygotowywać profesjonalne publikacje, które w zrozumiałym sposób pozwolą czytelnikowi zrozumieć, **jak jest naprawdę. Rozdzielić informacje fałszywe i zmanipulowane od prawdziwych*** – dodaje Beata Biel. (CEN-ON-19-07)

Frag. 264 *Oni chcą likwidacji **TVP, bo mówi prawdę**, a potrzebują dezinformacji TVN. (PRA-WPOL-21-21)*

Należy ponadto zauważyć, że w dyskursie wykorzystywana była strategia etykietowania i orzekania, która polegała na nadawaniu poszczególnym podmiotom statusu organizacji „zajmujących się fact-checkingiem” i dzięki temu przypisywania im atrybutów niezależności, obiektywizmu i apolityczności. W związku z tym niektóre podmioty (np. platformy społecznościowe, media) przerzucały odpowiedzialność za podejmowanie kontrowersyjnych decyzji z zakresu przeciwdziałania dezinformacji na „podmioty fact-checkingowe”, prezentując je jako bezstronne, posiadające większą od innych podmiotów legitymację do oceniania prawdziwości/fałszywości danych twierdzeń (zob. Frag. 265). Stosowanie etykiety „fact-checkingu” pełniło funkcję umiejscawiania niektórych podmiotów niejako „poza politycznością”, wyłączania ich ze społecznych relacji władzy, które mogą przekładać się na stronniczość osądów (np. związanych ze sposobami finansowania działalności czy przekonań światopoglądowych osób współtworzących te podmioty). Dzięki tej strategii implikowano, że podmioty „zajmujące się fact-checkingiem” posiadają „bardziej czysty” dostęp do faktów niż inni aktorzy. Warto zwrócić uwagę, że również media wykorzystywały tę strategię do nadawania statusu obiektywizmu własnej działalności, np. poprzez zakładanie wewnętrznych komórek, określanych jako „fact-checkingowe”, co sugerowało, że podają one informacje bardziej bezstronne niż media same w sobie (np. Konkret24 w ramach TVN, zob. Frag. 266). Strategia ta przybierała również formę autoidentyfikowania się przez podmioty, które prowadziły działalność medialną w tradycyjnym rozumieniu, bazującą głównie na publikowaniu treści informacyjnych i publicystycznych nie jako media, ale jako „portale fact-checkingowe” (np. OKO.press jako portal fact-checkingowy, zob. Frag. 267).

Frag. 265 *Facebook [...] postanowił, że nie będzie sam oceniał co jest prawdą, a co nie, a zapłaci za to **zewnętrznym i niezależnym weryfikatorom**. W Polsce takim weryfikatorem jest agencja AFP [...]. (CEN-WP-20-15)*

Frag. 266 ***TVN prowadzi serwis Konkret24**, który szuka fake newsów i demaskuje je. Dodatkowo każdy może w nim zgłosić informację, która wydaje mu się fałszywa. [...] – Doświadczenie portali informacyjnych TVN24*

*podpowiadało nam, że z naszą wiedzą, doświadczeniem i potencjałem dziennikarskim **jesteśmy w stanie przygotowywać profesjonalne publikacje, które w zrozumiały sposób pozwolą czytelnikowi zrozumieć, jak jest naprawdę. Rozdzielić informacje fałszywe i zmanipulowane od prawdziwych*** – dodaje Beata Biel. (CEN-ON-19-07)

Frag. 267 **OKO.press** na pierwszym miejscu **portali fact-checkingowych**, z których na co dzień korzystają Polacy! (PROG-OKO-22-02)

Dyskurs antydezinformacyjny pełnił również funkcję promowania postulatu wzmacniania pozycji mediów we współczesnej przestrzeni informacyjnej, zmieniającej się pod wpływem innowacji technologicznych. Narracja ta sprowadzała się głównie do wykazywania esencjonalnej wyższości komunikowania masowego (scentralizowane media do odbiorców) nad komunikowaniem społecznościowym (rozproszeni nadawcy/odbiorcy do siebie nawzajem z pominięciem scentralizowanych gatekeeperów). Wizja ta, jak już wcześniej omawiano, może być interpretowana jako wyraz sprzeciwu elit symbolicznych (w tym właścicieli i twórców dominujących w erze mediów masowych ośrodków produkcji kulturowej, np. największych stacji telewizyjnych) wobec osłabiania ich hegemonii w zdigitalizowanym systemie medialnym. W ramach tej narracji obieg informacji poza zinstytucjonalizowanymi mediami (np. za pośrednictwem blogów czy portali społecznościowych) był dyskredytowany (zob. Frag. 268). Sugerowano, że komunikacja zapośredniczona przez tradycyjne media lub ich cyfrowe odnogi jest nadrzędna, lepsza, właściwa (zob. Frag. 268 i Frag. 269). Narracja ta wpisywała się w omawiany wcześniej topos przywrócenia prawdy, który bazuje na założeniu, że należy przywrócić ład społeczny oparty na współdzielonej wizji rzeczywistości kreowanej przez głównonurtowe media oraz topos złych użytkowników mediów, który bazuje na założeniu, że obywatele stanowią bezmyślną, niekompetentną „masę”, które potrzebuje intelektualnego zwierzchnictwa symbolicznych elit.

Frag. 268 *Poza tym surfując po internecie, powinniśmy zachować zdrowy rozsądek i uwagę. Nie wolno wierzyć w każdą wiadomość, którą przeczytamy w ulubionym portalu społecznościowym. Chcemy pewnych informacji? To korzystajmy z poważnych i uznanych mediów. One walczą z fake newsami.* (CEN-ON-19-07)

Frag. 269 W [...] rozdziale zatytułowanym „Społeczeństwo”, przeczytamy o zmianie współczesnego systemu medialnego, czyli końcu roli mediów jako tzw. *gatekeeperów* (strażników bramy), którymi do tej pory były media. Ich rolę wcześniej było wcześniejsze przesiewanie i weryfikowanie informacji, zanim te trafiły do medialnego obiegu. Dziś każdy może być „dziennikarzem”, a obieg informacji jest niekontrolowany. Ciekawe omówienia przypadków słynnego niebieskiego wieloryba, wróżki ognia, lalki Momo. (PRA-WPOL-19-05)

Eksperci

Kolejną kategorię stanowili *eksperti*. Zaliczono do niej teksty, które jako obrońców przed dezinformacją wskazywały naukowców, specjalistów w konkretnych dziedzinach oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych, a także reprezentowane przez nich instytucje. Kategoria ta nie obejmowała natomiast aktorów o wskazanym powyżej charakterze, ale reprezentujących podmioty państwowe (polskie, ani zagraniczne) oraz organizacje międzynarodowe, podmioty biznesowe, a także media i organizacje fact-checkingowe. Kategoria *eksperti* wystąpiła w 38% tekstów łącznie. Najczęściej występowała w serwisach progresywnych (53% tekstów), następnie w centrowych (39% tekstów), a najrzadziej w prawicowych (22% tekstów). W serwisach progresywnych i centrowych znalazła się na czwartym miejscu, natomiast w prawicowych na piątym.

We wszystkich typach mediów używano określeń uogólniających (np. „*eksperti*”, „niezależni analitycy”, zob. Frag. 270), a także wymieniano konkretne podmioty. Wśród nich znalazły się różnego rodzaju fundacje, think tanki, ośrodki analityczne itp. We wszystkich typach mediów w odniesieniu do przedstawicieli tych organizacji konstruowano rolę „specjalistów do spraw dezinformacji”, czyli osób, którym podobnie jak w przypadku fact-checkingu, nadawano atrybuty profesjonalizmu, niezależności i apolityczności. Należy jednak podkreślić, że analizowane typy mediów różniły się pod względem tego, jakim konkretnie organizacjom przypisywano tę rolę. Polskie podmioty były wymieniane we wszystkich typach mediów (np. Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych, Panoptykon, Instytut Zamenhofs), natomiast zagraniczne

znacznie częściej w centrowych i progresywnych (np. Avaaz, Alliance for Securing Democracy, Reporterzy bez Granic, Institute for Strategic Dialogue). Warto w tym kontekście zauważyć, że w serwisach prawicowych w jednym z tekstów w roli obrońcy przed dezinformacją prezentowana była organizacja Reduta Dobrego Imienia, założona przez Macieja Świrskiego (Reduta Dobrego Imienia, b.d.), który w 2022 r. został z rekomendacji PiS wybrany do składu KRRiT, a następnie został jej przewodniczącym (Brykczyńska, 2022). Działalność tej instytucji pod rządami Świrskiego była wielokrotnie krytykowana za podejmowanie działań zagrażających wolności mediów w Polsce (zob. m.in. w: Newman i in., 2023; Reporters Without Borders, 2023; TheHFHR, 2024). Obserwacje te stanowią kolejną ilustrację rozbieżności pomiędzy wizjami przeciwdziałania dezinformacji, które były prezentowane w analizowanych typach mediów.

Frag. 270 *Komisja Europejska porozumiała się zarówno z największymi platformami społecznościowymi, jak i z **niezależnymi analitykami**, by na bieżąco monitorować sytuację i usuwać zagrożenia. (PROG-OKO-19-31)*

Jako ekspertów odpowiedzialnych za przeciwdziałanie dezinformacji we wszystkich typach mediów prezentowano również ośrodki naukowe (np. Polską Akademię Nauk, London School of Economics) oraz naukowców (np. Marcin Napiórkowski, Laura Edelson). W kontekście pandemii COVID-19 szczególnie koncentrowano się na roli przedstawicieli środowiska medycznego, zarówno jako badaczy, jaki i grupy zawodowej, prowadzącej praktykę medyczną (zob. Frag. 271). Ponadto, szczególnie w serwisach progresywnych, przywiązywano również wagę do działalności aktywistów społecznych (w tym sygnalistów oraz „etycznych hakerów”) jako osób istotnych dla odkrywania i nagłaśniania procesów związanych z rozpowszechnianiem dezinformacji (zob. Frag. 272).

Frag. 271 *Rządzący chcą przerzucić walkę z hejtem i fake newsami na właścicieli portali społecznościowych. Projekt [nowych regulacji platform społecznościowych – przyp. S.W.] zakłada, że każdy serwis społecznościowy, posiadający w Polsce co najmniej milion zarejestrowanych użytkowników, będzie musiał ustanowić w kraju swojego przedstawiciela, do którego będzie można zgłaszać groźby lub*

*treści nieprawdziwe. [...] Zgłoszenia będą mogli przysyłać tylko uprawnieni użytkownicy. Z ustawy wynika, że taka **osoba będzie musiała mieć wyższe wykształcenie lekarskie w stopniu co najmniej doktora nauk medycznych**. Prawo do jej wytypowania ma mieć 14 podmiotów, m.in. Polska Akademia Nauk, **Polskie Towarzystwo Lekarskie, Polskie Towarzystwo Farmaceutyczne, Naczelna Rada Lekarska, Naczelna Rada Pielęgniarek i Położnych, Naczelna Rada Aptekarska**. (CEN-WP-21-19)*

Frag. 272 *Gdy ktoś złapie cię za rękę na gorącym uczynku, po prostu udawaj, że to nie twoja ręka. Taką strategię od lat stosują oskarżani o trucie planety najwięksi emitenci gazów cieplarnianych. Za oceanem za sianie antyklimatecznej dezinformacji paliwowi giganci będą odpowiadać przed Kongresem. A nad Wisłą? Próbuje uciszać wytykających im ściemę aktywistów. – Nie damy się jednak zastraszyć – mówi nam **Katarzyna Bilewska z Greenpeace Polska**. (PROG-KP-22-30)*

Wśród działań antydezinformacyjnych tych podmiotów wymieniano: (1) prowadzenie działalności badawczej i analitycznej (w tym monitoringu debaty publicznej pod kątem pojawiających się materiałów dezinformacyjnych oraz ostrzeganie o nich innych podmiotów; zob. Frag. 273); (2) edukowanie (w tym koordynowanie szkoleń oraz kampanii społecznych; zob. Frag. 274); (3) dementowanie dezinformacji i dostarczanie wiarygodnych informacji (zob. Frag. 275); (4) proponowanie zewnętrznych regulacji mediów i technologii oraz opracowywanie standardów branżowych (zob. Frag. 276); (5) prowadzenie *działalności sygnalistycznej* (np. informowanie opinii publicznej o nieprawidłowościach związanych z przeciwdziałaniem dezinformacji wewnątrz dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych, zob. Frag. 277); (6) współpracę z innymi podmiotami (w tym biznesowymi, mediami i organizacjami fact-checkingowymi, państwami czy organizacjami międzynarodowymi). Analiza nie wykazała istotnych różnic pomiędzy badanymi typami mediów pod kątem zadań przypisywanych ekspertom. Koniecznie trzeba jednak powtórzyć, że w serwisach prawicowych w dużej mierze wskazywano na innych konkretnych ekspertów niż w pozostałych mediach. Co za tym idzie, wymienione zadania (np. związane

z dementowaniem dezinformacji) prezentowano w kontekście innych podmiotów w serwisach prawniczych, a innych w centrowych i progresywnych. Podobnie jak w przypadku mediów i organizacji fact-checkingowych zachodziło zatem zjawisko przypisywania statusu apolitycznych „arbitrów prawdy” podmiotom o różnym nachyleniu światopoglądowym zależnie od linii programowej danego medium.

Frag. 273 *Jednym ze sposobów ochrony ma być **narzędzie informatyczne**, stworzone przez organizację non profit Debunk. [...] - Możemy **zmierzyć efekty wpływu, wywierane przez dezinformację**, bo najważniejsze jest to, co się przedostaje do mediów, w tym społecznościowych, a potem do głów ludzi - tłumaczy Daukszas [szef wspomnianej organizacji Debunk – przyp. S.W.]. [...] Efektem działania całego systemu są **raporty wskazujące na dezinformację, które są przekazywane mediom**. (PRA-NZ-20-10)*

Frag. 274 *Rok później do Helsinek dotarli amerykańscy eksperci, którzy **doradzali urzędnikom, jak rozpoznać fałszywe wiadomości**, zrozumieć, dlaczego są one rozpowszechniane i opracować strategię walki z nimi. (CEN-WP-22-28)*

Frag. 275 *Najbardziej frustrującym aspektem mojej pracy jako specjalisty od zdrowia publicznego jest to, że fałszywe informacje – rozprowadzane najczęściej w internecie – wygrywają z wynikami wieloletnich badań empirycznych. Sama **polemika z przesądami** na temat medycyny wygłaszanych przez pacjentów w gabinecie przysparza lekarzom wystarczająco dużo trudności. Jeszcze trudniej **obalać nieprawdę**, kiedy jest ona rozpowszechniana w sieci. (PROG-KP-19-05)*

Frag. 276 *Stop fake newsom! RDI [Reduta Dobrego Imienia – przyp. S.W.] proponuje **zmiany w Prawie Prasowym** [...] Opublikowaliśmy projekt nowelizacji Prawa Prasowego, który pozwoli uporać się z podstawowymi bolączkami polskiego życia medialnego. Będzie zapobiegał przewlekłości postępowania w sprawach o sprostowanie nieprawdziwych informacji oraz utrudnia rozprzestrzenianie się informacji nieścisłych i nieprawdziwych. (PRA-WPOL-20-11)*

Frag. 277 *Sophie Zhang, badaczka specjalizująca się w analizie zbiorów danych, niedawno ujawniła, że podczas dwóch i pół roku pracy w Facebooku natknęła się na „rażące próby” sprzecznego z zasadami wykorzystania platformy przez dziesiątki rządów pragnących „wprowadzić w błąd własnych obywateli”. (PROG-KP-21-17)*

Pozamedialne podmioty prawicowe

Na szóstym miejscu znalazła się kategoria *pozamedialne podmioty prawicowe*. Obejmowała ona ruchy, organizacje, partie polityczne, a także konkretne osoby bezpośrednio utożsamiane z prawicą/konserwatyzmem, natomiast nie obejmowała przedstawicieli biznesu, Polski/polskiego rządu, mediów i organizacji fact-checkingowych, ekspertów oraz państw demokratycznych rządzonych przez ugrupowania prawicowe/konserwatywne (jeżeli były prezentowane jako całe państwa lub ich instytucje, np. USA/Pentagon, a nie konkretne ugrupowania/politycy, np. Donald Trump), które stanowiły osobne kategorie. Kategoria ta pojawiała się w 6% tekstów łącznie. Najczęściej występowała w serwisach progresywnych (11% tekstów), co może wydawać się zaskakujące, jednak opisane poniżej wyniki pogłębionej analizy jakościowej wyjaśniły to zjawisko. W serwisach prawicowych oraz centrowych występowała zdecydowanie rzadziej – zaledwie w 3% tekstów. Zaprezentowane rezultaty dowodzą więc, że podmioty, którym bezpośrednio przypisywana była prawicowa/konserwatywna tożsamość polityczna (oprócz polskiego rządu) w dyskursie żadnego z badanych typów mediów (również prawicowych) nie były przedstawiane jako istotny aktor w kontekście przeciwdziałania dezinformacji.

Analiza jakościowa wykazała, że w pojedynczych przypadkach w serwisach centrowych oraz prawicowych wymieniane były inicjatywy takich podmiotów jak Donald Trump, Adam Kinzinger (republikański kongresmen) oraz unijna Partia Europejskich Konserwatystów i Reformatorów (ECR; zob. Frag. 278). W mediach progresywnych pojawiły się natomiast podmioty, takie jak m.in. polska partia Konfederacja, amerykańska Partia Republikańska, gubernator Florydy Ron DeSantis czy węgierski premier Viktor Orbán (zob. Frag. 279). Należy jednak podkreślić, że inicjatywy podejmowane przez te podmioty były prezentowane w serwisach progresywnych wyłącznie w krytyczny sposób (zob. więcej w sekcji:

Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych). Kluczowym sposobem na przeciwdziałania dezinformacji, który był poruszany w odniesieniu do pozamedialnych podmiotów prawicowych były regulacje mediów i technologii – zarówno „twarde” rozwiązania legislacyjne (zob. Frag. 279), jaki i mniej formalne rozwiązania w postaci różnego rodzaju deklaracji, strategii itp. (zob. Frag. 278)

Frag. 278 *Pogłębianie współpracy obronnej przez rozwój planów wzmocnienia więzi wojskowych oraz rozpoczęcie nowego rozdziału we współpracy energetycznej przez partnerstwo na rzecz rozwoju polskiego sektora energetyki jądrowej - przewiduje **wspólna deklaracja** prezydentów: **Donalda Trumpa** i **Andrzeja Dudy**, podpisana w środę w Waszyngtonie. [...] **Połączymy też siły w walce z dezinformacją**, w szczególności w odniesieniu do faktów historycznych dotyczących II wojny światowej. (CEN-WP-20-12)*

Frag. 279 *Premier **Orban** przejmuje nieograniczoną władzę na nieokreślony czas, będzie rządził dekretemi oraz **karał nawet 5-letnim więzieniem za dezinformację w czasie pandemii**. [...] walka z dezinformacją w czasie pandemii jest ważna, ale z kim w rzeczywistości będzie Orban walczył, niestety dopiero zobaczymy. (PROG-KP-20-14)*

Pozamedialne podmioty nieprawicowe

Na szóstym miejscu ex aequo znalazła się również kategoria *pozamedialnych podmiotów nieprawicowych*. Obejmowała ona ruchy, organizacje, partie polityczne, a także konkretne osoby, które nie były bezpośrednio utożsamiane z prawicą/konserwatyzmem, a z takimi nurtami ideowymi jak np. liberalizm, progresywizm, centryzm, lewica. Nie obejmowała natomiast przedstawicieli biznesu, mediów i organizacji fact-checkingowych, ekspertów, państw demokratycznych rządzonych przez ugrupowania nieprawicowe (jeżeli były prezentowane jako całe państwa lub instytucje, np. USA/Pentagon, a nie konkretne ugrupowania/politycy, np. Joe Biden). Kategoria ta pojawiła się w 6% tekstów łącznie, w tym 9% tekstów w serwisach progresywnych oraz 5% w prawicowych i centrowych. Różnice ilościowe pomiędzy mediami nie były zatem znaczące. Należy przy tym zauważyć, że występowanie tej kategorii było zbliżone do kategorii pozamedialnych podmiotów prawicowych, która również pojawiła się w 6%

tekstów łącznie. Obserwacje te wskazują, że w badanym dyskursie rola obrońców przed dezinformacją rzadko była przypisywana konkretnym podmiotom (np. partiom, pojedynczym politykom) utożsamianym z daną opcją polityczną (zarówno prawicową, jak centrową i progresywną).

W ramach omawianej kategorii używano określeń uogólniających (np. „progresywne siły”, zob. Frag. 280), a także wymieniano konkretne podmioty zarówno polskie, jak i zagraniczne. Wśród nich znalazły się m.in. polska nieprawicowa opozycja parlamentarna w czasie rządów Prawa i Sprawiedliwości, zagraniczni nieprawicowi politycy (np. demokratyczny senator Ed Markey, zob. Frag. 281). Omawiano również aktywności jednego z amerykańskich ruchów zrzeszających progresywne inicjatywy obywatelskie, działającego pod nazwą Democracy Defense Coalition. Najczęściej wymienianym sposobem na przeciwdziałanie dezinformacji tych podmiotów, podobnie jak w przypadku pozamedialnych podmiotów prawicowych, były rozwiązania z zakresu zewnętrznych regulacji mediów i technologii. Ponownie zwracano uwagę zarówno na „twarde” rozwiązania legislacyjne, jak i mniej formalne sposoby (np. wywieranie presji retorycznej na duże korporacje technologiczne przez parlamentarzystów, zob. Frag. 281).

Frag. 280 *Wybuch epidemii COVID-19 pokazał, że powszechna opieka zdrowotna i solidne systemy opieki społecznej nie tylko są istotnymi elementami sprawiedliwości społecznej, ale są także kluczowe dla prawidłowo funkcjonujących społeczeństw. Jak się jednak okazało, nie zapobiegło to rozpowszechnianiu dezinformacji na temat wirusa wycelowanych w grupy szczególnie narażone i wspierania wykluczających idei nacjonalistycznych. [...] W czasach kryzysu musimy pilnie wypracować globalny solidaryzm i współpracę między **progresywnymi siłami** ponad granicami krajów, przeciwko autorytarnej i populistycznej prawicy, która chce wykorzystać obecną sytuację do realizacji swojego regresywnego programu. (PROG-KP-20-12)*

Frag. 281 *To moja wiadomość dla Marka Zuckerberga: pański czas ingerowania w naszą prywatność, promowania toksycznych treści i żerowania na dzieciach się skończył. Kongres będzie działał - powiedział **Markey** [Ed*

*Markey, amerykański senator Partii Demokratycznej – przyp. S.W.]. Polityk wskazał na **projekty ustaw** mające m.in. zakazać personalizacji reklam dla dzieci, a także promowania szkodliwych treści dla nieletnich. Inny projekt ma zmusić Facebooka do ujawnienia algorytmów używanych przez firmę. (PRA-WPOL-21-24)*

Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych

Rola obrońców przed dezinformacją, w przeciwieństwie do dwóch pozostałych, była prezentowana w ambiwalentny sposób, tzn. zarówno pozytywnie/neutralnie, jak i negatywnie. W poniższych sekcjach omówiono główne punkty krytyki działań poszczególnych kategorii aktorów. Niniejsza część przedstawia zatem odpowiedź na pytania P3.4, P3.4.1 oraz P3.4.2, dotyczące identyfikacji krytykowanych aktorów, częstotliwości tej krytyki oraz stosowanych w tym celu argumentów, P5, dotyczące wykorzystywanych strategii dyskursywnych, P6, dotyczące podobieństw i różnic pomiędzy badanymi typami mediów oraz P7, dotyczące funkcji politycznych stosowanych strategii. Tabela 15 zawiera wyniki ilościowej analizy częstotliwości występowania krytycznych ocen zaangażowania poszczególnych aktorów w przeciwdziałanie dezinformacji. Kolejne sekcje omawiają ilościową oraz jakościową charakterystykę prezentowanej krytyki.

Tabela 15 Częstotliwość występowania fragmentów krytycznych wobec poszczególnych kategorii obrońców przed dezinformacją

Kategoria	Częstotliwość występowania				
		Typ mediów			Łącznie
		Cen.	Prog.	Pra.	
Biznes	%	67%	83%	65%	73%
	n	22	33	15	70
	N ₁	33	40	23	96
	#	1	2	1	1
Pozamedialne podmioty prawicowe	%	0%	86%	0%	55%
	n	0	6	0	6
	N ₂	2	7	2	11
	#	7	1	6=	2
Polska/polski rząd	%	36%	79%	8%	38%
	n	8	22	3	33
	N ₃	22	28	36	86
	#	2	3	5	3
Pozamedialne podmioty nieprawicowe	%	33%	33%	33%	33%
	n	1	2	1	4
	N ₄	3	6	3	12
	#	3	4=	2	4
Państwa demokratyczne i org. międzynarodowe	%	31%	21%	26%	25%
	n	8	7	7	22
	N ₅	26	34	27	87
	#	4	6	3	5
Media i organizacje fact- checkingowe	%	11%	33%	19%	22%
	n	3	11	3	17
	N ₆	27	33	16	76
	#	5	4=	4	6
Eksperci	%	4%	3%	0%	3%
	n	1	1	0	2
	N ₇	25	34	14	73
	#	6	7	6=	7
Łącznie tekstów w korpusie	N	64	64	64	192

Źródło: opracowanie własne. Adnotacja: *Częstotliwość występowania* oznacza odsetek (%) / liczbę (n) tekstów, w których wystąpił przynajmniej jeden fragment zawierający daną kategorię. Częstotliwość występowania fragmentów zawierających daną kategorię wewnątrz poszczególnych tekstów nie była analizowana. Procentowa częstotliwość (%) została obliczona jako odsetek tekstów, które zawierały krytyczne oceny poszczególnych obrońców przed dezinformacją, ale jedynie wśród tekstów, które zawierały daną kategorię (N₁, N₂, ...), a nie w pełnej próbie (N). Oznacza to, że np. dla obliczenia procentowej częstotliwości (%) występowania krytycznych ocen kategorii biznes w mediach centrowych jako „podpróbę” N₁ przyjęto jedynie teksty, które zawierały tę kategorię (N₁=33), zgodnie z omówieniem w sekcji

Obrońcy przed dezinformacją i danymi zaprezentowanymi w Tabeli 14. Podkolumny w kolumnie *Typ mediów* prezentują częstotliwość występowania danej kategorii w poszczególnych typach mediów (Cen. – serwisy centrowe; Prog. – progresywne; Pra. – prawicowe). Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Najbardziej intensywne odcienie czerwieni oznaczają najwyższe występujące wartości, odcienie żółci wartości środkowe, natomiast najbardziej intensywne odcienie zieleni wartości najniższe. Kolumna *Łącznie* określa częstotliwość występowania krytyki poszczególnych kategorii obrońców przed dezinformacją bez podziału na

typy mediów. Symbol $N_1, N...$ oznacza ogół tekstów zawierających poszczególne kategorie obrońców przed dezinformacją. Symbol N bez numeracji oznacza natomiast ogół tekstów w pełnej próbie. Symbol # oznacza miejsce w rankingu pod względem procentowej częstotliwości występowania krytyki działań poszczególnych obrońców przed dezinformacją w tekstach, które zawierały daną kategorię z podziałem na typy mediów (w kolumnie *Typ mediów*) lub bez podziału (w kolumnie *Łącznie*). Miejsce 1 oznacza największą procentową częstotliwość występowania. Dla zwiększenia czytelności wyników zastosowano oznaczenia kolorystyczne. Trzy pierwsze miejsca zostały oznaczone czarnym tłem.

Biznes

Najczęściej krytykowaną kategorią był biznes. Podmioty reprezentujące tę kategorię były krytykowane aż w 73% tekstów, w których były prezentowane jako obrońcy przed dezinformacją – najczęściej w serwisach progresywnych (83% tekstów), następnie w mediach centrowych (67% tekstów) oraz prawicowych (65% tekstów). Należy zatem podkreślić, że we wszystkich typach mediów wątpliwości w stosunku do wypełniania roli obrońców przed dezinformacją przez podmioty biznesowe były wyrażane w zdecydowanej większości przypadków.

Najwięcej kontrowersji wzbudzały działania dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych (w tym platform społecznościowych oraz wyszukiwarek). Pierwszym argumentem krytycznym wobec przedsiębiorstw z sektora big tech było zarzucanie im zbytnej opieszałości w podejmowaniu inicjatyw antydezinformacyjnych oraz ich niewystarczających efektów (zob. Frag. 282 i Frag. 283). Wątek ten występował głównie w serwisach centrowych oraz progresywnych. Zgodnie z prezentowaną logiką sama idea wdrażania tych inicjatyw była oceniana jako potrzebna i wartościowa. Zarzuty dotyczyły natomiast jej praktycznej realizacji, która według prezentowanych ocen powinna być szybsza i bardziej skuteczna.

Frag. 282 *Nowa funkcja **trochę za późno?** [...] Chociaż Facebook miał niemal rok na podjęcie odpowiednich działań, które zmniejszą problem dezinformacji, to firma **dosyć powoli** wprowadza niezbędne zmiany. [...] teorii spiskowych i niebezpiecznych **informacji wciąż przybywa** w sieci, a firmy zdają się **działać zbyt powoli**, by je usuwać. (CEN-WP-20-13)*

Frag. 283 *Rynek manipulacji w sieci rozkwita, Twitter, FB, YouTube i Instagram **słabo reagują** [...] Mimo zapewnień największych platform **manipulacja w sieci wciąż ma się doskonale**. (PROG-OKO-19-15)*

Zbliżonym argumentem było również wskazywanie na bierność tych firm wobec problemu dezinformacji. Zgodnie z tymi opiniami przedsiębiorstwa celowo uchylają się od podejmowania działań w tym zakresie ze względu na własny interes ekonomiczny (zob. Frag. 284 i Frag. 285). Krytyka ta opierała się zatem nie na wykazywaniu nieefektywności wdrażanych rozwiązań, jak w poprzednim przypadku, ale braku ich wdrażania, np. braku reakcji platform społecznościowych na zgłoszenia treści dezinformacyjnych ze strony użytkowników czy instytucji państwowych. Wiele fragmentów podkreślało aktywną, świadomą rolę korporacji w kontekście tych zaniechań (np. „z pełną świadomością pozwala, by jego dochodowa platforma służyła rozpowszechnianiu dezinformacji”, „nie chcą brać odpowiedzialności za dezinformację”, zob. Frag. 285 i Frag. 286).

Frag. 284 *Twierdzenia te **nie były kwestionowane** ani na Twitterze ani na Facebooku. Materiały wideo autorstwa rosyjskiego rządu, włączając w to przemówienia Władimira Putina, **zarabiały na YouTube pieniądze od zachodnich reklamodawców**. [...] Wzywamy do znaczącego wzmożenia wysiłku, w celu wykrycia rosyjskich fałszerstw i zapobiegnięciu wykorzystania Waszych platform w konflikcie. (PRA-WPOL-22-26)*

Frag. 285 *Trump i Partia Republikańska od lat podsycają nieufność do władz, nauki i mediów, zarazem puszczając wodze gigantom mediów społecznościowych w rodzaju Facebooka, który **z pełną świadomością pozwala, by jego dochodowa platforma służyła rozpowszechnianiu dezinformacji**. (PROG-KP-19-07)*

Frag. 286 *Niektóre media społecznościowe, jak Twitter czy Facebook, **nie chcą brać odpowiedzialności za dezinformację**, która pojawia się na ich platformach. (CEN-WP-22-30)*

Zwracano również uwagę na instrumentalizowanie narracji antydezinformacyjnej na potrzeby komunikacji z zakresu public relations. Innymi słowy, przedstawiono opinie, że firmy te podejmowały pozorowane, doraźne działania jedynie w celu uspokojenia opinii publicznej („pokazówka”, zob. Frag. 287 i Frag. 288). Celem tych działań nie było zatem rozwiązanie problemu, ale uciszenie głosów krytycznych i zmniejszenie społecznej i politycznej presji wobec platform. Następnym wątkiem był brak przeznaczania odpowiednich zasobów na

wykonywanie zadań z zakresu przeciwdziałania dezinformacji. Głównie odnosiło się to do braków kadrowych (zbyt małej liczby odpowiednio wykwalifikowanych pracowników oddelegowanych do zajmowania się tą problematyką), ale także ogólnie zbyt niskich nakładów finansowych na aktywności antydezinformacyjną (zob. Frag. 289).

Frag. 287 *Od afery związanej z Cambridge Analytica i wyborami prezydenckimi w Stanach Zjednoczonych, czyli od 2018 roku, Facebook wziął się na poważnie za usuwanie fake newsów. A **przynajmniej tak nas poinformował ustami Marka Zuckerberga. [...] Teoria sobie, praktyka sobie.** Wszystko to wygląda pięknie, ale... nie ma dnia, abym na Facebooku nie natknął się na fake newsy i manipulacje. [...] Facebook, pomimo swoich **głośnych i drogich akcji**, nie jest w stanie zagwarantować przestrzegania przez użytkowników zasad, które sam ustalił. (CEN-WP-20-15)*

Frag. 288 *Dobrze, że media społecznościowe w końcu doceniły swój wpływ na rzeczywistość, ale nie sposób oprzeć się wrażeniu, że ich obecne zdecydowane ruchy **to pokazówka po latach zaniedbań.** (PROG-KP-20-16)*

Frag. 289 *Czy „wykrycie” antysemickich wpisów w recenzjach dawnego obozu zagłady wymaga jakichś szczególnie wyrafinowanych „systemów detekcji”? [...] **Można byłoby stworzyć algorytm na tyle dobry, żeby usuwał takie treści z automatu, albo zatrudnić człowieka, który godzinami wpatrywałby się w tę konkretną sekcję komentarzy i wywalał z niej każdy antysemicki wyrzyg.** Tylko że **to się niestety nie opłaca.** (PROG-KP-21-23)*

We wszystkich typach mediów wyraźnie podkreślano również brak transparentności podejmowanych działań. Wskazywano na problemy związane z brakiem klarownych, zrozumiałych dla użytkowników zasad tego, jakie treści są dopuszczalne na platformach oraz niejasnymi procesami decyzyjnymi w tych obszarze (np. kto podejmuje decyzje, jak je uzasadnia; zob. Frag. 290 i Frag. 291). Podnoszono także zbliżoną kwestię trudności z kontrolowaniem wdrażanych środków zaradczych ze względu na brak dostępu do danych z platform dla zewnętrznych podmiotów (np. badaczy; zob. Frag. 291 i Frag. 292). Inicjatywy

antydezinformacyjne właścicieli popularnych usług internetowych były zatem krytykowane za nieprzejrzystość, nieczytelność, niekonsekwencję, brak systematyzacji oraz brak możliwości ewaluacji. W serwisach prawicowych bardziej kładziono w tym kontekście nacisk na brak transparentności egzekwowania zasad przez ludzi (np. „a to administratorzy skasują komuś post, [...] a to zablokują czyjeś konto”, zob. Frag. 290), natomiast w pozostałych na niejawnie publicznie zasady działania algorytmów stosowanych przez platformy (zob. Frag. 291). Niemniej jednak we wszystkich typach mediów postulowano konieczność zwiększenia możliwości podważania decyzji platform (czy to ludzkich, czy algorytmicznych) i odwoływania się od nich do innych, zewnętrznych podmiotów (np. sądów; zob. Frag. 291).

Frag. 290 *Co pewien czas Facebook daje o sobie znać. A to **administratorzy skasują komuś post, uznając go za obraźliwy, a to zablokują czyjeś konto stwierdzając, że pojawiają się tam treści homofobiczne, rasistowskie czy islamofobiczne. [...] Nikt do końca nie wie jakie treści portal może uznać za kontrowersyjne.** (PRA-NZ-19-04)*

Frag. 291 *Nikt nie zna dnia ani godziny oskarżenia, ponieważ **treści bywają kasowane przypadkowo. [...] Nie wiadomo też, kiedy decyduje algorytm, a kiedy człowiek, i jak długo nawet taka metoda będzie działać. [...] Blokada jest więc potężnym narzędziem decydującym o zasięgu materiałów w internecie, które korporacje dzierżą bez żadnej kontroli i odpowiedzialności. Prywatną cenzurę ułatwia brak przejrzystych zasad oraz skutecznych procedur odwoławczych. [...] Odwołanie? Zapomnij. Nie ma żadnej skutecznej procedury apelacji od decyzji Facebooka, a dostępne opcje przypominają rzucanie grochem o ścianę. Jedyne formularze kontaktowe na portalu dotyczą kwestii technicznych, a korespondencja wysyłana do korporacji w Irlandii czy Kalifornii trafia w przysłowiową czarną dziurę.** (PROG-KP-19-02)*

Frag. 292 *Komisja [Europejska – przyp. S.W.] skrytykowała [...] Twittera za to, że firma **nie dostarczyła narzędzi do monitorowania** swoich postępów w walce z fałszywymi informacjami. (CEN-WP-19-08)*

Ponadto, w kontekście algorytmów zwracano również uwagę na ich błędne decyzje. Krytyka ta odnosiła się w szczególności do przypadków, w których treści dopuszczalne w myśl wewnętrznych zasad ustalanych przez platformy były usuwane wskutek działania zautomatyzowanego algorytmu moderacyjnego. Dotyczyło to zwłaszcza treści postrzeganych jako wartościowe społecznie (np. artystycznych czy promujących inicjatywy obywatelskie, zob. Frag. 293 i Frag. 294). Argumenty te w większości przypadków stawiały duże korporacje z branży technologii komunikacyjnych w roli „pozytywnych” aktorów, którzy popełniają błędy pomimo „dobrych” intencji (o przyjmowaniu takiej optyki świadczą m.in. użyte w poniższych przykładach określenia „pomyłka” oraz „wpadka”, zob. Frag. 293 i Frag. 294).

Frag. 293 *Problem w tym, że każdy z tych systemów zaliczył spektakularne **wpadki**. Oparty na algorytmach machine learning mechanizm Facebooka, który przekopuje się przez miliardy publikowanych wpisów, żeby wyłuskać fejki, przez kilka miesięcy robił... dokładne przeciwieństwo tego, do czego został stworzony. Przez błąd systemu, zamiast ograniczać zasięg nieprawdziwych informacji, rozsiewał je jak szalony. Instagram dla odmiany zgrzeszył nadgorliwością – traktował jako fałszywe zdjęcia, które zostały przerobione np. Photoshopem w celach artystycznych. (PROG-KP-22-29)*

Frag. 294 *Facebook zawiesił konta organizacji ekologicznych. Tłumaczy się **pomyłką** [...] Grupy takie jak Greenpeace USA, Climate Hawks Vote i Rainforest Action Network znalazły się wśród tych, którym zablokowano możliwość umieszczania lub wysyłania wiadomości na Facebooku w ten weekend. [...] – Na Facebooku można nadal oglądać filmy o skrajnej przemocy, alt-rightowych treściach i wezwaniach do agresji ze strony amerykańskiej policji w Kenosha. A my jesteśmy blokowani i otrzymujemy groźby dotyczące permanentnego usunięcia portalu za postowanie petycji – powiedziała Delee Nikal, członkini rdzennej społeczności Wet’suwet’en w Kanadzie. (CEN-WP-20-11)*

Istotnym punktem krytyki była również nadmierna moderacja treści/kont. Argumenty w tym zakresie pojawiały się we wszystkich typach mediów, jednak

prezentowały wyraźnie odmienną wizję problemu. W serwisach prawicowych obecna była narracja o celowej, ideologicznej cenzurze. Omawianym przedsiębiorstwom przypisywana była „skrajnie lewicowa” (zob. Frag. 295) afiliacja polityczna. Prezentowane były one jako zaangażowani aktorzy polityczni, których celem jest narzucanie radykalnie progresywnego porządku społecznego. Jednocześnie opisywane były one jako negatywnie usposobione wobec prawicy. Narracja ta, wykorzystując dyskursywną strategię wiktymizacji, polegającą na przypisywaniu określonym aktorom roli „ofiary” (Reisigl i Wodak, 2000), przedstawiała zwolenników prawicowego światopoglądu jako „pokrzywdzonych” przez polityki moderacyjne platform społecznościowych. W ramach tej wizji dyskursywnemu „my” przypisywano cechy dyskryminowanej mniejszości, a grupę zewnętrzną „oni” opisywano jako wroga, agresywną, uprzedzoną i niesprawiedliwą. W odniesieniu do grupy „my” używano pozytywnych epitetów, konotujących ugodowość, prawość, moralność (np. „profil patriotyczny”, „profil chrześcijański”, „tematyka pro-life”, zob. Frag. 296 i Frag. 297), natomiast w kontekście grupy „oni” pejoratywnych, konotujących radykalizm, kłótniowość, demoralizację (np. „skrajny pogląd”, „antypolska treść”, „antykościelny wpis”, zob. Frag. 295 i Frag. 296).

Ponadto, w serwisach prawicowych do nazywania decyzji moderacyjnych platform internetowych w wielu fragmentach stosowano pejoratywną etykietę „cenzura” (zob. Frag. 296). Strategię tę należy ocenić jako przykład wykorzystania toposu historii, czyli sposobu argumentowania, który opiera się na wnioskowaniu, zgodnie z którym z racji tego, że „historia uczy, że określone działania mają określone konsekwencje, należy wykonać lub zaniechać określonego działania w określonej sytuacji (rzekomo) porównywalnej z przywołanym przykładem historycznym” (Reisigl i Wodak, 2000, s. 80). Strategia ta miała na celu emocjonalizować przekaz poprzez budowanie negatywnych skojarzeń pomiędzy działalnością platform społecznościowych z funkcjonowaniem systemów totalitarnych i ich dogmatyzmem ideologicznym (np. „lewicowa poprawność polityczna i jedyna słuszna narracja”, zob. Frag. 298) oraz rozbudowanym aparatem cenzury politycznej (zob. Frag. 298, Frag. 299 i Frag. 300). Podobną funkcję pełniły nawiązania do prozatorskiej twórczości George'a Orwella, które zawierały porównania pomiędzy strategiami przeciwdziałania dezinformacji wdrażanymi na platformach społecznościowych a działalnością fikcyjnego, niedemokratycznego

reżimu opisanego w powieści „1984” („orwellowska nowomowa”, zob. Frag. 299). Co więcej, kreowano również paralele pomiędzy współcześnie funkcjonującymi przedsiębiorstwami a przykładami realnych dyktatur z przeszłości, w tym rządami faszystowskim (np. „Faszyści&Bolszewicy” jako rozwinięcie skrótu FB od nazwy Facebook, zob. Frag. 300). Asocjacje te mogą być szczególnie negatywnie odbierane w kontekście polskim ze względu na doświadczenia związane z ograniczeniami wolności obywatelskich w okresie II wojny światowej, a następnie Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (zob. więcej w: Wigienka, 2023). Czerpiąc z odniesień do historii Polski w XX w., narracja ta wpisywała się zatem w prezentowanie dyskursywnej grupy wewnętrznej „my”, rozumianej jako „Polacy” i „katolicy”, jako grupy represjonowanej przez silnego i fanatycznego „najeźdźcę” (kiedyś „nazistów” i „komunistów”, a obecnie „lewicowe korporacje”).

W serwisowych prawicowych podkreślano zatem, że usuwanie określonych treści z internetu jest bezpośrednim wyrazem ideologicznej niechęci wobec idei konserwatywnych czy nawet dyskryminacji religijnej w stosunku do wyznawców Kościoła katolickiego (zob. Frag. 295, Frag. 296, Frag. 297). Pomijano natomiast w tej narracji fakt, że decyzje te mogą mieć inne powody (np. że określone treści mogą być usuwane nie dlatego, że ich nadawcami są środowiska prawicowe, ale dlatego, że łamią zasady współżycia społecznego lub wewnętrzne regulaminy platform). Frag. 296 wprost pokazuje, że w dyskursie prawicowym blokowanie przekazów na podstawie oceniania ich jako „homofobicznych, rasistowskich czy islamofobicznych” postrzegane było jako niesłuszne dyskredytowanie poglądów środowisk konserwatywnych, a nie próba ograniczenia udziału treści nienawistnych w debacie publicznej.

Frag. 295 *Wczoraj opisywaliśmy inny proceder organizowany przez Facebook, które efektem miałyby być "obcięcie" zasięgów **konserwatywnym profilom** w serwisie. Takie działania redakcja portalu Breitbart odczytała jako jednoznacznie polityczne, będące wyrazem **skrajnie lewicowych poglądów** części kadry pracowniczej. (PROG-NZ-21-21)*

Frag. 296 *Jest ktoś, kto nie słyszał o **cenzurze na Facebooku**? Administratorzy tego portalu społecznościowego zdają się tym w ogóle nie przejmować i nadal blokują profile czy treści **patriotyczne i narodowe**. W tym samym czasie*

wpisy o zabarwieniu **lewicowym, antypolskim czy antykościelnym** mają się dobrze i tam „zabawa” trwa w najlepsze. [...] A to administratorzy skasują komuś post, uznając go za obraźliwy, a to zablokują czyjeś konto stwierdzając, że pojawiają się tam treści **homofobiczne, rasistowskie czy islamofobiczne**. Przy okazji nie widzą nic złego w **treściach antypolskich**. Niejednokrotnie problemy miały osoby lub organizacje promujące tematykę **narodową, pro-life czy katolicką**. (PRA-NZ-19-04)

Frag. 297 Facebook co pewien czas wyłącza profile, które uznaje za rasistowskie, homofobiczne czy islamofobiczne. Wśród blokowanych stron znajdujemy głównie profile **patriotyczne, konserwatywne, wolnościowe, chrześcijańskie, historyczne, narodowe**. (PRA-NZ-19-08)

Frag. 298 Według oświadczenia Tomasza Grabarczyka, dyrektora Biura Prasowego Konfederacji, zamieszczonego na Facebooku tuż przed usunięciem strony partii: [...] Żyjemy w świecie, w którym Mark Zuckerberg rości sobie prawo do decydowania co jest prawdą, a co nie oraz ingerowania w polityczny układ sił obcych państw. **Przekaz Konfederacji jest nie na rękę lewicowej poprawności politycznej i jedynie słusznej narracji**. Decyzja o usunięciu naszego profilu, jeśli zapadnie (albo już zapadła) ma charakter czysto polityczny. Na naszych oczach rodzi się **nowoczesny totalitaryzm**. (PROG-OKO-22-06)

Frag. 299 Gazety w Niemczech są podzielone wobec decyzji Facebooka o zamknięciu kont i zablokowaniu linków do stron prowadzonych przez koronasceptyków. [...] "Reutlinger General-Anzeiger" [pisze, że – przyp. S.W.] [...] dla zdecydowanego przeciwdziałania szerzeniu mowy nienawiści i rozpowszechniania teorii spiskowych naprawdę nie ma żadnej alternatywy. Mimo to wysunięty przez Facebooka zarzut 'skoordynowanego szkodenia społeczeństwu' budzi także niemiłe skojarzenia. Takie sformułowanie mogłoby równie dobrze pojawić się w **orwellowskiej nowomowie**. (CEN-WP-21-18)

Frag. 300 O tym serwisie [Parler, alternatywny portal społecznościowych przeznaczony dla konserwatystów – przyp. S.W.] głośno zrobiło się i u nas, gdy w połowie listopada konto założyła na nim pierwsza partia polityczna – Solidarna Polska. Janusz Korwin-Mikke zatweetował wtedy, że jest na

*Parlerze od dawna. „I byłem tam, nawet zanim mnie zlikwidowali **Faszyści&Bolszewicy**” – napisał, mając zapewne na myśli usunięcie na czas nieokreślony jego profilu na Facebooku. (PROG-KP-20-16)*

W serwisach centrowych oraz progresywnych również zwracano uwagę na problemy związane z moderacją treści na platformach, jednak w innym kontekście niż w dyskursie prawicowym. Nie podnoszono kwestii celowej manipulacji ideologicznej, ale wyrażano bardziej uogólnione wątpliwości dotyczące ingerencji prywatnych podmiotów o silnej pozycji rynkowej w ustalanie i egzekwowanie zasad debaty publicznej (zob. Frag. 301). Wobec tego postulowano zwiększenie zewnętrznej kontroli nad moderacyjną działalnością tych podmiotów, przede wszystkim na poziomie unijnym. Należy ponadto podkreślić, że w serwisach tych przywoływano omówioną powyżej prawicową narrację o uprzedzeniu dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych wobec poglądów konserwatywnych, jednak zazwyczaj wyrażając sceptycyzm wobec tego przekonania. Narrację tę prezentowano jako część prawicowego dyskursu, który dąży do wywierania politycznej presji na platformy społecznościowe w celu ochrony treści publikowanych przez środowiska prawicowe, nawet jeśli zawierają one przekazy dyskryminujące lub/oraz nieprawdziwe (zob. Frag. 302 i Frag. 303). W tym celu stosowano określenia podważające zasadność prawicowej argumentacji dotyczącej „ideologicznej cenzury” (np. „**domniemane** uprzedzenia firm wobec konserwatywnych poglądów”, zob. Frag. 302). Należy jednak podkreślić, że w serwisach centrowych pojawiały się także nieliczne fragmenty, które podobnie jako w serwisach prawicowych, wyrażały pogląd, że celem platform społecznościowych jest promowanie radykalnie progresywnego porządku społecznego. Porządek ten utożsamiany był z pojęciem cancel culture, stosowanym w pejoratywnym znaczeniu dla określenia zbioru idei postulujących potrzebę zmiany kulturowego status quo w odniesieniu np. do zagadnień związanych z tożsamością płciową czy nierównościami rasowymi. Idee te oceniane były jako zbyt radykalne, a przez to opresyjne wobec dyskursywnej grupy „my”, rozumianej jako wyważeni, racjonalni i merytoryczni przedstawiciele „zdrowego rozsądku” (zob. Frag. 304). Narrację tę można interpretować jako wyraz obaw elit symbolicznych ideologicznego centryzmu wobec przekształceń współczesnej

kultury, np. w kwestii debaty o nierównościach społecznych i relacjach władzy (w tym w zakresie reprezentacji medialnej poszczególnych grup społecznych, np. osób niebinarnych i transpłciowych).

Frag. 301 *Można popierać koronasceptyków, jeśli ktoś tego chce, ale powstają obawy, gdy prawie monopolista, taki jak Facebook, decyduje, która opinia zostanie upubliczniona, a która nie. (CEN-WP-21-18)*

Frag. 302 *Na prawicy **domniemane uprzedzenia firm wobec konserwatywnych poglądów** wywołują u Republikanów żądania, aby zaprzestały one moderacji debat politycznych. Niedawny dekret prezydenta Trumpa groził odpowiedzialnością prawną stronom, które okazują uprzedzenia polityczne w usuwaniu lub dopuszczaniu treści. (CEN-ON-20-14)*

Frag. 303 *Gab.com zamiast Facebooka, Parler zamiast Twittera, Brand New Tube zamiast YouTube'a. Radykalna prawica i siewcy teorii spiskowych, z którymi tradycyjne media społecznościowe zaczęły bardziej stanowczo walczyć, przeprowadzają się na platformy „wolne od cenzury”. [...] **Poprzez cenzurę użytkownicy nowych mediów społecznościowych rozumieją działania Facebooka i Twittera, które przyjęły bardziej zdecydowaną politykę wobec fake newsów i mowy nienawiści.** (PROG-KP-20-16)*

Frag. 304 *Tolerancja jest ważnym fundamentem wolnego społeczeństwa. Niestety, **nietolerancja wobec odmiennych opinii rośnie.** Kultura anulowania (cancel culture), poparcie dla **określonych poglądów na temat płci**, a w USA rozwój **krytycznej teorii rasy radykalnie tłumią debatę i odmienne poglądy.** Twitter i Facebook cenzurują niektóre wiadomości, nie tylko te dotyczące mowy nienawiści czy innych nielegalnych działań. (CEN-ON-22-31)*

W serwisach progresywnych w kontekście nadmiernej moderacji treści/kont prezentowano natomiast dwa rozbieżne poglądy. Pierwszy z nich postulował zwiększenie zaangażowania i skuteczności dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych w usuwanie treści uznawanych za szkodliwe. Z drugiej jednak strony podważano legitymizację tych podmiotów do ingerowania w debatę publiczną (zob. Frag. 305, Frag. 306 i Frag. 307). Wykorzystywano zatem

argumenty z zakresu ekonomii politycznej mediów, zgodnie z którymi należy ograniczać zaangażowanie prywatnych podmiotów w zakresie podejmowania decyzji związanych z przepływem informacji w społeczeństwie. Zamiast leseferystycznego podejścia proponowano wprowadzanie rozwiązań, które pozwalałyby na zwiększenie społecznej kontroli nad działaniami platform (zob. Frag. 306, zob. więcej w podrozdziale: *Alternatywna wizja problemu i rozwiązań*). Należy bowiem podkreślić, że w mediach tych również wskazywano na problem nieuprawnionego, nadmiernego usuwania treści. Wy tłumaczenie tego procederu znajdowano jednak raczej nie w pobudkach politycznych (jak w dyskursie prawicowym i poniekąd centrowym), ale ekonomicznych i wizerunkowych (zob. Frag. 306 i Frag. 307). Jako aktorów, których treści są lub mogą być w przyszłości niesłusznie moderowane wskazywano zatem nie podmioty prawicowe, ale inne, w tym utożsamiane z orientacją progresywną (np. organizację społeczną zajmującą się edukacją z zakresu redukcji szkód substancji psychoaktywnych, zob. Frag. 307).

Frag. 305 *Garstka technologicznych korporacji ma coraz większy wpływ na to, jakie treści i poglądy mogą być wyrażane w sieci. (PROG-KP-19-02)*

Frag. 306 *Z wolnościowców można się podśmiewać, ale sytuacja z Konfederacją i Facebookiem [usunięcie profilu partii na tej platformie – przyp. S.W.] uwidoczniała poważny problem. **Big tech trzeba regulować**, tylko że nasi politycy nie mają o tym bladego pojęcia. [...] W internecie [...] najwięksi gracze sami są sobie arbitrami. **Decyzje o moderowaniu treści podejmują wyłącznie w trosce o rachunek zysków i strat.** (PROG-KP-22-31)*

Frag. 307 ***Organizacja [Społeczna Inicjatywa Narkopolityki – przyp. S.W.]** oskarża portal [Facebook – przyp. S.W.] o arbitralne usunięcie legalnych treści z grup i profili na Facebooku i Instagramie, gdzie publikowała ostrzeżenia przed tabletkami ekstazy. SIN przyjmuje, że najbezpieczniej jest nie używać żadnych substancji, ale jeśli ktoś to robi, powinien wiedzieć, na jakie ryzyko szczególnie uważać. Tego rodzaju działania, nazywane „redukcją szkód”, są rekomendowane przez Światową Organizację Zdrowia i Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii. [...] Coraz częściej **dyskryminacja przybiera postać nadmiernego, nieuzasadnionego blokowania treści** przez takich gigantów jak*

*Facebook, YouTube czy Twitter. Portale społecznościowe śledzą swoich użytkowników za pomocą algorytmów i moderatorów, aby usuwać przypadki łamania regulaminu, np. hejt czy nawoływanie do przemocy. Znikają jednak też legalne i pożyteczne materiały: **fotografie historyczne, reportaże wojenne, zdjęcia naruszeń praw człowieka i protestów, dzieła sztuki czy satyra. W przypadku SIN-u skasowane zostały... ostrzeżenia przed niebezpiecznymi substancjami.** (PROG-KP-19-02)*

Ostatnim rodzajem krytyki formułowanej w stosunku do działań dużych korporacji technologicznych w kontekście dezinformacji były argumenty dotyczące ich modeli ekonomicznych. We wszystkich typach mediów podkreślano, że model biznesowy tych przedsiębiorstw, opierający się na generowaniu zysków z reklam, napędza problem dezinformacji. Zjawisko to tłumaczono za pomocą dwóch komplementarnych procesów. Po pierwsze, wskazywano, że algorytmy platform są celowo zaprogramowane tak, aby promować treści wywołujące silne emocje (w tym treści niezgodne z prawdą), ponieważ te najbardziej przyciągają uwagę użytkowników, a więc pozwalają wyświetlać najwięcej reklam (zob. Frag. 308). Podkreślano zatem, że przeciwdziałanie dezinformacji stoi w sprzeczności z modelem ekonomicznym tych przedsiębiorstw. W efekcie platformy ograniczają inicjatywy antydezinformacyjne do niezbędnego minimum, które pozwala im czerpać jak najwięcej zysków, a jednocześnie minimalizować publiczną krytykę i presję regulacyjną (zob. Frag. 309). Po drugie, zaznaczano, że wysokie zyski reklamowe internetowych korporacji pozbawiają tych zysków organizacje medialne, które dotąd były ich głównym beneficjatem. Co za tym idzie, media w tradycyjnym rozumieniu mają trudności z przeznaczaniem środków finansowych na produkowanie jakościowych materiałów, więc w ich miejsce pojawia się dezinformacja (zob. Frag. 310). Obserwacje te pokazują, że dyskurs antydezinformacyjny jest głęboko zanurzony w relacjach ekonomicznych. Właściciele i przedstawiciele tradycyjnych, zinstytucjonalizowanych mediów (np. popularnych czasopism) mogą go wykorzystywać do dyskredytowania procesów wymiany informacji z pominięciem mediów tradycyjnych w roli komunikacyjnych gatekeeperów. Argumentacja ta tworzy dychotomiczny ciąg skojarzeń, w którym media oparte na logice „wielu do wielu” utożsamiane są z dezinformacją,

a scentralizowane media tradycyjne z prawdą. Tematyka dezinformacji jest wykorzystywana w ramach rywalizacji o władzę pomiędzy podmiotami, które dostarczają środki społecznego przekazu, zarówno w wymiarze symbolicznym (kto posiada dominującą pozycję w procesach kreowania wizji rzeczywistości społecznej), jak i finansowym (do kogo trafiają pieniądze z rynku reklamowego). Innymi słowy, alarmistyczną narrację mediów o problemie dezinformacji można interpretować jako wyraz obaw elit symbolicznych związanych z tradycyjnymi mediami wobec osłabienia ich pozycji w zdigitalizowanej przestrzeni informacyjnej (np. kosztem oddolnej, obywatelskiej komunikacji za pośrednictwem internetu).

Frag. 308 ***Platformy do wywoływania furii*** Można mieć rynek zdominowany przez wielkie firmy technologiczne, można mieć modele biznesowe oparte na zyskach z reklam i można mieć demokrację. Ale nie można mieć wszystkich tych trzech rzeczy naraz. [...] „**Treści najbardziej dezinformujące lub spiskowe wywołują najwięcej dyskusji i najbardziej angażują użytkowników, a algorytmy są zaprojektowane tak, by na to reagować**”. (PROG-KP-19-06)

Frag. 309 Twitter [...], choć zasłynął bezkompromisową walką z fejkami z konta byłego prezydenta USA Donalda Trumpa, szeregowym siewcom zamętu specjalnie życia nie utrudnia: można na nim zakładać anonimowe konta i zarządzać wpisami na wielu kontach naraz, co wydaje się usługą wprost skrojoną pod farmy trolli. [...] **Wszystko to, rzecz jasna, z obaw, żeby jednak nie utracić jakiejś części użytkowników.** Bo radykałowie, przynajmniej ci prawicowi, już nieraz odgrazali się, że założą sobie własne społecznościówki. (PROG-KP-22-29)

Frag. 310 **Żeby zrozumieć problem fake newsów musimy uświadomić sobie jak wygląda rynek reklamowy w Polsce.** Wszystkie istniejące media mają tylko 30 proc. Resztę zgarnia Facebook i Google, które zresztą nie płacą w Polsce należnych podatków. **TVN, Radio Zet, Polskie Radio, TVP i inne media muszą się podzielić tymi 30 procentami. Jeszcze kilka lat temu mieliśmy całą pulę.** W latach 90. Radio Zet miało ok. 12 korespondentów zagranicznych. Teraz nie ma ani jednego? Dlaczego? To bardzo kosztowne.

To pokazuje skąd się bierze słabość mediów – przekonywała. (CEN-ON-19-08)

Należy przy tym podkreślić, że w serwisach progresywnych dużo miejsca poświęcano również kwestiom koncentracji rynkowej oraz struktur własnościowych. Wyraźnie podkreślano, że największe platformy posiadają nadmiernie silną pozycję we współczesnej gospodarce, która utrudnia ich kontrolowanie oraz tworzenie konkurencyjnych usług. Negatywny stosunek wobec tego zjawiska wyrażany był poprzez stosowanie hiperbol, podkreślających dużą skalę działania tych podmiotów („giganci”, „ogromna władza”, zob. Frag. 311), jak i wyrażen nacechowanych pejoratywnie oraz inwektyw w stosunku do ich właścicieli (np. „najbogatszy palant świata”, „bogaty panicz”, „rozkapryszony miliarder”, zob. Frag. 312 i Frag. 313)

Przyczyn zdobycia silnej pozycji rynkowej przez duże korporacje z branży technologii komunikacyjnych upatrywano w deregulacji biznesu wynikającej z dominacji paradygmatu neoliberalnego we współczesnych gospodarkach (zob. Frag. 314). W związku z tym wyrażano postulaty zastosowaniach wobec tych podmiotów obligatoryjnych regulacji, których celem miałoby być zwiększenie nad nimi demokratycznej kontroli oraz osłabienie ich pozycji rynkowej (np. wdrożenie rozwiązań z zakresu demonopolizacji, podobnie jak w przypadku innych przedsiębiorstw o strategicznym znaczeniu społecznym, związanych np. z transportem czy energetyką, zob. Frag. 314 i Frag. 315). W serwisach progresywnych pojawiała się również jawna krytyka prywatnej własności dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych (zob. Frag. 313). Zgodnie z tą optyką, portale społecznościowe stały się we współczesnym świecie zbyt istotnym kanałem przepływu informacji, aby mogły należeć wyłącznie do podmiotów z sektora prywatnego. W związku z tym proponowano inne formy modeli właścicielskich, które umożliwiałyby większą kontrolę nad tymi podmiotami ze strony państwa czy obywateli (zob. więcej w podrozdziale: *Alternatywna wizja problemu i rozwiązań*). Krytyka ta pojawiała się szczególnie w kontekście przejęcia platformy Twitter (obecnie X) przez biznesmena Elona Muska, który postrzegany był jako jeden z kluczowych reprezentantów neoliberalnych elit biznesowych (zob. Frag. 312 i Frag. 313). Obserwacje zaprezentowane w powyższych akapitach

dowodzą, że dyskurs o przeciwdziałaniu dezinformacji nie dotyczył wyłącznie zagadnień prawdy i fałszu, ale również w dużej mierze wizji porządku ekonomicznego i relacji władzy w mediach.

Frag. 311 ***Giganci** mediów społecznościowych mają **ogromną władzę**. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter i TikTok docierają do miliardów użytkowników i sięgają do każdego zakątka świata. Ich algorytmy rekomendacji decydują o tym, jakie treści zobaczymy, a jakie nas ominą. Nikt nie ma takiego wpływu na obieg informacji na świecie jak te korporacje. W każdym innym strategicznym sektorze – energetyce, telekomunikacji, zbrojeniówce – obowiązują ścisłe reguły gry. (PROG-KP-22-31)*

Frag. 312 *Twitter nie ma być publiczną agorą ani królestwem wolności słowa. Elon Musk wyraźnie zapowiada: chce stworzyć najbardziej wartościowy produkt finansowy na świecie. Im bogatszy użytkownik, tym donośniejszy będzie jego głos. [...] W tym kontekście śledzenie katastrofalnego przejęcia Twittera przez **najbogatszego palanta świata** może się wydać niepoważne. Co z tego, że portal stanie się zabawką w ręku **bogatego panicza**? Przecież od lat nie wydawał się niczym innym. [...] w porównaniu do reszty serwisów jego użytkownicy są raczej lepiej wykształceni, bliżej wieku średniego i często zajmują stanowiska, które wiążą się z pełnieniem jakiejś władzy. Dlatego posiadanie go na własność też daje swego rodzaju władzę: władzę zakreslania granic debaty publicznej. [...] Mówiąc jeszcze inaczej, najbogatszy człowiek na świecie – który, swoją drogą, wzywał wyborców do głosowania na Partię Republikańską w amerykańskich wyborach do Kongresu – wyznaczył siebie samego na redaktora naczelnego jednej z największych redakcji świata. (PROG-KP-22-32)*

Frag. 313 *Ostatecznie sednem problemu związanego z kupnem przestrzeni debaty publicznej (w tym wypadku Twittera) przez **rozkapryszonego miliardera** Muska jest fakt, że przestrzeń ta była w ogóle na sprzedaż. **Potrzebna jest więc przestrzeń debaty online, której kupić się nie da.** A to oznacza, że muszą w niej na równych prawach uczestniczyć różne podmioty. (PROG-OKO-22-07)*

- Frag. 314 **Pojawienie się internetu zbiegło się ze szczytowym momentem neoliberalizmu.** Zakładano wówczas, że rynek załatwi wszystko. Ten świat jednak uległ samozapłonowi. Wolne rynki doprowadziły do **dominacji monopolu i umocnienia bogactwa oligarchów.** W pierwszym roku pandemii dziesięciu najzamożniejszych mężczyzn świata podwoiło swoje majątki. Dziś stoimy więc przed innym wyborem: **pozwolimy oligarchom zagrabić wszystko czy odzyskamy kontrolę?** (PROG-KP-22-32)
- Frag. 315 Ustawodawcy w Stanach Zjednoczonych i Unii Europejskiej rozważają, czy pewnych zasobów internetowych nie należałoby traktować jako usług publicznych lub jako zwykłych kanałów łączności, które nie odpowiadają za przesyłane nimi treści – tak samo, jak operatorzy sieci telefonicznych nie odpowiadają za treść prowadzonych za ich pośrednictwem rozmów. **Ustawodawcy muszą się jednak skupić** nie tyle na treści, ile na architekturze platform, na technologiach reklamy i **na monopolu władzy.** (PROG-KP-21-17)

Poza podmiotami z branży technologii komunikacyjnych krytykowane były również przedsiębiorstwa o innej charakterystyce, jednak jedynie w serwisach prawicowych. Podobnie jednak jak w przypadku platform społecznościowych, zarzuty w stosunku do nich dotyczyły politycznej oraz ekonomicznej instrumentalizacji dyskursu antydezinformacyjnego. Formułowano wizję, w ramach której prywatne przedsiębiorstwa stanowią część omawianej wcześniej cancel culture, tzn. są aktywnymi aktorami politycznymi, których celem jest narzucenie radykalnie progresywnego porządku społecznego. Największe korporacje biznesowe (np. Disney, Unilever) były więc prezentowane jako przedstawiciele współczesnej lewicy, rozumianej jako „wroga” grupa zewnętrzna „oni”, którym przeciwstawiana była grupa wewnętrzna „my”, rozumiana jako „opresjonowani” konserwatyści, których głównym międzynarodowym liderem jest Donald Trump (zob. Frag. 316). W celu zwiększania nasycenia emocjonalnego przekazu oraz jego obrazowości sięgano po żargon wojskowy („zamach na wolność słowa”, zob. Frag. 316), a także budowano skojarzenia pomiędzy działalnością podmiotów biznesowych a imperialistyczną polityką mocarstw geopolitycznych

(„próba skolonizowania politycznej opinii publicznej”, zob. Frag. 316). W podanym poniżej przykładzie autorzy zwracali uwagę, że instrumentalizacja dyskursu antydezinformacyjnego ma wymiar nie tylko polityczny, ale również ekonomiczny. W ramach zaprezentowanej argumentacji, biznes wykorzystuje postulaty przeciwdziałania dezinformacji do zabezpieczania własnych interesów finansowych, którym ma zagrażać wspomniany republikański prezydent, prezentowany jako „najgroźniejszy wróg” potentatów globalnego wolnego rynku (zob. Frag. 316).

Frag. 316 *Kilka tygodni temu na fali wydarzeń uruchomionych przez ruch Black Lives Matter rozpoczęła się kampania #StopHateForProfit. Przyłączył się do niej szereg gigantów światowego biznesu, ogłaszając bojkot portali społecznościowych, w tym Facebooka, Instagrama, Twittera, Snapchata, Youtube i LinkedIn. [...] Na początku lipca w oficjalnym oświadczeniu oskarżyły Facebooka, iż nie robi wystarczająco dużo, by stłumić rasistowską propagandę, mowę nienawiści czy dezinformację, która ma wpływ na wybory prezydenckie w USA. [...] Tak więc wielkie korporacje nie kierują się wcale żadnymi pobudkami humanitarnymi, lecz chęcią zysku za wszelką cenę. Właśnie dlatego zaangażowały się w bojkot mediów społecznościowych, będący **zamachem na wolność słowa i próbą skolonizowania politycznej opinii publicznej**. W pierwszej kolejności **kampania jest wymierzona w Donalda Trumpa. Globalni giganci nie chcą dopuścić do jego reelekcji, ponieważ uważają go za swego najgroźniejszego wroga. Dlaczego? Dlatego że prezydent USA chce przywrócić sprawczość państwa narodowego, zerwać z umowami o wolnym handlu oraz przenieść produkcję z Chin i innych krajów z powrotem do kraju. W ten sposób – jako globalny lider – może wyznaczać trendy dla innych państw na świecie.** (PRAWPOL-20-14)*

Pozamedialne podmioty prawicowe

Na drugim miejscu pojawiły się pozamedialne podmioty prawicowe. Odnośnie tej kategorii zauważalne były istotne rozbieżności pomiędzy badanymi typami mediów. Jak omawiano wcześniej, w serwisach centrowych i prawicowych

pozamedialne podmioty prawicowe w niewielu tekstach były przedstawiane jako obrońcy przed dezinformacją (zaledwie 3% tekstów w obu typach mediów). W żadnym z tych tekstów ich działalność antydezinformacyjną nie była krytykowana (0% tekstów w obu typach mediów). W serwisach progresywnych natomiast podmioty te częściej były prezentowane we wskazanej roli (11% tekstów), przy czym aż w 86% przypadków wyrażano wobec nich zastrzeżenia. Serwisy progresywne były zatem najbardziej sceptyczne w stosunku do zaangażowania pozamedialnych podmiotów prawicowych w przeciwdziałanie dezinformacji. Pozostałe media nie poświęcały natomiast temu zagadnieniu wiele uwagi (ani w sposób pozytywny/neutralny, ani krytyczny).

Podstawowym punktem krytyki w mediach progresywnych było instrumentalizowanie narracji antydezinformacyjnej przez pozamedialne podmioty prawicowe w celu realizowania własnych interesów politycznych. Wskazywano w tym kontekście na strategię etykietowania, która polegała przypisywaniu etykiety „fact-checkingu” do działań z zakresu marketingu politycznego określonych pozamedialnych podmiotów prawicowych (w podanym przykładzie – zwolenników brexitu, zob. Frag. 317). Krytyka ta dotyczyła zatem wykorzystywania toposu autorytetu do manipulowania opinią publiczną. W podanym przykładzie topos autorytetu sprowadzał się do prezentowania inicjatyw ściśle powiązanych z określoną partią polityczną jako niezależnych, eksperckich, zdystansowanych. Podnoszono ponadto wątek instrumentalizowania narracji antydezinformacyjnej do stanowienia praw ograniczających wolności obywateli i mediów. We Frag. 318 omówiono przypadek zagrożeń związanych z wprowadzeniem przez rząd Viktora Orbána w Węgrzech ustawy pozwalającej na stosowanie kary więzienia wobec nadawców dezinformacji. Autorzy przywoływanego fragmentu sugerowali, że strategia ta może skutkować naruszeniem reguł demokratycznej debaty publicznej, np. tłumieniem dyskursu opozycji. Przywoływano także przykłady państw autorytarnych, które stosowały podobne rozwiązania w celu podtrzymywania władzy (zob. Frag. 319). Innymi słowy, formułowano zarzuty, że politycy prawicowi wykorzystują postulaty przeciwdziałania dezinformacji jako pretekst pomagający w przekształcaniu systemów demokratycznych (np. w Węgrzech czy Polsce) w hybrydowe/autorytarne, które cechują się nadmierną kontrolą instytucji państwowych nad debatą publiczną.

Ponadto, podkreślano, że pozamedialne podmioty prawicowe dyskredytowały w niektórych kontekstach samą ideę konieczności przeciwdziałania dezinformacji. Dostrzegano, że podmioty te prezentują się czasami jako obrońcy przed dezinformacją, a czasami jako obrońcy „absolutnej wolności słowa” (zob. więcej w podrozdziale: *Rozbieżne poglądy na temat wolności słowa*). Jak bowiem zwracano wcześniej uwagę, pojęcie dezinformacji bywało w dyskursie prawicowym postrzegane jako rodzaj pejoratywnej etykiety, której celem jest dyskredytowanie poglądów prawicowych (szczególnie poprzez moderację treści w mediach społecznościowych). Serwisy progresywne zwracały zatem uwagę, że pozamedialne podmioty prawicowe (np. zwolennicy amerykańskiej Partii Republikańskiej, polska partia Konfederacja, czeski prezydent Miloš Zeman, zob. Frag. 320 i Frag. 321) sprzeciwiają się idei przeciwdziałania dezinformacji w sytuacjach gdy może to skutkować ograniczaniem zasięgu „treści niebezpiecznych i nienawistnych” (zob. Frag. 321), które wspierają polityczne interesy tych podmiotów. Wobec pozamedialnych podmiotów prawicowych wysuwano także bardziej ogólne oskarżenia dotyczące ograniczania wolności mediów (w rozumieniu mediów jako głównego źródła rzetelnych informacji), a także celowej, szkodliwej deregulacji sektora dużych korporacji technologicznych (zob. Frag. 322 i Frag. 323).

Frag. 317 *Biuro prasowe konserwatystów [Partii Konserwatywnej w Wielkiej Brytanii w trakcie prowadzenia kampanii pro-brexitowej – przyp. S.W.] zmieniło nazwę swojego konta na Twitterze na „FactCheckUK”, nabijając sobie punkty dzięki sugestii, że są sprawdzoną, niezależną organizacją ekspercką. (PROG-KP-20-09)*

Frag. 318 *Premier Orban przejmuje nieograniczoną władzę na nieokreślony czas, będzie rządził dekretemi oraz karał nawet 5-letnim więzieniem za dezinformację w czasie pandemii. [...] walka z dezinformacją w czasie pandemii jest ważna, ale z kim w rzeczywistości będzie Orban walczył, niestety dopiero zobaczymy. (PROG-KP-20-14)*

Frag. 319 *Władze [Uzbekistanu – przyp. S.W.] pilnują, żeby niepożądane informacje o rozwoju pandemii nie docierały do obywateli. Weszło nowe, bardzo restrykcyjne prawo, które oficjalnie ma przeciwdziałać rozprzestrzenianiu*

fake newsów o chorobie, a w praktyce służy do zamykania ust dziennikarzom i obrońcom praw człowieka. (CEN-ON-21-20)

Frag. 320 *Czeski prezydent Miloš Zeman sympatyzuje z Rosją i Chinami i **krzywo patrzy na walkę z dezinformacją**. [...] Rzecznik prezydenta Jiří Ovčáček otwarcie skrytykował ostatnie sprawozdanie BIS [czeskiej służby kontrwywiadu – przyp. S.W.]: „To nie do przyjęcia, że **BIS nazywa osoby różniące się od niego opinią »prowadzącymi kampanię dezinformacyjną«**. To atak na wolność słowa”. (PROG-KP-20-10)*

Frag. 321 *Od kilku lat jednak amerykańscy konserwatyści promują teorię spiskową, według której platformy społecznościowe shadowbanują ich w celach politycznych. [...] Stąd w **proponowanej przez Konfederację ustawie zapis o zakazie ograniczania zasięgu**. Pomysł absurdalny i zdradzający elementarne braki w wiedzy o tym, jak funkcjonują social media. [...] W skrócie, **partia otwarcie romansująca z faszystami, której dostęp do debaty publicznej został ograniczony za publikowanie treści niebezpiecznych i nienawistnych, chce dać sobie gwarant, że w przyszłości będzie mogła publikować, co chce i gdzie chce, bez konsekwencji**. A kto się temu sprzeciwi, niech płaci 50 baniek. (PROG-KP-22-31)*

Frag. 322 *Unii **nie udało się powstrzymać premiera Orbána przed wasalizacją niezależnych portali i gazet**. [...] dostęp do rzetelnej informacji jest w demokracji niezbędny. A taką rzetelność zapewniają wyłącznie niezależne media. (PROG-OKO-20-19)*

Frag. 323 *Trump i Partia Republikańska od lat podsycają nieufność do władz, nauki i mediów, zarazem puszczając wodze gigantom mediów społecznościowych w rodzaju Facebooka, który z pełną świadomością pozwala, by jego dochodowa platforma służyła rozpowszechnianiu dezinformacji. (PROG-KP-19-07)*

Polska/polski rząd

Na trzecim miejscu pod względem najczęściej krytykowanych przedmiotów znalazła się kategoria Polska/polski rząd. Podmioty wchodzące w skład tej kategorii były krytykowane w 38% tekstów, które wymieniały je w roli obrońców przed

dezinformacją. Zauważalne były znaczące różnice pomiędzy badanymi typami mediów. Zdecydowanie najczęściej wątpliwości dotyczące działań tych podmiotów wyrażano w serwisach progresywnych (aż w 79% tekstów), rzadziej w centrowych (36% tekstów), a najrzadziej w prawicowych (zaledwie 8% tekstów). Rozbieżności te wykazały odmienne oceny zaangażowania rządu Prawa i Sprawiedliwości oraz podległych mu instytucji w działalność antydezinformacyjną. Serwisy progresywne w zdecydowanej większości przypadków krytykowały tę działalność, serwisy centrowe w mniej niż połowie przypadków, natomiast w mediach prawicowych krytyka ta była niemal nieobecna.

Po pierwsze, w serwisach centrowych i progresywnych wskazywano na niewystarczające efekty podejmowanych działań. Zwracano uwagę, że państwowe instytucje podejmowały pewne wysiłki w celu zapobiegania dezinformacji, jednak ich skuteczność była znikoma (np. zajmowano się wyłącznie aktywnościami badawczymi i analitycznymi, których rezultaty trafiały wyłącznie do niewielkiego grona odbiorców, a zatem nie ograniczały stopnia rozpowszechniania dezinformacji, zob. Frag. 324). Podkreślano, że działania te w niektórych przypadkach były zbyt mało transparentne, tzn., że dostęp opinii publicznej do informacji o zasadach ich funkcjonowania oraz skuteczności był utrudniony lub informacje te były nieumiejętnie komunikowane (zob. Frag. 325).

Frag. 324 *W Polsce z jednostek, które mają się zajmować tym problemem, mamy Narodowe Centrum Bezpieczeństwa Cyberprzestrzeni, trzy CIRTy [jednostki monitorujące ruch sieciowy i anomalie w nim - przyp. red.], komórkę StratCom w MSZ, która współpracuje z europejskim Rapid Alert System, a w kwietniu 2020 powołaliśmy pełnomocnika rządu ds. cyberbezpieczeństwa, ale **to wszystko za mało** [...]. [...] - W obliczu zmasowanej, instytucjonalnej propagandy tylko działania kontrapropagandowe o takim samym zasięgu i stopniu organizacji mają szansę być skuteczne. Jeśli efektem pracy wspomnianych wcześniej instytucji i komórek są **jedynie raporty, opracowania i analizy, które nie wychodzą do świadomości społecznej** to oznacza, że nie bronimy się w ogóle. (CEN-WP-20-10)*

Frag. 325 *Musimy pomóc w tworzeniu ekosystemu cyfrowego, który będzie w stanie bronić demokracji oraz ją promować. [...] Jak to wygląda w Polsce? Zupełnie inaczej niż w Komisji Europejskiej. [...] nawet [...] podstawowych zabezpieczeń dotychczas nie wprowadzono. A przynajmniej [...] **nic o tym nie wiadomo.** [...] jedynym znanym dotychczas efektem współpracy między polskim rządem a Facebookiem jest uruchomienie punktu kontaktowego, do którego mogą odwoływać się osoby zablokowane przez Facebook – **niestety, nie wiadomo, ile osób się do owego punktu zwróciło i w jakich przypadkach interwencja przyniosła skutek.*** (PROG-OKO-20-20)

Po drugie, wskazywano na bierność lub zbyt niski poziom zaangażowania instytucji państwowych w działania antydezinformacyjne. Zwracano uwagę na brak kreowania wyspecjalizowanych podmiotów (stanowisk w administracji rządowej, departamentów, grup roboczych itp.), których zadaniem byłoby koncentrowanie się na problemie dezinformacji (zob. Frag. 326). Krytykowano również brak koordynacji istniejących podmiotów, podkreślając doraźność i tymczasowość przyjmowanych rozwiązań zamiast wdrażania podejścia systemowego/strategicznego (zob. Frag. 327). Polski rząd prezentowano również jako aktora, który nie posiada odpowiedniej wiedzy oraz świadomości na temat zagrożeń związanych z dezinformacją, co przekłada się na brak kompetencji do zarządzania tą sferą (zob. Frag. 327). Co więcej, w wielu tekstach poruszano także wątki związane z edukacją, wskazując na zaniechania państwa w tym obszarze (np. brak wdrażania programów z zakresu edukacji medialnej do nauczania szkolnego, zob. Frag. 328). W świetle tych zarzutów polskiemu rządowi przypisywano atrybuty związane z lenistwem, inercją, lekkomyślnością (zob. Frag. 328, Frag. 329 i Frag. 330). Podkreślano także, że rządzący unikają odpowiedzialności za podejmowanie decyzji związanych z wyznaczaniem zasad debaty publicznej, które mogą wywoływać społeczne kontrowersje i z tego powodu próbują obarczać tym zadaniem prywatne podmioty biznesowe (zob. Frag. 331). Wskazane powyżej argumenty opierają się na założeniu, że instytucje państwowe powinny być aktywnym uczestnikiem działań antydezinformacyjnych, jednak instytucje te pod

rządami Prawa i Sprawiedliwości nie wypełniały tego zadania w odpowiedni sposób.

Frag. 326 *Rosja zaczęła prowadzić propagandowe działania ofensywne w internecie już około 15 lat temu - mówi w rozmowie z WP Tech płk rez. Maciej Matysiak, ekspert Fundacji Stratpoints, były zastępca szefa Służby Kontrwywiadu Wojskowego. - **U nas instytucje, które mają im przeciwdziałać, dopiero powstają. Sytuacja jest tragiczna.** (CEN-WP-20-10)*

Frag. 327 ***Polski rząd w ogóle ze sobą nie współpracuje, a różni ministrowie, konkurując, zajmują się równolegle tymi samymi zagadnieniami.** [...] Nie dość, że [rządowe – przyp. S.W.] projekty [dotyczące przeciwdziałania dezinformacji – przyp. S.W.] trochę sobie przeczą, to zauważalny jest **brak koordynacji różnych resortów** w regulowaniu tego obszaru. Ta silosowość polskiej administracji jest raczej dowodem na to, że **jakiegokolwiek przepisy nie będą skuteczne wobec znacznie efektywniej działających korporacji internetowych** - uważa Izdebski. (CEN-WP-21-19)*

Frag. 328 *Ochrona infrastruktury krytycznej to jedno, ale **edukacja, przygotowanie obywateli do radzenia sobie z dezinformacją**, która ma na celu na przykład manipulowanie ich decyzjami wyborczymi, to drugie. **A to jest coś, co w ogóle nie jest przedmiotem zainteresowania chociażby ministra edukacji i nauki**, a są to rzeczy absolutnie kluczowe. (PROG-KP-21-21)*

Frag. 329 *Wydaje się, że **polskie władze, inaczej niż władze unijne, nie widzą w dezinformacji wyborczej poważnego zagrożenia.** I nie zamierzają podejmować działań, które dałyby podstawy do realnej walki z nią. Może wynika to tylko z **lekceważenia problemu.** (PROG-OKO-20-20)*

Frag. 330 *Kreml może ingerować w sprawy polskie zupełnie inaczej - poprzez dezinformację - także skierowaną na kształtowanie opinii publicznej w okresie kampanii wyborczych, korupcję polityczną, cyberagresję. [...] Trudno jednak określić skalę tych zjawisk, **bo rządzący zgodnie i systematycznie zamykają na to oczy.** [...] Teza, że Polska nie ma prawie*

*żadnego pola manewru, jest moim zdaniem po prostu nieodpowiedzialna, bo daje wspaniałe usprawiedliwienie dla **bezczynności rządzących**. (PROG-OKO-19-30)*

Frag. 331 *Z projektu nowej ustawy wynika, że rządzący chcą przerzucić walkę z hejtem i fake newsami na właścicieli portali społecznościowych. (CEN-WP-21-19)*

Należy wyraźnie podkreślić, że w serwisach centrowych oraz progresywnych obecna była również narracja, zgodnie z którą rząd Prawa i Sprawiedliwości celowo nie angażował się w wystarczająco w działania antydezinformacyjne ze względu na partykularne interesy polityczne (zob. Frag. 332). Podobnie jak w przypadku pozamedialnych podmiotów prawicowych, narracja ta wiązała się z postrzeganiem dezinformacji jako zjawiska, którego nadawcą i beneficjentem są siły prawicowe. Oceniano zatem, że rząd Prawa i Sprawiedliwości uchylał się od podejmowania inicjatyw dezinformacyjnych, ponieważ musiałyby one obejmować również komunikację samego rządu i środowisk mu przychylnych. W związku z tym zarzucano polskim władzom polityczne instrumentalizowanie dyskursu antydezinformacyjnego. W szczególności podkreślano, że politycy obozu rządowego wykorzystywali narrację o potrzebie przeciwdziałania dezinformacji do dyskredytowania głosów krytycznych wobec władz lub/oraz promowania projektów politycznych sprzyjających zwiększaniu kontroli rządu nad debatą publiczną (zob. Frag. 333, Frag. 334 i Frag. 335). W tym kontekście wskazywano m.in. na rządowy dyskurs dotyczący ustawy z zakresu regulacji internetu, której celem miało być wprowadzenie nadzoru państwa nad procesami moderacyjnymi na platformach społecznościowych (zob. Frag. 335). Postulaty przeciwdziałania dezinformacji przez rząd oceniano jako strategię dyskursywną, dążącą do promowania rozwiązań, które mają na celu ograniczać wolności obywatelskie. Antydezinformacyjne inicjatywy rządowe porównywano w tym kontekście do „wojny z terroryzmem”, rozumianej jako symbol nadmiernej ingerencji państwa w życie obywateli egzekwowanej pod pretekstem troski o ich bezpieczeństwo i dobrostan (zob. Frag. 333). Wprost wyrażano również zarzuty posiłkowania się narracją o konieczności przeciwdziałania dezinformacji do ograniczania wolności mediów. Fragmenty te

wskazywały, że rząd Prawa i Sprawiedliwości sięgał po tę narrację m.in. w przypadku niedopuszczania dziennikarzy do relacjonowania kryzysu migracyjnego na granicy polsko-białoruskiej, a także prób zmiany prawa medialnego, które miały skutkować wymuszeniem zmiany właściciela prywatnej stacji telewizyjnej TVN (zob. Frag. 334). W obu przypadkach media i dziennikarze prezentowani byli w dyskursie prawicowym jako nadawcy/beneficjenci dezinformacji, a instytucje państwowe jako obrońcy przed dezinformacją. Zarzuty instrumentalizacji dyskursu przez rząd skutkowały w niektórych tekstach podważaniem legitymizacji polskich instytucji państwowych do angażowania się w obszar przeciwdziałania dezinformacji i promowaniem aktywności innych podmiotów w tym zakresie (zwłaszcza Unii Europejskiej, zob. Frag. 332).

Frag. 332 *Wydaje się, że polskie władze, inaczej niż władze unijne, nie widzą w dezinformacji wyborczej poważnego zagrożenia. [...] Może wynika to tylko z lekceważenia problemu. A może z faktu, że **techniki dezinformacyjne służą dziś obecnej władzy w Polsce**. Jeśli tak, to na walkę z dezinformacją w kraju nie mamy co liczyć. **Pozostaje nam wyłącznie Unia Europejska.** (PROG-OKO-20-20)*

Frag. 333 *Walka z dezinformacją w czasie pandemii jest ważna, ale z kim w rzeczywistości będzie Orban walczył, niestety dopiero zobaczymy. W Polsce też musimy bacznie przyglądać się działaniom władz, szczególnie, jeśli sytuacja jeszcze się pogorszy. **Mogą pojawić się pytania, czy lekarze informujący o złej sytuacji na oddziałach sieją panikę i trzeba im zakazać rozmowy z mediami? A może to władza próbuje ukryć informacje, by chronić siebie?** Pamiętamy, że po 2001 roku także USA zastosowały narzędzia „wojny z terroryzmem” w sposób trwały, choć teoretycznie miało to być stan wyjątkowy. (PROG-KP-20-14)*

Frag. 334 *O przyjęciu przez Sejm w piątek ustawy znanej jako lex TVN niewiele dowiedzą się widzowie TVP Info. Kanał publicznej telewizji ograniczył doniesienia z sali obrad do krótkiego stwierdzenia reportera, że **zmiany w prawie przyczynią się do walki z dezinformacją w polskich mediach**. [...] Politycy PiS przekonują, że w całej ustawie chodzi o to, by polskich mediów nie kupowały firmy z niedemokratycznych krajów, takich*

*jak Rosja, Chiny czy państwa arabskie. **Cel jest jednak zupełnie inny.** Gdyby taka ustawa weszła w życie, uderzałaby wyłącznie w stację TVN, której właścicielem jest amerykański koncern Discovery. (CEN-ON-21-22)*

Frag. 335 *Pomysły ziobrystów i Konfederacji na regulowanie big tech balansują gdzieś między kompletnym niezrozumieniem skali i natury problemu a **cynicznym wykorzystywaniem debaty o wolności słowa, żeby z mediów społecznościowych uczynić niczym nieskrępowane tuby propagandowe.** (PROG-KP-22-31)*

Jak zauważono powyżej, w serwisach prawicowych krytyka działań polskich instytucji państwowych w zakresie przeciwdziałania dezinformacji była rzadka. Pojedyncze fragmenty, która ją zawierały odnosiły się do zbyt niskiego poziomu zaangażowania tych instytucji w dostarczaniu obywatelom rzetelnych informacji (zob. Frag. 336). Zarzuty te opierały się na założeniu, że powinnością państwa jako podmiotu posiadającego dostęp do oficjalnych, wiarygodnych informacji jest „otaczanie społeczeństwa prawdą”, co powinno skutkować osłabieniem podatności tego społeczeństwa na dezinformację. Ponadto, w serwisach prawicowych zwracano także uwagę na zbyt przewlekłe postępowania sądowe dotyczące sprostowań medialnych doniesień na temat konkretnych osób (zwłaszcza polityków), które oceniane są przez te osoby za nieprawdziwe (zob. Frag. 337). Krytyka ta nie odnosiła się zatem bezpośrednio do działań rządu, a raczej słabości systemu prawnego i praktyki funkcjonowania władzy jurysdykcyjnej. Postulowano zatem zmiany legislacyjne, których celem byłoby zwiększenie kontroli sądów nad debatą publiczną. Narracja ta opierała się na założeniu, że „ofiarami” dezinformacji są politycy (w domyśle prawicowi – w cytowanym tekście pojawia się przykład Romualda Szeremietiewa), natomiast „nadawcami” media (w domyśle nieprawicowe – w cytowanym tekście pojawia się przykład Onetu). Argumentację tę można interpretować jako próbę instrumentalizowania dyskursu antydezinformacyjnego w celu legitymizowania zmian ograniczających wolność mediów.

Frag. 336 *Instytucje państwa polskiego, najważniejsi politycy powinni wręcz studiować działanie Ukrainy, bo sytuacja z tragedią w powiecie hrubieszowskim obnażyła **nieudolność i niewydolność informacyjną***

RP. Po pierwsze – liczenie na utrzymanie takiego wydarzenia w tajemnicy przed opinią publiczną to wielka naiwność. Jeśli nawet ktoś doszedł do wniosku, że warto spróbować nabrać wody w usta, to gorzko się rozczarował. Po drugie – w sferze informacji nie ma próżni: jeśli nie wprowadzi się swojego przekazu, to zrobi to przeciwnik. I tak się dokładnie działo podczas długich godzin **milczenia przedstawicieli władz Rzeczypospolitej**. Rosyjska propaganda szalała w najlepsze, mogła to robić bez ograniczeń i wykorzystała sytuację. Warto pamiętać, że **rzecznicy są także po to, by wychodzić do opinii publicznej z przekazem, który być może nie zawiera kluczowych informacji, lecz skupia uwagę na działaniach podejmowanych przez państwo, opisuje je, by takimi wiadomościami neutralizować agresywną dezinformację.** (PRA-NZ-22-29)

Frag. 337 Opublikowaliśmy projekt nowelizacji Prawa Prasowego, który pozwoli uporać się z podstawowymi bolączkami polskiego życia medialnego. Będzie zapobiegał **przewlekłości postępowań w sprawach o sprostowanie nieprawdziwych informacji oraz utrudni rozprzestrzenianie się informacji nieścisłych i nieprawdziwych.** [...] Proponowane przez Redutę Dobrego Imienia regulacje pozwalają przeciwdziałać tym zjawiskom. Do tej pory nie było takiej realnej możliwości, ponieważ w obowiązującym stanie prawnym, **jeśli chodzi o nieprawdziwe informacje dotyczące osób (nawet publicznych), istnieje zdecydowana nierównowaga pomiędzy nimi a potężnymi mediami, które po prostu odmawiają sprostowań.** (PRA-WPOL-20-11)

Pozamedialne podmioty nieprawicowe

Kolejną kategorią były pozamedialne podmioty nieprawicowe. Ich krytyka znalazła się w 33% tekstów, w których opisywane były w roli obrońców przed dezinformacją. Wątpliwości wobec ich zaangażowania w inicjatywy antydezinformacyjne pod względem ilościowym były wyrażane na równym poziomie we wszystkich typach mediów (33% tekstów). Należy jednak podkreślić, że, jak wskazywano wcześniej, podmioty te jedynie w 6% tekstów łącznie były

prezentowane jako obrońcy przed dezinformacją, więc opinie krytyczne również były formułowane jedynie w pojedynczych tekstach.

Konkretne zarzuty w serwisach prawicowych, ale także centrowych dotyczyły politycznego instrumentalizowania dyskursu antydezinformacyjnego przez środowiska utożsamiane z lewicowością/progresywizmem. Frag. 338 ilustruje narrację zaprezentowaną w jednym z serwisów centrowych, w myśl której ideologię dominujących współcześnie elit symbolicznych wyznaczają idee lewicowe (etykietowane zbiorczym terminem *cancel culture*). Ideom tym przypisywane były atrybuty związane z nietolerancją, radykalizmem, arogancją. „Lewicowe elity” (szeroko rozumiane jako środowiska artystyczne, akademickie, eksperckie itd.) oskarżano o wykorzystywanie postulatów walki o sprawiedliwość społeczną i konieczności przeciwdziałania dezinformacji jako formy pretekstu do dyskredytowania odmiennych wizji porządku społecznego niż ten uważany za skrajnie progresywny. Argumentację tę można zatem z perspektywy teorii krytycznej interpretować jako próbę obrony społecznego status quo, opartego na patriarchacie i neoliberalnym kapitalizmie, któremu przypisywany był afirmatywny status „zdrowego rozsądku” i „zdrowego osądu” (zob. Frag. 338). Celem zastosowania tej strategii dyskursywnej było wywieranie retorycznej presji na rzecz powstrzymania transformacji tego systemu (np. zwiększania inkluzywności debaty publicznej czy zmniejszania nierówności ekonomicznych) poprzez nadawanie emancypacyjnym postulatom cech irracjonalności i fanatyczności. W serwisach prawicowych nawiązania do tej wizji również były obecne. W podanym przykładzie zastosowano pejoratywną etykietę „lewacki bełkot” (zob. Frag. 339) na określenie dyskursu antydezinformacyjnego. Epitet „lewacki bełkot” miał za zadanie podkreślać radykalizm krytykowanych sposobów na przeciwdziałanie dezinformacji (w podanym przykładzie – bardziej skrupulatnej moderacji treści na platformach społecznościowych). Warto zwrócić uwagę, że status „lewackości” został w przywoływanym fragmencie przypisany rozwiązaniom polegającym na ograniczaniu ingerencji państwa w działalność prywatnych podmiotów gospodarczych. Strategię tę należy zatem ocenić jako formę manipulacji z racji tego, że postulaty deregulacji biznesu są charakterystyczne raczej dla ideologii prawicowego neoliberalizmu niż poglądów lewicowych, które

odpowiadają się za etatyzmem i wysokim stopniem społecznej kontroli nad działaniem rynku (Heywood, 2008).

Frag. 338 *Tolerancja jest ważnym fundamentem wolnego społeczeństwa. Niestety, nietolerancja wobec odmiennych opinii rośnie. Kultura anulowania (cancel culture), poparcie dla określonych poglądów na temat płci, a w USA rozwój krytycznej teorii rasy radykalnie tłumią debatę i odmiennie poglądy. [...] coraz bardziej widoczna staje się "moralistyczna nietolerancja". Taka postawa otwiera drzwi dla arbitralnych poglądów i decyzji. **Kultura anulowania i nietolerancja stanowią wielkie wyzwanie dla wolności.** [...] Musimy ufać w **zdrowy osąd** obywateli. Często mają oni więcej zdrowego rozsądku niż aroganccy, samozwańczy "sędziowie moralni" w kręgach intelektualnych, na stanowiskach autorytetów, w środowiskach akademickich i politycznych. (CEN-ON-22-31)*

Frag. 339 *Andruszkiewicz [Adam Andruszkiewicz, polityk Prawa i Sprawiedliwości – przyp. S.W.], wówczas jako lider MW [Młodzieży Wszechpolskiej – przyp. S.W.] grzmiał wtedy (na Facebooku): "Nie mogę już czytać tego **lewackiego bełkotu**, że Facebook to prywatna firma, więc może robić w Polsce co chce, kasować, banować dowolnie itd. OTÓŻ NIE MOŻE!". (PROG-OKO-19-26)*

W serwisach progresywnych odnoszono się natomiast do polskiej nieprawicowej opozycji parlamentarnej w trakcie rządów Prawa i Sprawiedliwości. Zarzucano jej zbyt niski poziom zaangażowania w inicjatywy antydezinformacyjne (zob. Frag. 340). Aktorom tym przypisywano zatem atrybuty związane z biernością. Jednocześnie wyrażano pogląd, że pożądane byłoby zwiększenie ich aktywności w omawianym zakresie. Należy jednak podkreślić, że w poniższym przykładzie identyczne zarzuty i postulaty kierowano jednocześnie w stronę Polski/polskiego rządu, uznając że problem ten dotyczy całej polskiej klasy politycznej.

Frag. 340 *Intensywność rosyjskiej wojny informacyjnej wyraźnie wzrosła. Polska jest jednym z celów zarówno w przestrzeni informacyjnej, jak i w oficjalnej aktywności rosyjskich instytucji. Mimo to przeciwstawianie się tej wojnie **nie jest dziś priorytetem polityków w naszym kraju.** [...] Dopóki*

w Polsce politycy, także opozycyjni, nie uznają, że przeciwstawienie się wojnie informacyjnej jest jednym z priorytetów bezpieczeństwa państwa, dopóty na naszym własnym terenie każdy zainteresowany będzie rozgrywał Polaków dla własnych korzyści. Tak jak się to dzieje teraz. (PROG-OKO-20-18)

Państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe

Na piątym miejscu uplasowała się kategoria państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe. Podmioty wchodzące w jej skład były krytykowane w 25% tekstów, w których były przedstawiane jako obrońcy przed dezinformacją. Analiza wykazała, że w serwisach centrowych krytyka wobec nich była wyrażana najczęściej (31% tekstów), nieco rzadziej w prawicowych (26% tekstów), natomiast najrzadziej w progresywnych (21% tekstów). Podmioty reprezentujące tę kategorię spotykały się więc z krytyką w mniej niż połowie przypadków we wszystkich typach mediów. Wyniki te należy interpretować odwołując się do omawianych wcześniej rezultatów, które wykazały, że państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe były konstruowane jako główni aktorzy, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji oraz znaczący obrońcy przed dezinformacją. We wszystkich typach mediów prezentowano wizję, w ramach której podmioty te wchodziły w skład dyskursywnej grupy wewnętrznej „my”, rozumianej jako „kolektywny Zachód”, który „broni się” przed grupą zewnętrzną „oni”, rozumianą zwłaszcza jako Rosja.

Chociaż jako obrońców przed dezinformacją prezentowano różne organizacje międzynarodowe (jak wskazywano wcześniej, m.in. NATO i WHO), to wyrażane wątpliwości dotyczyły jedynie UE. W serwisach centrowych i progresywnych zwracano uwagę na niewystarczające efekty działań antydezinformacyjnych tej instytucji (zob. Frag. 341). W tej narracji oceniano zatem, że UE posiada legitymizację do zajmowania się omawianym obszarem, jednak jej dotychczasowe wysiłki były zbyt wolne i zbyt mało skuteczne, wobec czego powinny zostać zintensyfikowane. UE prezentowano również jako aktora odpowiedniego do opracowywania oraz wdrażania zewnętrznych regulacji mediów i technologii w zakresie dezinformacji. Wyrażano jednak opinię, że dotychczasowe rozwiązania w tym obszarze były niedostosowane do potrzeb i nie przynosiły

spodziewanych rezultatów (tzn. ograniczenia problemu dezinformacji) i dlatego powinny zostać udoskonalone (zob. Frag. 342).

Ponadto, we wszystkich typach mediów wskazywano na zbyt niski poziom zaangażowania instytucji unijnych w przeciwdziałanie dezinformacji. Przede wszystkim odnosiło się to do zbyt niskiego poziomu kreowania wyspecjalizowanych podmiotów i narzędzi, a także zbyt niskich nakładach finansowych na ten cel (zob. Frag. 343). W jednym z tekstów pojawiły się także oceny, w myśl których politycy unijni posiadają zbyt ograniczoną świadomości w zakresie zagrożeń związanych z dezinformacją, która przekłada się na ich bierność i lekceważące podejście w stosunku do tego problemu (zob. Frag. 344). Co więcej, podobnie jak w przypadku innych podmiotów o charakterze stricte politycznym (np. polskiego rządu), zarzucano UE strategię unikania odpowiedzialności za rozwiązywanie problemu dezinformacji i przerzucanie jej na prywatne podmioty biznesowe (zob. Frag. 344).

Frag. 341 ***Europa przegrała przedwyborczą walkę z fake newsami. [...] Dotychczasowe reakcje, w tym niewiążące wytyczne Komisji Europejskiej dla platform społecznościowych, jak zwalczać dezinformację, nie zdołały jak dotąd powstrzymać fałszywych narracji, które szerzą się w wirtualnym świecie niczym pożar. (CEN-ON-19-02)***

Frag. 342 ***Mimo troski Věry Jourovej obecnie obowiązujące w UE ramy prawne nie są wystarczające do walki z wewnątrzunijnymi kampaniami dezinformacyjnymi i "fejk-mediami" takimi jak FL24 – tak uważa Clara Hanot z EU DisinfoLab. (CEN-ON-20-10)***

Frag. 343 ***Pani [Dorota Kania, dziennikarka – przyp. S.W.] przytoczyła [...] Sputnika, ale na tego typu narzędzia Rosja wydaje setki razy więcej pieniędzy niż przez Unię Europejską na przeciwdziałanie dezinformacji - tłumaczy dyrektor Ośrodka Studiów Wschodnich. (PRA-NZ-20-09)***

Frag. 344 ***Unijni deputowani są rozdarci pomiędzy chęcią scedowania odpowiedzialności za ściganie cyfrowej mowy nienawiści na wielkie spółki technologiczne, a zmuszeniem Big Tech do wzięcia większej odpowiedzialności za to, co publikuje się w ich sieciach. Ta próżnia jest świetnym środowiskiem dla rozwoju zaawansowanych kampanii***

*dezinformacyjnych [...]. – **Deputowani pokpili sprawę** – mówi Marietje Schaake, odchodząca holenderska eurodeputowana, która specjalizuje się w kwestiach cyfrowych. – **Dopiero zaczynamy pojmować wyzwania stojące przed liberalnymi demokracjami.** (CEN-ON-19-02)*

W dyskursie prawicowym koncentrowano się natomiast na politycznym instrumentalizowaniu dyskursu antydezinformacyjnego przez UE. W ramach tej wizji dezinformacja rozumiana była jako przekazy skierowane przeciwko Polsce/polskiemu rządowi lub innym pozamedialnym podmiotom prawicowym lub jako pejoratywna etykieta stosowana przez instytucje unijne do dyskredytowania dyskursu prawicowego. UE, stawiana w pozycji dyskursywnej grupy zewnętrznej „oni”, prezentowana była jako aktor o wyraźnym nachyleniu liberalnym/progresywnym/lewicowym, którego celem jest ograniczanie wolności słowa i marginalizacja podmiotów wspierających bardziej konserwatywne pozycje ideologiczne. Z jednej strony zarzucano zatem, że UE nie reaguje na treści zawierające krytykę prawicy, rozumianej jako dyskursywna grupa wewnętrzna „my” (np. treści dotyczące dyskryminacji osób LGBTQ+ w Polsce, zob. Frag. 345), a jednocześnie nadmiernie reaguje na przekazy produkowane przez tę grupę (np. treści antyaborcyjne czy prezentujące negatywny wizerunek osób LGBTQ+, zob. Frag. 346). Strategię tę można zatem interpretować jako próbę wywierania retorycznej presji na podmioty unijne w celu zaniechania podejmowania przez nie działań wobec przekazów nienawistnych czy utrwalających stereotypy społeczne, publikowanych przez zwolenników konserwatywnego światopoglądu.

Frag. 345 *Polska, na różnych informacyjnych i dyplomatycznych poziomach, cierpliwie tłumaczy, że **strefy wolne od LGBT nie istnieją, a są jedynie są medialnym happeningiem gejowskiego aktywisty.** Wszystko na nic. Unijne elity uznały, że Polska i tak powinna się tłumaczyć ze spraw, których nie ma. W związku **zapytałam Komisję Europejską dlaczego nie korzysta ze swoich uprawnień oraz możliwości i nie próbuje położyć kres tej fali dezinformacji?** (PRA-WPOL-21-17)*

Frag. 346 *W „Europejskim Kodeksie Praktyk Dezinformacyjnych” KE wskazuje, co uważa za „dezinformację” [...]. W praktyce może to oznaczać, że **za „dezinformację” są uważane nie tylko fake newsy, ale również***

informacje sprzeczne z przyjętą w Brukseli linią ideologiczną, jak materiały pro-life informujące o rzeczywistym charakterze aborcji, czy te dotyczące rzeczywistości homoseksualnych związków partnerskich. Próbkę tego rodzaju polityki mieliśmy chociażby w 2017 roku we Francji, kiedy to na forum francuskiego parlamentu trwała walka o wolność prezentowania informacji o prawdziwym obliczu aborcji.
(PRA-WPOL-19-01)

W odniesieniu do państw demokratycznych punkty krytyki w mediach centrowych i progresywnych pokrywały się z częścią tych, które formułowane były w stosunku do UE. Po pierwsze, głównie w serwisach centrowych, poruszano wątki niewystarczających efektów podejmowanych działań (zob. Frag. 347) oraz braku ich transparentności (zob. Frag. 348). Zwracano także uwagę na zbyt niski poziom zaangażowania niektórych państw, objawiający się zwłaszcza brakiem koordynacji podmiotów, które na poziomie państwowym podejmują inicjatywy antydezinformacyjne (zob. Frag. 348). Co za tym idzie, państwom demokratycznym zarzucano podejmowanie działań ad hoc zamiast wdrażania podejścia strategicznego i długotrwałego. Wskazywano jednak nie tylko na braki organizacyjne „wewnątrz” państw, ale także problem niskiego poziomu współpracy międzypaństwowej (zob. Frag. 349). Argumentacja ta opierała się na postulatach potrzeby utworzenia sojuszu demokratycznych państw zachodnich, które byłyby zjednoczone przeciwko dezinformacji (w tym kontekście w rozumianej jako zagrożenie geopolityczne ze strony Rosji). Wyrażano również obawy dotyczące poziomu wiedzy oraz świadomości decydentów w zakresie dezinformacji. Politycy państw demokratycznych byli w jednym z tekstów prezentowani jako słabo zorientowani w tematyce współczesnych technologii, a zatem niezdolni do wywierania wpływu na sposób ich funkcjonowania (zob. Frag. 350). Zarzuty instrumentalizowania politycznego dyskursu antydezinformacyjnego przez państwa demokratyczne zidentyfikowano jedynie w jednym tekście. W dyskursie prawicowym, cytowanym w serwisie progresywnym, obwiniano czeskie instytucje państwowe o wykorzystywanie narracji o konieczności przeciwdziałania dezinformacji jako pretekstu do podejmowania działań mających dezawuować prawicowego prezydenta kraju (zob. Frag. 351).

- Frag. 347 Europejskie rządy stworzyły "oddziały specjalne" do zwalczania fake newsów. [...] **Wyniki tych działań są słabiutkie.** Wyborcy, którzy właśnie oddają swoje głosy, by wskazać deputowanych do Parlamentu Europejskiego – biorąc udział w drugim po wyborach w Indiach tak wielkim demokratycznym teście na świecie – byli, są i zapewne będą narażeni na zaawansowane kampanie dezinformacyjne prowadzone w sieci. [...] Polityczni decydenci i firmy **ponieśli porażkę w powstrzymywaniu dezinformacji**, w tym zwłaszcza nienawistnych wiadomości o imigracji i islamie, które masowo krążą po mediach społecznościowych. (CEN-ON-19-02)
- Frag. 348 Na Zachodzie występuje równolegle do siebie kilka tendencji: [m.in. – przyp. S.W.] [...] c) struktury państwowe najczęściej co najmniej **niechętnie dzielą się swoją wiedzą** i opisują swoje działania w tym obszarze opinii publicznej, d) **brak skoordynowanych polityk ukierunkowanych na bezpieczeństwo obywateli w sferze informacyjnej i cybernetycznej na poziomie państwowym** powoduje, że świadomość społeczna zagrożeń informacyjnych pozostaje wciąż na niezadowalającym poziomie. (CEN-ON-20-11)
- Frag. 349 W 2019 roku uruchomiono też specjalny unijny system szybkiego ostrzegania [...] w celu szybkiego powiadamiania państw członkowskich o pojawiających się zagrożeniach dezinformacyjnych. System niestety na razie nie spełnia oczekiwań, ponieważ działa zbyt wolno. **Jednym z powodów są trudności we współpracy między państwami UE.** (PROG-OKO-20-20)
- Frag. 350 Do amerykańskich polityków polską prawicę przybliży też **stopień obycia z big tech.** Gdy kilka lat temu przedstawiciele Facebooka i Google zeznawali przed amerykańskim Kongresem, musieli odpowiadać na pytania takie jak „Czy kiedy wysyłam maile z WhatsAppa, to widzą je reklamodawcy?”, „Czy zdaje sobie pan sprawę z problemu piractwa internetowego?” albo „Dlaczego kiedy wpisuję w Google idiota, to wyskakuje Donald Trump?”. Przesłuchanie godne Rady Wolności Słowa. (PROG-KP-22-31)

Frag. 351 *Rzecznik prezydenta [Czech – Miloša Zemana – przyp. S.W.] Jiří Ovčáček otwarcie skrytykował ostatnie sprawozdanie BIS [czeskiej służby kontrwywiadu – przyp. S.W.]: „**To nie do przyjęcia, że BIS nazywa osoby różniące się od niego opinią »prowadzącymi kampanię dezinformacyjną«.** To atak na wolność słowa”. (PROG-KP-20-10)*

Media i organizacje fact-checkingowe

Na szóstym miejscu znalazła się kategoria media i organizacje fact-checkingowe. Zaliczane do niej podmioty były krytykowane jedynie w 22% tekstów, w których się pojawiły się w roli obrońców przed dezinformacją. Zarzuty wobec ich działalności formułowane były najczęściej w serwisach progresywnych (33% tekstów), a zauważalnie rzadziej w prawicowych (19% tekstów) i centrowych (11% tekstów). Rozbieżności ilościowe pomiędzy badanymi typami mediów były więc widoczne, jednak we wszystkich z nich aktywność antydezinformacyjna mediów i organizacji fact-checkingowych w zdecydowanej większości przypadków była ukazywana w pozytywnym lub neutralnym świetle.

Krytyka mediów sprowadzała się głównie do konstruowania narracji o mediach znajdujących się w stanie kryzysu. Media prezentowano jako instytucje, które we współczesnej, zdigitalizowanej przestrzeni informacyjnej tracą swój dawny autorytet, zasięg i siłę oddziaływania kosztem innych środków społecznego przekazu (zwłaszcza platform społecznościowych). W tym kontekście zwracano uwagę na pogarszającą się sytuację ekonomiczną mediów, która skutkuje m.in. zwolnieniami dziennikarzy, ograniczaniem wydatków na przygotowywanie pogłębionych, jakościowych materiałów czy zamykaniem renomowanych tytułów. W efekcie media krytykowano za dostarczanie informacji cechujących się coraz słabszą jakością i coraz niższą rzetelnością (zob. Frag. 352). Argument ten bazował na toposie przywrócenia prawdy, który, jak wcześniej omówiono, zakładał, że rozwiązaniem problemu dezinformacji powinno być przywrócenie odbiorcom „dostępu do prawdy”, rozumianej jako treści pochodzące ze zinstytucjonalizowanych, profesjonalnych mediów.

Frag. 352 *Problemy i wyzwania dziennikarstwa. Pierwsza i najważniejsza kwestia to oczywiście zasoby finansowe i ludzkie. Coraz niższe stawki w branży, same będące pochodną zmian zachodzących na rynku, ostatecznie przyczyniają*

się do spadku jakości samego dziennikarstwa, w tym tabloidyzacji, banalizacji czy pościgu za tanią sensacją. (CEN-ON-20-11)

W serwisach centrowych i progresywnych zwracano również uwagę na modele ekonomiczne w ramach, których funkcjonują współczesne media (zob. Frag. 353 i Frag. 354). Postulowano zmianę modeli opartych na pełnej komercjalizacji i zależności od reklamodawców. W myśl tej krytyki media zmuszone są do kreowania treści cechujących się niską jakością, ponieważ przyciągają one dużą liczbę odbiorców, co z kolei zwiększa atrakcyjność oferty danego tytułu dla nadawców reklam. Jedną z konkretnych propozycji przekształcenia tego systemu było promowanie modeli subskrypcyjnych oraz innych form odpłatnego dostępu do informacji w internecie (Frag. 354).

Frag. 353 *Jedną z przyczyn rozpowszechniania fake newsów jest słabe dziennikarstwo – wrzucił kamyczek do dziennikarskiego ogródka. - Powiem mocniej – jednym z powodów jest **obecny model biznesowy mediów** – kontynuował. [...] Według Dominika Batorskiego słabość mediów bierze się stąd, że te **skupiają się na zarabianiu na reklamach**. - Gdyby to użytkownik był klientem, a interesem mediów było to, aby użytkownik był dobrze poinformowany, być może sytuacja wyglądałaby lepiej – prognozował naukowiec. (CEN-ON-19-08)*

Frag. 354 *Tristan Harris, jeden z najblyskotliwszych krytyków współczesnego systemu medialnego, lubi powtarzać, że jeżeli uwzględnimy koszty dla demokracji, życia publicznego, naszej uwagi itd., to „darmowy” internet okazuje się jednym z najdroższych systemów obiegu informacji, jakie kiedykolwiek stworzyliśmy. **System się nie zmieni, jeżeli nie stworzymy bodźców wynagradzających raczej ciężką pracę niż przemysłny clickbait. Warto płacić za informację.** (PROG-KP-19-01)*

Rozwijając wątek modeli ekonomicznych, w serwisach progresywnych i centrowych zwracano także uwagę na problem zależności mediów od elit ekonomicznych i politycznych. W niektórych tekstach media nie były prezentowane jako „źródło prawdy”, ale jako aktorzy posiadający określone interesy, które oddziałują na publikowane treści. W ramach tej krytyki podkreślano, że media nie

dostarczają pełnego, obiektywnego obrazu świata, ale konstruuja ten obraz zgodnie z własnymi założeniami, skrzywieniami poznawczymi, celami, naciskami politycznymi itd. (Frag. 355). Zwracano uwagę zarówno na problem „zewnątrznego” ograniczania wolności mediów przez polityków i elity biznesowe (zob. Frag. 356), jak i ich „wewnątrznej”, dobrowolnej stronniczości, która objawia się sprzyjaniem określonym pozycjom ideologicznym (zob. Frag. 357 i Frag. 358). W tym kontekście mediom zarzucano również celowe kreowanie i podtrzymywanie podziałów społecznych dla generowania zysku (zob. Frag. 358). Należy przy tym podkreślić, że badane typy mediów skupiały się na różnych wektorach stronniczości ideologicznej mediów. W serwisach progresywnych podawano przykłady sprzyjania przekazom prawicowym w mediach prawicowych, a także dyskredytowania przekazów lewicowych i wspierania agendy elit biznesowych w mediach centrowych (np. Elona Muska, zob. Frag. 357). Frag. 357 ilustruje, że do podważania wizji mediów jako niezależnych i obiektywnych obserwatorów życia publicznego stosowano m.in. strategię dyskursywną polegającą na ujmowaniu pozytywnych atrybutów mediów w cudzysłowie, co sugerowało, że nie spełniają one podstawowych standardów dziennikarskich (np. „»rzetelna« dziennikarska robota”). Co więcej, zauważano i krytykowano, że media prawicowe instrumentalizują dyskurs antydezinformacyjny do promowania określonej, stronniczej wizji świata (np. nazywając rozpowszechnianie narracji antypandemicznych „walką z fake newsami o koronawirusie”, zob. Frag. 359). W serwisach prawicowych koncentrowano się natomiast na „liberalnym” skrzywieniu mediów nieprawicowych, które zgodnie z prezentowanymi opiniami objawiało się niesłusznym dyskredytowaniem środowisk prawicowych (zob. Frag. 360).

Frag. 355 *Mówi się o tym, o czym się mówi; nie mówi się o tym, o czym się nie mówi; to kluczowe zasady współczesnych mediów. Widzowie zwykle chcą się dowiedzieć o tym, o czym już wiedzą. (PROG-KP-19-01)*

Frag. 356 *Szkopuł w tym, że bez rozmawiania nie rozwiążemy problemów tego świata, a media społecznościowe stanowią w naszych czasach platformę do debat. W swym najlepszym wydaniu są one odskocznią od prasy, **która coraz częściej ląduje w rękach oligarchów.** (PROG-KP-22-32)*

- Frag. 357 *"Dzięki wiedzy, produktom i usługom Elon Musk jest niemal strategiczną bronią we współczesnych działaniach wojennych. Jak widzisz swoją rolę w tym kontekście?" to nie jedyne trudne pytanie zadane amerykańskiemu oligarsze w niedawnym wywiadzie prowadzonym prezesa Axel Springer, Mathiasa Döpfner. "Rozwiązałeś tak wiele problemów ludzkości i przedstawiłeś tak wiele rozwiązań", zaczynało się kolejne, następujące po litanii pochwał dla szeregu produktów promowanych przez miliardera. **To świetny przykład pewnego rodzaju "rzetelnej" dziennikarskiej roboty, nieustępliwie dążącej do prawdy i "bezkompromisowo" przyglądającej się możliwym tego świata, do którego Elon Musk bez wątplenia przywykł.** (PROG-OKO-22-07)*
- Frag. 358 *Producent CNN wstaje o poranku i myśli sobie: dzisiaj nie przejmuję się oglądalnością, dzisiaj chcę dotrzeć do widowni Fox News. Dopiero wtedy coś zacznie się zmieniać. Problem w tym, że kiedy mam okazję rozmawiać z ludźmi z dużych mediów, **mówią wprost, że polaryzacja działa na ich korzyść.** (PROG-KP-20-11)*
- Frag. 359 *Morawiecki podczas gali urodzinowej wPolityce.pl dziękował mediom braci Karnowskich za walkę z fake newsami o koronawirusie i "ratowanie ludzkich istnień". Tymczasem tygodnik "Sieci" konsekwentnie negował istnienie pandemii. (PROG-OKO-21-15)*
- Frag. 360 *Nieprawdziwa lub nieścisła informacja na temat Polski zostaje wytworzona w mediach zagranicznych przez ludzi mediów związanych z mediami w Polsce, następnie opublikowana w zagranicznych mediach i potem replikowana w mediach w Polsce z powołaniem się na „opinie zagraniczne”. [...] Proponowane przez Redutę Dobrego Imienia regulacje pozwalają przeciwdziałać tym zjawiskom. Do tej pory nie było takiej realnej możliwości, ponieważ w obowiązującym stanie prawnym, jeśli chodzi o nieprawdziwe informacje dotyczące osób (nawet publicznych), istnieje zdecydowana nierównowaga pomiędzy nimi a potężnymi mediami, które po prostu odmawiają sprostowań. (PRA-WPOL-20-11)*

W ramach omawianej kategorii krytykowane były nie tylko media, ale również organizacje fact-checkingowe. Zarzuty w stosunku do nich w serwisach

centrowych oraz progresywnych dotyczyły niewystarczających efektów ich działalności (zob. Frag. 361). Organizacje te prezentowane były jako podmioty, które posiadają legitymizację do podejmowania inicjatyw antydezinformacyjnych, ale ich dotychczasowe wysiłki były mało skuteczne, wobec czego powinny zostać usprawnione. W serwisach progresywnych formułowano jednak również odmienne opinie, wyrażające wątpliwości w stosunku do samej idei fact-checkingu. Dotyczyły one przede wszystkim sceptycyzmu co do potencjalnej efektywności tego typu inicjatyw, ze względu na założenie, że osoby, które wierzą w dezinformację (utożsamiane ze zwolennikami prawicy) uznają organizacje fact-checkingowe za część „establishmentu”, wobec którego się sprzeciwiają i któremu nie ufają (zob. Frag. 362). Serwisy prawicowe wprost podkreślały upolitycznienie organizacji fact-checkingowych. W przeciwieństwie do serwisów centrowych i progresywnych kwestionowały, że podmioty te posiadają atrybuty bezstronności, niezależności i obiektywizmu. W związku z tym skupiano się na dowodzeniu stronniczości organizacji fact-checkingowych, wynikającej z ich powiązania z nieprawicowymi elitami (zob. Frag. 363).

Frag. 361 *Spółecznościowi giganci łączą również siły z unijnymi weryfikatorami faktów, by demaskować nieprawdziwe doniesienia w swoich sieciach, ale taka współpraca ma jak dotąd **minimalny wpływ na rozprzestrzenianie się fałszywych narracji.** (CEN-ON-19-02)*

Frag. 362 *Jeżeli ktoś upiera się przy swojej wizji świata, zapewne uzna „niezależnych weryfikatorów” za takich samych reprezentantów establishmentu jak oficjalne media, które „celowo milczą” na pewne tematy, czy naukowców, którzy np. promują szczepienia, bo „chodzą na pasku Big Pharmacy”. (PROG-KP-22-29)*

Frag. 363 *Jak informuje portal wirtualnemedi.pl Facebook nawiązał współpracę z Agence France Presse (AFP), która ma sprawdzać informacje pojawiające się w polskiej wersji serwisu oraz identyfikować materiały typu fake news. Wkrótce okaże się jak zadziała **francuskie "sito" Facebooka.** [...] Ostatnio blokowano m.in. wybitną sportsmenkę Zofię Klepacką, która wyraziła swój protest przeciwko podpisanej przez władze Warszawy karcie LGBT+, a także użytkowników, którzy udostępniali jej*

post. Smaczku sprawie dodaje fakt, że Sylwia de Weydenthal, która od kwietnia 2014 r. pełni w Facebooku funkcję Client Partner CEE, czyli partnera na Europę Środkowo-Wschodnią aktywnie uczestniczyła w marszach KOD, nie ukrywając swoich sympatii politycznych. (PRA-NZ-19-08)

Eksperci

Kategoria eksperci, która uplasowała się na ostatnim miejscu była krytykowana rzadko, bez istotnych różnic pomiędzy badanymi typami mediów. Kategoria ta w roli obrońców przed dezinformacją pojawiła się w 38% tekstów łącznie, dzięki czemu znalazła się na czwartym miejscu najczęściej występujących, natomiast krytykowana była w zaledwie 3% z tych tekstów. Należy zatem ocenić, że w analizowanym dyskursie dostrzegalny był konsensus w stosunku do pozytywnej roli ekspertów w rozwiązywaniu problemu dezinformacji. We wszystkich badanych typach mediów najbardziej akceptowane było podejście do przeciwdziałania dezinformacji, w ramach którego zakładano, że problem ten powinien być rozwiązywany w sposób ogólny przez „specjalistów”, którym przypisywano cechy profesjonalizmu, niezależności i bezstronności (zob. więcej w sekcji: *Podejścia do zarządzania konfliktami technologicznymi*). Należy jednak podkreślić, że prezentowane uprzednio wyniki analizy jakościowej wykazały, że w serwisach centrowych i progresywnych wskazywano na innych konkretnych ekspertów niż w prawicowych.

Nieliczne zaprezentowane punkty krytyki ekspertów dotyczyły kwestii omówionych poniżej. Poruszano problem niewystarczających efektów podejmowanych działań. Wyrażano obawy, że wdrażane inicjatywy skierowane są wyłącznie do hermetycznego środowiska profesjonalistów, a ich wyniki są nieumiejętnie komunikowane szerszemu gronu odbiorców (w tym instytucjom państwowym czy obywatelom, zob. Frag. 364). W tym kontekście podawano również przykłady proponowania zbyt idealistycznych rozwiązań, które oceniano jako niemożliwe do praktycznej implementacji (np. idea wydawania certyfikatów jakości dla mediów, zob. Frag. 365). Wskazywano także na zbyt niski poziom zaangażowania, który sprowadzano głównie do braku odpowiedniej liczby podmiotów wyspecjalizowanych w problematyce dezinformacji (zob. Frag. 366).

Ostatni zarzut, który się pojawił dotyczył ekonomicznej instrumentalizacji dyskursu antydezinformacyjnego. Jeden z autorów zwracał uwagę, że dyskurs antydezinformacyjny stanowi dla niektórych podmiotów pretekst do podejmowania słabych jakościowo inicjatyw, które dążą głównie do osiągnięcia korzyści finansowych (np. pozyskiwania publicznych dotacji) a nie faktycznego rozwiązywania problemu (zob. Frag. 366).

Frag. 364 *Wśród samych pracowników mediów nie ma konsensusu na temat nawet definicji zagrożeń informacyjnych, a co dopiero metod walki z nimi czy roli ich samych w tym procesie. [...] Odślania to także inny problem – ograniczoną wymianę wiedzy i doświadczeń ponad środowiskami: **dziennikarze pozostają często w swoich obszarach poznawczych, eksperci czy naukowcy w swoich.** (CEN-ON-20-11)*

Frag. 365 *Na szczególną uwagę zasługuje projekt Journalism Trust Initiative, prowadzony pod egidą Reporterów bez Granic. W ramach tego projektu powstają nowe wytyczne „dobrych praktyk, które z czasem mają się przeistoczyć w proces przyznawania oficjalnych certyfikatów jakości. [...] **Certyfikaty jakości przyznawane całym instytucjom mogłyby [...] utrudniać życie nowicjuszom, a faworyzować tych, którzy zdążyli już zabezpieczyć swoją pozycję na rynku.** Możliwy jest też inny rodzaj certyfikatów: przyznawanych nie całym organizacjom, ale pojedynczym materiałom. Byłoby to jednak herkulesowe zadanie, choćby ze względu na liczbę publikowanych treści. **Co gorsza, mogłoby przynieść skutek odwrotny od zamierzonego, gdyby dziennikarze zaczęli się uganiać za certyfikatami, podobnie jak niekiedy gonią za dziennikarskimi nagrodami, nawet ze szkodą dla efektów swojej pracy.** (PROG-KP-19-03)*

Frag. 366 *Na Zachodzie występuje równolegle do siebie kilka tendencji: [m.in. – przyp. S.W.] [...] b) **brakuje zaplecza eksperckiego,** które z nim [tematem zagrożeń informacyjnych – przyp. S.W.] pracuje [...] f) **pojawiają się podmioty, pragnące wykorzystać koniunkturę zwiększonego zainteresowania pewnymi aspektami zagrożeń informacyjnych,** które często nie dysponując odpowiednią wiedzą*

*i doświadczeniem angażują się w działania edukacyjne czy inne, systemowe, jako **główny priorytet mając nie szeroko rozumiany interes społeczny, narodowy czy kwestie bezpieczeństwa, a własne korzyści finansowe**, co ostatecznie nierzadko powoduje tylko większy chaos informacyjny, zwiększa już istniejące podatności lub zaburza percepcję realnych problemów i koniecznych rozwiązań mających je neutralizować. (CEN-ON-20-11)*

Rozbieżne poglądy na temat wolności słowa

Istotnym wątkiem dyskursu dotyczącego przeciwdziałania dezinformacji była kwestia zasad debaty publicznej w zakresie wolności słowa. W analizowanych tekstach przedstawiano różne stanowiska dotyczące tego, jakie treści powinny być akceptowalne, a jakie nie. Niniejszy podrozdział prezentuje wyniki analizy stanowisk i uzasadniających je argumentów w zakresie preferowanego zakresu niedopuszczalnych przekazów oraz interwencji wobec nich. Podrozdział ten zawiera zatem rezultaty analizy aspektów, które obejmowało pytanie badawcze P4. Ponadto, omówiono różnice pomiędzy wizjami prezentowanymi w badanych typach mediów (P6) oraz podjęto rozważania nad politycznymi implikacjami postulowanych reguł (P7).

Promowane zasady debaty publicznej

We wszystkich typach mediów formułowano niespójne (w obrębie danego typu mediów) postulaty dotyczące prawa do publikowania fałszywych informacji. W niektórych tekstach wyrażano przekonanie, że kłamstwa mogą być usuwane z debaty publicznej tylko w przypadkach ściśle określonych przez prawo w danym kraju (np. w Polsce z powodu zniesławienia konkretnej osoby z art. 212 k.k.). Argumentowano, że publiczne głoszenie nieprawdy samo w sobie nie jest zakazane, a z racji tego ograniczanie dostępu do treści o takim charakterze stanowiłoby nadmierną ingerencję w wolność słowa (zob. Frag. 367 i Frag. 368). Nie była to jednak opinia dominująca. W wielu tekstach nawoływano bowiem do blokowania materiałów, które zawierają kłamstwa, nawet jeśli prawo tego nie zakazuje (zob. Frag. 369 i Frag. 370). Analiza wykazała zatem, że w obrębie każdego z badanych

typów mediów prezentowano różne, sprzeczne ze sobą poglądy na temat tego, czy usuwanie kłamstw z internetu jest wskazane oraz czy podjęcie takiego działania stanowi naruszenie wolności słowa. Należy przy tym podkreślić, że formułowano także opinie, zgodnie z którymi z debaty publicznej powinny być usuwane nie tylko kłamstwa, ale również znacznie szerszy zbiór treści, określanych m.in. jako „szkodliwe”, „skrajne” itp. (zob. Frag. 371). Przez kategorie te rozumiano treści niepożądane, ale niekoniecznie ze względu na ich nieprawdziwość, ale raczej naruszanie innych zasad i wartości, np. dyskryminowanie określonych grup społecznych lub promowanie określonych poglądów na kontrowersyjne tematy, takie jak szczepienia czy aborcja. Debata dotycząca prób dookreślenia tego zbioru „szkodliwych materiałów, które powinny być blokowane w internecie” nie była jednak wyraźnie obecna w żadnym z badanych typów mediów. Opierając się jednak na uprzednio omówionych sposobach przypisywania dyskursywnych ról w analizowanym materiale, należy zakładać, że w badanych typach mediów różnie rozumiano granice tego zbioru, np. w dyskursie serwisów centrowych i progresywnych mógł on obejmować treści dyskryminujące ze względu na orientację seksualną, a w prawicowym nie itd.

Frag. 367 ***Uważam [...], że w wolności słowa zawiera się prawo każdego do nieprawdziwej informacji. Należałoby raczej podążać drogą już wytyczoną przez media społecznościowe, a mianowicie oznaczać materiały wątpliwe i kierować do informacji przedstawiającej inny punkt widzenia. Cenzura nie jest dobrym rozwiązaniem. Bo zwiększa apetyt na blokowanie kolejnych przykładów "nieprawdziwych" treści.*** (CEN-WP-21-19)

Frag. 368 ***Decyzją administracyjną [...] nie można zamknąć kłamiących mediów, bo naruszyłyby to wolność słowa i byłoby pierwszym krokiem do cenzury. Odpowiedzią na kłamstwa musi być społeczna dojrzałość i zaufanie do instytucji państwa.*** (PRA-WPOL-21-22)

Frag. 369 *Demokracja rozwija się [...] dzięki otwartej wymianie różnych opinii. Jednak w kręgach intelektualnych i naukowo-społecznych, a także w zachodnich partiach politycznych panuje powszechna zgoda co do tego, że dyskusja ta musi odbywać się w ramach powszechnie akceptowanych*

*faktów i na podstawie pewnego konsensusu społecznego. Zgodnie z tym poglądem **oczywiste kłamstwa — zwłaszcza te, które przynoszą szkody społeczne — powinny być eliminowane.** (CEN-ON-22-31)*

Frag. 370 ***Wolność słowa jest ważna, ale nie ma wolności do kłamstwa.**[...] Przed rosyjską inwazją na Krym wielu przywódców zastanawiało się, czy powinno się w ogóle walczyć z fałszywymi informacjami w imię wolności słowa. Sądzę, że jesteśmy w stanie wygrać tę wojnę, ale na razie jej nie wygrywamy. (PRA-NZ-20-10)*

Frag. 371 *Przejęcie Twittera miałoby realizować marzenie Muska o wolności głoszenia **dowolnie skrajnych poglądów** w przestrzeni publicznej. [...] choć mamy do czynienia z wizjonerem, któremu nie można odebrać tego, że ma gigantyczną wiedzę o technologiach i wydaje się robić wszystko z myślą o przyszłości, to aż chciałoby się powiedzieć Muskowi: „OK, boomer”. (PROG-KP-22-28)*

Należy zaznaczyć, że w dyskursie prawicowym funkcjonowała koncepcja „absolutnej wolności słowa” (zob. Frag. 372), która opowiadała się za daleko posuniętą lub nawet nieograniczoną swobodą wypowiedzi. Koncepcja ta wywodzi się z idei libertariańskich (Cronin, 2006), w myśl których niemal żadne treści, w tym np. nawołujące do nienawiści czy ludobójstwa (Gerber, 2004), nie powinny być tłumione w debacie publicznej. Spuścizna tego podejścia wyraźniej widoczna jest w kulturze amerykańskiej (zakorzenionej w tradycji Pierwszej Poprawki) niż europejskiej, która jest bardziej przychylna do zawężania granic wolności słowa ze względu na inne interesy publiczne niż prawo jednostki do wyrażania własnej opinii, np. ochronę przed dyskryminacją (J. Simon, 2020). W serwisach centrowych oraz progresywnych krytykowano postulaty tej absolutystycznej interpretacji. Wyrażano opinie, że wolność słowa nie jest nadrzędna wobec innych praw i zasad współżycia społecznego i należy z niej korzystać jedynie w pewnych ramach. Jej zadaniem w społeczeństwach demokratycznych powinno być wzmacnianie pluralizmu oraz jakości debaty publicznej. Rozpowszechnianie treści niezgodnych z prawdą lub/ oraz w jakiś sposób „toksycznych” sprawia natomiast, że zadania te nie mogą być właściwie realizowane, a zatem wyrażano pogląd, że ich blokowanie nie stanowi nadmiernej ingerencji w wolność słowa (zob. Frag. 372). Zgodnie z tą

optyką wolność słowa nie była rozumiana wyłącznie w sensie pozytywnym, jako wolność do głoszenia dowolnych komunikatów, ale też negatywnym, jako wolność od dezinformacji i innych treści szkodliwych społecznie. Usuwanie tych „niepożądanych” treści miałoby wspierać prowadzenie inkluzywnej deliberacji, opartej na przestrzeganiu podstawowych zasad debatowania, takich jak np. poszanowanie innych uczestników oraz brak świadomego wprowadzania w błąd. Szczególnie w serwisach progresywnych zwracano uwagę, że absolutna wolność słowa prowadzi w praktyce do medialnej dominacji silniejszych aktorów nad grupami marginalizowanymi, a zatem pomaga podtrzymywać społeczne nierówności. W tym kontekście podkreślano, że koncepcja wolności słowa jest politycznie instrumentalizowana przez prawicę. Zgodnie z tym poglądem siły prawicowe stosują retoryczną strategię, która polega na odwoływaniu się do idei wolności słowa jako idei powszechnie akceptowanej w społeczeństwach demokratycznych w celu ochrony treści nienawistnych, dyskryminujących czy niezgodnych z faktami, które są zbieżne z politycznymi interesami tej grupy (zob. Frag. 372 i Frag. 373). Wykorzystywanie tej strategii ma za zadanie wywierać retoryczną presję na inne podmioty (np. ustawodawców czy platformy społecznościowe), aby te powstrzymywały się od podejmowania jakichkolwiek reakcji względem treści publikowanych przez podmioty związane z prawicą.

Frag. 372 *Elon Musk kupił sobie Twittera. Czy "absolutysta wolności słowa" przywróci konto Trumpa? [...] Ataki fanów Muska doprowadziły [...] Dr Missy Cummings, ekspertkę w dziedzinie badań nad interakcjami ludzi i systemów autonomicznych, a więc dziedzinie wiedzy niezbędnej do zrozumienia zagrożeń związanych z autonomicznymi pojazdami (to technologia, nad którą pracuje m.in. Tesla, zarządzana przez Elona Muska), do zamknięcia jej konta na Twitterze. [...] cienko zawoalowana krytyka polityki moderacji na Twitterze jest ciekawa również o tyle, że często środowiska prawicowe narzekają na polityki moderacji na platformach, których nie kontrolują, odmieniając "wolność słowa" przez wszystkie przypadki. Jest ona wtedy rozumiana całkiem mechanistycznie: brak ingerencji operatora danego serwisu w publikowane na nim treści. Tak rozumiana libertariańska "wolność*

słowa" oznacza przyzwolenie na dezinformację czy nękanie użytkowników i użytkowników, w celu skłonienia ich do zamknięcia konta. W efekcie z faktyczną wolnością słowa wiele wspólnego nie ma. (PROG-OKO-22-07)

Frag. 373 *Facebook ostatnio zablokował profile kilku znanych publicznie postaci, w tym skrajnie prawicowego amerykańskiego komentatora, Alexa Jonesa i przywódcy Narodu Islamu, Louisa Farrakhana, za nienawistne komentarze. Skłoniło to amerykańskiego prezydenta, **Donalda Trumpa, do oskarżenia technologicznego giganta o tłumienie wolności słowa.** (CEN-ON-19-05)*

Ponadto, zauważano również, że idea wolności słowa jest instrumentalizowana w celu osiągnięcia zysku ekonomicznego. Frag. 374 zawiera krytykę wykorzystywania tej idei przez alternatywne portale społecznościowe przeznaczone dla konserwatystów (m.in. Albicla czy Parler, zob. więcej w: Wigienka, 2023) jako formy sloganu marketingowego. Negatywne oceny wyrażano jednak również w stosunku do działalności znacznie bardziej popularnych korporacji z branży technologii komunikacyjnych. Zarzucano im wykorzystywanie idei wolności słowa do usprawiedliwiania bezczynności wobec dezinformacji (zob. Frag. 375). Wskazywano, że podmioty te ze względów finansowych (zyski z reklam) nie chcą brać odpowiedzialności za rozwiązywanie problemów potęgowanych przez dostarczane usługi, jednak usprawiedliwiają przyjmowanie tej pasywnej postawy troską o prawidłowe funkcjonowanie demokracji („frazesy o wolności słowa”).

Frag. 374 *Radykałowie, przynajmniej ci prawicowi, już nieraz odgrążali się, że założą sobie własne społecznościówki. W końcu tak też zrobili, choć jak dotąd wychodzi z tego w najlepszym razie pożywka dla memów. Parler, który miał być Twitterem konserwatystów, w ubiegłym roku został z hukiem usunięty ze sklepów z aplikacjami Apple i Androida, właśnie z powodu publikowanych tam **nieprawdziwych i nienawistnych treści.** W końcu wrócił do oferty, ale z nałożonymi przez sprzedawców ograniczeniami. Musiało to wyjątkowo zboleć twórców serwisu, który **reklamuje się jako wolny od jakichkolwiek ograniczeń wolności słowa.** [...] [Portal gab.com – przyp. S.W.] część treści chowa za paywallem,*

*co znowu stawia pod znakiem zapytania tę **nieskrępowaną rzekomo wolność słowa**. (PROG-KP-22-29)*

Frag. 375 *Facebook był nieustannie krytykowany za to, że nie robi wystarczająco wiele, by zapobiegać dezinformacji. Prezes firmy, Mark Zuckerberg, bronił się frazesami o wolności słowa, której jego zdaniem cyfrowe platformy nie powinny ograniczać. Tym szlakiem szli też pozostali internetowi giganci. (PROG-KP-22-31)*

Szczególne kontrowersje budziła kwestia zasad moderacji treści na platformach społecznościowych. W badaniach mediach formułowano rozbieżne opinie w kwestii dopuszczalnych rozwiązań. W serwisach centrowych oraz progresywnych w wielu fragmentach opowiadano się za blokowaniem dezinformacji na podstawie wewnętrznych decyzji platform (zob. Frag. 376). Jako najbardziej problematyczne uznawano przypadki, w których usuwana treść pochodzi od polityków lub partii politycznych ze względu na ryzyko nadmiernej ingerencji w procesy demokratyczne (zob. Frag. 377). Przywoływano jednak argumentację, w myśl której interwencje takie są potrzebne i konieczne, a wręcz powinny być częstsze i bardziej rygorystyczne, ponieważ niektórzy aktorzy polityczni sami naruszają zasady demokratycznej debaty publikując dezinformację (zob. Frag. 378). W tym kontekście jako nadawców/beneficjentów dezinformacji rozumiano przede wszystkim polityków prawicowych (np. Donalda Trumpa, zob. Frag. 378). Należy zatem zauważyć, że wykorzystywano omawiany wcześniej topos kryzysu demokracji do legitymizowania rozwiązań, które dopuszczają daleko posuniętą arbitralność prywatnych przedsiębiorstw w zakresie ustalania i egzekwowania zasad debaty publicznej.

Frag. 376 *Google, Facebook i Amazon udają, że nie widzą dezinformacji skierowanej przeciwko osobom homoseksualnym. [...] Mamy nadzieję, że te raporty [przygotowane przez jedną z organizacji zajmujących się przeciwdziałaniem dyskryminacji – przyp. S.W.] pomogą **firmom technologicznym oczyścić ich platformy z materiałów dotyczących terapii konwersyjnej skierowanych przeciwko osobom LGBTIQ**. (PROG-KP-22-25)*

- Frag. 377 *O ile w przypadku grup manipulatorów nie ma co przejmować się zbytnio ich włączaniem w debatę, o tyle inaczej jest z osobami publicznymi, którym ograniczono prawo głosu. Zadbać trzeba o to, żeby ograniczenie nie równało się wykluczeniu ze sfery publicznej. Byłoby to pogwałcenie zasad pluralizmu i wylanie demokratycznej debaty z kąpielą.*
- Frag. 378 *Trump i w ogóle prawica łamią coraz więcej fundamentalnych zasad liberalnej demokracji – sieją dezinformację, niszczą trójpodział władzy, likwidują niezależne media, wreszcie, podważają wybory. Gdy zwolennicy liberalnej demokracji starają się ich powstrzymać, wtedy słyszą, że nie mogą łamać reguł. Nie można np. zawieszać kont w mediach społecznościowych, bo to ogranicza wolność słowa. Niestety zbyt często dajemy się na to złapać. Wynika to z naszego przywiązania do reguł i strachu, że po ich naruszeniu nic z liberalnej demokracji nie zostanie. [...] Warto korzystać z [...] doświadczeń i lekcji wyborów 2020 oraz ataku na Kapitol, żeby nie dać się zwieść przekonaniu o stabilności demokracji i nie dać sobie narzucić sztywnego trzymania się liberalnych zasad (np. niemal nieograniczonego prawa głosu). Nie bądźmy frajerami, nie bądźmy cynikami, demokracja potrzebuje zaangażowanych i rozumnych obrońców. (PROG-KP-21-19)*

Formułowano jednak również opinie, zgodnie z którymi usuwanie treści nie jest optymalnym środkiem zaradczym. Zamiast tego bardziej pożądane są różne formy „miękkiej moderacji”, które polegają na pozostawieniu danej treści na platformie przy jednoczesnym poddaniu jej innego rodzaju interwencji, której celem ma być minimalizowanie oddziaływania tej treści. Jak wykazała wcześniejsza analiza, wymieniano w tym kontekście działania, takie jak m.in. zamieszczanie informacji o finansowaniu reklam czy publikowanie ostrzeżeń o kontrowersyjności danych publikacji. Wśród tych rozwiązań postulowano także niemal zupełne ograniczenie widoczności danej treści dla odbiorców bez jej faktycznego usuwania i bez informowania nadawcy o podjęciu tego działania (*shadow banning*; zob. Frag. 379). Praktyka ta była prezentowana jako sposób na zachowanie balansu pomiędzy wolnością słowa (treści faktycznie nie są usuwane) a troską o demokrację (kontrowersyjne treści nie są dostępne dla niemal nikogo poza ich nadawcą).

W niektórych tekstach, zwłaszcza w mediach progresywnych podkreślano natomiast, że proces ograniczania swobody wypowiedzi na platformach społecznościowych nie powinien pozostawać w wyłącznej gestii prywatnych podmiotów. Rozwiązaniem miałyby być zewnętrzne kontrolowanie tych decyzji. Jako podmiot odpowiedni do sprawowania nadzoru przywoływano przede wszystkim UE, natomiast delegitymizowano polski rząd oraz inne podmioty prawicowe (zob. Frag. 380).

Frag. 379 *Zamiast usuwać treści, moderatorzy Instagrama będą je ukrywać. Nie znajdziemy ich wówczas ani na karcie "aktualności" ani pod wpisanymi hashtagami. W ten sposób będzie ciężko je znaleźć, a sami propagujący takie treści nie będą sobie nawet zdawać z tego sprawy. W efekcie, miejmy nadzieję, nie będą podejmować kolejnych prób siania swojej propagandy. (CEN-WP-19-05)*

Frag. 380 *Ban dla Konfederacji na Facebooku za szerzenie dezinformacji dotyczącej pandemii i mowę nienawiści był jednym z najgorętszych tematów zeszłego tygodnia. [...] Z wolnościowców można się podśmiechiwać, ale sytuacja z Konfederacją i Facebookiem uwiódrczyła poważny problem. **Big tech trzeba regulować**, tylko że nasi politycy nie mają o tym bladego pojęcia. [...] Dobra wiadomość jest taka, że **Unia Europejska** dostrzega wagę problemu i pracuje nad projektem Digital Services Act, który ma usprawnić i ujednolicić europejskie prawo dotyczące firm internetowych. **DSA skupia się na wielu kwestiach, które projekty Ministerstwa Sprawiedliwości i Konfederacji opisują nieudolnie albo nie robią tego wcale.** (PROG-KP-22-31)*

Warto zwrócić uwagę, że w niektórych fragmentach zauważano, że funkcjonowanie idei wolności słowa w praktyce społecznej podlega ciągłym negocjacjom. Podkreślano, że współczesnym społeczeństwom nie udało się wykształcić jasnych reguł debaty internetowej, które byłyby powszechnie akceptowalne. Wyrażano zatem opinię, że w miejsce braku społecznego konsensusu odpowiedzialnością w tym zakresie obarczany jest sektor prywatny, który następnie jest krytykowany za niespełnianie nieistniejących standardów (zob. Frag. 381 i Frag. 382). Argumentacja ta przywoływana była także przez same korporacje

z branży technologii komunikacyjnych, które za jej pomocą próbowały odpierać zarzuty o niewystarczające efekty przeciwdziałania dezinformacji (zob. Frag. 382). W myśl tej narracji obowiązek dbania o jakość debaty publicznej przerzucany jest na platformy ze względu na bezczynność ustawodawców w tym zakresie.

Frag. 381 *Pytając o granice działań moderacyjnych Facebooka pytamy więc o kilka zasadniczo różnych rzeczy na raz: o publikacje, o prywatną komunikację z rodziną, o wymianę zdań w pracy, o możliwość logowania się do innych stron. Nic więc dziwnego, że trudno nam znaleźć sensowną odpowiedź na pytanie o to, jak daleko powinna sięgać odpowiedzialność Facebooka za działania użytkowników i użytkowników tej platformy. "My, społeczeństwo, sami nie możemy się zgodzić co do tego, czego chcemy", zauważa w tekście "Jak naprawić Facebooka i Twittera" Jonathan Zittrain z The Atlantic. (PROG-OKO-22-08)*

Frag. 382 *Firmy [duże korporacje z branży technologii komunikacyjnych – przyp. S.W.] powtarzają z naciskiem że na ich decyzje nie mają wpływu poglądy polityczne i że **same w ostatnich latach zwracały się do władz federalnych o wytyczne, co stanowi dopuszczalny dyskurs internetowy**. Pierwsza poprawka do konstytucji raczej uniemożliwia rządowi stanowienie takich ograniczeń a wysiłki Kongresu, by uchwalić przepisy regulujące reklamy polityczne w mediach społecznościowych utknęły w martwym punkcie, bo **nie ma zgody między Demokratami a Republikanami, jak zająć się tą sprawą**. (CEN-ON-20-14)*

W serwisach prawicowych również wyrażano pogląd o konieczności usuwania treści z platform społecznościowych. Formułowano go jednak głównie w kontekście dezinformacji rozumianej jako treści stanowiące próby wprowadzania w błąd na temat pandemii COVID-19 lub pochodzące od Rosji (zob. Frag. 383). Podobnie jak w serwisach centrowych i progresywnych, w niektórych tekstach zwracano uwagę, że ze względu na zasady wolności słowa stosowanie „miękkiej moderacji” jest bardziej pożądane od całkowitego blokowania materiałów (zob. Frag. 384). W dyskursie prawicowym wskazywano jednak stanowczo, że praktyki te nie powinny dotyczyć treści o charakterze politycznym (zob. Frag. 385). Argumentacja ta opierała się na założeniu, że pojęcie dezinformacji funkcjonuje jako

pejoratywna etykieta stosowana do dyskredytowania poglądów konserwatywnych przez „elity lewicowo-liberalne”. Postulaty te stoją zatem w sprzeczności z przyzwoleniem na interwencje platform w przypadku materiałów pochodzących od Rosji lub/i dotyczących koronawirusa, ponieważ te również posiadają w dużej mierze charakter polityczny. Jeszcze jednym proponowanym rozwiązaniem tych kontrowersji, oprócz zupełnego odstąpienia od moderacji, było ograniczenie możliwości podejmowania arbitralnych decyzji moderacyjnych przez platformy poprzez utworzenie nad nimi zewnętrznej kontroli (zob. Frag. 386). Jak wskazywano wcześniej, w pozostałych typach mediów podmiotem, któremu przypisywano legitymizację w tym zakresie była głównie UE. W dyskursie prawicowym wskazywano natomiast na instytucje państwowe w rozumieniu instytucji podległych rządowi Prawa i Sprawiedliwości (np. Radę Wolności Słowa, która miała być wybierana przez rządzącą większość parlamentarną i mieć możliwość zmieniania decyzji moderacyjnych platform).

Frag. 383 ***W walce z dezinformacją Kremla należy odciąć rosyjskich ambasadorów od Twittera, Facebooka i innych platform społecznościowych; to propagandyści reżimu odpowiedzialnego za śmierć tysięcy ludzi – powiedział Politico sekretarz stanu ds. cyfryzacji w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, Janusz Cieszyński. Zaznaczył, że będzie naciskał na UE, by wzmocniła presję na platformy, aby walczyły z rosyjskimi kłamstwami. (PRA-NZ-22-30)***

Frag. 384 *Jeśli Facebook chce zwalczać dezinformację, można to robić poprzez oznaczanie konkretnych treści albo, w najdalej idących przypadkach, usuwanie konkretnych wpisów. Usuwanie profilu to cenzura prewencyjna i nadużywanie dominującej pozycji platformy. (PRA-WPOL-22-28)*

Frag. 385 *Na prawicy domniemane uprzedzenia firm wobec konserwatywnych poglądów wywołują **u Republikanów żądania, aby zaprzestały one moderacji debat politycznych**. Niedawny dekret prezydenta Trumpa groził odpowiedzialnością prawną stronom, które okazują uprzedzenia polityczne w usuwaniu lub dopuszczaniu treści. (CEN-ON-20-14)*

Frag. 386 *Ban dla Konfederacji na Facebooku za szerzenie dezinformacji dotyczącej pandemii i mowę nienawiści był jednym z najgorętszych tematów zeszłego*

tygodnia. [...] Na fali afery o Facebooka Kaleta odkurzył swój projekt i zaprezentował go wspólnie ze Zbigniewem Ziobrą. Ministerstwo Sprawiedliwości chce, by przy Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji powstała pięcioosobowa Rada Wolności Słowa, do której będą mogli odwoływać się użytkownicy serwisów społecznościowych, którym administratorzy skasowali treści lub zablokowali konto. Rada będzie mogła nakazać portalom cofnięcie decyzji pod groźbą milionowych kar. (PROG-KP-22-31)

Alternatywna wizja problemu i rozwiązań

Podejścia do zarządzania konfliktami technologicznymi

Ostatni podrozdział dotyczy alternatywnej wizji problemu dezinformacji oraz społecznych odpowiedzi na niego, która była obecna w dyskursie. Do jej omówienia przydatne będzie wprowadzenie typologii podejść do zarządzania konfliktami technologicznymi. Stankiewicz (2011) definiuje te konflikty jako: „konflikty społeczne, których źródłem są kontrowersje dotyczące konsekwencji stosowania danej technologii, której wykorzystywanie (lub zaniechanie dalszego wykorzystywania) uznawane jest przez przynajmniej jednego z aktorów za zagrażające jego interesom” (s. 101). Kwestia przeciwdziałania dezinformacji stanowi przykład takiego konfliktu. Należy zaznaczyć, że pomimo prezentowania rozbieżnych stanowisk w szczegółowych aspektach, zdecydowana większość prezentowanych dotąd stanowisk wpisywała się wspólnie w pierwsze z podejść, czyli *podejście ekspercko-technokratyczne* (Stankiewicz, 2014, s. 94). Zakorzenione jest ono w pozytywistyczno-oświeceniowym spojrzeniu na procesy wytwarzania i rozpowszechniania wiedzy i technologii w społeczeństwie. Zakłada, że technologie rozwijają się w sposób deterministyczny, wyłącznie za sprawą przyrostu wiedzy, wobec czego decyzje w ich zakresie powinny być podejmowane w gronie wyspecjalizowanych ekspertów. Użytkownicy sprowadzani są do roli biernych odbiorców, którzy nie powinni być zaangażowani w procesy zarządzania technologiami, ponieważ się na nich „nie znają” i potrzebują w tym zakresie paternalistycznego przewodnictwa nadrzędnych aktorów. Konkretyzując, w kontekście przeciwdziałania dezinformacji, podejście to sprowadzało się do

promowania poglądów, w ramach których należy dążyć do wzmacniania symbolicznej władzy zinstytucjonalizowanych aktorów w debacie publicznej (w tym mediów, ekspertów i instytucji państwowych) w celu dostarczania przez nich „prawdy” łatwym do manipulowania masom użytkowników internetu. Postulowano zatem konieczność budowania i podtrzymywania asymetrycznych, scentralizowanych, odgórnych relacji władzy we współczesnej, usieciowionej przestrzeni informacyjnej.

W serwisach progresywnych prezentowano jednak również alternatywną wizję. W jej ramach kwestionowano główne założenia podejścia ekspercko-technokratycznego. W przeciwieństwie do idei „odgórnej korekty” współczesnych przestrzeni informacyjnych, wyrażano potrzebę kształtowania bardziej wspólnotowego, zdecentralizowanego i oddolnego sposobu działania. Choć wizja ta nie stanowiła spójnej, wyraźnie oddzielnej propozycji, to jednak jej występowanie w dyskursie progresywnym było zauważalne. Ze względu na jej egalitarystyczny, proobywatelski charakter wpisywała się ona w *podejście partycypacyjno-deliberacyjne* do zarządzania konfliktami technologicznymi (Stankiewicz, 2014, s. 82). Wywodzi się ono z kontestacyjnej spuścizny nowych ruchów społecznych, które zdobywały popularność od lat 60. XX w. oraz naukowego dorobku konstruktywistycznych podejść do badania technologii, które zostały szerzej omówione w pierwszym rozdziale niniejszej pracy (Gorwa i Garton Ash, 2020). Podejście to zawierało postulaty przebudowy relacji władzy w obrębie współczesnych technologii medialnych. Jego zwolennicy krytykowali technokratyczną hegemonię dominujących elit w wyznaczaniu dopuszczalnych sposobów użytkowania technologii i kierunków jej rozwoju. W zamian proponowali, aby decyzje w tym zakresie były podejmowane w ramach procesów opartych na dialogu, które powinny uwzględniać nie tylko inżynierów, intelektualistów, właścicieli kapitału itp., ale także pluralistyczną reprezentację „szeregowych użytkowników”. Dostrzegano, że technologia jest polityczna, tzn. nie stanowi wyłącznie deterministycznego wyrazu „postępu”, ale jest kształtowana przez określone polityczne cele i interesy. W związku z tym promowano idee demokratycznej kontroli nad technologią, tak aby umożliwiała ona uwzględnianie perspektyw jak najszerzego grona grup społecznych. Poniższe akapity przybliżają

dyskursywną specyfikę tego podejścia w kontekście przeciwdziałania dezinformacji.

Fundamentalną cechą charakterystyczną ujęcia alternatywnego było wyrażanie sceptycyzmu wobec stawiania idei „prawdy” w pozycji podstawowej i najwyższej wartości w systemie demokratycznym. Wskazywano bowiem na problemy z ontologicznym i epistemologicznym statusem tego pojęcia i jego stosowania w praktyce społecznej. Uwzględniano zatem filozoficzny dorobek konstruktywistycznej socjologii wiedzy, która podważa klasyczne rozumienie prawdy jako „zgodności słów z rzeczywistością”, prezentując bardziej zniuansowane spojrzenie na procesy wytwarzania wiedzy przez człowieka. W serwisach progresywnych w większym stopniu niż w pozostałych zwracano uwagę na oddziaływanie różnych czynników społeczno-politycznych (w tym dyskursywnych) na konstruowanie tego, co członkowie danego społeczeństwa uznają za prawdziwe. Frag. 387 ilustruje, że pojęcia obiektywizmu oraz prawdy były w tym ujęciu traktowane raczej jako teoretyczne ideały, do których należy dążyć niż byty faktycznie funkcjonujące w rzeczywistości międzyludzkiej. Należy podkreślić jednak, iż nie zakładano, że prawda nie istnieje, ale raczej, że zawsze jest społecznie konstruowana i zapośredniczona przez język. Założenie to szczególnie odnosi się do przypisywania statusu prawdziwości w komunikacji politycznej, która związana jest z formułowaniem interesów różnych grup społecznych. Wobec tego prezentowano pogląd, że w społeczeństwie demokratycznym ważniejsze od fetyszyzowania pojęć „prawdy” i „obiektywizmu” powinna być transparentność danych oraz ich komunikowania.

Frag. 387 ***Transparentność jest lepsza od obiektywizmu. Być obiektywnym to opisywać daną sytuację czy zjawisko bez osobistego zaangażowania, z zewnątrz, w sposób pełni zrównoważony. To piękna sprawa. Ale raczej na papierze niż w rzeczywistości. [...] Od swych rozmówców nie żądaj więc, by przekazywali ci „obiektywną prawdę”, bo „obiektywna prawda” to trudna sprawa. Żądaj natomiast, by mówili otwarcie, skąd wiedzą to, co wiedzą. Wydaje im się czy sprawdzili? Przemawiają przez nich przekonania czy badania? Masz prawo wiedzieć, jak powstała wiadomość, którą czytasz (i za czyje pieniądze). Jak na Wikipedii. Kto to***

edytował? Kiedy? Jaka jest historia pliku? Wikipedia nie jest doskonała. Ale przynajmniej pilnuje, żeby każda informacja była opatrzona albo linkiem do źródła, albo czytelnym oznaczeniem braku źródeł. (PROG-KP-19-01)

Kolejnym punktem podejścia partycypacyjno-deliberacyjnego było dostrzeżenie złożonej genezy współczesnych napięć społeczno-politycznych. Ich występowania nie tłumaczono wyłącznie rozpowszechnianiem dezinformacji. Dostęp do problematycznych treści w internecie prezentowano jako jeden z wielu przejawów takich zjawisk jak polaryzacja społeczna czy spadek zaufania do instytucji demokratycznych, a nie ich przyczynę (zob. Frag. 388, Frag. 389 i Frag. 390). Postulowano zatem, aby w debacie publicznej odejść od koncentrowania się wyłącznie na oddziaływaniu mediów społecznościowych na obywateli, a zintensyfikować i pogłębić dyskusję na innych procesami społecznymi. W ramach tej narracji stawianie dezinformacji w centrum współczesnej debaty publicznej oceniane było jako nadmierne poświęcanie uwagi „efektowi ubocznemu” strukturalnych problemów związanych z funkcjonowaniem demokracji w modelu globalnego, neoliberalnego kapitalizmu, wśród których można wymienić m.in. rosnące nierówności społeczne, niewystarczający pluralizm debaty publicznej (w szczególności ograniczoną reprezentację grup marginalizowanych, np. niższych warstw ekonomicznych, kobiet, młodzieży, mniejszości rasowych lub seksualnych) oraz ograniczoną sprawczość i partycypację obywateli w podejmowaniu decyzji politycznych (zob. Frag. 388 i Frag. 390). Zgodnie z prezentowaną logiką problem dezinformacji jest wtórny wobec tych zjawisk i nie może być rozwiązany w oderwaniu od nich.

Frag. 388 ***Wina Facebooka? Odpowiedzialni za polaryzację społeczną są gdzie indziej. [...] Za rozpowszechnianie mowy nienawiści, dezinformację i manipulację w przestrzeni informacyjnej odpowiedzialność ponoszą nie tylko platformy społecznościowe. [...] przekonanie, że wystarczy „naprawić” Facebooka, by naprawić rzeczywistość, jest mylne. [...] Amerykańscy naukowcy Stephan Haggard i Robert Kaufman [...] wyliczyli części składowe polaryzacji. Są to: brak uznania i szacunku elit politycznych dla argumentów ich politycznych konkurentów, częstotliwość posługiwania się mową nienawiści w retoryce partii,***

podziały społeczne, poparcie dla antysystemowych ruchów i organizacji. Platformy społecznościowe mogą odgrywać negatywną rolę w każdym z tych elementów. Ale u podstaw procesu polaryzacji nie leżą problemy z algorytmem Facebooka, lecz działania ludzi. (PROG-OKO-21-16)

Frag. 389 [Pytanie dziennikarza serwisu: – przyp. S.W.] Udało ci się znaleźć jakiś kremlowski przewodnik propagandy, który trafił w ręce spin doktorów Trumpa? [Odpowiedź Petera Pomerantseva, pisarza: – przyp. S.W.] Myślę, że te zależności nie są takie proste. Jednak skłaniam się ku odpowiedzi, że **za sukcesem Trumpa i brexitem stoi głębszy kryzys.** (PROG-KP-20-11)

Frag. 390 „Polityka? Demokracja? Chrzanić to wszystko, ja już nikomu nie wierzę”. [...] „Oni wszyscy są tacy sami”. Tak brzmi najczęściej powracająca skarga, jedna z wersji naczelnego hasła **kapitalistycznego realizmu**: „nie ma alternatywy”. To produkt społeczeństwa, w którym **podejmowanie decyzji zostało sprywatyzowane**. W ostatnich latach, w miarę jak **coraz bardziej zaciskano pasa i kurczyły się płace**, wyborcy zaczęli ubierać tę rezygnację w nieco inne słowa: „Nikomu z nich nie ufam”. Jednak podczas ostatnich wyborów poczucie to osiągnęło niespotykany wcześniej poziom. Pojawiło się nowe powiedzenie, rzucone z wściekłością: „To wszystko stek kłamstw”, powiedział mi Ian przed jednym z sieciowych pubów w Hartlepool na północy Anglii. (PROG-KP-20-09)

W efekcie problematyczne treści w sieci prezentowano nie jako „zanieczyszczenie”, które należy wyeliminować z debaty publicznej, tak jak w podejściu ekspercko-technokratycznym, ale raczej jako rodzaj tożsamościowych narracji, które pełnią rozmaite funkcje społeczne, polityczne i psychologiczne i z tego powodu nie mogą być po prostu „usunięte”. Tymi funkcjami są m.in.: wyrażanie frustracji wobec społecznego status quo, formułowanie interesów grupowych, budowanie wspólnot (kreowanie poczucia dyskursywnego „my” w odróżnieniu od wrogich grup zewnętrznych „oni”) czy organizowanie oporu (zob. Frag. 391). Przyjmowanie tej perspektywy znacząco przekładało się zatem na poglądy w zakresie preferowanych strategii antydezinformacyjnych. Wyrażano sceptycyzm wobec technokratycznego potępiania i moralizowania

„zmanipulowanych mas” (zwłaszcza przedstawicieli grup o niższym kapitale kulturowym i ekonomicznym), natomiast postulowano wsłuchiwanie się w potrzeby tych grup i włączenie ich w ramy debaty publicznej. Podejście partycypacyjno-deliberacyjne obejmowało zatem przekonanie, że odgórne próby „przywracania prawdy” są skazane na porażkę, nie tylko dlatego, że mogą być instrumentalizowane politycznie, ale również dlatego, że nie wykazują się odpowiednią empatią i wrażliwością społeczną, a w związku z tym źle interpretują przyczyny, dla których część obywateli odrzuca dyskurs głównonurtowy i skłania się ku innym źródłom informacji (zob. Frag. 391, Frag. 392 i Frag. 393). Oceniano, że dezinformacja może stanowić odpowiedź na zasadne obawy ludzi o swój dobrostan (np. obawy o prawidłowe funkcjonowanie koncernów farmaceutycznych i współczesnych systemów ochrony zdrowia, zob. Frag. 393). Co więcej, zwracano uwagę, że koncentracja na problemie dezinformacji w debacie publicznej może przynosić odwrotne skutki od zamierzonych, tzn. zamiast sprawiać, że ludzie odwrócą się od dezinformacji i ponownie uwierzą w „prawdę”, może zwiększać sceptycyzm wobec mediów i nauki jako całości (zgodnie z logiką „skoro tyle się mówi o dezinformacji, to nikomu nie można już wierzyć”; zob. Frag. 394).

Frag. 391 *Politycy kłamią? Nic nowego. Fascynujące jest to, że ich zwolennicy uwielbiają ich kłamstwa – mówi Peter Pomerantsev, autor książki „To nie jest propaganda. [...] kłamstwa dają ulgę. Nawet więcej, one dają rozkosz. Jest coś bardzo przyjemnego w ogłoszeniu wszem wobec: „Mam wyjebane na rzeczywistość!”. To jest taki punkowy gest. Mam wrażenie, że nie doceniamy przyjemności, która płynie z tego odruchu. Rzeczywistość jest trudna do zniesienia zwłaszcza tam, gdzie wyczerpały się pozytywne scenariusze przyszłości. I nagle przychodzi facet, który mówi „mam wyjebane!” – na naukę, na zmianę klimatu, na koronawirusa, na wszystko, co mnie i wam się nie podoba. Czy to nie jest przyjemne mieć po swojej stronie kogoś, kto nie liczy się z rzeczywistością? Kogoś, kto nie liczy się ze śmiercią? Ktoś taki przecież musi być potężny i w naszym imieniu zwycięży z liberałami, brukselskimi elitami i kimkolwiek innym. (PROG-KP-20-11)*

- Frag. 392 *Zawodowo zajmuję się zwalczaniem antynaukowych i szkodliwych dla zdrowia przesądów. Uważam za swój obowiązek tępienie dezinformacji - szczególnie tej przebranej w szaty nauki. Ale **pseudonaukowe przekonania ludzi wymagają jednak życzliwego zrozumienia towarzyszących im emocji i interesów.** [...] **Jednym z największych złudzeń jest przekonanie, że fakty naukowe rozstrzygają spór polityczny.** [...] W przypadku osób negujących sensowność lockdownu jakiegokolwiek dowody na ten temat będą trafiały na niekorzystny grunt. Bariera będzie tu choćby **utrata dochodu.** Może nią być zwyczajna **frustracja pracy z domu – z dziećmi bez opieki.** Dochodzi do **tego strach, utrata kontroli nad swoim życiem, czy zwykły brak kontaktu z bliskimi.** (PROG-OKO-20-22)*
- Frag. 393 *Ruchy antyprofesjonalne (antymedyczne czy antypsychiatryczne) mają swoje źródła w nadużyciach, nieetycznych praktykach, a nawet naukowej ignorancji samych lekarzy. (PROG-OKO-20-22)*
- Frag. 394 *Nic [...] dziwnego, że im częściej w ostatnich latach słyszymy skargi na rozpowszechnianie fake newsów, tym bardziej spada poziom zaufania do tradycyjnych mediów informacyjnych – zarówno tych o długiej tradycji, jak i tych najmłodszych. (PROG-KP-19-03)*

Odpowiedź na dezinformację, zgodnie z założeniami podejścia partycypacyjno-deliberacyjnego, powinna wychodzić daleko poza „korektę” przestrzeni informacyjnej i wdrażać również szersze zmiany funkcjonowania współczesnych społeczeństw, czyniąc je bardziej inkluzywnymi, równościowymi i pozwalającymi na obywatelską partycypację (zob. Frag. 395 i Frag. 396). Zakładano, że problem dezinformacji nie jest wyłącznie problemem o charakterze komunikacyjnym i technologicznym, ale jest również głęboko osadzony w strukturach społecznych, ekonomicznych, kulturowych i politycznych. Formułowano zatem również postulat zwalczania dezinformacji poprzez proponowanie „dyskursów alternatywnych” wobec niej, a nie jedynie jej dyskredytowanie i korygowanie. Wskazywano, że niezbędne jest kreowanie i promowanie narracji, które jednocześnie powinny być oparte na dowodach, ale i łatwo dostępne, empatyczne, otwarte na dialog i krytykę, przystępne do

zrozumienia, uwzględniające różne perspektywy, a dzięki temu atrakcyjne dla różnych grup społecznych, nie tylko tych bardziej uprzywilejowanych (zob. Frag. 397).

Frag. 395 *Oto nowa misja tego wciąż przekształcającego się tworu zwanego „dziennikarstwem” – odkryć, w jaki sposób pewien problem w Manili dotyczy także Doliny Krzemowej, Moskwy i nas samych. [...] Te nowe linie tam są, nie trzeba ich tworzyć – trzeba je jednak odkryć, a wtedy jedno lokalne zdarzenie może nabrać znaczenia dla wielu, jeden artykuł prasowy może odbić się echem za wieloma granicami. Nowi odbiorcy, opinie publiczne, które nigdy nie przypuszczaly, że **mogą mieć coś ze sobą wspólnego, mogą zacząć działać razem**. Przed nowym dziennikarstwem stoi zadanie wykraczające poza kreślenie nowych linii i łączenie grup odbiorców – dziennikarstwo to musi także wyryć kontury debaty, która umożliwi rozwiązywanie odkrywanych przez nie problemów, oferując odbiorcom szansę na **przeobrażenie się z pasywnych graczy w uczestników procesu kształtowania przyszłości**. (PROG-KP-21-24)*

Frag. 396 *Po tym, jak całe pokolenia wyrosły na neoliberalizmie, obywatele stają się coraz bardziej wyobcowani we własnych państwach. Kapitałiści stosujący technologie nadzoru mają teraz władzę nad tym, jak podsycać ich gniew i od nowa nakreślać granice ich społeczności. **Odpór temu można zatem dać nie poprzez obronę obecnych instytucji. Aby pokonać dezinformację, musimy zbudować polityczne struktury, które połączą ludzi z otaczającą ich rzeczywistością w jej praktycznym wymiarze. Musimy pielęgnować żywą demokrację, która przerośnie szerzony przez dezinformację cynizm**. Ludzie słusznie nienawidzą przestarzałych systemów politycznych. Jeśli demokratom nie uda się wygrać w tym sporze i zastąpić ich prawdziwą, głęboką demokracją, po prostu przegramy. (PROG-KP-20-09)*

Frag. 397 *Nie [...] jesteśmy całkowicie odporni na zmianę zdania pod wpływem niepasującej nam wiedzy, ale [...] taka zmiana będzie znacznie trudniejsza. Czasem nawet będziemy aktywnie walczyli z tym, co burzy nasze systemy przekonań i dobre samopoczucie. [...] badacze sugerowali [...] jak radzić*

sobie z tym wyzwaniem: „Poprzez **kształtowanie informacji tak, by przywoływać schematy narracyjne, które są kulturowo przyjazne dla docelowych odbiorców**, komunikatorzy ryzyka mogą sprawić, że treść informacji, które przekazują, będzie traktowana z uwagą przez różne grupy kulturowe”. Podejście takie określa się czasem jako **”retorykę budowania mostów”**. Żeby jednak utrafić w narracje trzeba zrozumieć, że nigdy nie opierają się one tylko „na faktach”. Są **historiami, które wspierają nasze emocje i interesy własne. Emocje są podkładem intuicji moralnych czy politycznych lub poczucia własnej wartości. Interesy własne to kwestia materialnej egzystencji, dobrobytu i godnego życia. Te trzy składowe (wiedza, emocje i interesy) łączą się i nawzajem wzmacniają w indywidualnych i zbiorowych narracjach. [...] objaśnianie wiedzy naukowej wymaga empatycznej, narracyjnej perswazji. W demokracji autorytetu nie buduje się przez uciszanie krytyki czy wątpliwości, ale przez sumienną i uczciwą na nie odpowiedź.** (PROG-OKO-20-22)

Oprócz wskazywania potrzeby przebudowy stosunków społecznych w szerokim ujęciu, prezentowano także bardziej skonkretyzowane postulaty dotyczące technologii komunikacyjnych. Sprowadzały się one do demokratyzacji, decentralizacji oraz zwiększenia kontroli obywatelskiej nad współczesnymi przestrzeniami informacyjnymi, zwłaszcza platformami społecznościowymi (zob. Frag. 398 i Frag. 399). Wizja ta promowała konieczność dokonania przesunięć w komunikacyjnych relacjach władzy, w ramach których pozycja dużych korporacji technologicznych powinna zostać osłabiona, a pozycja społeczeństwa obywatelskiego wzmocniona. Wśród praktycznych propozycji pojawiały się przede wszystkim takie rozwiązania jak umożliwienie społecznej kontroli nad algorytmami oraz procesami moderacji treści (zob. Frag. 399). Promowano zatem zastąpienie dotychczasowego modelu samoregulacji platform społecznościowych, modelem opartym na twardych, obligatoryjnych regulacjach, który gwarantowałby egzekwowanie demokratycznego nadzoru nad działalnością dominujących korporacji technologicznych.

Frag. 398 *Marzy mi się świat, w którym to my sterujemy internetem, a nie on – nami. W którym to raczej Facebook wzbogaca nas, niż my – Facebooka. (PROG-KP-19-01)*

Frag. 399 *Niektóre z założeń DSA to utworzenie Europejskiej Rady ds. Usług Cyfrowych, która zajmie się nadzorowaniem rynku internetowego, wymuszenie na portalach społecznościowych **transparentności w kwestii tego, jak działają algorytmy rekomendacji i reklam, oraz stworzenie możliwości odwołania od decyzji moderatorów.** (PROG-KP-22-31)*

Komplementarnymi ideami były postulaty zmiany infrastruktury platform społecznościowych z zamkniętej i niepozwalającej na elastyczną modyfikację przez użytkowników na bardziej otwartą i podatną na oddolną przebudowę. Konkretnymi przywoływanymi pomysłami było przede wszystkim dopuszczenie możliwości wykorzystywania alternatywnych algorytmów, które nie byłyby nadzorowane przez właścicieli platform (a dzięki temu, w domyśle, ich głównym celem nie byłoby generowanie zysku dla akcjonariuszy) oraz zwiększenie interoperacyjności usług, czyli możliwości ich współpracy z innymi usługami (np. wprowadzenie opcji pozwalającej na wysyłanie wiadomości pomiędzy jedną platformą społecznościową a drugą, tak jak ma to miejsce w przypadku tradycyjnych połączeń telefonicznych czy poczty elektronicznej; zob. Frag. 400). Poza wizją „ulepszenia” dominujących platform, wyrażano także potrzebę kreowania i popularyzowania konkurencyjnych podmiotów, które nie należałyby to potentatów z Doliny Krzemowej. Jako główną zaletę powstających alternatyw wymieniano ich zdecentralizowaną strukturę, która pozwala zastępować „odgórne” projektowanie usługi, które znane jest z takich platform jak Facebook czy Twitter, na zarządzanie społecznościowe (zob. Frag. 401). Co więcej, sugerowano także możliwość kreowania publicznych rozwiązań z zakresu technologii komunikacyjnych w miejsce usług prywatnych (zob. Frag. 402). Jak wskazywano wcześniej, postulaty osłabiania pozycji dominujących platform poprzez budowanie alternatywnych mediów społecznościowych występowały również w dyskursie prawnicowym. Logika prawnicowych propozycji była jednak odmienna. Skupiano się bowiem w nich nie na ideach oddolnej decentralizacji, ale raczej centralizacji w rękach właścicieli o innej afiliacji

politycznej, tzn. w rękach zwolenników prawicy, a nie dużych korporacji technologicznych, postrzeganych jako część „lewicowo-liberalnych” sił politycznych. Postulaty te były podważane w dyskursie progresywnym, ponieważ oceniano, że mają ona na celu ochronę prawicowej propagandy i mowy nienawiści (zob. Frag. 403).

Frag. 400 *Deklaracja Reporterów bez Granic wskazuje, że platformy powinny „promować różnorodność idei i informacji, pluralizm mediów, a także sprzyjać przypadkowemu odkrywaniu treści przez użytkowników”. I dalej: **narzędzia do selekcjonowania i indeksowania informacji – agregacja, sortowanie i nadawanie informacjom priorytetu – muszą dopuszczać alternatywne rozwiązania, zapewniające pluralizm indeksacji i dające użytkownikom wolność wyboru.** (PROG-KP-19-06)*

Frag. 401 *Zamiast ogromnych, scentralizowanych platform, potrzebujemy protokołów komunikacji, na których bazie powstać mogą sieci społecznościowe zbudowane z niezależnych, ale komunikujących się ze sobą podmiotów. A więc model znany choćby z sieci telekomunikacyjnych czy e-maila. Żaden podmiot nie kontrolowałby zatem całej, zbudowanej na danym protokole, sieci. Każdy, kto pamięta czasy monopolu Telekomunikacji Polskiej, łatwo może pojąć, jak rewolucyjna byłaby to zmiana. Zamiast jednego Facebooka, z jednym (nieprzejrzystym, nieelastycznym) zestawem zasad, mielibyśmy do czynienia z szeregiem dostawców, oferujących różne zasady moderacji, i aplikacje dostosowane do konkretnych rodzajów komunikacji (jak na przykład zupełnie różne, ale komunikujące się wzajemnie Pixelfed i Mastodon). (PROG-OKO-22-08)*

Frag. 402 *Sednem problemu związanego z kupnem przestrzeni debaty publicznej (w tym wypadku Twittera) przez rozkapryszonego miliarderę Muska jest fakt, że przestrzeń ta była w ogóle na sprzedaż. **Potrzebna jest więc przestrzeń debaty online, której kupić się nie da.** A to oznacza, że muszą w niej na równych prawach uczestniczyć różne podmioty. (PROG-OKO-22-07)*

Frag. 403 *Radykałowie, przynajmniej ci prawicowi, już nieraz odgrązali się, że założą sobie własne społecznościówki. W końcu tak też zrobili, choć jak dotąd wychodzi z tego w najlepszym razie pożywka dla memów. Parler, który miał być Twitterem konserwatystów, w ubiegłym roku został z hukiem usunięty ze sklepów z aplikacjami Apple i Androida, właśnie z powodu publikowanych tam nieprawdziwych i nienawistnych treści.*
(PROG-KP-22-29)

Rola użytkowników mediów w przeciwdziałaniu dezinformacji

Istotnym punktem pozwalającym na nakreślenie różnic pomiędzy podejściem ekspercko-technokratycznym a partycypacyjno-deliberacyjnym była rola przypisywana w dyskursie użytkownikom mediów. Jak omawiano, podejście ekspercko-technokratyczne zanurzone było w toposie złych użytkowników mediów, który opisywał ich jako bierną, niekompetentną „masę”, która cechuje się wysoką podatnością na manipulację. W związku z tym obywatelom przypisywano niski stopień sprawczości w obszarze przeciwdziałania dezinformacji. Prezentowano wizję, w której powinni oni stanowić raczej przedmiot działań antydezinformacyjnych niż ich podmiot, który jest w stanie aktywnie i samodzielnie się w te działania włączać lub je inicjować. Promowane były hierarchiczne, scentralizowane rozwiązania, w których wiodącą rolę powinni pełnić zinstytucjonalizowani, silni aktorzy, tacy jak instytucje państwowe, duże korporacje z branży technologii komunikacyjnych czy organizacje międzynarodowe.

Podejście partycypacyjno-deliberacyjne wyrażało natomiast większą przychylność do wdrażania strategii opartych na dialogu, otwartości oraz symetrycznych relacjach władzy. Wskazywano, że użytkownicy mediów posiadają potencjał kształtowania swoich interakcji z mediami zgodnie z własnymi interesami oraz potrzebami. W związku z tym w kontekście dezinformacji nie są oni zdani jedynie na działania nadrzędnych aktorów, ale są w stanie radzić sobie niezależnie od nich (zob. Frag. 404), w tym zarówno za pomocą indywidualnych sposobów, jak i bardziej skoordynowanej, ale wciąż oddolnej, obywatelskiej samoorganizacji. Należy jednak zaznaczyć, że odbiorcom przypisywano różne poziomy sprawczości – od tych, które dopuszczały jedynie niewielką przestrzeń autonomicznych działań,

po nastawione na głęboką demokratyczną partycypację. Poziomy te zostały omówione w poniższych akapitach.

Frag. 404 *Bezpieczeństwo informacyjne **zależy od nas samych, od użytkowników i ich własnej woli, kompetencji i determinacji.** Nie da się administracyjnie czy prawnie zapewnić trwałego bezpieczeństwa, podobnie jak nie udało się ustawą zlikwidować bezrobocia na Białorusi. (CEN-ON-20-11)*

Pierwszy, najniższy poziom, występował we wszystkich analizowanych typach mediów. Obejmował on możliwość zgłaszania dezinformacji przez użytkowników do innych podmiotów, które następnie powinny być odpowiedzialne za reakcje wobec tych zgłoszeń. Proces ten wymaga aktywnego zaangażowania użytkowników, jednak główny ciężar decyzyjny spoczywa na nadrzędnych aktorach (np. instytucjach państwowych czy dużych korporacjach z branży technologii komunikacyjnych, które powinny decydować o dopuszczalności danej treści w debacie publicznej, zob. Frag. 405). Podobny poziom sprawczości oferowały idee związane z edukacją w zakresie dezinformacji (zob. Frag. 406). Rozwiązania te zakładały bowiem, że obywatele potrzebują przewodnictwa intelektualnego, które wskaże im „właściwe” strategie korzystania ze współczesnej przestrzeni informacyjnej. Wizja ta częściowo zanurzona była zatem w toposie złych użytkowników mediów, ponieważ zakładał, że są oni w pewien sposób niekompetentni, wybrakowani i „źle” korzystają z mediów. Wobec tego muszą „być odgórnie edukowani” przez nadrzędne podmioty. Narracja ta wpisywała się w pozytywistyczne idee konieczności „oświecania ludu” przez legitymizowane do tego elity. Niemniej jednak, idee edukacji okołodezinformacyjnej w dużej mierze inkorporowały elementy edukacji uczestniczącej, kładącej nacisk na aktywną partycypację „nauczanych” w procesie (zwłaszcza idee nauczania obywateli zasad indywidualnego „krytycznego myślenia”, zob. Frag. 407).

Frag. 405 *Co możemy zrobić, gdy widzimy takie wyssane z palca historie? Przede wszystkim powinniśmy **zgłosić je platformie**, na której się pojawiły. (CEN-WP-22-30)*

- Frag. 406 *Ochrona infrastruktury krytycznej to jedno, ale **edukacja, przygotowanie obywateli do radzenia sobie z dezinformacją**, która ma na celu na przykład manipulowanie ich decyzjami wyborczymi, to drugie. A to jest coś, co w ogóle nie jest przedmiotem zainteresowania chociażby ministra edukacji i nauki, a są to rzeczy absolutnie kluczowe. (PROG-KP-21-21)*
- Frag. 407 ***Zreformowano również system edukacji, kładąc nacisk na krytyczne myślenie**, tak żeby już od najmłodszych lat uczyć prawidłowego podejścia do oceny wiadomości. [...] Dzieci i młodzież uczą się weryfikować informacje. Badana jest stronniczość mediów, a także przekaz płynący z mediów społecznościowych czy materiałów wideo dostępnych w YouTube. (CEN-WP-22-28)*

Proponowane były również rozwiązania zakładające większy poziom sprawczości obywateli. Wskazywano na możliwość samodzielnego (bez konieczności pośrednictwa nadrzędnych aktorów) ostrzegania się nawzajem o wykrytych przypadkach problematycznych treści w internecie, a także rozpowszechniania wartościowych informacji (zob. Frag. 408 i Frag. 409). Funkcję tę przywoływano najczęściej w kontekście rozproszonych, oddolnych, opartych na wolontariacie inicjatyw obywatelskich, które działają w celu ograniczania dezinformacji. Warto zaznaczyć, że specyfika funkcjonowania tych przedsięwzięć może znacząco odbiegać od specyfiki podmiotów, które zajmują się tymi samymi celami w bardziej zinstytucjonalizowany sposób. W jednym z tekstów wskazywano na wykorzystywanie w oddolnych działaniach żartu, abstrakcji czy czarnego humoru (np. w postaci memów generowanych przez użytkowników) w przeciwieństwie do sprofesjonalizowanych i „poważnych” inicjatyw nadrzędnych aktorów (zob. Frag. 409). Zakładano, że ośmieszanie absurdalności niektórych narracji dezinformacyjnych może być bardziej efektywne od prób ich merytorycznego, skupionego na dowodach „odkłamывania”, ponieważ strategia ta lepiej wpisuje się w kulturę internetu. Oceniano, że działania oddolne pozostawiają użytkownikom dużą przestrzeń na swobodną ekspresję, spontaniczność i kreatywne eksperymentowanie. Wśród innych oddolnych działań wymieniano także podejmowanie świadomych decyzji konsumenckich w zakresie wspierania

finansowego mediów (zob. Frag. 410), a także celowego ograniczania korzystania z platform społecznościowych.

Frag. 408 *Cyber Elfy to międzynarodowa **sieć ochotników**, którzy poświęcają swój prywatny czas, by walczyć z rozsiewaną przez trolle kremlowską propagandą. [...] Naszym celem jest również rozpowszechnianie zweryfikowanych, prawdziwych informacji na temat tego, co dzieje się w Ukrainie, by nie udało się ich wymazać rosyjskiej propagandzie. Chciałabym podkreślić, że nie jest to działalność hakerska – bazujemy na legalnych źródłach, do których każdy z nas ma dostęp, czyli tzw. **białym wywiadzie**. (CEN-WP-22-30)*

Frag. 409 *Organizacja North Atlantic Fellas (NAFO) walczy z machiną propagandową Kremla — i wygrywa. NAFO to grupa luzaków, którzy bezceremonialnie obśmiewają rosyjską propagandę, używając absurdalnych memów, czasem na granicy dobrego smaku. Takie działania słownik miejski nazywa "shitpostingiem", a NAFO specjalizuje się w publikowaniu na Twitterze antykremlowskich memów z wizerunkiem psa rasy shiba inu, w Polsce znanym jako Pieseł. [...] NAFO wykorzystało kulturę mediów społecznościowych, która stała się częścią codziennego życia ludzi. Podczas gdy rosyjska propaganda pozostaje ściśle kontrolowana przez media wspierane przez Kreml, ta grupa zdobyła ludzi, ponieważ skupia się na żartach, daje ludziom pozytywny sposób na pokazanie swojego poparcia dla Ukrainy i każdy może do niej dołączyć. [...] wzrost NAFO wynika z inkluzywności, humoru i braku organizacji. (CEN-ON-22-27)*

Frag. 410 *Zamiast narzekać na poziom stażystów i koerkty an potralu Gazeta.pl, **znajdź kogoś, kto robi dobrą robotę, i zapłać mu za nią**. Kup drukowane (albo elektroniczne) czasopismo, dokonaj wpłaty na pracę mądrego think tanku, kup płatną subskrypcję podcastów albo wesprzyj ulubionego blogera na Patronite. (PROG-KP-19-01)*

W serwisach progresywnych formułowane były ponadto postulaty demokratycznej przebudowy internetu, które zakładały najwyższy poziom sprawczości użytkowników. Przekonywano o konieczności zwiększenia znaczenia

idei spółdzielczości, kooperatyizmu oraz partycypacji w projektowaniu współczesnych narzędzi komunikacyjnych. Wśród konkretnych proponowanych rozwiązań wymieniano m.in. decydowanie o wyborze, a także współtworzenie i przekształcanie algorytmów platform społecznościowych w celu dostosowania ich do potrzeb użytkowników, a nie właścicieli usług (zob. Frag. 411 i Frag. 412). Wskazywano także na możliwość oddolnej moderacji treści, w ramach której decyzje na temat tego, czy dana treść będzie dopuszczalna na platformie, czy nie, powinna być podejmowana przez samą społeczność, do której treść ta była skierowana, a nie nadrzędny aktor (zob. Frag. 412). Rozwiązania te przypisywały zatem dużą wartość decyzyjności i autonomii obywateli, a także synergii płynącej z ich swobodnej współpracy i samoorganizacji.

Frag. 411 *Według organizacji Panoptykon, która brała udział w pracach nad DSA, nowe przepisy dadzą właścicielowi profilu na danej platformie społecznościowej **większą kontrolę nad swoim newsfeedem.** (PROG-KP-22-29)*

Frag. 412 *Jak na Fediwersie [alternatywna, zdecentralizowana platforma społecznościowa – przyp. S.W.] rozwiązane są problemy nieprzejrzystych algorytmów i arbitralnej moderacji? **Nieprzejrzystych algorytmów po prostu nie ma (wpisy widzimy chronologicznie), a moderacja jest w rękach osób i społeczności, które zarządzają daną instancją. [...]** Oznacza to, że nie ma potrzeby tworzenia i wdrażania jednej spójnej polityki moderacji dla całego świata. Były szef Twittera ma rację, twierdząc, że jest to w zasadzie niemożliwe. Okazuje się, że **nie jest to konieczne, o ile nie upieramy się przy centralizacji.** (PROG-OKO-22-07)*

IV Zakończenie

Konkluzje

Badania zaprezentowane w niniejszej pracy stanowiły empiryczne studium dotyczące dyskursu w polskich mediach internetowych na temat przeciwdziałania dezinformacji. Analiza obejmowała sposoby konstruowania dezinformacji jako tematu medialnego, przypisywania dyskursywnych ról określonym aktorom społecznym w związku z tym tematem, a także sposobów delegitymizowania ich zaangażowania w przeciwdziałanie dezinformacji. Uwagę poświęcono również prezentowanym w tekstach poglądom w zakresie wolności słowa. W każdym z tych aspektów zwracano uwagę na lingwistyczne i retoryczne narzędzia wykorzystywane do formułowania i uzasadniania poszczególnych stanowisk oraz zaobserwowane różnice pomiędzy trzema badanymi typami mediów: centrowymi (onet.pl, wp.pl), progresywnymi (krytykapolityczna.pl, oko.press) oraz prawicowymi (niezalezna.pl, wpolityce.pl). Interpretacja wyników pozwoliła dodatkowo na zaproponowanie dwóch podejść do rozwiązywania problemu dezinformacji, które były obecne w dyskursie – ekspercko-technokratycznego oraz partycypacyjno-deliberacyjnego. Poniższe akapity prezentują podsumowanie otrzymanych rezultatów.

Ramowanie problemu dezinformacji w mediach

We wszystkich mediach poruszano temat szkodliwości treści uznawanych za niepożądane ze względu na przekazywanie komunikatów niezgodnych z prawdą. Podsumowując odpowiedź na pytanie badawcze P1.1, w odniesieniu do wskazanego zjawiska używano różnych strategii etykietowania. Dezinformacja była najpopularniejszą z nich, jednak stosowano również szereg innych, o bardzo zbliżonym lub synonimicznym znaczeniu, tj. fałsz, fake news, propaganda, nieprawda, manipulacja, teoria spiskowa, kłamstwo, błąd, wojna informacyjna, szum/chaos informacyjny, operacja informacyjna, postprawda, misinformacja, mal-informacja. Powyższe etykiety zostały zaprezentowane zgodnie z częstotliwością ich występowania w dyskursie, do czego odnosiło się pytanie badawcze P1.1.1. Ilościowy rozkład występowania tych etykiet nie wykazał znaczących różnic

między badanymi typami mediów w tym aspekcie (poza drobnymi rozbieżnościami omówionymi w pracy). Na podstawie pytania P1 przyjrano się również sposobom konceptualizacji tych pojęć w dyskursie. Próby ich definicyjnego dookreślenia oraz nakreślenia relacji między nimi były rzadko obecne w dyskursie, a jeśli już się pojawiały, to posługiwały się nieprecyzyjnymi określeniami uogólniającymi oraz terminami trudnymi do praktycznej operacjonalizacji (np. treść, która „niszczy demokrację”, jest „fałszywa” oraz/lub jest „podawana ze złą intencją”). W nielicznych tekstach podnoszono problem zbyt dużej płynności, niejasności i arbitralności stosowania omawianych terminów.

W odpowiedzi na pytanie badawcze P2 analiza wykazała występowanie szeregu toposów, które dotyczyły specyfiki zjawiska dezinformacji. W serwisach centrowych i progresywnych wskazywano na 2016 r. jako początek problemu dezinformacji. Wyrażano jednocześnie pogląd, że obecność w internecie przekazów prezentujących fałszywy obraz świata zdecydowała o zwycięstwie Donalda Trumpa w amerykańskich wyborach prezydenckich, a także referendalnej decyzji o opuszczeniu Unii Europejskiej przez Wielką Brytanię. W tym kontekście używano pojęcia epoki postprawdy, które opierało się na przekonaniu, że debata publiczna od 2016 r. przestała opierać się na faktach. W serwisach prawicowych wskazywano 2016 r. jako punktu granicznego występowało rzadziej, co można interpretować jako wyraz sceptycyzmu wobec poglądu, że dezinformacja przyczynia się do wzrostu politycznej siły środowisk prawicowych. Należy przy tym zaznaczyć, że we wszystkich typach mediów pojawiały się również odmienne opinie, zgodnie z którymi problem stosowania kłamliwych środków do promowania własnych przekonań jest nieodłącznym aspektem komunikacji politycznej i występował na długo przed 2016 r.

W dyskursie wykorzystywana była również struktura toposu kryzysu, który przyjmował charakterystyczną dla badanego dyskursu formę toposu kryzysu demokracji. Zgodnie z nim ustrój demokratyczny znajduje się współcześnie w bardzo złej kondycji, co spowodowane jest upadkiem „wspólnego oglądu rzeczywistości” wśród obywateli za sprawą destruktywnego wpływu dezinformacji. Odbiorcy zmanipulowani przez treści w mediach społecznościowych nie podejmują racjonalnych decyzji politycznych przez co demokracje nie mogą poprawnie funkcjonować. Preferowane rozwiązania tego stanu rzeczy wyrastały z toposu

przywrócenia prawdy. Zgodnie z nim należy przywrócić nadrzędny status prawdy i racjonalności w debacie publicznej, przy jednoczesnym ograniczaniu dostępu społeczeństwa do dezinformacji. Zakładano, że działania te dzięki „zniewalającej mocy prawdy” pozwolą zniwelować napięcia społeczno-polityczne, których przyczyn upatrywano w „źle poinformowanych” odbiorcach, takie jak np. postawy antyszczepionkowe, ksenofobia, sprzeciw wobec transformacji energetycznej, czy poparcie dla określonych sił politycznych.

Kolejne dwa toposy dotyczyły przekonań o skali problemu dezinformacji oraz jego skutkach. Chociaż, jak omówiono w pierwszym rozdziale, wyniki przytaczanych empirycznych badań wskazują na ograniczoną skalę i skutki tego zjawiska, to w dyskursie przedstawiano odmienną wizję. Prezentowano alarmistyczne narracje, zgodnie z którymi dezinformacja w internecie jest wszechobecna, nieustannie przybiera na sile i rozprzestrzenia się szybciej niż treści wiarygodne. Ponadto, wskazywano, że dezinformacja wywiera silny wpływ na społeczeństwo. Prowadzi ona do zmiany zachowań i poglądów odbiorców, np. jest w stanie decydować o głosowaniu przez nich na określonych kandydatów. Topos ten opierał się na redukcjonistycznej wizji efektów mediów, czyli teorii magicznego pocisku, która w komunikologii została podważona już w I połowie XX w. Zgodnie z nią komunikaty przesyłane w ramach linearnej transmisji są w stanie silnie i bezpośrednio oddziaływać na odbiorców. Perspektywa ta ignoruje dynamiczny i wieloetapowy charakter procesów komunikacyjnych, na który składają się m.in. aspekty związane z selektywną percepcją, wcześniejszymi przekonaniami odbiorców czy różnymi sposobami użytkowania mediów i czepiania z nich indywidualnych oraz grupowych gratyfikacji. Przekonanie o deterministycznych skutkach dezinformacji stanowi przykład klasycznego błędu logicznego *post hoc ergo propter hoc*, w ramach którego przyjmuje się, że to, co nastąpiło później jest skutkiem, tego, co było wcześniej, bez wnikania w faktyczną relację wynikania pomiędzy tymi zdarzeniami. Toposy dużej skali i silnego wpływu wyrażane były przy pomocy strategii wzmocnienia, które podkreślały, że twierdzenia te są generalnie obowiązujące i bezsprzecznie udowodnione. Jedynie w nielicznych tekstach przedstawiano bardziej stonowane opinie, które zwracały uwagę, że dezinformacja raczej wpisuje się w szersze problemy społeczne, niż jest ich bezpośrednią przyczyną.

Kolejnym elementem ramowania debaty o dezinformacji był topos złych użytkowników mediów. Odbiorcy byli ukazywani jako pasywny element procesów komunikacyjnych, homogeniczna „masa”, która cechuje się łatwowiernością, brakiem kompetencji medialnych i umiejętności samodzielnego myślenia. Optyka ta pomijała zatem sprawczość odbiorców. Społeczeństwo prezentowane było jako łatwy do manipulacji „tłum”, który potrzebuje paternalistycznej opieki elit symbolicznych o wyższym kapitale kulturowym.

Wszystkie wskazane toposy składały się na szerszy topos zagrożenia, w ramach którego dezinformację ramowano jako jeden z fundamentalnych problemów współczesnego świata. Zarówno w debacie o współczesnym społeczeństwie, wydarzeniach politycznych, jak i rozwoju technologii (zwłaszcza platform społecznościowych) przypisywano temu zagadnieniu status tematu o priorytetowej randze w agendzie medialnej. Topos ten miał na celu wywoływanie poczucia niepewności i strachu u odbiorców i koncentracji ich uwagi na tym zagadnieniu. Zagrożenia związane z dezinformacją prezentowano często wykorzystując retorykę wojenną. Kreowano narrację o dychotomicznym konflikcie „dobra ze złem”, w ramach którego dyskursywna grupa „my” jest atakowana przez wrogów – dyskursywne grupy „oni”. W związku z tym postulowano, że problem dezinformacji powinno się rozwiązywać zgodnie z logiką działań wojennych, czyli za pomocą stanowczych, ekstraordynaryjnych środków nadzorowanych przez silne, odgórne i scentralizowane ośrodki przywódcze.

Do opisywania specyfiki dezinformacji używano również licznych metafor. Wśród nich zidentyfikowano metafory dezinformacji jako broni, kataklizmu, rośliny oraz patogenu. Wszystkie z nich były wykorzystywane do konstruowania redukcjonistycznej wizji zjawiska dezinformacji oraz hiperbolizowania jego właściwości (np. szkody dezinformacji jak szkody pożaru). Implikowały one, że dezinformacja funkcjonuje w taki sposób jak zjawiska fizyczne, a nie kulturowe. Pomijały zatem celowość i refleksyjność ludzkich praktyk symbolicznych. Zamiast tego procesy komunikacyjne przedstawiano jako oddziaływanie jednych elementów nieposiadających świadomości na inne. Na bazie tych metafor postulowano określone działania zaradcze, których logika opierała się na sposobach przeciwdziałania zjawiskom fizycznym (np. powodzi czy pandemii), które zazwyczaj wymagają scentralizowanego zarządzania i niskiej sprawczości ogółu

uczestników. W nielicznych tekstach obecna była metafora mediów jako ekosystemu, która w sposób bardziej adekwatny oddawała specyfikę społecznych interakcji symbolicznych z ich wieloczynnikowością, nieprzewidywalnością i aktywną rolą wielu podmiotów.

Dyskursywne role w obrębie dyskursu

Kolejna część, odpowiadająca na pytanie badawcze P3 oraz składająca się na nie pytania szczegółowe, dotyczyła dyskursywnych ról, które w dyskursie o przeciwdziałaniu dezinformacji przypisywane były określonym aktorom społecznym. Analiza ta miała wymiar jakościowy z wykorzystaniem ilościowych wskaźników do obliczania częstotliwości występowania określonych kategorii w tekstach. Otrzymane rezultaty wykazały znaczące różnice pomiędzy badanymi typami mediów w tym zakresie. Wyraźnie zauważalne było zjawisko tożsamościowego konstruowania problemu dezinformacji i preferowanych rozwiązań, który był zgodny z nachyleniem światopoglądowym badanych mediów. Co więcej, dyskurs był w tym wymiarze instrumentalizowany na potrzeby globalnych oraz lokalnych konfliktów w ramach bieżącej komunikacji politycznej. W szczególności zaznaczyć trzeba, że zaobserwowano istotną różnicę w dyskursywnym konstruowaniu problemu dezinformacji pomiędzy serwisami prawicowymi z jednej strony a centrowymi i progresywnymi, które prezentowały w dużej mierze zbieżne ze sobą stanowiska, z drugiej.

Pierwsza wyszczególniona rola odnosiła się do aktorów prezentowanych jako nadawcy/beneficjenci dezinformacji. We wszystkich typach mediów prezentowano zgodną wizję, w ramach której źródłem dezinformacji jest Rosja oraz inne państwa o nachyleniu autorytarnym (np. Chiny, Korea Północna, Iran). Poza tym, zauważalne były znaczące rozbieżności. W serwisach centrowych i progresywnych problem dezinformacji rozumiany był nie tylko jako zagrożenie ze strony tych państw, ale także jako problem związany z komunikacją prawicy w rozumieniu mediów (np. TVP) i polityków prawicowych (np. Donalda Trumpa, rządu Prawa i Sprawiedliwości) czy zwolenników pseudonauki (np. przedstawicieli ruchu antyszczepionkowego). Należy przy tym zauważyć, że serwisy progresywne wyrażały tego rodzaju narrację częściej i w bardziej zdecydowany sposób, np. w serwisach centrowych rzadziej przypisywano zwolennikom pseudonauki afiliację

prawicową, a także rzadziej wskazywano polski rząd i media prawicowe jako bezpośrednich nadawców dezinformacji. Co więcej, w serwisach centrowych problem dezinformacji utożsamiany był raczej ze skrajną prawicą (np. partiami Konfederacja czy AfD), natomiast w progresywnych obejmował również ugrupowania stanowiące mniej radykalny nurt współczesnej prawicy (np. torysów w Wielkiej Brytanii). Należy przy tym zauważyć, że w serwisach progresywnych pojęcie dezinformacji pozwalało zacierać dyskursywną granicę pomiędzy zjawiskiem publikowania przekazów sprzecznych z faktami a wyrażaniem opinii z pozycji prawicowych, które nie zawierały bezpośrednich kłamstw, ale prezentowały silnie upolityczniony, stronnictwo obraz świata. Ponadto, serwisy progresywne zdecydowanie najczęściej spośród wszystkich stosowały pojęcie dezinformacji do krytyki komunikacji korporacyjnej podmiotów biznesowych, np. przemysłu paliw kopalnych.

Serwisy prawicowe konstruowały znacząco odmienne rozumienie pojęcia dezinformacji. Oprócz wspomnianej Rosji i innych państw autorytarnych koncentrowano się na roli mediów (np. TVN-u) i polityków nieprawicowych (np. polskiej opozycji parlamentarnej podczas rządów Prawa i Sprawiedliwości). W przeciwieństwie do serwisów centrowych, a zwłaszcza progresywnych, serwisy prawicowe w żadnym z tekstów nie zaprezentowały rządu Prawa i Sprawiedliwości jako nadawcy/beneficjenta dezinformacji. Warto jednak zaznaczyć, że w niektórych tekstach wskazywano w tym kontekście na Konfederację, co może świadczyć o instrumentalizowaniu dyskursu o dezinformacji na potrzeby rywalizacji politycznej wewnątrz krajowej prawicy.

Kolejna zidentyfikowana dyskursywna rola odnosiła się do aktorów, którzy prezentowani byli jako ci, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji. We wszystkich typach mediów wskazywano, że dezinformacja przedstawia w negatywnym świetle państwa demokratyczne (np. USA, Ukrainę) oraz zachodnie organizacje międzynarodowe (np. UE, NATO). Zgadzano się również, że treści tego typu starają się również dyskredytować Polskę (rozumianą jako ogół państwa), ekspertów (przede wszystkim medyków) oraz podmioty biznesowe. Poza tym, podobnie jak w przypadku nadawców/beneficjentów dezinformacji, ujawniły się istotne rozbieżności pomiędzy badanymi typami mediów. W serwisach progresywnych oraz centrowych (choć w tych drugich rzadziej) zwracano uwagę,

że dezinformacja skierowana jest przeciwko mniejszościom. W serwisach prawicowych narracja ta również była obecna, jednak odnosiła się jedynie do treści antysemitkich oraz antyukraińskich. W pozostałych typach mediów obejmowała również treści dotyczące imigrantów z innych części świata (zwłaszcza Bliskiego Wschodu i Afryki), osób LGBTQ+ oraz kobiet. W tym kontekście pojęcie dezinformacji było stosowane jako pojęcie bliskoznaczne do pojęcia mowy nienawiści. Różnica między nimi w dyskursie była rozmyta, przez co należy zakładać, że dezinformacją określano różnego rodzaju treści dyskryminujące bez względu na ich prawdziwość/fałszywość. W serwisach progresywnych i centrowych pojęcie dezinformacji stosowano także do określania treści godzących w wizerunek różnego rodzaju podmiotów nieprawicowych (np. Hillary Clinton, ruchu Black Lives Matter).

Serwisy prawicowe jako głównego aktora dezawuowanego przez dezinformację prezentowały natomiast polski rząd. Pojęcie dezinformacji wykorzystywano do dyskredytowania narracji, które wyrażały krytykę działań rządu Prawa i Sprawiedliwości oraz podległych mu instytucji (np. Straży Granicznej, spółek Skarbu Państwa), takich jak m.in.: wdrażane polityki migracyjne i ekologiczne, naruszanie zasad praworządności w zakresie sądownictwa, inwigilowanie opozycji, dyskryminowanie osób LGBTQ+, ograniczanie wolności mediów publicznych oraz prywatnych. Ponadto, jako grupę atakowaną przez środowiska progresywne i centrowe za pomocą dezinformacji przedstawiano także inne podmioty prawicowe (np. rząd Viktora Orbána) oraz Kościół katolicki oraz jego duchownych i wyznawców, nadając im cechy prześladowanej mniejszości.

Trzecia wyróżniona rola dyskursywna obejmowała aktorów, którzy prezentowani byli jako obrońcy przed dezinformacją. W tym aspekcie również zaobserwowano istotne rozbieżności pomiędzy badanymi typami mediów. Serwisy centrowe i progresywne najczęściej w tej roli prezentowały podmioty biznesowe, zwłaszcza firmy będące właścicielami najpopularniejszych platform społecznościowych i wyszukiwarek, takich jak Facebook czy YouTube. W ramach tej narracji w wielu fragmentach postulowano idee solucjonizmu technologicznego oraz samoregulacyjnego modelu zarządzania internetem, w myśl których problem dezinformacji może być rozwiązany za pomocą technologii opracowywanej i nadzorowanej przez prywatne podmioty. Serwisy prawicowe również zwracały

uwagę na zaangażowanie podmiotów biznesowych w przeciwdziałanie dezinformacji, jednak rzadziej niż pozostałe. Najczęściej w omawianej roli wymieniały one podmioty związane z rządem Prawa i Sprawiedliwości (w tym poszczególnych polityków partii, ministerstwa, spółki Skarbu Państwa, służby mundurowe i paramundurowe). Korzystając z toposu zagrożenia, serwisy prawicowe postulowały konieczności budowania scentralizowanego na wzór wojskowy, silnie zależnego od państwa systemu obrony przed dezinformacją, konstruuąc to zjawisko jako problem z zakresu bezpieczeństwa narodowego i obronności.

Wszystkie media przedstawiały spójną wizję dotyczącą państw demokratycznych i organizacji międzynarodowych, prezentując je jako ważny element przeciwdziałania dezinformacji. Szczególnie odnosiło się to do UE, również w dyskursie prawicowym, co może być zaskakujące ze względu na eurosceptyczne nachylenie dyskursu polskiej prawicy. Co istotne, w serwisach centrowych i progresywnych UE była prezentowana jako aktor, który posiada największą legitymizację do opracowywania i wdrażania regulacji mediów i technologii, co należy interpretować jako wyraz obaw przed instrumentalizowaniem inicjatyw antydezinformacyjnych do realizowania interesów politycznych przez krajowe władze. Rozbieżności pojawiły się również w odniesieniu do mediów i organizacji fact-checkingowych. Serwisy centrowe i progresywne ukazywały je w omawianej roli częściej i wskazywały w tym kontekście na konkretne podmioty o nachyleniu centrowym i progresywnym (np. CNN, „Gazeta Wyborcza”), natomiast serwisy prawicowe wskazywały oprócz tego również na podmioty o nachyleniu prawicowym (np. „Sieci”), o którym nie wspomiano w pozostałych typach mediów. Należy również podkreślić, że we wszystkich typach mediów opisywano media i organizacje fact-checkingowe jako rodzaj „arbitrów prawdy”, czyli podmiotów, które posiadają legitymizację do wyznaczania i oceniania tego, „jak jest naprawdę”. Zaobserwowano w tym kontekście, że szczególnie etykiety fact-checkingu oraz ekspertów były, w zależności od nachylenia światopoglądowego badanych serwisów, wykorzystywane do przypisywania cech niezależności i apolityczności podmiotom o wyraźnych afiliacjach politycznych. Ostatnie dwie kategorie dotyczyły pozamedialnych podmiotów prawicowych oraz nieprawicowych. We wszystkich typach mediów wskazywano na nie rzadko.

Pytanie badawcze P3.3.2 zakładało zidentyfikowanie zadań dotyczących przeciwdziałania dezinformacji, które wymieniano w kontekście poszczególnych aktorów omówionych w poprzednim akapicie. Wśród zadań tych wyróżniono:

- automatyczną detekcję dezinformacji;
- dementowanie dezinformacji;
- dostarczanie wiarygodnych informacji;
- działalność badawczą;
- działalność sygnalistyczną;
- edukowanie;
- finansowanie innych podmiotów;
- moderację treści;
- monitoring treści;
- dostarczanie narzędzi dla użytkowników;
- wywieranie presji finansowej;
- raportowanie;
- opracowywanie i wdrażanie regulacji medialnych i technologicznych;
- zapewnianie transparentności działań;
- współpracę z innymi podmiotami.

Analiza wykazała, że większość tych zadań wymieniana była w kontekście różnych aktorów. W dyskursie nie występowała jasna i spójna wizja w zakresie tego, jakie podmioty posiadają legitymizację do podejmowania poszczególnych działań i w jaki sposób powinny być z nich rozliczane. Wizje te różniły się nie tylko pomiędzy trzema badanymi typami mediów, ale również w obrębie każdego z tych typów, przypisując większą lub mniejszą odpowiedzialność, czy to prywatnym podmiotom biznesowym, publicznym, obywatelskim/pozarządowym, czy mediom.

Krytyka zaangażowania poszczególnych aktorów w przeciwdziałanie dezinformacji

Brak koherentnej wizji przekładał się na liczne spory kompetencyjne i kontrowersje wyrażane w dyskursie. Konflikty te zostały omówione poprzez odpowiedź na pytanie badawcze P3.4 i składające się na nie pytania szczegółowe. Dotyczyły one sposobów delegitymizowania zaangażowania poszczególnych

aktorów w przeciwdziałanie dezinformacji. Analiza ujawniła ambiwalentne oceny podejmowanych inicjatyw. Uwidoczniała także, że inicjatywy antydezinformacyjne często są postrzegane jako uwikłane w polityczne i ideologiczne konteksty. Wszystkie typy mediów wskazywały, że niektóre działania są podejmowane z motywacji politycznych, co prowadzi do ich instrumentalizacji w bieżącej komunikacji politycznej. Postrzegano je zatem w wielu przypadkach jako narzędzia wykorzystywane do marginalizowania opozycji politycznej lub dyskredytowania niewygodnych opinii.

Podmioty biznesowe we wszystkich typach mediów były krytykowane w zdecydowanej większości przypadków. Serwisy centrowe i progresywne prezentowały wizję, w ramach której zaangażowanie tych aktorów jest potrzebne i wartościowe, jednak wymaga udoskonalenia i większej intensyfikacji, ponieważ obecnie cechuje się m.in. zbyt dużą opieszałością, brakiem efektywności oraz transparentności. Serwisy prawicowe również zwracały uwagę na te aspekty, jednak zdecydowanie bardziej koncentrowały się na problemie nadmiernej moderacji treści i kont w mediach społecznościowych. W tym kontekście właściciele tych usług prezentowani byli jako aktorzy o „skrajnie lewicowej” afiliacji politycznej. Zarzucano im celową, ideologiczną dyskryminację idei konserwatywnych i chrześcijańskich. Narracja ta była instrumentalizowana politycznie w celu wywierania nacisku na platformy społecznościowe, aby te nie podejmowały interwencji w stosunku do żadnych treści publikowanych przez środowiska prawicowe, w tym treści o charakterze homofobicznym, rasistowskim, ksneofobicznym czy podtrzymującym stereotypy płciowe. Serwisy centrowe i progresywne również podnosiły kwestię arbitralnej moderacji, jednak w sensie uogólnionych wątpliwości dotyczących samego faktu ingerencji prywatnych podmiotów o silnej pozycji rynkowej w ustalanie i egzekwowanie zasad debaty publicznej. Należy przy tym podkreślić, że w serwisach centrowych również obecna była narracja o cancel culture, zgodnie z którą celem platform społecznościowych jest promowanie radykalnie lewicowego porządku społecznego. Polityka moderacyjną tych przedsiębiorstw była oceniana jako zbyt radykalna, a przez to opresyjna wobec centrowego „zdrowego rozsądku”. Narrację tę można interpretować jako wyraz obaw elit symbolicznych ideologicznego centryzmu wobec przekształceń współczesnej kultury, np. w kwestii debaty o nierównościach

społecznych i relacjach władzy, w tym w zakresie zwiększania reprezentacji medialnej marginalizowanych wcześniej grup społecznych. Serwisy progresywne prezentowały natomiast niespójne postulaty w zakresie zaangażowania firm technologicznych w moderację treści. Z jednej strony domagano się ich większego zaangażowania i skuteczności, z drugiej jednak podważano ich legitymizację do sprawowania nadzoru nad debatą publiczną. Wszystkie typy mediów były natomiast zgodne co do problematycznych modeli ekonomicznych platform społecznościowych, które opierają się na czerpaniu zysku z angażujących treści (w tym zawierających kłamstwa) oraz pozbawianiu mediów wpływów z reklam, co osłabia ich pozycję i jakość.

Drugim najczęściej krytykowanym aktorem, jednak jedynie w serwisach progresywnych, były pozamedialne podmioty prawicowe. Pozostałe typy mediów nie poświęcały temu zagadnieniu uwagi (ani w sposób pozytywny/neutralny, ani krytyczny). Podmiotom tym zarzucano instrumentalizację polityczną inicjatyw antydezinformacyjnych, np. zakładanie upartyjnionych organizacji fact-checkingowych, czy tłumienie opozycji poprzez ustanawianie praw, które pod pretekstem zapobiegania dezinformacji pomagają w przekształcaniu systemów demokratycznych w hybrydowe/autorytarne (np. w Węgrzech). Ponadto, zwracano również uwagę na problem deregulowania sektora dużych korporacji technologicznych oraz ograniczania wolności mediów przez podmioty prawicowe, co oceniano jako działania sprzyjające rozpowszechnianiu się problematycznych treści w internecie.

Kolejnym krytykowanym aktorem była Polska/polski rząd. Fragmenty o takim charakterze pojawiały się szczególnie w serwisach progresywnych, znacznie rzadziej w centrowych, natomiast prawie w ogóle w prawicowych. W serwisach progresywnych i centrowych prezentowano argumenty, zgodnie z którymi polskie instytucje państwowe powinny być aktywnym uczestnikiem działań antydezinformacyjnych, jednak wyrażano krytykę funkcjonowania tych instytucji pod rządami Prawa i Sprawiedliwości. Podobnie jak w przypadku podmiotów biznesowych, z jednej strony wskazywano na takie zagadnienia jak brak efektywności czy bierność, z drugiej jednak zarzucano polityczną instrumentalizację dyskursu antydezinformacyjnego. Instrumentalizacja ta miała polegać m.in. na używaniu pretekstu przeciwdziałania dezinformacji do dyskredytowania głosów

krytycznych wobec władz oraz ograniczaniu wolności mediów, np. poprzez niedopuszczanie dziennikarzy do relacjonowania kryzysu migracyjnego na granicy polsko-białoruskiej czy próby zmiany prawa medialnego. W serwisach prawicowych zwracano uwagę na zupełnie inne kwestie, takie jak zbyt niski poziom zaangażowania państwa w dostarczanie społeczeństwu wiarygodnych informacji oraz zbyt słabą ochronę prawną polityków, o których media rozpowszechniają informacje uznawane za „fałszywe”.

Pozamedialne podmioty nieprawicowe były krytykowane na równym poziomie we wszystkich typach mediów. Należy jednak podkreślić, że w roli obrońców przed dezinformacją prezentowane były one rzadko, więc zarzuty wobec nich również znalazły się jedynie w pojedynczych tekstach. W serwisach centrowych dotyczyły one instrumentalizowania dyskursu przez środowiska utożsamiane z lewicowością/progresywizmem w celu umacniania wspomnianego zjawiska cancel culture. Serwisy progresywne zwracały natomiast uwagę na zbyt niski poziom zaangażowania pozamedialnych podmiotów nieprawicowych (np. polskiej opozycji parlamentarnej) w zadania z zakresu przeciwdziałania dezinformacji.

Pierwszą kategorią aktorów, którzy spotkali się z krytyką w mniej niż połowie przypadków były państwa demokratyczne i organizacje międzynarodowe. Należy zatem uznać, że aktorzy ci byli jednymi z najbardziej konsensualnie akceptowalnych podmiotów w roli obrońców przed dezinformacją. Przypadki krytyki dotyczyły głównie UE, przy czym wykorzystywane argumenty były podobne do zarzutów wobec podmiotów biznesowych. Serwisy centrowe i progresywne kładły nacisk na zbyt małą skalę i nieefektywność działań, natomiast prawicowe na polityczną instrumentalizację dyskursu antydezinformacyjnego. W tym ujęciu UE prezentowana była jako aktor o progresywnej/lewicowej afiliacji politycznej, którego celem jest ograniczanie wolności słowa poprzez marginalizację sił wspierających bardziej konserwatywne pozycje ideologiczne – zwłaszcza rządów Polski i Węgier.

Media oraz organizacje fact-checkingowe krytykowane były z jeszcze mniejszą częstotliwością, co sprawia, że można wyciągnąć wniosek, że ich zaangażowanie w przeciwdziałanie dezinformacji było stosunkowo szeroko akceptowalne przez różne strony dyskursywnego sporu. Niemniej jednak, również

wobec nich formułowano szereg zarzutów. Zwracano uwagę na niską jakość informacji w mediach wynikającą z ich pogarszającej się sytuacji ekonomicznej. Na bazie tej narracji promowano modele subskrypcyjne oraz inne formy odpłatnego dostępu do treści w internecie. Ponadto, poruszano problem zależności mediów od elit ekonomicznych oraz politycznych, która przekłada się na ich stronnicość. Serwisy centrowe poświęcały temu zagadnieniu najmniej uwagi, prezentując raczej przekonanie o obiektywizmie mediów. Serwisy progresywne oraz prawicowe wyrażały większe zaniepokojenie tym zjawiskiem, jednak zupełnie przeciwnie oceniały jego wektor ideologiczny. Serwisy progresywne koncentrowały się na nadmiernym upolitycznieniu mediów prawicowych, a także marginalizowaniu pozycji lewicowych w mediach centrowych i wspieraniu przez nie interesów neoliberalnych elit. Serwisy prawicowe z kolei prezentowały narrację o lewicowym skrzywieniu tych samych mediów. Krytykowane były również organizacje fact-checkingowe. Z jednej strony fact-checking oceniano jako potrzebny, jednak zbyt czasochłonny i nieefektywny. Z drugiej jednak podważano zasadność samej idei fact-checkingu. W serwisach progresywnych podkreślano, że idea fact-checkingu jest wadliwa, ponieważ organizacje tego typu postrzegane są jako część „lewicowego establishmentu” przez osoby, które są szczególnie podatne na dezinformację, czyli zwolenników prawicy, a zatem ich działalność jest z góry skazana na porażkę. Serwisy prawicowe niejako potwierdzały tę narrację prezentując organizacje fact-checkingowe jako uprzedzone wobec stanowisk konserwatywnych i promujące, wspólnie z platformami społecznościowymi, mediami głównego nurtu oraz UE „liberalno-lewicową” agendę.

Ostatnią, najrzadziej krytykowaną kategorią, byli eksperci. Należy zatem ocenić, że w analizowanym dyskursie dostrzegalny był konsensus w stosunku do pozytywnej roli ekspertów w przeciwdziałaniu dezinformacji. Promowano wizję, zgodnie z którą problem ten powinien być rozwiązywany w sposób odgórny, przez „specjalistów”, którym przypisywano cechy profesjonalizmu, niezależności i bezstronności. Należy jednak zaznaczyć, że w poszczególnych typach mediów wskazywano na innych konkretnych ekspertów, również takich, którym można przypisać wyraźną afiliację polityczną. Pojedyncze przypadki krytyki, podobnie jak w przypadku wielu powyższych kategorii, dotyczyły także niewystarczających efektów działań podejmowanych przez tych aktorów.

Eksternalistyczne i internalistyczne podziały „my” kontra „oni”

Przeprowadzona analiza pozwoliła zauważyć, że w dyskursie badanych mediów występowały dwa odmienne sposoby konstruowania tożsamościowych podziałów na grupę wewnętrzną „my” oraz grupy zewnętrzne „oni”. Po pierwsze, przyjmowano perspektywę eksternalistyczną. W jej ramach we wszystkich typach mediów grupa „my” była wspólna. Rozumiano ją jako kolektywny Zachód, na który składa się wspólnota państw europejskich oraz północnoatlantyczny sojusz wojskowy (w tym Polska jako ich część). Grupą zewnętrzną była w tym ujęciu Rosja oraz inne państwa o nachyleniu autorytarnym. Narracja ta opierała się zatem na dychotomicznym konflikcie pomiędzy „demokratycznym Zachodem” a „autorytarnym Wschodem”, którego istotnym elementem jest dezinformacja jako narzędzie realizowania interesów tej drugiej grupy. Wszystkie badane media prezentowały zbliżoną wizję w tym zakresie.

Poza tym, prezentowane były również liczne ujęcia internalistyczne, które wykorzystywały pojęcie dezinformacji do opisywania wewnętrznych napięć wewnątrz kolektywnego Zachodu lub Polski. W tym wypadku badane typy mediów promowały sprzeczne ze sobą stanowiska, które zgodne były z ich nachyleniem światopoglądowym. Serwisy centrowe i progresywne, przy czym należy podkreślić, że progresywne znacznie wyraźniej, konstruowały podział „my” – obrońcy demokracji kontra „oni” – prawicowi populiści. Serwisy centrowe i prawicowe konstruowały podział „my” – przedstawiciele umiaru i zdrowego rozsądku kontra „oni” – radykalna, agresywna lewica. Serwisy progresywne wpisywały problem dezinformacji w konflikt „my” – grupy nieuprzywilejowane (mniejszości, pracownicy, aktywiści, społeczeństwo obywatelskie itp.) kontra „oni” – dominujące neoliberalne elity. Serwisy prawicowe przez grupę „my” rozumiały natomiast dyskryminowanych konserwatystów (w tym rząd Prawa i Sprawiedliwości oraz przedstawicieli Kościoła katolickiego), natomiast grupę „oni” jako wrogi i uprzedzony wobec konserwatystów „lewicowo-liberalny” sojusz, na który składają się m.in. platformy społecznościowe, media głównonurtowe, organizacje fact-checkingowe, aktywiści społeczni, a także polscy i zagraniczni politycy nieprawicowi (w tym polska opozycja parlamentarna). Z tego względu w serwisach prawicowych pojawiały się ambiwalentne oceny UE – raz prezentowanej jako część dyskursywnego „my” (walka Zachodu ze Wschodem), a raz „oni” (brukselskie elity

kontra opresjonowana prawica). Co więcej, w serwisach prawicowych formułowano również podziały na grupę „my” – Prawo i Sprawiedliwość kontra „oni” – Konfederacja, wykorzystując dyskurs antydezinformacyjny na potrzeby rywalizacji politycznej wewnątrz polskiej prawicy. Omówione różnice w postrzeganiu problemu dezinformacji w perspektywach internalistycznych pełniły szereg funkcji politycznych, które zostały podsumowane w jednej z dalszych części podsumowania.

Poglądy na temat wolności słowa

Pytanie badawcze P4 dotyczyło poglądów na temat wolności słowa, które były promowane w dyskursie w kontekście przeciwdziałania dezinformacji. Również w tym aspekcie wykazano istotne różnice pomiędzy badanymi mediami. Co więcej, stanowiska te nie były spójne również w obrębie poszczególnych typów mediów. Zarówno w serwisach prawicowych, jak i progresywnych oraz centrowych formułowano rozbieżne postulaty w zakresie prawa do publikowania fałszywych informacji. W niektórych przypadkach wyrażano przekonanie, że publiczne głoszenie nieprawdy nie jest samo z siebie zakazane, a więc ograniczanie dostępu do takich treści stanowiłoby nadmierną ingerencję w wolność słowa. Inne teksty nawoływały jednak do blokowania kłamstw, nawet jeśli prawne przepisy tego nie zakazują. Należy również zauważyć, że w niektórych tekstach stawiano również jeszcze dalej idące propozycje, które polegały na rozszerzaniu zbioru treści, do których dostęp powinien być ograniczany o materiały „szkodliwe”. Pojęcie to, podobnie jak dezinformacja, było jednak płynne i zależne od nachylenia światopoglądowego. W serwisach centrowych i progresywnych mogły one oznaczać np. treści dyskryminujące ze względu na orientację seksualną, a prawicowych np. treści przedstawiające krytykę Kościoła katolickiego.

W serwisach prawicowych w wielu fragmentach opowiadano się za „absolutną wolnością słowa”. Prezentowano zaczerpnięty z libertariańskiej myśli pogląd, że jednostkowe prawo do w pełni swobodnej wypowiedzi jest nadrzędne wobec innych praw i zasad współżycia społecznego. Pomimo tych deklaracji, jak wskazano wcześniej, również w dyskursie prawicowym domagano się w wielu przypadkach ograniczania wolności słowa. Należy zatem ocenić, że postulaty absolutnej wolności słowa stanowiły rodzaj retorycznej strategii, która polega na

odwoływaniu się do idei wolności słowa jako idei powszechnie akceptowanej w społeczeństwach demokratycznych w celu ochrony treści nienawistnych, dyskryminujących czy niezgodnych z faktami, które są zbieżne z politycznymi interesami sił prawicowych. Strategia ta była również instrumentalizowana na potrzeby komunikacji marketingowej przez alternatywne prawicowe platformy społecznościowe, które promowały się jako „wolne od cenzury”, niczym nieskrępowane przestrzenie wymiany myśli. Warto również podkreślić, że podobna narracja była wykorzystywana przez wiodące platformy społecznościowe (takie jak Facebook czy Twitter) do usprawiedliwiania swojej bezczynności wobec problematycznej komunikacji w ich usługach. Podmioty te ze względów biznesowych wzbraniały się przed reagowaniem na obecność „toksycznych” oraz wprowadzających w błąd treści, usprawiedliwiając swoją bierność dbałością o wolność słowa i demokratyczny pluralizm. W serwisach centrowych oraz progresywnych krytykowano postulaty absolutystycznej interpretacji. Argumentowano bowiem, że usuwanie niepożądanych treści z debaty publicznej jest konieczne dla zapewnienia inkluzywnej i merytorycznej dyskusji. Podkreślano, że wolność słowa bez ograniczeń może prowadzić do dominacji silniejszych aktorów społecznych nad grupami marginalizowanymi.

Istotnym wątkiem była kwestia dopuszczalności usuwania określonych treści na podstawie wewnętrznych decyzji platform społecznościowych. We wszystkich typach mediów dopuszczano taką możliwość, jednak w serwisach prawicowych, ze względu na obawy o nadmierną ingerencję w treści publikowane przez środowiska prawicowe, formułowano ją wyłącznie w kontekście dezinformacji rozumianej jako treści dotyczące COVID-19 lub pochodzące od Rosji. W serwisach centrowych i progresywnych swoboda platform w zakresie ustalania i egzekwowania zasad moderacji była zdecydowanie bardziej akceptowalna, chociaż serwisy progresywne zgłaszały jednocześnie obawy dotyczące nadmiernej ingerencji prywatnych, komercyjnych podmiotów w procesy społecznej wymiany informacji.

We wszystkich typach mediów wyrażano pogląd, że „miękką moderacją” jest bardziej pożądana od całkowitego blokowania materiałów lub profili użytkowników, ponieważ metoda ta jest mniej inwazyjna dla wolności słowa. W serwisach prawicowych podkreślano, że moderacja nie powinna w żadnym

wypadku obejmować treści publikowanych przez polityków ze względu na rzekome uprzedzenia platform technologicznych wobec konserwatywnych poglądów. W pozostałych mediach w niektórych tekstach nie zgadzano się z tą koncepcją „komunikacyjnego immunitetu”, wyrażając przekonanie, że ograniczenia swobodny wypowiedzi dotyczą również polityków. W serwisach centrowych i progresywnych promowano wizję, w której UE powinna być podmiotem, które będzie sprawował nadzór nad moderacją treści w mediach społecznościowych, natomiast w prawicowych postulowano większe zaangażowanie państwa i jego instytucji (zarówno istniejących, np. KRRiT, jak i takich, których skonstruowanie dopiero proponowano, np. Rady Wolności Słowa, czyli ciała, które w zamierzeniu miało być wybierane przez rządzącą większość parlamentarną i posiadać władzę zmieniania decyzji moderacyjnych platform społecznościowych).

Podejście ekspercko-technokratyczne a partycypacyjno-deliberacyjne

Pomimo omówionych różnic w sposobie postrzegania problemu dezinformacji oraz jego rozwiązań większość proponowanych założeń mieściła się w obrębie ekspercko-technokratycznego podejścia do zarządzania konfliktami technologicznymi. Podejście to w kontekście dezinformacji opierało się na założeniu, że we współczesnej, usieciowionej przestrzeni informacyjnej konieczne jest budowanie i podtrzymywanie asymetrycznych, scentralizowanych, odgórnych relacji władzy. W dyskursie postulowano wzmacnianie symbolicznej władzy zinstytucjonalizowanych aktorów, wśród których wymieniano m.in. instytucje państwowe, duże korporacje z branży technologii komunikacyjnych, organizacje międzynarodowe, media, organizacje fact-checkingowe czy środowiska eksperckie. „Szeregowi” użytkownicy technologii sprowadzani byli do roli biernych odbiorców, którzy nie są w stanie odpowiednio korzystać z technologii, a co za tym idzie nie powinni być włączani w procesy zarządzania nią oraz decydowania o jej właściwościach i kierunkach rozwoju.

W serwisach progresywnych proponowano jednak również alternatywne, partycypacyjno-deliberacyjne podejście. Żadne z pytań badawczych nie zakładało konstruowania typologii podejść do przeciwdziałania dezinformacji, jednak interpretacja wyników pozwoliła na zaproponowanie dwuelementowej klasyfikacji podejść wyłaniających się z dyskursu. Należy podkreślić, że podejście

partycypacyjno-deliberacyjne nie stanowiło spójnej, wyraźnie oddzielonej od podejścia ekspercko-technokratycznego propozycji. Możliwe było jednak wyróżnienie jego niektórych cech charakterystycznych. W ramach tego podejścia promowano potrzebę wypracowywania bardziej wspólnotowych, zdecentralizowanych i egalitarnych strategii przeciwdziałania dezinformacji. Krytykowano wysoce asymetryczne pod względem relacji władzy sposoby rozwiązywania problemu dezinformacji i zamiast tego postulowano metody dialogowe, procesualne. Zgodnie z tym ujęciem niezbędna do opracowywania właściwej reakcji na dezinformację jest demokratyzacja mediów oraz procesów decyzyjnych w zakresie technologii, tak aby uwzględniały one perspektywy i interesy jak najszerszego grona grup społecznych.

Zwolennicy tego podejścia skłaniali się do przekonania, że internetowa dezinformacja stanowi jeden z wielu przejawów złożonych napięć społeczno-politycznych, takich jak polaryzacja społeczna, nierówności czy spadek zaufania do instytucji demokratycznych. Co więcej, zauważano, że dezinformacja pełni szereg funkcji społecznych, które nie ograniczają się jedynie do dostarczania (fałszywej) wiedzy o świecie, ale przede wszystkim do wyrażania frustracji wobec społecznego status quo, formułowania interesów grupowych, budowania wspólnot (kreowania poczucia dyskursywnego „my” w odróżnieniu od grup zewnętrznych „oni”) czy organizowania politycznego sprzeciwu. Z tego powodu kwestionowano rozwiązania oparte na toposie przywrócenia prawdy, które zakładają „usunięcie” dezinformacji z debaty publicznej i zastąpienie jej „prawdą”. Zamiast tego zwracano uwagę na konieczność wsłuchiwania się w potrzeby grup podatnych na dezinformację i włączenia tych potrzeb w ramy debaty publicznej, zwłaszcza zasadnych obaw „przegranych” współczesnych neoliberalnych gospodarek o ich własny dobrostan. Rozwiązania ekspercko-technokratyczne zupełnie pomijają te aspekty, przez co niewłaściwie interpretują przyczyny, dla których część obywateli odrzuca dyskurs głównonurtowy i skłania się ku dezinformacji. W efekcie nie wykazują się one odpowiednią społeczną wrażliwością. Zauważano zatem, że przeciwdziałanie dezinformacji nie może przybierać formy moralistycznego potępienia obywateli oraz korygowania ich „fałszywych” przekonań, ale raczej proponowania alternatywnych dyskursów, które powinny być oparte na dowodach, ale i łatwo dostępne, empatyczne, otwarte na dialog i krytykę, przystępne do

zrozumienia, uwzględniające różne perspektywy, a dzięki temu atrakcyjne dla różnych grup społecznych, nie tylko tych bardziej uprzywilejowanych. W ramach podejścia partycypacyjno-deliberacyjnego zauważano, że problem dezinformacji nie może być ostatecznie „rozwiązany”, ale należy raczej myśleć o długotrwałym „zarządzaniu” nim. Zarządzanie to wymaga koncentracji nie tylko na technologicznych aspektach problemu, ale również wdrażania szerszych zmian istniejącego porządku społecznego, które będą czyniły go bardziej równościowym.

Na poziomie technologicznym postulowano demokratyzację, decentralizację oraz zwiększanie kontroli obywatelskiej nad współczesnymi przestrzeniami wymiany informacji, zwłaszcza platformami społecznościowymi. Skłaniano się ku odejściu od fetyszyzowania pojęć „prawdy” i „obiektywizmu”, które, jak wykazała przeprowadzona analiza, są politycznie instrumentalizowane i zamiast nich promowano idee transparentności danych oraz pluralizmu komunikowania. W stosunku do platform społecznościowych zakładano, że konieczne jest dokonanie przesunięć w komunikacyjnych relacjach władzy, w ramach których silna pozycja korporacji technologicznych powinna zostać osłabiona, a pozycja społeczeństwa obywatelskiego wzmocniona, np. poprzez wdrożenie interoperacyjności platform, większej otwartości ich designu, a także jawności i społecznego nadzoru nad moderacją treści oraz algorytmami (w tym dopuszczenie na popularne platformy alternatywnych, zewnętrznych algorytmów). W tym kontekście w dyskursie pojawiała się również idea tworzenia alternatywnych platform społecznościowych, czyli takich, które nie byłyby zarządzane przez firmy z Doliny Krzemowej, ale np. oddolnie przez społeczności online lub stanowiłyby rodzaj usług publicznych. W serwisach prawicowych również pojawiała się koncepcja alternatywnych platform, jednak w wydaniu prawicowym nie koncentrowano się na idei decentralizacji, ale raczej centralizacji w rękach zwolenników prawicy (np. tak jak np. platformy Parler, Gab, Albicla), a nie dużych korporacji technologicznych, postrzeganych jako część „lewicowo-liberalnych” sił politycznych. Ponadto, w ramach podejścia partycypacyjno-deliberacyjnego opowiadano się za zastąpieniem dotychczasowego modelu samoregulacji platform społecznościowych, modelem opartym na obligatoryjnych regulacjach ustawowych, który gwarantowałby egzekwowanie demokratycznego nadzoru nad działalnością dominujących korporacji technologicznych.

W kontekście podejścia partycypacyjno-deliberacyjnego omówiono również rolę, jaką przypisywano użytkownikom mediów w zakresie przeciwdziałania dezinformacji. Aspekt ten stanowił istotny element rozróżnienia pomiędzy podejściem ekspercko-technokratycznym a partycypacyjno-deliberacyjnym. Dla pierwszego z nich charakterystyczna była wizja opisywana w niniejszej pracy poprzez topos złych użytkowników mediów. Zgodnie z nim użytkownicy stanowią bierną, niekompetentną „masę”, która jest bardzo podatna na manipulację i potrzebuje paternalistycznego przewodnictwa nadrzędnych aktorów. Wizja ta zakłada zatem bardzo niski lub zerowy poziom sprawczości użytkowników w procesie przeciwdziałania dezinformacji. Podejście partycypacyjno-deliberacyjne wyrażało natomiast większą przychylność do wdrażania strategii opartych na dialogu, otwartości oraz symetrycznych relacjach władzy. Również w tym ujęciu przewidywano jednak różne poziomy sprawczości – od strategii o niewielkiej autonomii po działania oparte na głębokiej, oddolnej samoorganizacji obywatelskiej. Wśród działań dopuszczających najmniejszą autonomię wymieniano m.in. możliwość bycia podmiotem edukacji przez użytkowników czy zgłaszania przez nich dezinformacji do nadrzędnych aktorów, np. platform, które następnie decydują, czy dana treść powinna zostać ograniczona w debacie publicznej, czy nie. Znacznie wyższy poziom sprawczości obejmował możliwość samodzielnego weryfikowania informacji przez użytkowników czy ich wzajemnego ostrzegania się przed zagrożeniami informacyjnymi. W tym kontekście postulowano zarówno działalność indywidualną, jak i grupową, np. w postaci rozproszonych, oddolnych, opartych na wolontariacie inicjatywach obywatelskich, które działają w celu przeciwdziałania dezinformacji. Zwracano także uwagę na możliwość wykorzystywania w oddolnych działaniach humoru oraz abstrakcji (np. w postaci memów generowanych przez użytkowników) do ośmieszania i uwidaczniania absurdalności narracji dezinformacyjnych. Propozycje te dostrzegały zatem potencjał swobodnej ekspresji, spontaniczności i kreatywnego eksperymentowania w przeciwdziałaniu dezinformacji, które mogą lepiej wpisywać się w kulturę internetu niż „poważny”, moralizatorski dyskurs ekspercko-technokratyczny. Najbardziej pogłębiony poziom sprawczości zawierały w sobie idee demokratycznej przebudowy internetu. Zgodnie z nimi internet powinien „powrócić” do opisywanych w pierwszym rozdziale niniejszej pracy idei spółdzielczości,

kooperatyizmu oraz partycypacji w projektowaniu współczesnych narzędzi komunikacyjnych. Miałyby się one objawiać m.in. możliwością współtworzenia i przekształcania algorytmów w celu dostosowania ich do potrzeb użytkowników czy oddolnej moderacji treści, w ramach której decyzje na temat tego, czy dana treść będzie dopuszczalna, czy nie, powinna podejmować społeczność odbiorców, do których treść ta jest skierowana. Koncepcje te podkreślały wartość decyzyjności i autonomii obywateli, a także synergii płynącej z ich swobodnej współpracy i samoorganizacji.

Narzędzia lingwistyczne i retoryczne

Pytanie badawcze P5 zakładało zidentyfikowanie wykorzystywanych w dyskursie środków lingwistycznych oraz retorycznych. Wśród nich zwracano uwagę na strategie dyskursywne: etykietowania, orzekania, argumentowania oraz wzmacniania/tonowania. Omawiane strategie etykietowania oraz orzekania odnosiły się głównie do sposobów przypisywania określonym aktorom dyskursywnych ról oraz kreowania w ramach tych procesów dychotomicznych podziałów tożsamościowych „my” kontra „oni”, przy czym grupom wewnętrznym nadawano najczęściej cechy pozytywne (np. obrońcy wolności słowa/demokracji, prześladowani chrześcijanie, obiektywne media, niezależni eksperci), natomiast grupom zewnętrznym negatywne (np. skrajna lewica, foliarze, stronnice media społecznościowe, bierni odbiorcy). W dyskursie posługiwano się zarówno strategiami argumentowania, które charakterystyczne są dla dyskursu medialnego i politycznego (np. toposami *post hoc ergo propter hoc*, kryzysu, zagrożenia, historii, autorytetu), jak i specyficznymi dla badanego dyskursu (np. toposami kryzysu demokracji, dużej skali, silnego wpływu). Ponadto, w poszczególnych wątkach zidentyfikowano również inne schematy argumentacji stosowane do uzasadniania określonych stanowisk względem przeciwdziałania dezinformacji (np. dotyczących krytyki określonych aktorów w roli obrońców przed dezinformacją). Strategii tonowania oraz wzmacniania używano do osłabiania lub wzmacniania stopnia pewności wyrażanych poglądów, przy czym w dyskursie częściej pojawiały się strategie wzmacniania, które miały za zadanie podkreślać, że prezentowane przez autorów twierdzenia są pewne, niepodważalne, udowodnione. Wśród zidentyfikowanych środków lingwistycznych, które pełniły w dyskursie istotne

funkcje wyróżniono: hiperbole, epitety, czasowniki, metonimie, określenia uogólniające i konkretyzujące oraz metafory.

Polityczne funkcje języka i retoryki badanego dyskursu

Pytanie badawcze P7 zakładało dokonanie interpretacji politycznych funkcji badanych dyskursów, a także stosowanych w nich środków lingwistycznych i retorycznych. Po pierwsze, wiele z omówionych w niniejszej pracy strategii oraz środków (m.in. hiperbole, toposy, metafory) miało za zadanie zwiększać nasycenie emocjonalne i obrazowość prezentowanych twierdzeń. Dyskurs o dezinformacji w dużej mierze prezentowany był w sposób sensacjonalistyczny w celu przyciągnięcia uwagi odbiorców, a także budowania w nich poczucia niepewności i lęku. Zabiegi te przyczyniały się do kreowania moralnej paniki wokół zagadnienia dezinformacji – priorytetyzowania go w debacie publicznej kosztem innych problemów oraz wyolbrzymiania jego znaczenia i negatywnych właściwości (np. skali oraz silnego wpływu na społeczeństwo). Po drugie, opisany sposób ramowania dezinformacji przyczyniał się do legitymizowania ekstraordynaryjnych środków zaradczych dotyczących sfery zarządzania mediami i technologią. Wśród nich wiodąca była idea wzmacniania centralistycznej kontroli określonych aktorów nad przepływem informacji w społeczeństwie. Przy czym, jak omówiono szczegółowo w pracy, aktorzy ci byli różni w zależności od nachylenia światopoglądowego badanych mediów. W serwisach centrowych i progresywnych skłaniano się ku nadzorowi ze strony dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych, UE czy organizacji fact-checkingowych i nieprawicowych mediów. W serwisach prawicowych przede wszystkim promowano natomiast zwiększanie możliwości oddziaływania na debatę publiczną przez rząd Prawa i Sprawiedliwości oraz podległe mu instytucje (w tym służby i wojsko). We wszystkich typach mediów dyskredytowano idee demokratyzacji i decentralizacji komunikacji, przy jednoczesnym budowaniu poparcia dla przywracania pozycji i siły oddziaływania podmiotów, które stanowiły ośrodki władzy symbolicznej w epoce mediów masowych.

Po trzecie, dyskurs o przeciwdziałaniu dezinformacji służył podtrzymywaniu podziałów tożsamościowych w społeczeństwie, zgodnie z omówioną w drugim rozdziale koncepcją kwadratu ideologicznego Teuna van

Dijka. W ramach prezentowanych twierdzeń budowano i wzmacniano tożsamość grupową grupy wewnętrznej „my”, przypisywano jej pozytywne cechy oraz odpierano krytykę wobec tej grupy. Jednocześnie konstruowano także przeciwników, grupy zewnętrzne „oni”, które dyskredytowano i obarczano winą za współczesne napięcia społeczno-polityczne. Ponownie, to jakie podmioty wchodziły w skład „dobrej” grupy „my” oraz „wrogich” grup „oni” zależało od nachylenia światopoglądowego badanych mediów. Strategie te instrumentalizowano na potrzeby bieżącej rywalizacji politycznej zarówno w perspektywie eksternalistycznej (demokratyczny Zachód kontra autorytarny Wschód), jak i internalistycznej (demokraci kontra prawicowi populiści, chrześcijanie kontra lewicowa poprawność polityczna, Prawo i Sprawiedliwość kontra Konfederacja itd.).

Po czwarte, istotnym wątkiem w debacie była kwestia mediów i standardów dziennikarskich. Dyskurs o przeciwdziałaniu dezinformacji był w tym kontekście wykorzystywany do delegitymizowania określonych mediów. W serwisach centrowych i progresywnych w dużej mierze kreowano wizję mediów jako niezależnych, obiektywnych „arbitrów prawdy”. Celem tego procesu była depolityzacja hegemonii kulturowej grup dominujących i ukazywanie tego stanu rzeczy jako neutralnego, zdroworozsądkowego konsensusu, który nie posiada charakteru ideologicznego. Co więcej, dyskurs o przeciwdziałaniu dezinformacji był również w tych mediach instrumentalizowany do zacierania granic pomiędzy publikowaniem przekazów sprzecznych z faktami a wyrażaniem wyrazistych opinii czy uprawionej krytyki polityk progresywnych i centrowych z pozycji prawicowych (zgodnie z logiką „całe media prawicowe to dezinformacja, a nie konkretne publikowane w nich treści”). Równorzędną strategię stosowano w serwisach prawicowych. W wielu fragmentach prezentowały one narracje antydzienikarskie i antymedialne w stosunku do nadawców nieprawicowych (zwłaszcza takich stacji telewizyjnych jak CNN oraz polski TVN). Narracje te były instrumentalizowane na potrzeby propozycji określonych reform politycznych ograniczających wolność mediów, np. uniemożliwiania dostępu dziennikarzy do relacjonowania kryzysu migracyjnego na granicy polsko-białoruskiej czy planów wdrożenia prawa medialnego skutkującego koniecznością sprzedaży prywatnej, krytycznej wobec rządu Prawa i Sprawiedliwości stacji telewizyjnej.

Po piąte, w serwisach prawicowych nierozłącznym elementem dyskursu o przeciwdziałaniu dezinformacji był nacisk na wolność słowa rozumianą w sposób absolutystyczny. Siły prawicowe stosowały retoryczną strategię, która polegała na odwoływaniu się do idei wolności słowa jako idei powszechnie akceptowanej w społeczeństwach demokratycznych w celu ochrony obecności w debacie publicznej treści nienawistnych czy niezgodnych z faktami, które są zbieżne z politycznymi interesami tej grupy, np. dyskryminujących, stereotypowych przedstawień migrantów czy osób LGBTQ+. Kreowano narrację o wykształceniu się we współczesnych społeczeństwach zjawiska cancel culture, które według prawicowych ocen premiuje radykalnie lewicowe, niebezpieczne dla tradycyjnego porządku społecznego wartości i idee, a w nieuzasadniony sposób dyskryminuje te oparte na tradycji i chrześcijaństwie. Strategia ta miała za zadanie wywierać retoryczną presję m.in. na platformy społecznościowe oraz media na rzecz odstępowania przez te podmioty od jakiegokolwiek ingerencji w komunikację sił prawicowych, nawet tę nawołującą do nienawiści czy przemocy.

Po szóste, dyskurs o przeciwdziałaniu dezinformacji był również instrumentalizowany na potrzeby ekonomiczne. Część przedsiębiorstw powoływała się na argumenty o konieczności ograniczania dezinformacji do promowania własnych produktów i usług (np. zachęcanie przez Elona Muska do kupowania płatnych subskrypcji platformy X) lub kreowania pozytywnego wizerunku (np. sponsorowane, autopromocyjne artykuły prezentujące koncern telekomunikacyjny Orange jako obrońcę przed dezinformacją). Również w kontekście organizacji medialnych zauważono instrumentalizowanie przez nie dyskursu o dezinformacji do podtrzymywania swojej władzy symbolicznej (dominującej pozycji w procesach kreowania wizji rzeczywistości społecznej) oraz ekonomicznej (pozyskiwania pieniędzy od reklamodawców). Media te w wielu tekstach wzmacniały narrację o zgubnych, dystopijnych platformach społecznościowych. Nowe, zdigitalizowane media, które pozwalają na komunikację wielu do wielu, utożsamiano z dezinformacją, co można interpretować jako formę instrumentalizacji ekonomicznej dyskursu o przeciwdziałaniu dezinformacji przez zinstytucjonalizowane media. Co więcej, zaobserwowano również strategię, której funkcją było dyskredytowanie głosów krytycznych wobec działalności korporacji

biznesowych (np. koncernów farmaceutycznych) poprzez nazywanie krytyki tych podmiotów dezinformacją.

Wizje przeciwdziałania dezinformacji w dyskursie: liberalna, prawicowa i progresywna

Badania pokazały, że koncepcja dezinformacji była w dyskursie bardzo płynna i nieostra. Uczestnicy dyskursu rozumieli przez nią różne typy treści. Kwestia przeciwdziałania dezinformacji cechuje się zatem nieuchronnie politycznym charakterem, tzn. różne grupy nadają jej różne znaczenia dla osiągania własnych celów, np. kształtowania polityki medialnej czy dyskredytowania oponentów politycznych. Rozbieżne wyobrażenia dotyczące problemu dezinformacji przyczyniały się do podtrzymywania polaryzacji politycznej pomiędzy środowiskami prawicowymi, centrowymi oraz progresywnymi, co w efekcie przekładało się na brak konsensusu w zakresie preferowanych sposobów ochrony współczesnych przestrzeni informacyjnych przed próbami manipulacji. Z perspektywy krytycznej teorii dyskursu badane zagadnienia należy więc rozpatrywać jako przestrzeń symbolicznej rywalizacji pomiędzy różnymi wizjami porządku społecznego. Dyskursywny spór o dezinformację nie jest zatem wyłącznie sporem o prawdę, ale raczej sporem o władzę w mediach, np. w zakresie tego, kto i na jakich zasadach powinien móc uczestniczyć w debacie publicznej, do kogo ten głos będzie docierał, do jakich podmiotów powinny należeć współczesne kanały wymiany informacji oraz kto i w jakim stopniu powinien sprawować nad nimi nadzór. Pytania te mają charakter stricte normatywny, ponieważ dotyczą preferowanych reguł deliberacji w społeczeństwie. Technokratyczny, silnie nacechowany emocjonalnie, pozornie apolityczny dyskurs, który wyłania się z przeprowadzonych analiz może prowadzić do wdrażania rozwiązań nadmiernie ograniczających wolność słowa, możliwość krytyki władz czy kontestacji społecznego status quo.

Problem dezinformacji nie dotyczy wyłącznie sfery ustalania faktów, ale znacznie bardziej złożonych, dynamicznych procesów, w ramach których ludzie budują swoje tożsamości i łączą się ze sobą z wykorzystaniem interaktywnych, zdigitalizowanych technologii informacyjnych. Badacz dezinformacji, Lee McIntyre, zauważył w tym kontekście w jednym z wywiadów, że:

Ludzie czasami zastanawiają się, dlaczego nie są w stanie przekonać faktami kogoś, kto się z nimi nie zgadza. Myślę, że jedną z odpowiedzi jest to, że nie chodzi o fakty. Chodzi o zaufanie. Jeśli nie ufasz osobie, która dzieli się faktami, to nie uwierzysz w to, co mówi. (Dickinson, 2023)

W związku z tym rozwiązania antydezinformacyjne zamiast przyczyniać się zgodnie z założeniem do polepszania jakości debaty publicznej, mogą prowadzić do pogłębiania się społecznej polaryzacji oraz poczucia wykluczenia i marginalizacji przez grupy posiadające słabszą pozycję w mediach czy społeczeństwach demokratycznych w ogóle.

Utożsamianie idei demokracji z ideami „prawdy i „racjonalności”, co, jak wykazano, miało miejsce w badanym dyskursie, niesie za sobą istotne ryzyka dla idei demokracji rozumianej jako ustrój dążący do podejmowania decyzji politycznych z jak najszerzą reprezentacją obywateli, których decyzje te dotyczą. Deliberacyjne, egalitarne wizja demokracji co do zasady zakłada spór i różnorodność (Mouffe, 2015a). Prawda na polu komunikacji politycznej jest trudna do ustalenia, ponieważ polityka demokratyczna polega właśnie na kreowaniu instytucji pozwalających na przekonywanie innych do zaakceptowania „naszej” interpretacji rzeczywistości. Chantal Mouffe zauważała w tym kontekście, że „konfliktów w liberalnych demokratycznych społeczeństwach nie powinno się usuwać i nie da się usunąć, bo specyfika nowoczesnej demokracji polega właśnie na uznaniu i legitymizowaniu konfliktu” (za: Markiewka, 2020). Zamiast tego, konieczne jest kreowanie demokratycznych instytucji pozwalających na wyrażanie przez obywateli dzielących ich różnic i sprzecznych interesów.

Dominującym podejściem do przeciwdziałania dezinformacji w badanym dyskursie było podejście o charakterze liberalnym. Występowało ona zwłaszcza w serwisach centrowych, jednak jego elementy były obecne również w serwisach prawicowych i progresywnych. Zgodnie z nim debata publiczna w demokracji powinna być sferą „prawdy”, „racjonalności” oraz „zdrowego rozsądku”. W związku z tym wizja ta preferowała rozwiązania ekspercko-technokratyczne, które dążą do wzmacniania pozycji liberalnych elit symbolicznych w medialnych relacjach władzy. Co więcej, promowane były koncepcje, zgodnie z którymi problem dezinformacji, a zatem złej jakości debaty publicznej, powinien być rozwiązywany poprzez biznesowe, wolnorynkowe rozwiązania oparte na solucjonizmie technologicznym i samoregulacji prywatnych przedsiębiorstw (w tym mediów i platform

społecznościowych). „Prawda” w tym ujęciu postrzegana była jako apolityczna kategoria. Pomijano udział uwarunkowań politycznych, kulturowych, ekonomicznych czy historycznych w przyznawaniu określonym twierdzeniom statusu „prawdziwych” w danym społeczeństwie. Narracja ta miała przede wszystkim za zadanie prezentować media głównego nurtu oraz towarzyszące im instytucje (np. środowiska eksperckie, organizacje fact-checkingowe) jako głos wyrażający „czystą prawdę” o rzeczywistości, a nie jej wtórny opis dokonywany z określonych pozycji ideologicznych przyjmowanych przez grupy, które posiadają uprzywilejowany dostęp do oddziaływania na debatę publiczną. Farkas i Schou (2019) piszą w tym kontekście, że:

Idee leżące u podstaw idei ery postprawdy w dużej mierze opierają się na tropach charakterystycznych dla retoryki postpolitycznej. (...) dyskursy postprawdy rozszerzają i wzmacniają istniejące już wcześniej przemiany polityczno-gospodarcze i instytucjonalne, ponieważ promują postpolityczne formy rządów w celu rozwiązania narastającego kryzysu powodowanego przez nie same. (...) Niepokojące w tym wszystkim jest to, że obecne sposoby przeciwdziałania rzekomemu kryzysowi postprawdy grożą dalszym osłabianiem liberalnych demokracji, a także mogą nawet rozbudowywać autorytarną i technokratyczną politykę. Obecne niepokoje grożą jeszcze większym demontażem instytucji demokratycznych, zamiast ich pogłębianiem, co jest niebezpieczne dla idei liberalnej demokracji. (s. 112)

Wizja liberalna pomija egalitarne aspekty idei demokracji, które kładą nacisk na osiąganie zgody społecznej poprzez pluralistyczną, inkluzywną deliberację i partycypację. W konsekwencji proponuje ona zwiększanie nadzoru i kontroli nad „zmanipulowanym masami obywateli” przez różnego rodzaju „arbitrów prawdy”, w tym zwłaszcza tradycyjne media i organizacje polityczne. Liberalny dyskurs dąży do przywrócenia roli tych podmiotów jako dominujących gatekeeperów informacyjnych, a w kontekście mediów również wzmacniania ich potęgi finansowej, osłabionej przez postępujący obecnie kryzys tej branży. Moralna panika wokół dezinformacji może być zatem interpretowana jako wyraz obaw liberalnych elit o ich zasoby materialne (np. pozyskiwanie pieniędzy od reklamodawców) oraz symboliczne (np. zdolność narzucania agendy). Jak pisali w tym kontekście Zimmerman i Eddens (2018): „Gwałtowny wzrost niepokojów związanych z postprawdą jest [...] zjawiskiem klasowym. Liberalna, wykształcona klasa średnia nie straciła swojego przeświadczenia o posiadaniu prawa do władzy [...]. Niemniej

jednak obecne warunki wywołały poczucie niestabilności w tej klasie – a dla niektórych jej członków całkiem realną niestabilność sytuacji życiowej” (s. 16). Lęki te można ocenić jako kolejną odsłonę niechęci elit wobec redystrybucji władzy i zasobów. Fortner (2014) zauważał, że podobne argumenty podnoszone były w kontekście innych momentów społecznej emancypacji, np. w związku z demokratyzacją mediów wraz z upowszechnianiem się nowych technologii komunikacyjnych na przełomie XIX i XX w.

Omawiana wizja unikała podejmowania debaty o strukturalnych przyczynach konfliktów we współczesnych społeczeństwach demokratycznych. Dezinformacja w internecie stanowiła rodzaj wyjaśnienia monokauzalnego, w ramach którego przyjmowano, że zjawiska, takie jak wzrost populizmu, agresja polityczna, pogłębiająca się polaryzacja czy generalny brak zaufania do liberalnych instytucji mają swoje źródła w aspektach komunikacyjnych i technologicznych. Taka perspektywa pozwala na ograniczanie debaty nad wadami porządku społecznego opartego na neoliberalnym kapitalizmie, który wielu obywateli spycha w warunki prekarności. Korzystając z refleksji Mouffe (2015b), ujmowanie tych problemów jako manichejskiej „walki dobra ze złem”, a nie jako przedmiotu demokratycznego sporu, należy ocenić jako formę „moralizowania polityki”:

To coś, co możemy dostrzec dziś w różnych dziedzinach: niemożność sformułowania problemów, przed którymi społeczeństwo staje w sposób polityczny, i wyobrażenia sobie politycznych rozwiązań tych problemów sprawiają, że coraz więcej kwestii ujmuje się w kategoriach etycznych. Nie jest to oczywiście dobre dla demokracji, bo gdy oponenti nie są zdefiniowani politycznie, lecz moralnie, nie traktuje się ich jako przeciwników, tylko jako wrogów. Ze złymi żadna agonistyczna debata nie jest możliwa. Trzeba ich wyeliminować.

Wizja prawicowa, w przeciwieństwie do wizji liberalnej, obecna była jedynie w serwisach prawicowych. Podobnie jak wizja liberalna, opierała się ona na ekspercko-technokratycznym podejściu do przeciwdziałania dezinformacji. Aspektem odróżniającym te dwie wizje było przede wszystkim nachylenie światopoglądowe w stosunku do aktorów, którym przypisywano rolę obrońców przed dezinformacją. Wizja prawicowa instrumentalizowała temat przeciwdziałania dezinformacji do ustanawiania i usprawiedliwiania nadmiernej kontroli sił prawicowych nad debatą publiczną (zwłaszcza rządu Prawa

i Sprawiedliwości). Dezinformacja była w tym kontekście rozumiana jako istotny element dyskursu postrzeganego jako „lewicowo-liberalny”. Oceniano, że jest on wrogi wobec konserwatystów i z tego powodu należy dążyć do osłabienia jego pozycji w debacie publicznej. W tym ujęciu prawicowa wizja przeciwdziałania dezinformacji wpisuje się w szersze zagadnienie współczesnego prawicowego populizmu. Prawicowy populizm rozumiany jako styl komunikacji posługuje się m.in. narracjami antyestablishmentowymi połączonymi z utożsamianiem elit z radykalną lewicą i neomarksizmem, nagonką na media i dziennikarzy, stanowczym, redukcjonistycznym prezentowaniem problemów oraz wykorzystywaniem strategii wiktylizacji (np. chrześcijanie jako prześladowana mniejszość; de Vreese i in., 2018; Reisigl, 2011; Schroeder, 2018; Stier i in., 2020). Elementy te, jak omówiono w niniejszej pracy, były obecne w badanym dyskursie serwisów prawicowych. Przeciwdziałanie dezinformacji jako prawicowy slogan było wykorzystywane do wzmacniania autorytarnych tendencji w sferze medialnej, takich jak m.in. podważanie oporu wobec polityki władz, tłumienie opozycji i niedopuszczanie jej do debaty, utrudnianie pracy dziennikarzom (np. nieudostępnianie informacji publicznej, niedopuszczanie na konferencje prasowe, ograniczanie dostępu do określonych terytoriów w obrębie państwa), a także zwiększanie kontroli nad obiegiem informacji w prywatnych środkach przekazu (np. próby wymuszenia zmian właścicielskich mediów czy ustanawiania większej kontroli politycznych organów nad komunikacją w internecie). Równocześnie, obok argumentów antydezinformacyjnych, w wizji prawicowej funkcjonowała koncepcja rozszerzania zakresu wolności słowa, która była stosowana jako rodzaj argumentu polegającego na powoływaniu się na podstawowe zasady demokratyczne w celu ochrony działań sprzecznych z równościowym komponentem demokracji – zwłaszcza publikowania treści dyskryminujących i szerzących nienawiść wobec określonych grup społecznych, zwłaszcza kobiet, migrantów z Afryki i Bliskiego Wschodu oraz mniejszości rasowych i seksualnych.

W serwisach progresywnych główną oś dyskursu również wyznaczała liberalna wizja o charakterze ekspercko-technokratycznym. Poza tym, obecna w nich była również wizja progresywna o charakterze partycypacyjno-deliberacyjnym. W ramach tego podejścia zakładano nastawienie na pluralistyczny dialog, uwzględniający perspektywy różnych grup społecznych oraz większe

zaangażowanie obywateli w procesy decyzyjne dotyczące zarządzania technologiami informacyjnymi, a także dążenie do ich decentralizacji, dekomercjalizacji, a nawet deprywatyzacji. Wizja progresywna postulowała zatem odchodzenie od neoliberalnego, opartego na deregulacji, paradygmatu funkcjonowania dużych korporacji z branży technologii komunikacyjnych na rzecz wymuszania demokratycznego nadzoru nad ich usługami poprzez obligatoryjne rozwiązania o charakterze prawnym. W odróżnieniu od wizji prawicowej, skłaniano się jednak ku regulacjom na poziomie międzynarodowym (zwłaszcza UE), a nie krajowym, ponieważ zakładano, że te pierwsze powinny być bardziej odporne na autorytarne tendencje poszczególnych rządów. Poza tym, promowano inicjatywy oparte na samoorganizacji, w tym wspólnotowe zarządzanie treściami, modyfikowanie algorytmów oraz rozwój alternatywnych platform społecznościowych. Wizja progresywna wyrażała najdalej posunięty sceptycyzm wobec absolutyzacji idei prawdy i obiektywności na polu komunikacji politycznej – zamiast nich kładła większy nacisk na transparentności danych oraz inkluzywność debaty publicznej. Wizja ta prezentowała najbardziej zniuansowane spojrzenie na zapośredniczone medialne procesy komunikacyjne we współczesnych, zdigitalizowanych społeczeństwach. Dzięki temu cechowała się najbardziej wielopłaszczyznowym spojrzeniem na problemy społeczne, które w pozostałych wizjach opisywano jako skutki dezinformacji. W tym ujęciu dezinformacja była postrzegana jedynie jako jeden z symptomów szerszych zjawisk, takich jak polaryzacja polityczna czy nierówności ekonomiczne. W związku z tym przeciwdziałanie dezinformacji było traktowane jedynie jako działanie wtórne wobec konieczności wdrażania polityk adresujących te inne, bardziej strukturalne problemy. Należy jednak podkreślić, że wizja ta zawierała niewiele konkretnych propozycji rozwiązań, pozostając raczej na poziomie sloganów i wysoce uogólnionych postulatów.

Rekomendacje na rzecz przekształcania dyskursu na temat przeciwdziałania dezinformacji

Dyskurs o dezinformacji oddziałuje i z pewnością nadal będzie oddziałował na wiele aspektów współczesnego życia społecznego, w tym na to, jakie będą granice wolności słowa, jakie modele zarządzania internetem będą obowiązywały,

jaka będzie władza poszczególnych podmiotów nad debatą publiczną (np. firm technologicznych czy rządów), a związku z tym, jakie będą możliwości mobilizacji społeczno-politycznej oraz negocjowania relacji władzy za pośrednictwem mediów (np. w zakresie kwestionowania dyskursów dominujących czy ekspresji i popularyzacji dyskursów alternatywnych). Systematyczna, oparta na empirycznej analizie danych językowych wiedza dotycząca tych zagadnień jest niezbędna dla lepszego zrozumienia współczesnej, dynamicznie zmieniającej się przestrzeni medialnej oraz procesów społecznych towarzyszących tym przemianom. Przeprowadzenie badań przedstawionych w niniejszej pracy miało na celu przyczynienie się do przekształceń charakteru debaty o dezinformacji, tak aby mogła ona być bardziej wyważona, oparta na dowodach, a jednocześnie uwzględniająca nieuchronne polityczne uwikłanie zagadnienia. Otrzymane wnioski mogą być wartościowe szczególnie na potrzeby kształtowania i oceniania przyszłych koncepcji i polityk zarządzania mediami i internetem, a także programów w zakresie edukacji medialnej. Poniżej zaprezentowano szereg rekomendacji opracowanych na podstawie przeprowadzonej analizy.

Unikanie alarmistycznego i silnie nacechowanego emocjonalnie tonu

Analiza wykazała, że badany dyskurs cechował się wysoce alarmistycznym sposobem prezentowania zagadnień związanych z dezinformacją. Zagadnienia te przedstawiane były jako priorytetowe problemy współczesnego świata. Do ich opisu używano języka silnie nacechowanego emocjonalnie. Wykorzystywano m.in. omówione hiperbole, epitety czy metafory w celu wzbudzenia w odbiorcach poczucia osaczenia i strachu. Strategie te przekładały się na budowanie atmosfery paniki moralnej wokół zjawiska dezinformacji, która może służyć do legitymizowania nadmiernych środków zaradczych, zagrażających innym wartościom i regułom życia społecznego, takim jak m.in. pluralizm medialny, wolność słowa, ograniczona ingerencja władz w nadzór nad debatą publiczną czy inkluzywność. Co więcej, jak wykazały badania van Duyn i Collier (2018), sam dyskurs medialny o dezinformacji przyczynia się do obniżania zaufania obywateli do mediów jako całości. Na bazie tych obserwacji zaleca się dążenie do prowadzenia bardziej wyważonej oraz opartej na konkretnych danych (a nie wyolbrzymionych, niepotwierdzonych empirycznie przekonaniach lub sensacjonalistycznych,

wątpliwych metodologicznie analizach) debaty na temat specyfiki wyzwań związanych z rozprzestrzenianiem się informacji we współczesnych środowiskach medialnych wysokiego wyboru (*high-choice media environment*).

Unikanie silnie upolitycznionych pojęć dezinformacji oraz fake newsów

Przeprowadzone badania uwiaryściły, że pojęcia dezinformacji oraz fake newsów są bardzo nieprecyzyjne, rozmyte i różnie rozumiane przez różnych uczestników dyskursu. Co więcej, przez wielu aktorów są one celowo wykorzystywane do realizowania własnych interesów politycznych lub ekonomicznych (np. dyskredytowania oponentów politycznych, promowania usług komercyjnych). W związku z tym zaleca się dążenie do ograniczania używania tych terminów w dyskursie publicznym i zastępowania ich pojęciami posiadającymi bardziej precyzyjne konceptualizacje i definicje operacyjne, które z racji tego trudniej poddają się politycznej instrumentalizacji. Szereg dostępnych określeń, które posiadają silniejsze umocowanie w dorobku badań nad komunikacją polityczną, a co więcej w obowiązujących ramach prawnych, został omówiony w poniższych akapitach.

W kontekście opracowywania polityk przeciwdziałania zagrożeniom komunikacji sieciowej rekomenduje się podejmowanie bardziej szczegółowej refleksji nad definiowaniem oraz wyznaczaniem granic pomiędzy treściami, które są niedozwolone, a takimi, które są legalne i chronione przez wolność słowa, nawet jeżeli niektórzy aktorzy uznają je za niepożądane lub szkodliwe. Analiza wykazała, że w dyskursie o dezinformacji mieszają się ze sobą zjawiska o zdecydowanie różnym statusie, takie jak m.in. mowa nienawiści, znieważanie, zniesławienie, satyra, opinia publicystyczna, krytyka partii politycznych, organizacji religijnych czy ruchów społecznych, zagraniczne operacje wpływu oraz ingerencje w wybory. Posługiwanie się pojęciami bardziej konkretnymi, lepiej osadzonymi w tradycji demokratycznej, których przykłady podano powyżej zamiast mglistymi pojęciami dezinformacji i fake newsów jest konieczne do opracowywania klarownych zasad komunikacji zapośredniczonej przez internet. Stosowanie precyzyjnych terminów mogłoby się również przyczyniać do ograniczania arbitralności moderacji debaty publicznej przez określonych aktorów (zwłaszcza platform społecznościowych oraz

władz), jak i również minimalizowania subiektywnego poczucia pokrzywdzenia poszczególnych grup przez tę arbitralność.

Na polu nauk o mediach i komunikacji społecznej należałoby podjąć dyskusję nad powrotem do utrwalonego w dyscyplinie pojęcia propagandy, które opisuje te same zjawiska, które obecnie określane są mianem dezinformacji/fake newsów. Propaganda jest bowiem definiowana jako:

perswazyjna komunikacja masowa, która filtruje i ramuje informacje prezentowane w mediach w sposób, który silnie sprzyja konkretnym interesom, zwykle rządowym lub korporacyjnym (...). Oznacza również celowe manipulowanie opinią publiczną poprzez kłamstwa, półprawdy i selektywne opowiadanie historii. (Chandler i Munday, 2020d)

Ponieważ konceptualizacje propagandy powstawały w epoce tradycyjnych mediów masowych, to większość z nich zakłada jednokierunkowe działania komunikacyjne podejmowane przez duże podmioty (głównie instytucje polityczne), mające na celu kształtowanie percepcji odbiorców. Specyfika współczesnej komunikacji (szczególnie z użyciem internetu) uwzględnia jednak dużo bardziej złożone i rozproszone przepływy informacji – zgodnie z logiką modelu wielu do wielu. Warto zwrócić jednak uwagę, że również modele propagandy tworzone przed pojawieniem się mediów cyfrowych uwzględniały istnienie „propagandy czarnej”. Terminem tym określano przypadki rozpowszechniania propagandy, której nadawca podszywa się pod innego nadawcę lub gdy jest nieznany lub trudny do zidentyfikowania (H. Becker, 1949). W związku z tym zaleca się podejmowanie większego wysiłku dyscypliny na rzecz dostosowywania starszych (czasami zdezaktualizowanych) modeli i definicji propagandy do rzeczywistości cyfrowej niż wprowadzenie niezliczonej liczby nowych, pokrywających się znaczeniowo i mało precyzyjnych terminów. Próby tego typu są podejmowane, np. w postaci koncepcji *digital/online propaganda* (Bjola i Pamment, 2019), *disguised propaganda* (Farkas, 2018) czy *computational propaganda* (Woolley i Howard, 2018), jednak nie dominują one w dyscyplinie, ustępując popularności pojęciom dezinformacji oraz fake newsów.

Jakie względy przemawiają za „przywróceniem” miejsca pojęciu propagandy w dyskursie akademickim? Po pierwsze, mogłoby to pomóc w lepszym połączeniu aktualnych badań nad komunikacją w internecie ze spuścizną wieloletnich badań

nad konstruowaniem rzeczywistości społecznej poprzez media. Brak zakotwiczenia wielu aktualnych badań w dorobku takich dyscyplin jak m.in. nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz nauki o polityce jest istotnym problemem, na który wskazywano w poprzednich rozdziałach. Stosowanie kłamstw lub manipulacji faktami w mediach czy komunikacji politycznej nie jest zjawiskiem nowym, które zostało zapoczątkowane w 2016 roku, kiedy pojęcia dezinformacji/fake newsów zdobyły rozgłos. Nie ma więc wystarczających powodów, aby od tamtego okresu zrywać z badaniami „propagandy” i rozpoczynać badania nad „dezinformacją” w odniesieniu do tego samego fenomenu.

Po drugie, pojęcie propagandy pozwala „odłożyć na bok” nierozstrzygalne dyskusje na temat filozoficznego statusu prawdy, które nieubłagalnie wpisane są w pojęcia dezinformacji/fake newsów. Propaganda z założenia może bowiem bazować wyłącznie na faktach, które są prezentowane w stroniczy sposób dla uzyskania zakładanych przed nadawcą celów, np. dyskredytowania innych podmiotów, promowania własnej wizji porządku społecznego itd. Pojęcie propagandy lepiej obejmuje zatem różne rodzaje treści medialnych, zarówno informacyjne, jak i publicystyczne, z którymi pojęcia dezinformacji/fake newsów nie do końca sobie radzą – np. czy artykuł jasno oznaczony jako treść opiniotwórcza, który zawiera nieprecyzyjne twierdzenia, mogące wprowadzać w błąd jest fake newsem czy nie? W efekcie znajduje też lepsze zastosowanie dla badań silnie upolitycznionych mediów (*hyperpartisan media*), często o charakterze mediów alternatywnych (*alternative media*), które bazują na prezentowaniu skrajnie jednostronnej oraz antagonizującej wizji rzeczywistości (ale często bez używania kłamstw).

Należy zatem podkreślić, że koncepcja propagandy mniej koncentruje się na arbitralnych aspektach epistemologicznych (co jest prawdą), a bardziej na relacjach władzy wpisanych w procesy komunikacyjne (jak funkcjonuje władza symboliczna poszczególnych aktorów w kształtowaniu rzeczywistości społecznej, wykorzystująca zarówno treści, które mogą być oceniane jako prawdziwe jak i fałszywe). Pojęcie propagandy znacznie lepiej uwzględnia dorobek krytycznych studiów nad mediami, które pokazują, że każda treść mediów jest w pewien „zakrzywiona”, tzn. ma w sobie wpisane decyzje, osądy i uprzedzenia aktorów, którzy mają dostęp do jej tworzenia (również w mediach głównego nurtu, których

działalność stanowi istotny czynnik podtrzymywania władzy elit i utrwalania sprzyjających im ideologii, Herman i Chomsky, 2002). Przypisywanie walorów prawdziwości, rzetelności, obiektywizmu czy autorytetu poszczególnym nadawcom medialnym zawsze jest wynikiem konkretnych relacji władzy i dominacji jednych podmiotów nad innymi. Pojęcia dezinformacji/fake newsów zdają się tych procesów nie zauważać, promując wizję możliwości dostarczania „prawdziwych” treści przez „obiektywnych” nadawców, którzy nie są zanurzeni w społecznym relacjach władzy.

Unikanie prezentowania deterministycznej wizji wpływu mediów na odbiorców

Przeprowadzone badania wykazały, że dyskurs wszystkich typów mediów był mocno osadzony w toposie silnego wpływu mediów, zgodnie z którym treść mediów w bezpośredni i decydujący sposób wpływa na poglądy i zachowania obywateli. Zaleca się zatem odchodzenie w dyskursie od tej deterministycznej wizji na rzecz prezentowania bardziej adekwatnych opisów wykorzystywania mediów we współczesnych społeczeństwach. Krok ten wymaga większego uwzględniania w debacie dorobku studiów kulturowych, krytycznych oraz socjokonstruktywistycznych. Podejścia te zgodne są co do tego, że wpływ mediów nie jest wynikiem linearnej transmisji przekazów od nadawcy do odbiorcy, ale raczej złożonych procesów kulturowych, politycznych i ekonomicznych. Dzięki temu pozwalają one w bardziej dokładny sposób śledzić społeczne aspekty funkcjonowania mediów, w tym dostrzegając zjawiska aktywnej roli obywateli we współwytwarzaniu znaczeń treści medialnych czy budowania i podtrzymywania tożsamości społecznych oraz rekonfigurowania relacji władzy poprzez media. Włączanie tej refleksji do dyskursu jest niezbędne do bardziej pogłębionego rozumienia specyfiki komunikacji za pośrednictwem mediów cyfrowych, a także wykorzystywania szans i zarządzania ryzykami związanymi z ich rozwojem.

Wykorzystywanie bardziej adekwatnych metafor w odniesieniu do funkcjonowania mediów

Przedstawione rezultaty pokazały, że alarmistyczny, emocjonalny ton prezentowania zjawiska dezinformacji, a także silnie deterministyczna wizja jego

wpływu podtrzymywany był przez wykorzystywanie licznych metafor. Metafory te opisywały procesy wymiany informacji w społeczeństwie za pomocą językowych struktur odnoszących się do funkcjonowania zjawisk, takich jak m.in. wykorzystywanie broni czy rozmnażanie się chorób. Metafory te wzmacniały redukcjonistyczne rozumienie złożonych procesów konstruowania rzeczywistości społecznej z udziałem komunikacji symbolicznej. Dzięki nim legitymizowano również wdrażanie scentralizowanych, ekspercko-technokratycznych polityk, które dążą do umacniania medialnej dominacji uprzywilejowanych aktorów w debacie publicznej (w tym politycznych oraz biznesowych) kosztem rozwiązań opartych na demokratycznej deliberacji. W tym kontekście należy zachęcać do opracowywania i stosowania alternatywnych, bardziej adekwatnych sposobów „mówienia o” poruszanej problematyce. Jedną z propozycji, zidentyfikowanych w badanym dyskursie, była metafora mediów jako ekosystemu/klimatu. Pozwala ona na uwzględnianie złożonych wzajemnych oddziaływań w ramach procesów komunikacyjnych, w tym ich aspektów świadomościowych. Skłania także do poszukiwania długoterminowych, zaawansowanych sposobów zarządzania pojawiającymi się kryzysami, a nie stosowania doraźnych, punktowych działań, jak w przypadku pozostałych omówionych w pracy metafor. Metafora ekosystemu/klimatu nie stanowi jednak jedynej możliwości. Poszukiwanie alternatywnych sposobów ekspresji, wykorzystujących kreatywność i różnorodność perspektyw różnych nadawców jest niezbędna do prowadzenia bardziej rzeczowej, a jednocześnie egalitarnej debaty o przyszłości mediów.

Ograniczenia rezultatów

Końcowe uwagi niniejszej pracy zawierają powtórzenie głównych ograniczeń przeprowadzonego badania oraz wskazują proponowane kierunki dalszych badań. Jak omawiano w rozdziale metodologicznym, badania dyskursywne opierają się raczej na przyjmowaniu pragmatycznych, skoncentrowanych na problemie strategii badawczych niż wykorzystywaniu ściśle wystandaryzowanych metod i technik. Podejście to wiąże się z szeregiem trudności oraz relatywnie wysokim poziomem oddziaływania sposobów problematyzacji podejmowanych zagadnień oraz procedur stosowanych do ich badania na otrzymywane wyniki. Poniżej wskazano kluczowe kwestie w tym zakresie.

Specyfika metod jakościowych

Analiza opierała się na założeniach krytycznych studiów nad dyskursem. Podejście to jest wartościowe do dekodowania ukrytych znaczeń i ideologii w tekstach. Jednocześnie należy zaznaczyć, że otrzymywane rezultaty zawsze stanowią jedynie pewne uproszczenie badanych zagadnień – dynamiczne, skomplikowane, wieloznaczne sposoby ekspresji w ramach dyskursu prowadzane są do jednolitych, poddających się analizie kategorii, które nigdy nie są w stanie oddać pełni złożoności i różnorodności rzeczywistości, do której się odnoszą. Stanowią one jednak próbę jej teoretycznego zrozumienia. Co więcej, prowadzenie pogłębionych analiz jakościowych wiąże się z ryzykiem nadinterpretacji lub nieadekwatnego zrozumienia badanego materiału przez badacza, a także, w sposób nieunikniony, przenikania wyznawanych przez niego wartości i sposobów rozumienia świata do prowadzonych prac. Trudności te były minimalizowane m.in. za pomocą podejmowania krytycznej autorefleksji nad stosowanymi rozwiązaniami oraz sposobami interpretacji, szczegółowego wyjaśniania założeń teoretycznych i metodologicznych, a także uzupełniania analiz jakościowych wskaźnikami ilościowymi, tam gdzie było to możliwe.

Ograniczony zakres materiału badawczego

Należy podkreślić również, że otrzymane rezultaty nie stanowią uogólnionych wniosków na temat dyskursu o przeciwdziałaniu dezinformacji. Pozyskane wyniki odnoszą się jedynie do zgromadzonych danych. Dane te z konieczności cechowały się szeregiem ograniczeń. Po pierwsze, obejmowały one jedynie polski kontekst. Po drugie, przy doborze próby uwzględniono jedynie 192 teksty z sześciu internetowych serwisów informacyjno-publicystycznych. Po trzecie, zgromadzone teksty pochodziły wyłącznie z lat 2019-2022. Zdigitalizowana przestrzeń informacyjna jest zjawiskiem dynamicznym, które szybko ewoluuje i przekształca się w odpowiedzi na nowe technologie i wydarzenia społeczno-polityczne. Zaprezentowane wyniki stanowią zatem jedynie próbę uchwycenia tych fenomenów w określonym okresie. W związku z tym należy zauważyć, że prezentowane wnioski mogą w krótkim czasie stracić swoją aktualność.

Dalsze badania

Naukowe ograniczenia przeprowadzonej analizy wskazują na potrzebę prowadzenia dalszych badań nad zagadnieniami komunikacji zapośredniczonej przez internet oraz dyskursów im towarzyszących. Dalsze badania dotyczące współczesnych form propagandy powinny uwzględniać kilka kluczowych obszarów, które mogą dostarczyć bardziej kompleksowego zrozumienia tych złożonych problemów oraz przyczynić się do skuteczniejszego zarządzania nimi.

W kontekście omawianych powyżej ograniczeń, przeprowadzone analizy można w kolejnych badaniach poszerzać o większą różnorodność źródeł danych. Po pierwsze, istotne będzie dalsze dostarczanie aktualnych wyników, wykraczających poza lata 2019-2022. Po drugie, wartościowe byłoby uwzględnienie materiałów pochodzących z innych typów mediów, np. mediów branżowych (o tematyce technologiczno-medialnej), lifestylowych, religijnych, tabloidów czy szerokiej, wyłaniającej się kategorii mediów alternatywnych i obywatelskich. Po trzecie, należałoby zwrócić się również ku mediom poza internetem – telewizji, radiu, prasie. Po czwarte, potrzebne są również analizy dyskursu nie tylko w mediach, ale również innych domenach życia społecznego, np. dyskursu legislacji i strategii politycznych, komunikacji korporacyjnej i lobbingu platform społecznościowych czy propagandy państw o nachyleniu autorytarnym. Szczególnie ważna z punktu widzenia rozwoju badań nad mediami powinna być również autorefleksja nad dyskursem akademickim, z racji tego, że „podobnie (...) jak wszystkie formy tworzenia wiedzy, badania dezinformacji odzwierciedlają kulturę, aspiracje i założenia swoich twórców” (Bernstein, 2021). Jest to tym bardziej istotne, z racji tego, że „wiedza ekspercka” dotycząca współczesnych mediów stanowi amalgamat wniosków, mniej lub bardziej rygorystycznych pod względem metodologicznym, dostarczanych zarówno przez badaczy, jak i aktywistów, dziennikarzy, ustawodawców, pracowników firm technologicznych i wielu innych podmiotów o różnych motywacjach. W związku z tym, jak zauważają Camargo i Simon (2022), należy zadawać pytania dotyczące m.in. tego, kto „tworzy wiedzę” o współczesnych formach propagandy, jakim celom mogą służyć prowadzone badania, kto je finansuje oraz jakie może być ich szersze oddziaływanie społeczne (np. dostarczanie argumentów za wprowadzaniem określonych zmian prawnych czy ograniczaniem

praw człowieka). Po piąte, istotny jest również wątek badania sposobów rozumienia problemu dezinformacji przez „szeregowych” użytkowników mediów – zadawanie pytań o to, jak postrzegają oni zagrożenia związane z postępującą cyfryzacją komunikacji oraz jak oddziałuje to na ich sposoby interakcji z mediami. W tym kontekście warto byłoby pogłębić również połączenie pomiędzy badaniami nad dyskursami wokół komunikacji cyfrowej a aktualną wiedzą empiryczną o polaryzacji społecznej.

Należy przy tym podkreślić, że przeprowadzone badania odnoszą się jedynie do kontekstu polskiego. Choć, jak argumentowano wcześniej, podobne analizy zostały przeprowadzone dla innych kontekstów kulturowych (zwłaszcza Stanów Zjednoczonych i Europy Zachodniej), to nie wszystkie możliwe kierunki zostały dostatecznie rozpoznane. Trzeba zatem poszerzać wiedzę o różnych kontekstach, a następnie dokonywać zestawienia dostępnych wyników, tak aby możliwa była bardziej pogłębiona refleksja nad oddziaływaniem określonych aspektów (np. kultury politycznej, systemów medialnych i partyjnych, nierówności ekonomicznych) na kształtowanie się dyskursów wokół zagrożeń internetowej komunikacji w różnych uwarunkowaniach.

Zaprezentowane podejście sprowadza się do postulatu wzmacniania krytycznych badań nad sposobami postrzegania współczesnych form propagandy na różnych polach społecznych. Krytyczne badania wymagają przede wszystkim podejmowania bardziej pogłębionej refleksji nad wątkami ideologii oraz ekonomii politycznej komunikacji. Istotne jest analizowanie relacji władzy pomiędzy aktorami społecznymi, które są budowane lub przekształcane m.in. właśnie w ramach procesów składających się na konstruowanie dezinformacji jako problemu polityczno-społecznego. Aby było to możliwe, konieczne jest odejście od skupienia na technologicznych wymiarach zjawiska na rzecz uwzględniania jego szerszych aspektów społecznych, kulturowych i politycznych i związaną z nimi rolę wartości, symboli, emocji, a także tożsamości oraz antagonizmów grupowych. Krytyczne badania spajają zatem kilka sygnalizowanych we wcześniejszych fragmentach pracy propozycji zredefiniowania badań nad współczesnymi formami propagandy, wśród których należy wymienić: (1) odejście od twardego determinizmu i paradygmatu silnych efektów mediów na rzecz uwzględnienia dyskursywnych wymiarów kształtowania technologii oraz kulturowych

i społecznych aspektów komunikacji; (2) silniejsze połączenie z dorobkiem dyscyplin zajmujących się w przeszłości badaniami propagandy; (3) odejście od nadmiernej koncentracji na danych pozyskanych z mediów społecznościowych i ich ilościowej analizy w izolacji od szerszych struktur i procesów społecznych; (4) dowartościowanie metod jakościowych.

Bibliografia

- Abriszewski, K. (2008). Rzeczy w kontekście Teorii Aktora-Sieci. W: J. Kowalewski, W. Piasek i M. Śliwa (red.), *Rzeczy i ludzie: Humanistyka wobec materialności* (s. 103-129). Instytut Filozofii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Alemanno, A. (2018). How to Counter Fake News? A Taxonomy of Anti-fake News Approaches. *European Journal of Risk Regulation*, 9(1), 1-5. <https://doi.org/10.1017/err.2018.12>
- Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Allen, J., Howland, B., Mobius, M., Rothschild, D., Watts, D. J. (2020). Evaluating the fake news problem at the scale of the information ecosystem. *Science Advances*, 6(14), artykuł eaay3539. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aay3539>
- Altay, S., Berriche, M., Acerbi, A. (2023). Misinformation on Misinformation: Conceptual and Methodological Challenges. *Social Media + Society*, 9(1), 1-13. <https://doi.org/10.1177/20563051221150412>
- Amoretti, F., Santaniello, M. (2017). Internet Governance. W: A. Farazmand (red.), *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance* (s. 1-6). https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_3383-1
- Anderson, C. W. (2021). Fake News is Not a Virus: On Platforms and Their Effects. *Communication Theory*, 31(1), 42-61. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa008>
- Angermuller, J. (2018). Truth after post-truth: For a Strong Programme in Discourse Studies. *Palgrave Communications*, 4, artykuł 30. <https://doi.org/10.1057/s41599-018-0080-1>
- Apel organizacji praw człowieka i organizacji branżowych o zaniechanie prac nad projektem ustawy o wolności słowa w serwisach społecznościowych. (2022). <https://api.ngo.pl/media/get/172893>
- Armitage, R., Vaccari, C. (2021). Misinformation and disinformation. W: H. Tumber i S. Waisbord (red.), *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism* (s. 38-48). Routledge.
- Arterton, F. C. (1987). *Teledemocracy: Can Technology Protect Democracy?* SAGE.
- Babbie, E. R. (2004). *Badania społeczne w praktyce*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bäcker, R., Winclawska, M., Rak, J., Czechowska, L., Gadomska, G., Gajda, J., Gawron-Tabor, K., Giedz, M., Kasprowicz, D., Mateja, M., Płotka, B., Seklecka, A., Szewczak, W., Wojciechowska, J. (2016). *Metodologia badań politologicznych*. Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych.
- Badillo, P.-Y., Bourgeois, D. (2003, września 17). *Information and knowledge society and network economy: From euphoria to reality [referat]*. Economics for the future, Cambridge, Wielka Brytania. <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:77630>
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, M. B. F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F., Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216-9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>
- Bail, C. A., Guay, B., Maloney, E., Combs, A., Hillygus, D. S., Merhout, F., Freelon, D., Volfovsky, A. (2020). Assessing the Russian Internet Research Agency's impact on the political attitudes and behaviors of American Twitter users in late 2017. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(1), 243-250. <https://doi.org/10.1073/pnas.1906420116>
- Bakshy, E., Messing, S., Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Balan, V., Dumitrica, D. (2022). Technologies of last resort: The discursive construction of digital activism in Wired and Time magazine, 2010–2021. *New Media & Society*, 26(9), 5466-5485. <https://doi.org/10.1177/14614448221135886>

- Balcewicz, J. (2019). Społeczeństwo informacyjne w czasach cyfrowej rewolucji – o zjawisku bańki informacyjnej i jego następstwach. W: M. Wrzosek (red.), *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej* (s. 25-28). NASK Państwowy Instytut Badawczy.
https://cyberpolicy.nask.pl/wp-content/uploads/2019/09/Raport_CP_Deinformacja_ONLINE_s.pdf
- Ball, J. (2018). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World*. Biteback Publishing.
- Baran, S. J., Davis, D. K. (2007). *Teorie komunikowania masowego*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Barberá, P. (2020). Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization. W: N. Persily i J. A. Tucker (red.), *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (s. 34-55). Cambridge University Press.
- Barbrook, R., Cameron, A. (1996). The Californian ideology. *Science as Culture*, 6(1), 44-72.
<https://doi.org/10.1080/09505439609526455>
- Barlow, J. P. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Electronic Frontier Foundation. <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>
- Bartoszewicz, M., Gołębiowski, F. (2021). Paradoks opłacalności. Stronniczość polityczna na polskim rynku medialnym – próba syntezy. *Zarządzanie Mediami*, 9(1), 55-80.
<https://doi.org/10.4467/23540214ZM.21.002.13050>
- Bastos, M. T., Farkas, J. (2019). "Donald Trump Is My President!": The Internet Research Agency Propaganda Machine. *Social Media + Society*, 5(3), 1-13.
<https://doi.org/10.1177/2056305119865466>
- Baumann, M. (2020). 'Propaganda Fights' and 'Disinformation Campaigns': The discourse on information warfare in Russia-West relations. *Contemporary Politics*, 26(3), 288-307.
<https://doi.org/10.1080/13569775.2020.1728612>
- BBC. (2016, listopada 16). „Post-truth” declared word of the year by Oxford Dictionaries.
<https://www.bbc.com/news/uk-37995600>
- Bechmann, A. (2020). Tackling Disinformation and Infodemics Demands Media Policy Changes. *Digital Journalism*, 8(6), 855-863. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1773887>
- Bechmann, A., O'Loughlin, B. (2020). *Democracy & Disinformation: A Turn In The Debate: KVAB thinkers' report*. Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten.
<https://www.kvab.be/sites/default/rest/blobs/2557/Final%20Report%20Dem%20&%20Desinfo.pdf>
- Becker, H. (1949). The Nature and Consequences of Black Propaganda. *American Sociological Review*, 14(2), 221-235. <https://doi.org/10.2307/2086855>
- Becker, T., Slaton, C. D. (2000). *The Future of Teledemocracy*. Praeger.
- Bell, D. (1973). *The Coming of Post-industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Basic Books.
- Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press.
- Bennett, S. (2018). *Constructions of Migrant Integration in British Public Discourse: Becoming British*. Bloomsbury Academic.
- Bennett, S., Kwiatkowski, C. (2019). The Environment as an Emerging Discourse in Polish Far-Right Politics. W: B. Forchtner (red.), *The Far Right and the Environment* (s. 237-253). Routledge.
- Berger, P. L., Luckmann, T. (2018). *Społeczne tworzenie rzeczywistości: Traktat z socjologii wiedzy*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bernstein, J. (2021). *Bad News: Selling the story of disinformation*. Harper's Magazine.
<https://harpers.org/archive/2021/09/bad-news-selling-the-story-of-disinformation/>
- Bhat, P. (2022). Counter-net of Tomorrow?: Right-Wing Responses to Deplatforming Trump. W: R. E. Gutsche, Jr. (red.), *The Future of the Presidency, Journalism, and Democracy* (s. 107-126). Routledge.

- Bhatia, A. (2017). The discursive construction of terrorism and violence. W: J. Flowerdew i J. E. Richardson (red.), *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (s. 434-446). Routledge.
- Bijker, W. E. (2008). Technology, Social Construction of. W: W. Donsbach (red.), *The International Encyclopedia of Communication* (s. 1-5). John Wiley & Sons, Ltd.
<https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiect025>
- Bijker, W. E. (2009). Social Construction of Technology. W: J. K. B. Olsen, S. A. Pedersen i V. F. Hendricks (red.), *A Companion to the Philosophy of Technology* (s. 88-94). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781444310795.ch15>
- Bińczyk, E., Derra, A. (red.). (2014). *Studia nad nauką i technologią: Wybór tekstów*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Bjola, C., Pamment, J. (red.). (2019). *Countering Online Propaganda and Extremism*. Routledge.
- Blumler, J. G. (2016). Political Communication. W: G. Mazzoleni (red.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (s. 1-17). John Wiley & Sons, Ltd.
<https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc213>
- Boberg, S., Quandt, T., Schatto-Eckrodt, T., Frischlich, L. (2020). *Pandemic Populism: Facebook Pages of Alternative News Media and the Corona Crisis -- A Computational Content Analysis*. arXiv.
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2004.02566>
- Bochenek, M., Lange, R. (2019). *Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci*. NASK Państwowy Instytut Badawczy.
<https://www.nask.pl/download/30/2599/RAPORTBezWybONLINE.pdf>
- Bradshaw, S., Neudert, L.-M., Howard, P. N. (2018). *Government Responses to Malicious Use of Social Media*. Nato Strategic Communications Centre of Excellence.
<https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/01/Nato-Report.pdf>
- Bronka, J. (2022, września 23). *Stanisław Żaryn*. Serwis Rzeczypospolitej Polskiej.
<https://archive.ph/WKXg2>
- Broockman, D. E., Ferenstein, G., Malhotra, N. (2019). Dispositions and the Political Behavior of American Economic Elites: Evidence from Technology Entrepreneurs. *American Journal of Political Science*, 63(1), 212-233. <https://doi.org/10.1111/ajps.12408>
- Broockman, D. E., Kalla, J. L. (2023). When and Why Are Campaigns' Persuasive Effects Small? Evidence from the 2020 U.S. Presidential Election. *American Journal of Political Science*, 67(4), 833-849. <https://doi.org/10.1111/ajps.12724>
- Bruns, A. (2019). *Are Filter Bubbles Real?* Polity.
- Brykczyńska, T. (2022, października 19). *Maciej Świrski*. Serwis Rzeczypospolitej Polskiej.
<https://www.gov.pl/web/krrit/maciej-swirski>
- Cadwalladr, C., Graham-Harrison, E. (2018, marca 17). *Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach*. The Guardian.
<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>
- Camargo, C. Q., Simon, F. M. (2022). Mis- and disinformation studies are too big to fail: Six suggestions for the field's future. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 3(5), 1-9. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-106>
- Cap, P. (2022). *The Discourse of Conflict and Crisis. Poland's Political Rhetoric in the European Perspective*. Bloomsbury Publishing.
- Carey, J. W. (2008). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Routledge.
- Castelli, E. A. (2007). Persecution Complexes: Identity Politics and the "War on Christians". *differences*, 18(3), 152-180. <https://doi.org/10.1215/10407391-2007-014>
- Castro Seixas, E. (2021). War Metaphors in Political Communication on Covid-19. *Frontiers in Sociology*, 5, artykuł 583680. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.583680>
- Chander, A., Krishnamurthy, V. (2018). The Myth of Platform Neutrality. *Georgetown Law Technology Review*, 2(2), 400-416. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4849156>

- Chandler, D., Munday, R. (red.). (2020a). Empty signifier (floating signifier). W: *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press.
- Chandler, D., Munday, R. (red.). (2020b). Hypodermic model. W: *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press.
- Chandler, D., Munday, R. (red.). (2020c). Moral panic. W: *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press.
- Chandler, D., Munday, R. (red.). (2020d). Propaganda. W: *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press.
- Chandler, D., Munday, R. (red.). (2020e). Ritual model. W: *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press.
- Chandler, D., Munday, R. (red.). (2020f). Technological determinism. W: *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press.
- Chandler, D., Munday, R. (red.). (2020g). Two-step flow. W: *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press.
- Chłóń, T. (2021). Przeciwdziałanie dezinformacji – inicjatywy i instrumenty obywatelskie, rządowe i międzynarodowe w wybranych państwach, instytucjach i organizacjach. W: R. Kupiecki, T. Chłóń, F. Bryjka, K. Kozłowski, J. Misiuna, J. Podemska i P. Podemski (red.), *Platforma przeciwdziałania dezinformacji – budowanie odporności społecznej. Badania i Edukacja* (s. 71-92). Dom Wydawniczy Elipsa.
- Chouliaraki, L. (2008). W stronę analityki mediacji. W: N. Fairclough i A. Duszak (red.), *Krytyczna analiza dyskursu: Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej* (s. 305-342). TAIWPN UNIVERSITAS.
- Coppock, A., Hill, S. J., Vavreck, L. (2020). The small effects of political advertising are small regardless of context, message, sender, or receiver: Evidence from 59 real-time randomized experiments. *Science Advances*, 6(36), artykuł eabc4046. <https://doi.org/10.1126/sciadv.abc4046>
- Couldry, N. (1999). *The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age*. Routledge.
- Couldry, N., Hepp, A. (2016). *The Mediated Construction of Reality*. Polity.
- Council of Europe. (1997). *Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to member states on "hate speech"*. <https://rm.coe.int/1680505d5b>
- Crawford, K. (2021). *Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence*. Yale University Press.
- Creech, B. (2020). Fake news and the discursive construction of technology companies' social power. *Media, Culture & Society*, 42(6), 952-968. <https://doi.org/10.1177/0163443719899801>
- Creswell, J. W. (2013). *Projektowanie badań naukowych: Metody jakościowe, ilościowe i mieszane*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Cronin, M. M. (2006). The Liberty to Argue Freely: Nineteenth-Century Obscenity Prosecutions and the Emergence of Modern Libertarian Free Speech Discourse. *Journalism & Communication Monographs*, 8(3), 163-219. <https://doi.org/10.1177/152263790600800301>
- Cymer, K. (2022). The rise of Euroscepticism on the political scene in Poland – the case of the party Law and Justice. *Przegląd Europejski*, 3(65), 89-98. <https://doi.org/10.31338/1641-2478pe.3.22.6>
- Dahlgren, P. (2018). Media, Knowledge and Trust: The Deepening Epistemic Crisis of Democracy. *Javnost - The Public*, 25(1-2), 20-27. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418819>
- D'Ancona, M. (2017). *Post truth: The new war on truth and how to fight back*. Ebury Press.
- Danek, M. (2018). Komunikowanie polityczne w dobie fake newsów: Walka z dezinformacją w sieci. *Krakowskie Studia Małopolskie*, 23, 210-228. <https://doi.org/10.15804/ksm201811>
- Dayan, D., Katz, E. (2008). *Wydarzenia medialne: Historia transmitowana na żywo*. Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza.

- Dąbrowska-Cydzik, J. (2023, marca 8). *NASK wykrył prawie 1600 dezinformujących kont w mediach społecznościowych*. WirtualneMedia. <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/nask-wykryl-prawie-1600-dezinformujacych-kont-w-mediach-spolecznosciowych>
- de Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., Stanyer, J. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 423-438. <https://doi.org/10.1177/1940161218790035>
- Dehghan, E., Glazunova, S. (2021). 'Fake news' discourses: An exploration of Russian and Persian Tweets. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 741-760. <https://doi.org/10.1075/jlp.21032.deh>
- Delisle, J., Lee-Jahnke, H., Cormier, M. C. (2006). *Terminologia tłumaczenia*. Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Dickinson, K. (2023, września 5). *Disarming disinformation: How to understand and counter the "post-truth playbook"*. Big Think. <https://bigthink.com/the-learning-curve/on-disinformation/>
- Dobek-Ostrowska, B. (2011). *Polski system medialny na rozdrożu: Media w polityce, polityka w mediach*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Eady, G., Paskhalis, T., Zilinsky, J., Bonneau, R., Nagler, J., Tucker, J. A. (2023). Exposure to the Russian Internet Research Agency foreign influence campaign on Twitter in the 2016 US election and its relationship to attitudes and voting behavior. *Nature Communications*, 14(1), artykuł 62. <https://doi.org/10.1038/s41467-022-35576-9>
- Edelman. (2020). *Edelman Trust Barometer 2020. Special Report: Trust and the Coronavirus*. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2020-03/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Coronavirus%20Special%20Report_0.pdf
- Egelhofer, J. L., Aaldering, L., Eberl, J.-M., Galyga, S., Lecheler, S. (2020). From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term "Fake News" in their Reporting. *Journalism Studies*, 21(10), 1323-1343. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1745667>
- Egelhofer, J. L., Aaldering, L., Lecheler, S. (2021). Delegitimizing the media?: Analyzing politicians' media criticism on social media. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 653-675. <https://doi.org/10.1075/jlp.20081.ege>
- Egelhofer, J. L., Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: A framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Eireiner, A. V. (2020). Imminent dystopia? Media coverage of algorithmic surveillance at Berlin-Südkeuz. *Internet Policy Review*, 9(1), 1-19. <https://doi.org/10.14763/2020.1.1459>
- EPP Group in the European Parliament. (b.d.). *Nasze organizacje siostrzane*. Pobrano 12 lipca 2024 z: <https://www.eppgroup.eu/pl/kim-jestesmy/jak-pracujemy/nasze-organizacje-siostrzane>
- Eurotopics. (b.d.). *Poland*. Pobrano 12 lipca 2024 z: <https://www.eurotopics.net/en/142186/media?search=&country=146432&language=0&art=0&circulation=0&typ=2#>
- Fairclough, N., Duszak, A. (2008). Wstęp: Krytyczna analiza dyskursu—Nowy obszar badawczy dla lingwistyki i nauk społecznych. W: N. Fairclough i A. Duszak (red.), *Krytyczna analiza dyskursu: Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej* (s. 7-29). TAIWPN UNIVERSITAS.
- Farkas, J. (2018). Disguised Propaganda on Social Media: Addressing Democratic Dangers and Solutions. *The Brown Journal of World Affairs*, 25(1), 1-16.
- Farkas, J. (2023). News on fake news: Logics of media discourses on disinformation. *Journal of Language and Politics*, 22(1), 1-21. <https://doi.org/10.1075/jlp.22020.far>

- Farkas, J., Schou, J. (2018). Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost - The Public*, 25(3), 298-314.
<https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>
- Farkas, J., Schou, J. (2019). *Post-Truth, Fake News and Democracy: Mapping the Politics of Falsehood*. Routledge.
- Farkas, J., Schou, J. (2020). Post-Truth Discourses and their Limits: A Democratic Crisis? W: G. Terzisz, D. Klozar, E. Kuzelewska i D. Trottier (red.), *Disinformation and Digital Media as a Challenge for Democracy* (s. 103-126). Intersentia.
- Fast, K. (2018). A Discursive Approach to Mediatization: Corporate Technology Discourse and the Trope of Media Indispensability. *Media and Communication*, 6(2), 15-28.
<https://doi.org/10.17645/mac.v6i2.1311>
- Feenberg, A. (1991). *Critical Theory of Technology*. Oxford University Press.
- Feenberg, A. (2005). Critical Theory of Technology: An Overview. *Tailoring Biotechnologies*, 1(1), 47-64.
- Feenberg, A. (2016). A Critical Theory of Technology. W: U. Felt, R. Fouche, C. A. Miller i L. Smith-Doerr (red.), *The Handbook of Science and Technology Studies, fourth edition* (s. 635-663). The MIT Press.
- Fisher, M. (2009). *Capitalist Realism: Is There No Alternative?* John Hunt Publishing.
- Fiske, J. (2002). *Television Culture*. Routledge.
- Fleck, L. (2006). *Powstanie i rozwój faktu naukowego. Wprowadzenie do nauki o stylu i kolektywie myślowym*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie.
- Fletcher, R., Cornia, A., Graves, L., Nielsen, R. K. (2018). *Measuring the reach of „fake news” and online disinformation in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/measuring-reach-fake-news-and-online-disinformation-europe>
- Fletcher, R., Nielsen, R. K. (2017). Are News Audiences Increasingly Fragmented? A Cross-National Comparative Analysis of Cross-Platform News Audience Fragmentation and Duplication. *Journal of Communication*, 67(4), 476-498. <https://doi.org/10.1111/jcom.12315>
- Flick, U. (2010). *Projektowanie badania jakościowego*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Flowerdew, J., Richardson, J. E. (2017). Introduction. W: J. Flowerdew i J. E. Richardson (red.), *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (s. 1-10). Routledge.
- Fortner, R. S. (2014). The Origins of Media Theory. W: R. S. Fortner i P. M. Fackler (red.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (s. 22-36). John Wiley & Sons, Ltd.
<https://doi.org/10.1002/9781118591178.ch2>
- Fortner, R. S., Fackler, P. M. (2014). Introduction. W: R. S. Fortner i P. M. Fackler (red.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (s. xix-xxii). John Wiley & Sons, Ltd.
<https://doi.org/10.1002/9781118591178.fmatter>
- Fortner, R. S., Yanitskaya, D. V. (2014). Theoretical Perspectives on the Social Construction of Technology. W: *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (s. 535-551). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118591178.ch29>
- Freelon, D., Marwick, A., Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197-1201. <https://doi.org/10.1126/science.abb2428>
- Freelon, D., Wells, C. (2020). Disinformation as Political Communication. *Political Communication*, 37(2), 145-156. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>
- Fuchs, C. (2009). A Contribution to the Critique of the Political Economy of Transnational Informational Capitalism. *Rethinking Marxism*, 21(3), 387-402.
<https://doi.org/10.1080/08935690902955104>
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE.
<https://doi.org/10.4135/9781446270066>

- Fuchs, C., Sandoval, M. (2015). The Political Economy of Capitalist and Alternative Social Media. W: C. Atton (red.), *The Routledge Companion to Alternative and Community Media* (s. 165-175). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315717241.Chapter14>
- Fundacja Forum Bezpieczeństwa. (2022). *Przeciwdziałanie dezinformacji w Polsce. Rekomendacje systemowe*. https://ffb.org.pl/wp-content/uploads/2023/02/Raport_Przeciwdzialanie_dezinformacji.pdf
- Funke, D., Flamini, D. (b.d.). *A guide to anti-misinformation actions around the world*. Poynter. <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>
- Gajcy, A. (2021, października 2). *Jak rząd walczy sam ze sobą. Stawką kontrola nad internetem w Polsce [ANALIZA]*. Onet. <https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/kontrola-nad-internetem-rzad-walczy-sam-z-soba-analiza/ftcbdr>
- Gaumont, N., Panahi, M., Chavalarias, D. (2018). Reconstruction of the socio-semantic dynamics of political activist Twitter networks—Method and application to the 2017 French presidential election. *PLOS ONE*, 13(9), artykuł e0201879. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0201879>
- Gehl, R. W. (2015). The Case for Alternative Social Media. *Social Media + Society*, 1(2), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305115604338>
- Gerber, S. D. (2004). The politics of free speech. *Social Philosophy and Policy*, 21(2), 23-47. <https://doi.org/10.1017/S026505250421202X>
- Giddens, A. (2003). *Stanowienie społeczeństwa: Zarys teorii strukturacji*. Zysk i S-ka.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. Yale University Press.
- Giner-Sorolla, R., Chaiken, S. (1994). The causes of hostile media judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30, 165-180. <https://doi.org/10.1006/jesp.1994.1008>
- Głowiński, M., Kostkiewiczowa, T., Okopień-Sławińska, A., Sławiński, J. (1988). *Słownik terminów literackich* (J. Sławiński, Red.). Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Gonçalves, G. (2018). Political Communication. W: R. L. Heath i W. Johansen (red.), *The International Encyclopedia of Strategic Communication* (s. 1-9). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0129>
- Gonzalez, M. (2024, lutego 16). *Conservatives Must Go on Offense Against the Left's Censors*. The Heritage Foundation. <https://www.heritage.org/progressivism/commentary/conservatives-must-go-offense-against-the-lefts-censors>
- González-Bailón, S., Lazer, D., Barberá, P., Zhang, M., Allcott, H., Brown, T., Crespo-Tenorio, A., Freelon, D., Gentzkow, M., Guess, A. M., Iyengar, S., Kim, Y. M., Malhotra, N., Moehler, D., Nyhan, B., Pan, J., Rivera, C. V., Settle, J., Thorson, E., ... Tucker, J. A. (2023). Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook. *Science*, 381(6656), 392-398. <https://doi.org/10.1126/science.ade7138>
- Gorup, M. (2019). Ethics of Discourse Analysis. W: R. Iphofen (red.), *Handbook of Research Ethics and Scientific Integrity* (s. 509-530). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-76040-7_22-1
- Gorwa, R. (2018). Poland: Unpacking the Ecosystem of Social Media Manipulation. W: S. C. Woolley i P. N. Howard (red.), *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media* (s. 86-103). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190931407.003.0005>
- Gorwa, R. (2019). What is platform governance? *Information, Communication & Society*, 22(6), 854-871. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914>
- Gorwa, R. (2021). Elections, institutions, and the regulatory politics of platform governance: The case of the German NetzDG. *Telecommunications Policy*, 45(6), artykuł 102145. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102145>

- Gorwa, R., Garton Ash, T. (2020). Democratic Transparency in the Platform Society. W: N. Persily i J. A. Tucker (red.), *Social Media and Democracy: The State of the Field* (s. 286-312). Cambridge University Press.
- Gostkowska, K. (2014). Terminy językoznawcze w więzieniu systemu – na przykładzie terminów używanych przez de Saussure’a i ich polskich odpowiedników. *Roczniki Humanistyczne*, 62(8), 49-64.
- Graeber, D. (2016). *Utopia regulaminów. O technologii, tępcie i ukrytych rozkoszach biurokracji*. Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Greene, C. M., Murphy, G. (2021). Quantifying the effects of fake news on behavior: Evidence from a study of COVID-19 misinformation. *Journal of Experimental Psychology. Applied*, 27(4), 773-784. <https://doi.org/10.1037/xap0000371>
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374-378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>
- Grobler, A. (2006). *Metodologia nauk*. Wydawnictwo Aureus.
- Grupa Defence24. (2022). *Identyfikacja otoczenia i uwarunkowań systemowych administracji publicznej w Polsce w kontekście współpracy z organizacjami pozarządowymi w zakresie przeciwdziałania rosyjskiej dezinformacji i propagandzie: Luki, potrzeby, rekomendacje*. <https://pap-mediroom.pl/sites/default/files/2023-01/Identyfikacja%20otoczenia%20i%20uwarunkowa%C5%84%20systemowych%20administracji%20publicznej%20w%20Polsce%20w%20kontek%C5%9Bcie%20wsp%C3%B3%82pracy%20z%20organizacjami%20poza%C4%85dowymi%20w%20zakresie%20przeciwdzia%C5%82ania.pdf>
- Guess, A., Aslett, K., Tucker, J., Bonneau, R., Nagler, J. (2021). Cracking Open the News Feed: Exploring What U.S. Facebook Users See and Share with Large-Scale Platform Data. *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 1, 1-48. <https://doi.org/10.51685/jqd.2021.006>
- Guess, A., Lyons, B. (2020). Misinformation, Disinformation, and Online Propaganda. W: N. Persily i J. A. Tucker (red.), *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (s. 10-33). Cambridge University Press.
- Guess, A., Nagler, J., Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), artykuł eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Guess, A., Nyhan, B., Reifler, J. (2018). *Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign*. European Research Council. <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2018/01/fake-news-2016.pdf>
- Gunther, A. C., Schmitt, K. (2004). Mapping Boundaries of the Hostile Media Effect. *Journal of Communication*, 54(1), 55-70. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02613.x>
- Hainscho, T. (2022). Calling the news fake: The underlying claims about truth in the post-truth era. *Philosophy & Social Criticism*, 49(7), 786-797. <https://doi.org/10.1177/01914537211066854>
- Hall, S. (2018). Encoding and Decoding in the Television Discourse [originally 1973; republished 2007]. W: D. Morley (red.), *Essential Essays, Volume 1* (s. 257-276). Duke University Press. <https://doi.org/10.1515/9781478002413-014>
- Hanson, J. (2014). Empowerment and Online Social Networking. W: R. S. Fortner i P. M. Fackler (red.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (s. 572-590). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118591178.ch31>
- Harsin, J. (2018). Post-Truth and Critical Communication Studies. W: *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>
- Hasson, P. J. (2020). *The Manipulators: Facebook, Google, Twitter, and Big Tech's War on Conservatives*. Regnery.

- Haupt, J. (2021). Facebook futures: Mark Zuckerberg's discursive construction of a better world. *New Media & Society*, 23(2), 237-257. <https://doi.org/10.1177/1461444820929315>
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Routledge.
- Hepp, A. (2012). Mediatization and the 'molding force' of the media. *Communications*, 37(1), 1-28. <https://doi.org/10.1515/commun-2012-0001>
- Hepp, A., Krotz, F. (2014). Mediatized Worlds—Understanding Everyday Mediatization. *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*, 1-15. https://doi.org/10.1057/9781137300355_1
- Herman, E. S., Chomsky, N. (2002). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon.
- Heywood, A. (2008). *Politologia*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hindman, M., Barash, V. (2018). *Disinformation, "Fake News" and Influence Campaigns on Twitter*. Knight Foundation. https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/238/original/KF-DisinformationReport-final2.pdf
- Hollyer, J. R., Rosendorff, B. P., Vreeland, J. R. (2019, kwiecień 5). *Fake news is bad news for democracy*. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/politics/2019/04/05/fake-news-is-bad-news-democracy/>
- Hwang, T. (2020, czerwiec 1). *Deconstructing the Disinformation War*. MediaWell. <https://mediawell.ssrc.org/expert-reflections/deconstructing-the-disinformation-war/>
- Iosifidis, P., Nicoli, N. (2020). The battle to end fake news: A qualitative content analysis of Facebook announcements on how it combats disinformation. *International Communication Gazette*, 82(1), 60-81. <https://doi.org/10.1177/1748048519880729>
- Iyengar, S., Sood, G., Lelkes, Y. (2012). Affect, Not Ideology: A Social Identity Perspective on Polarization. *The Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405-431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Iyengar, S., Westwood, S. J. (2015). Fear and Loathing across Party Lines: New Evidence on Group Polarization. *American Journal of Political Science*, 59(3), 690-707. <https://doi.org/10.1111/ajps.12152>
- Jäger, S. (2001). Discourse and Knowledge: Theoretical and Methodological Aspects of a Critical Discourse and Dispositive Analysis. W: R. Wodak i M. Meyer (red.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (s. 32-62). SAGE.
- Jarvis, S. E., Barroquillo, K. M. (2019). Political Communication. W: D. W. Stacks, M. B. Salwen i K. C. Eichhorn (red.), *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (s. 447-462). Routledge.
- Jaskiernia, A. (2019). Europejska walka z dezinformacjami i nielegalnymi treściami w sieci. Obrona jakości mediów w Unii Europejskiej i w Radzie Europy. *Studia Medioznawcze*, 20(4), 384-394. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2019.4.128>
- Jessop, B. (2008). Kulturowa ekonomia polityczna a analiza dyskursu. W: N. Fairclough i A. Duszak (red.), *Krytyczna analiza dyskursu: Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej* (s. 121-148). TAIWPN UNIVERSITAS.
- Jørgensen, M., Phillips, L. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. SAGE.
- Jungherr, A., Schroeder, R. (2021). Disinformation and the Structural Transformations of the Public Arena: Addressing the Actual Challenges to Democracy. *Social Media + Society*, 7(1), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305121988928>
- Kalla, J. L., Broockman, D. E. (2018). The Minimal Persuasive Effects of Campaign Contact in General Elections: Evidence from 49 Field Experiments. *American Political Science Review*, 112(1), 148-166. <https://doi.org/10.1017/S0003055417000363>
- Katz, E., Blumler, J. G., Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.

- Katz, E., Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Free Press.
- KhosraviNik, M. (2020). Digital meaning-making across content and practice in social media critical discourse studies. *Critical Discourse Studies*, 19(2), 119-123.
<https://doi.org/10.1080/17405904.2020.1835683>
- Kienpointner, M. (2017). Rhetoric and argumentation. W: J. Flowerdew i J. E. Richardson (red.), *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (s. 228-241). Routledge.
- Kleinman, Z. (2024, maja 23). *Scarlett Johansson's AI row has echoes of Silicon Valley's bad old days*. BBC. <https://www.bbc.com/news/articles/cgrr70zm41mo>
- Knight Foundation. (2018). *Americans' views of misinformation in the news and how to counteract it*. https://knightfoundation.org/wp-content/uploads/2020/03/KnightFoundation_Misinformation_Report_FINAL_3_.pdf
- Knight Foundation. (2020). *Four in five Americans concerned misinformation will influence election*. <https://knightfoundation.org/articles/four-in-five-americans-concerned-misinformation-will-influence-election/>
- Knorr-Cetina, K. (1999). *Epistemic cultures: How the sciences make knowledge*. Harvard University Press.
- Knorr-Cetina, K. (2014). Etnograficzne studium pracy naukowej: W stronę konstruktywistycznej interpretacji nauki. W: E. Bińczyk i A. Derra (red.), *Studia nad nauką i technologią. Wybór tekstów* (s. 181-212). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Komisja Europejska. (2018a). *Flash Eurobarometer 464. Report. Fake news and disinformation online*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2183>
- Komisja Europejska. (2018b). *Zwalczanie dezinformacji w internecie: Podejście europejskie, COM(2018) 236 final*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN>
- Komisja Europejska. (2018c, kwietnia 26). *Dezinformacja uderza w demokrację*. https://poland.representation.ec.europa.eu/news/dezinformacja-uderza-w-demokracje-2018-04-26_pl
- Komisja Europejska. (2019). *Sprawozdanie z realizacji planu działania przeciwko dezinformacji*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019JC0012>
- Kowalska-Chrzanowska, M., Krysiński, P., Pamuła, N. (2024). *Metody i narzędzia budowania społecznej odporności na dezinformację: Od fact-checkingu po edukację medialną*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Krämer, B. (2018). Populism, Media, and the Form of Society. *Communication Theory*, 28(4), 444-465. <https://doi.org/10.1093/ct/qty017>
- Krauz-Mozer, B. (2007). *Teorie polityki: Założenia metodologiczne*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Królikowska, P. (2015). *Discourse of conflict as political genre* [Niepublikowana rozprawa doktorska]. Uniwersytet Łódzki. <https://dspace.uni.lodz.pl/xmlui/handle/11089/11885>
- Krytyka Polityczna. (b.d.). *About us*. Pobrano 27 listopada 2023 z: <https://krytykapolityczna.pl/onas/eng/>
- Krzyżanowski, M. (2008). Konstrukcja tożsamości narodowych i europejskich w polskim dyskursie politycznym po roku 1989: Analiza dyskursywno-historyczna. W: N. Fairclough i A. Duszak (red.), *Krytyczna analiza dyskursu: Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej* (s. 267-303). TAIWPN UNIVERSITAS.
- Krzyżanowski, M. (2015). International leadership re-/constructed?: Ambivalence and heterogeneity of identity discourses in European Union's policy on climate change. *Journal of Language and Politics*, 14(1), 110-133. <https://doi.org/10.1075/jlp.14.1.06krz>
- Krzyżanowski, M. (2020). Discursive shifts and the normalisation of racism: Imaginaries of immigration, moral panics and the discourse of contemporary right-wing populism. *Social Semiotics*, 30(4), 503-527. <https://doi.org/10.1080/10350330.2020.1766199>

- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice and Using Software*. SAGE.
- Kuckartz, U., Rädiker, S. (2020). *Analyzing Qualitative Data with MAXQDA: Text, Audio, and Video*. Springer.
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Jerit, J., Schwieder, D., Rich, R. F. (2000). Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship. *Journal of Politics*, 62(3), 790-816. <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00033>
- Kuo, R., Marwick, A. (2021). Critical disinformation studies: History, power, and politics. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 2(4), 1-12. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-76>
- Kuś, M., Barczyszyn-Madziarz, P. (2020). Fact-checking initiatives as promoters of media and information literacy: The case of Poland. *Central European Journal of Communication*, 13(2), 249-265. [https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2\(26\).6](https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2(26).6)
- Laclau, E., Liisberg, M., Borriello, A., De Cleen, B. (2020). Politics as construction of the unthinkable: *Journal of Language and Politics*, 20(1), 10-21. <https://doi.org/10.1075/jlp.20078.lac>
- Lakoff, G. (1991). Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf. *Peace Research*, 23(2/3), 25-32.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1988). *Metafora w naszym życiu*. Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Lasswell, H. D. (2013). *Propaganda Technique in the World War*. Martino Fine Books.
- Latour, B. (2010). *Splatając na nowo to, co społeczne: Wprowadzenie do teorii aktora-sieci*. TAIWPN UNIVERSITAS.
- Latour, B. (2014). Dajcie mi laboratorium a poruszę świat. W: E. Bińczyk i A. Derra (red.), *Studia nad nauką i technologią. Wybór tekstów* (s. 139-178). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Latour, B., Woolgar, S. (2020). *Życie laboratoryjne: Konstruowanie faktów naukowych*. Narodowe Centrum Kultury.
- Law, J. (2014). Uwagi na temat teorii aktora-sieci: Wytwarzanie ładu, strategia i heterogeniczność, w: E. Bińczyk. W: E. Bińczyk i A. Derra (red.), *Studia nad nauką i technologią. Wybór tekstów* (s. 215-237). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Leyva, R., Beckett, C. (2020). Testing and unpacking the effects of digital fake news: On presidential candidate evaluations and voter support. *AI & SOCIETY*, 35(4), 969-980. <https://doi.org/10.1007/s00146-020-00980-6>
- Li, J., Su, M.-H. (2020). Real Talk About Fake News: Identity Language and Disconnected Networks of the US Public's "Fake News" Discourse on Twitter. *Social Media + Society*, 6(2), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305120916841>
- Lipiński, A. (2020). Constructing „the Others” as a Populist Communication Strategy. The Case of the „Refugee Crisis” in Discourse in the Polish Press. W: A. Stępińska (red.), *Populist Discourse in the Polish Media* (s. 155-180). Adam Mickiewicz University in Poznań Faculty of Political Science and Journalism.
- Lisowska-Magdziarz, M. (2006). *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*. Wydawnictwo UJ.
- López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Direito-Rebollal, S., Vázquez-Herrero, J. (2020). From Meta-Journalism and Post-Journalism to Total Journalism. W: J. Vázquez-Herrero, S. Direito-Rebollal, A. Silva-Rodríguez, i X. López-García (red.), *Journalistic Metamorphosis: Media Transformation in the Digital Age* (s. 199-207). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36315-4_15
- Luhmann, N. (2012). *Systemy społeczne: Zarys ogólnej teorii*. Zakład Wydawniczy „Nomos”.

- Łukawski, P. (2022, kwietnia 19). *Portal Niezależna.pl najpopularniejszym konserwatywnym portalem w Polsce. Dziękujemy!* Niezależna. <https://niezalezna.pl/media/portal-niezaleznapl-najpopularniejszym-konserwatywnym-portalem-w-polsce-dziekujemy/439212>
- Macgilchrist, F. (2017). Textbooks. W: J. Flowerdew i J. E. Richardson (red.), *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (s. 525-539). Routledge.
- Mach, Z. (2022). Right-wing populism, Euroscepticism, and neo-traditionalism in Central and Eastern Europe. W: J. Sondel-Cedarmas i F. Berti (red.), *The Right-Wing Critique of Europe* (s. 22-31). Routledge.
- Madsen, K. B. (1980). *Współczesne teorie motywacji: Naukownawcza analiza porównawcza*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Maj, P. (2014). Uwarunkowania rywalizacji politycznej Platformy Obywatelskiej RP i Prawa i Sprawiedliwości. *Polityka i Społeczeństwo*, 12(03), 32-44.
- Majmurek, J. (2016, grudnia 5). *Post-prawda, czyli o świecie, w którym ciągle można wierzyć w zamach smoleński*. Newsweek. <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/post-prawda-slowem-roku-2016-czym-jest-post-prawda-i-jak-wplywa-na-polityke/yey7zrp>
- Malhotra, N., Kuo, A. G. (2008). Attributing Blame: The Public's Response to Hurricane Katrina. *The Journal of Politics*, 70(1), 120-135. <https://doi.org/10.1017/s0022381607080097>
- Marchal, N., Kollanyi, B., Neudert, L.-M., Au, H., Howard, P. N. (2019). *Junk News & Information Sharing During the 2019 UK General Election*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2002.12069>
- Marie, A., Petersen, M. B. (2022). Political conspiracy theories as tools for mobilization and signaling. *Current Opinion in Psychology*, 48, artykuł 101440. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101440>
- Markiewka, T. S. (2020, maja 29). *Nie próbujcie tłumić społecznego gniewu. On powróci jeszcze silniejszy [fragment książki]*. Krytyka Polityczna. <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/nie-gascie-gniewu-bez-usuwania-jego-przyczyn-markiewka-fragment-ksiazki/>
- Markoff, J. (2005). *What the Dormouse Said: How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry*. Viking Penguin.
- Marwick, A., Kuo, R., Cameron, S. J., Weigel, M. (2021). *Critical Disinformation Studies: A Syllabus*. Center for Information, Technology, & Public Life. https://citap.unc.edu/wp-content/uploads/2023/02/Marwick_Kuo_Cameron_Weigel_2021_CriticalDisinformationStudiesSyllabus.pdf
- Matuszewski, P. (2018). Wykorzystanie mediów informacyjnych w dyskusjach politycznych na Facebooku. *Studia Medioznawcze*, 1(72), 27-43. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2018.0.290>
- Mautner, G. (2011). Analiza gazet, czasopism i innych mediów drukowanych. W: R. Wodak i M. Krzyżanowski (red.), *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych* (s. 51-85). Oficyna Wydawnicza Łośgraf.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy*. University of Toronto Press.
- McQuail, D. (2007). *Teoria komunikowania masowego*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mercier, H. (2020). *Not Born Yesterday: The Science of Who We Trust and What We Believe*. Princeton University Press.
- Merton, R. K. (1949). Patterns of influence: A study of interpersonal influence and of communications behavior in a local community. W: P. F. Lazarsfeld i F. N. Stanton (red.), *Communications research, 1948-1949* (s. 180-219). Harper & Brothers.
- Meyer, M. (2001). Between theory, method, and politics: Positioning of the approaches to CDA. W: R. Wodak i M. Meyer (red.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (s. 14-31). SAGE.

- Ministerstwo Cyfryzacji. (b.d.). *Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa w Warszawie*. Serwis Rzeczypospolitej Polskiej. Pobrano 7 maja 2024 z: <https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/naukowa-i-akademicka-siec-komputerowa-w-warszawie>
- Ministerstwo Cyfryzacji. (2024, lutego 21). *Będziemy bezpieczniejsi w sieci – w życie wchodzi przepisy Aktu o usługach cyfrowych (DSA)*. Serwis Rzeczypospolitej Polskiej. <https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/bedziemy-beezpieczniejsi-w-sieci--w-zycie-wchodza-przepisy-aktu-o-uslugach-cyfrowych-dsa>
- Ministerstwo Obrony Narodowej. (b.d.). *Szkolnictwo wojskowe*. Serwis Rzeczypospolitej Polskiej. Pobrano 7 maja 2024 z: <https://www.gov.pl/web/obrona-narodowa/szkolnictwo-wojskowe>
- Ministerstwo Sprawiedliwości. (2021, stycznia 15). *Ochrona wolności słowa użytkowników serwisów społecznościowych*. Serwis Rzeczypospolitej Polskiej. <https://www.gov.pl/web/sprawiedliwosc/ochrona-wolnosci-slowa-uzytkownikow-serwisow-spolesznosciowych>
- Mitchell, A., Gottfried, J., Stocking, G., Walker, M., Fedeli, S. (2019). *Many Americans Say Made-Up News Is a Critical Problem That Needs To Be Fixed*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2019/06/PJ_2019.06.05_Misinformation_FINAL-1.pdf
- Monsees, L. (2020). 'A war against truth'—Understanding the fake news controversy. *Critical Studies on Security*, 8(2), 116-129. <https://doi.org/10.1080/21624887.2020.1763708>
- Moral panic. (2023). W: *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Moral_panic&oldid=1138429790
- Morozov, E. (2013). *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*. PublicAffairs.
- Mosco, V. (2005). *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. The MIT Press.
- Mosco, V. (2015). Political Economy of the Media. W: W. Donsbach (red.), *The International Encyclopedia of Communication* (s. 1-13). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp057.pub3>
- Mouffe, C. (2015a). *Agonistyka: Polityczne myślenie o świecie*. Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Mouffe, C. (2015b, lutego 21). *Mouffe: Demokratyczna polityka musi być stronnicza*. Krytyka Polityczna. <https://krytykapolityczna.pl/kraj/mouffe-demokratyczna-polityka-musi-byc-stronnicza/>
- Nelson, J. L., Taneja, H. (2018). The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption. *New Media & Society*, 20(10), 3720-3737. <https://doi.org/10.1177/1461444818758715>
- Neudert, L.-M., Howard, P., Kollanyi, B. (2019). Sourcing and Automation of Political News and Information During Three European Elections. *Social Media + Society*, 5(3), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305119863147>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Nielsen, R. K., Graves, L. (2017). *"News you don't believe": Audience perspectives on fake news*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf
- Niesporek, A. (2004). Społeczeństwo informacyjne w perspektywie socjologicznej. W: A. Grzywak (red.), *Internet w społeczeństwie informacyjnym: Internet w systemach zarządzania* (s. 119-125). Wydawnictwo Naukowo-Techniczne.

- Niklewicz, K. (2017). *Weeding out Fake News: An Approach to Social Media Regulation*. Wilfried Martens Centre for European Studies.
<https://www.martenscentre.eu/publication/weeding-out-fake-news-an-approach-to-social-media-regulation/>
- Niżnik, J. (1989). *Socjologia wiedzy: Zarys historii i problematyki*. Spółdzielnia Wydawniczo-Handlowa „Książka i Wiedza”.
- Nyhan, B. (2020). Facts and Myths about Misperceptions. *The Journal of Economic Perspectives*, 34(3), 220-236. <https://doi.org/10.1257/jep.34.3.220>
- Nyhan, B., Settle, J., Thorson, E., Wojcieszak, M., Barberá, P., Chen, A. Y., Allcott, H., Brown, T., Crespo-Tenorio, A., Dimmery, D., Freelon, D., Gentzkow, M., González-Bailón, S., Guess, A. M., Kennedy, E., Kim, Y. M., Lazer, D., Malhotra, N., Moehler, D., ... Tucker, J. A. (2023). Like-minded sources on Facebook are prevalent but not polarizing. *Nature*, 620(7972), 137-144. <https://doi.org/10.1038/s41586-023-06297-w>
- Olech, A., Matiaszczyk, N. (2022). *Rozpoznanie otoczenia i uwarunkowań systemowych Organizacji Społeczeństwa Obywatelskiego w Polsce: Wprowadzenie, luki, potrzeby i rekomendacje*. Grupa Defence24.
<https://www.pap.pl/sites/default/files/202301/Rozpoznanie%20otoczenia%20i%20uwarunkowania%20systemowych%20Organizacji%20Spo%C5%82ecze%C5%84stwa%20Obywatelskiego%20w%20Polsce%20-%20wprowadzenie%20luki%20-%20potrzeby%20i%20rekomendacje.pdf>
- Olechowska, P. (2017). Ideologiczne podziały mediów na gruncie teorii kultury dziennikarskiej Thomasa Hanitzscha (rozważania na podstawie analizy treści czasopism „Press” i „Forum Dziennikarzy” z lat 2012–2016). *Polityka i Społeczeństwo*, 4(15), 56-70.
<https://doi.org/10.15584/polispol.2017.4.5>
- Olechowska, P. (2022). DIVISIONS of Polish Media and Journalists as an Example of Polarization and Politicization. *Journalism Practice*, 16(10), 2125-2146.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1884991>
- Pacewicz, P., Chrzczonowicz, M., Danielewski, M. (2024, czerwca 24). *Aksamitna rewolucja w OKO.press. Jednego Pacewicza zastąpi duet Chrzczonowicz i Danielewski*. OKO.press.
<https://oko.press/aksamitna-rewolucja-w-oko-press>
- Państwowe Wydawnictwo Naukowe. (b.d.). *Czasownik*. W: *Słownik języka polskiego PWN*. Pobrano 26 listopada 2024 z: <https://sjp.pwn.pl/sjp/czasownik;2450295.html>
- „Papież poparł Donalda Trumpa”. *Fałszywe informacje dot. Wyborów wygrały z faktami*. (2016, listopada 17). TVN24. <https://tvn24.pl/swiat/papiez-poparl-donald-trumpa-falszywe-informacje-dot-wyborow-wygraly-z-faktami-ra692766-ls3201807>
- Paradowski, Ł. (2013). Dyskurs w mediach internetowych dotyczący reformy emerytalnej w 2012 roku. *Nowe Media. Czasopismo Naukowe*, 4, 51-74. <https://doi.org/10.12775/NM.2013.003>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. Penguin UK.
- Park, A., Montecchi, M., Feng, C. 'Mitsu', Plangger, K., Pitt, L. (2020). Understanding 'Fake News': A Bibliographic Perspective. *Defence Strategic Communications*, 8, 141-172.
<https://doi.org/10.30966/2018.RIGA.8.4>
- Pasquale, F. (2016). Two Narratives of Platform Capitalism. *Yale Law & Policy Review*, 35(1), 309-319.
- Persily, N. (2017). The 2016 U.S. Election: Can Democracy Survive the Internet? *Journal of Democracy*, 28(2), 63-76. <https://doi.org/10.1353/jod.2017.0025>
- Persily, N., Tucker, J. A. (2020a). Introduction. W: N. Persily i J. A. Tucker (red.), *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (s. 1-9). Cambridge University Press.
- Persily, N., Tucker, J. A. (red.). (2020b). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge University Press.

- Petersen, M. B. (2020). The evolutionary psychology of mass mobilization: How disinformation and demagogues coordinate rather than manipulate. *Current Opinion in Psychology*, 35, 71-75. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.02.003>
- Phelan, S., Dahlberg, L. (2011). Discourse Theory and Critical Media Politics: An Introduction. W: L. Dahlberg i S. Phelan (red.), *Discourse Theory and Critical Media Politics* (s. 1-40). Palgrave Macmillan UK.
- Pinch, T. J., Bijker, W. E. (1984). The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other. *Social Studies of Science*, 14(3), 399-441.
- Pirkova, E., Pallero, J. (2020). *26 recommendations on content governance: A guide for lawmakers, regulators, and company policy makers*. Acces Now. <https://www.accessnow.org/recommendations-content-governance>
- Poell, T., Nieborg, D., van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4), 1-13. <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
- Pogorzelski, P. (2017). *Zagrożenie rosyjską dezinformacją w Polsce i formy przeciwdziałania*. Kolegium Europy Wschodniej im. Jana Nowaka-Jeziorańskiego we Wrocławiu. <https://www.kew.org.pl/wp-content/uploads/2021/05/Piotr-Pogorzelski-Zagroz%CC%87enie-rosyjska%CC%A8-dezinformacja%CC%A8-w-Polsce-i-formy-przeciwdzialania-1.pdf>
- Polskie Radio 24. (2016, listopada 17). „Postprawda” słowem roku: Gdy liczą się emocje, nie fakty. <https://polskieradio24.pl/5/3/artykul/1693431,postprawda-slowem-roku-gdy-licza-sie-emocje-nie-fakty>
- Potocka, J. (2021, stycznia 8). *Szturm na Kapitol. Podano przyczynę śmierci pięciu ofiar*. RMF24. https://www.rmfm24.pl/raporty/raport-wybory-prezydenckie-w-usa-2020/fakty/news-szturm-na-kapitol-podano-przyczyn-smierci-pieciu-ofiar,nId,4974141#crp_state=1
- Potter, W. J. (2014). Patterns in the Use of Theory In Media Effects Research. W: R. S. Fortner i P. M. Fackler (red.), *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (s. 95-114). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118591178.ch6>
- Reduta Dobrego Imienia. (b.d.). *Reduta Dobrego Imienia. Fundatorzy*. Pobrano 8 maja 2024 z: <https://rdi.org.pl/fundatorzy/>
- Reisigl, M. (2008). Analyzing Political Rhetoric. W: R. Wodak i M. Krzyżanowski (red.), *Qualitative Discourse Analysis in the Social Sciences* (s. 96-120). Palgrave MacMillan.
- Reisigl, M. (2010). Dyskryminacja w dyskursach. *tekst i dyskurs - text und diskurs*, 3, 27-61.
- Reisigl, M. (2011). Analiza retoryki politycznej. W: R. Wodak i M. Krzyżanowski (red.), *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych* (s. 151-183). Oficyna Wydawnicza Łośgraf.
- Reisigl, M. (2017). *The Discourse-Historical Approach*. Routledge Handbooks Online. <https://doi.org/10.4324/9781315739342.ch3>
- Reisigl, M., Wodak, R. (2000). *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. Routledge.
- Reporters Without Borders. (2023, marca 10). *Polish ruling party resumes political and regulatory pressure on independent media*. <https://rsf.org/en/polish-ruling-party-resumes-political-and-regulatory-pressure-independent-media>
- Righetti, N. (2021). Four years of fake news: A quantitative analysis of the scientific literature. *First Monday*, 26(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i7.11645>
- Roberts, S. T. (2019). *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. Yale University Press.
- Robinson, O., Coleman, A., Sardarizadeh, S. (2019). *OxTEC: A report on anti-disinformation initiatives*. Oxford Technology & Elections Commission. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/08/A-Report-of-Anti-Disinformation-Initiatives.pdf>

- Rose, J. (2020). To Believe or Not to Believe: An Epistemic Exploration of Fake News, Truth, and the Limits of Knowing. *Postdigital Science and Education*, 2(1), 202-216.
<https://doi.org/10.1007/s42438-019-00068-5>
- Rossini, P., Stromer-Galley, J., Korsunska, A. (2021). More than "Fake News"? The media as a malicious gatekeeper and a bully in the discourse of candidates in the 2020 U.S. presidential election. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 676-695.
<https://doi.org/10.1075/jlp.21033.ros>
- Saglam, E. (2020, czerwca 1). *Teorie spiskowe dają nam poczucie wiedzy, władzy i sprawstwa, dlatego są tak atrakcyjne*. Krytyka Polityczna. <https://krytykapolityczna.pl/swiat/teorie-spiskowe-koronawirus/>
- Saurwein, F., Spencer-Smith, C. (2020). Combating Disinformation on Social Media: Multilevel Governance and Distributed Accountability in Europe. *Digital Journalism*, 8(6), 820-841.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1765401>
- Schroeder, R. (2018). *Social Theory after the Internet: Media, Technology, and Globalization*. UCL Press.
- Seale, C. (1999a). Quality in Qualitative Research. *Qualitative Inquiry*, 5(4), 465-478.
<https://doi.org/10.1177/107780049900500402>
- Seale, C. (1999b). *The Quality of Qualitative Research*. SAGE.
- Seklecka, A. (2017). *Rytuały medialne w komunikowaniu masowym. Przypadek polskich telewizyjnych serwisów informacyjnych Fakty TVN i Wiadomości TVP*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Silverman, D. (2008). *Prowadzenie badań jakościowych*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Simon, F. M., Altay, S., Mercier, H. (2024). Misinformation reloaded? Fears about the impact of generative AI on misinformation are overblown. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 4(5), 1-11. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-127>
- Simon, F. M., Camargo, C. Q. (2021). Autopsy of a metaphor: The origins, use and blind spots of the 'infodemic'. *New Media & Society*, 25(8), 2219-2240.
<https://doi.org/10.1177/14614448211031908>
- Simon, J. (2020, listopada 5). *For Big Tech, what follows 'free expression'?* Columbia Journalism Review. <https://www.cjr.org/opinion/big-tech-senate-hearing-free-expression.php>
- Smith, A., Banic, V. (2016, grudnia 9). *Fake News: How a Partying Macedonian Teen Earns Thousands Publishing Lies*. NBC News. <https://www.nbcnews.com/news/world/fake-news-how-partying-macedonian-teen-earns-thousands-publishing-lies-n692451>
- Sobczak, K. (2021, czerwca 4). *Ziobro: Prokuratura zbada odpowiedzialność premiera i ministrów za wybory kopertowe*. Prawo.pl. <https://www.prawo.pl/samorzad/odpowiedzialnosc-premiera-i-ministrow-za-wybory-kopertowe-nik,508495.html>
- Sobczak, K. (2023, lutego 6). *Szefowie MS bronią narodowców, rząd blokuje ich ustawę o „wolności słowa”*. Prawo.pl. <https://www.prawo.pl/prawo/ustawa-o-wolnosci-slowa-blokowana-przez-rzad,519686.html>
- Sojak, R., Meler, A., Królicka, B., Balcerzak, B. (2023). *Kto ma przewagę w polskim dyskursie medialnym?* Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu.
https://www.umk.pl/wiadomosci/dokumenty/Kto_ma_przewage_w_polskim_dyskursie_medialnym_1691066362.pdf?fbclid=IwAR2vOuLsHJ95KEU7ssQDWtf72-VnlXx1AOmwNjzohEmcDWOaM9FeKezRkfA
- Stankiewicz, P. (2011). Od przekonywania do współdecydowania: Zarządzanie konfliktami wokół ryzyka i technologii. *Studia Socjologiczne*, 4(203), 95-119.
- Stankiewicz, P. (2014). Zbudujemy wam elektrownię (atomową!). Praktyka oceny technologii przy rozwoju energetyki jądrowej w Polsce. *Studia Socjologiczne*, 1(212), 77-107.
- Starzewski, Ł. (2021, lipca 12). *RPO przypomina o opinii złożonej w sprawie tzw. Lex TVN*. Rzecznik praw obywatelskich. <http://bip.brpo.gov.pl/pl/content/rpo-przypomina-o-opinii-zlozonej-w-sprawie-tzw-lex-tvn>

- Stier, S., Kirkizh, N., Froio, C., Schroeder, R. (2020). Populist Attitudes and Selective Exposure to Online News: A Cross-Country Analysis Combining Web Tracking and Surveys. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 426-446.
<https://doi.org/10.1177/1940161220907018>
- Subtirelu, N. C., Baker, P. (2017). Corpus-based approaches. W: J. Flowerdew i J. E. Richardson (red.), *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (s. 125-139). Routledge.
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.
- Szczęsna, A. (2022, lipca 26). Przeciwdziałanie dezinformacji w świetle projektowanych zmian prawnych. NASK CyberPolicy. <https://cyberpolicy.nask.pl/przeciwdzialanie-dezinformacji-w-swietle-projektowanych-zmian-prawnych>
- Sztompka, P. (2002). *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Znak.
- Ślarzyński, M. (2022). Transformation of Civil Society in Poland under the United Right Government: From Compartmentalization to Political Division. *Communist and Post-Communist Studies*, 55(1), 131-154. <https://doi.org/10.1525/j.postcomstud.2022.55.1.131>
- Tajfel, H., Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. W: W. G. Austin i S. Worchel (red.), *The social psychology of intergroup relations* (s. 33-47). Brooks/Cole.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., Ling, R. (2018). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tandoc Jr., E. C., Duffy, A., Jones-Jang, S. M., Wen Pin, W. G. (2021). Poisoning the information well?: The impact of fake news on news media credibility: *Journal of Language and Politics*, 20(5), 783-802. <https://doi.org/10.1075/jlp.21029.tan>
- Taylor, E., Hoffmann, S. (2019). *Industry responses to computational propaganda and social media manipulation* (Working Paper 2019.4). Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. <https://demtech.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/11/Industry-Responses-Walsh-Hoffmann.pdf>
- Tenove, C. (2020). Protecting Democracy from Disinformation: Normative Threats and Policy Responses. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 517-537.
<https://doi.org/10.1177/1940161220918740>
- Tesch, R. (2013). *Qualitative Research: Analysis Types and Software*. Routledge.
- TheHFHR. (2024, styczeń 31). KRRiT: Jak jest, jak być powinno? Debata HFPC [Wideo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4hOntg20HPM>
- Tilley, J., Hobolt, S. B. (2011). Is the government to blame? An experimental test of how partisanship shapes perceptions of performance and responsibility. *The Journal of Politics*, 73, 316-330.
<https://doi.org/10.1017/S0022381611000168>
- Toffler, A. (1984). *The Third Wave*. Bantam.
- Tong, C., Gill, H., Li, J., Valenzuela, S., Rojas, H. (2020). "Fake News Is Anything They Say!" — Conceptualization and Weaponization of Fake News among the American Public. *Mass Communication and Society*, 23(5), 755-778.
<https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1789661>
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: Literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1759443>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., Nyhan, B. (2018). *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. Hewlett Foundation. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Tuman, J. (2010). *Communicating Terror: The Rhetorical Dimensions of Terrorism*. SAGE.
- Tumber, H., Waisbord, S. (2021a). Introduction. W: H. Tumber i S. Waisbord, *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism* (s. 1-12). Routledge.

- Tumber, H., Waisbord, S. (2021b). *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*. Routledge.
- Turillazzi, A., Taddeo, M., Floridi, L., Casolari, F. (2023). The digital services act: An analysis of its ethical, legal, and social implications. *Law, Innovation and Technology*, 15(1), 83-106. <https://doi.org/10.1080/17579961.2023.2184136>
- Turner, F. (2008). *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*. University of Chicago Press.
- Uhma, P. (2017). Suwerenne, wielostronne czy międzyrządowe zarządzanie Internetem jako globalnym dobrem wspólnym. *Państwo i Społeczeństwo*, 3, 35-38.
- Unger, J., Wodak, R., KhosraviNik, M. (2016). Critical Discourse Studies and Social Media Data. W: D. Silverman (red.), *Qualitative Research* (s. 277-293). SAGE.
- Vallone, R. P., Ross, L., Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 577-585. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.3.577>
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- van Dijk, T. A. (1983). Discourse Analysis: Its Development and Application to the Structure of News. *Journal of Communication*, 33(2), 20-43. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1983.tb02386.x>
- van Dijk, T. A. (1997). The Study of Discourse. W: T. A. van Dijk (red.), *Discourse as Structure and Process. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction* (s. 1-34). SAGE.
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. SAGE.
- van Dijk, T. A. (2001). Badania nad dyskursem. W: T. A. van Dijk (red.), *Dyskurs jako struktura i proces* (s. 9-44). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- van Dijk, T. A. (2005). War rhetoric of a little ally: Political implicatures and Aznar's legitimatization of the war in Iraq. *Journal of Language and Politics*, 4(1), 65-91. <https://doi.org/10.1075/jlp.4.1.04dij>
- van Duyn, E., Collier, J. (2019). Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media. *Mass Communication and Society*, 22(1), 29-48. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1511807>
- Vargo, C. J., Guo, L., Amazeen, M. A. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20(5), 2028-2049. <https://doi.org/10.1177/1461444817712086>
- Viner, K. (2016, czerwiec 12). *How technology disrupted the truth*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>
- Vogt, K. C. (2016). The post-industrial society: From utopia to ideology. *Work, Employment and Society*, 30(2), 366-376. <https://doi.org/10.1177/0950017015577911>
- Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17-34. <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1428928>
- Wardle, C. (2019). *Understanding Information disorder*. First Draft. https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701
- Wardle, C., Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

- Warzecha, Ł. (2023, marca 15). *NASK walczy z dezinformacją poprzez manipulację*. Do Rzeczy. <https://dorzeczy.pl/opinie/416542/warzecha-nask-walczy-z-dezinformacja-poprzez-manipulacje.html>
- Wasserman, H. (2020). Fake news from Africa: Panics, politics and paradigms. *Journalism*, 21(1), 3-16. <https://doi.org/10.1177/1464884917746861>
- Wigienka, S. (2020). Polityka Unii Europejskiej w zakresie przeciwdziałania dezinformacji przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w 2019 roku. *Bezpieczeństwo. Teoria i Praktyka*, 3, 89-109. <https://doi.org/10.48269/2451-0718-btip-2020-3-006>
- Wigienka, S. (2021). Przeciwdziałanie dezinformacji w dobie pandemii COVID-19. *Com.press*, 4(1), 122-137. <https://doi.org/10.51480/compress.2021.4-1.247>
- Wigienka, S. (2023). Challenging 'leftist Big Tech' through right-wing alternative social media: Parler and Albicla in Polish conservative media discourse. *Zarządzanie Mediami*, 11(1), 87-107. <https://doi.org/10.4467/23540214ZM.23.006.19493>
- Winner, L. (1980). Do Artifacts Have Politics? *Daedalus*, 109(1), 121-136.
- WirtualneMedia. (2019a, marca 7). *Serwisy prawicowe: Nczas.com liderem zasięgowym, wPolityce.pl i Niezalezna.pl przyciągają na najdłużej, DoRzeczy.pl mocno w górę*. <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/serwisy-prawicowe-nczas-com-liderem-zasiegowym-wpolityce-pl-i-niezalezna-pl-przyciagaja-na-najdluzej-dorzeczy-pl-mocno-w-gore-raport>
- WirtualneMedia. (2019b, marca 18). *Strony główne: Onet i WP.pl łeb w łeb. W dół Interia, o2.pl i TVN24.pl*. <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/strony-glowne-onet-i-wp-pl-leb-w-leb-w-dol-interia-o2-pl-i-tvn24-pl>
- Witek, M. (2003). Jakiej teorii prawdy relatywiści potrzebują? *Filozofia Nauki*, 11(3 i 4), 143-158.
- Wodak, R. (2001a). The discourse-historical approach. W: R. Wodak i M. Meyer (red.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (s. 63-94). SAGE.
- Wodak, R. (2001b). What is CDA about. A summary of its history, important concepts and its developments. W: R. Wodak i M. Meyer (red.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (s. 1-13). SAGE.
- Wodak, R. (2008). Dyskurs populistyczny: Retoryka wykluczenia a gatunki języka pisanego. W: N. Fairclough i A. Duszak (red.), *Krytyczna analiza dyskursu: Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej* (s. 185-213). TAIWPN UNIVERSITAS.
- Wodak, R. (2009). *The Discourse of Politics in Action*. Palgrave Macmillan UK.
- Wodak, R. (2011). Wstęp: Badania nad dyskursem—Ważne pojęcia i terminy. W: R. Wodak i M. Krzyżanowski (red.), *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych* (s. 11-48). Oficyna Wydawnicza Łośgraf.
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. SAGE.
- Wodak, R. (2018). *Discourse and European Integration* (KFG Working Paper Series No. 86). KollegForschergruppe (KFG) "The Transformative Power of Europe", Freie Universität Berlin. https://www.polsoz.fu-berlin.de/en/v/transformeurope/publications/working_paper/wp/wp86/WP_86_Wodak_Druck_und_Web.pdf
- Wojtkowski, Ł. (2018). Instytucjonalne i kulturowe podejście do procesu mediatyzacji polityki. *Athenaeum Polskie Studia Politologiczne*, 57(1), 158-169.
- Woodcock, J., Graham, M. (2020). *The Gig Economy: A Critical Introduction*. Polity.
- Woolley, S. C. (2020). Bots and Computational Propaganda: Automation for Communication and Control. W: J. A. Tucker i N. Persily (red.), *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform* (s. 89-110). Cambridge University Press.
- Woolley, S. C., Howard, P. N. (red.). (2018). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. Oxford University Press.
- World Summit on the Information Society (WSIS). (2005). *Tunis Agenda for the Information Society*. <https://www.itu.int/net/wsis/docs2/tunis/off/6rev1.html>

- wPolityce. (2022, kwietnia 28). *Portal wPolityce.pl wśród najbardziej opiniotwórczych serwisów internetowych. „Sieci” w pierwszej piątce wśród tygodników*.
<https://wpolityce.pl/media/596337-wpolitycepl-wsrod-najbardziej-opiniotworczych-portali>
- Wright, S. (2021a). Beyond ‘fake news’?: A longitudinal analysis of how Australian politicians attack and criticise the media on Twitter. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 719-740.
<https://doi.org/10.1075/jlp.21027.wri>
- Wright, S. (2021b). Discourses of fake news. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 641-652.
<https://doi.org/10.1075/jlp.21058.wri>
- Wrzeszczyńska, A. (2019, grudnia 18). *Europarlament przyjął rezolucję ws. Uchwał anty-LGBT. Kampania Przeciw Homofobii*. <https://kph.org.pl/europarlament-przyjal-rezolucje-ws-uchwal-anty-lgbt-w-polsce-kph-pisze-do-samorzadowcow/>
- Wrzosek, M. (2019). *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej*. NASK Państwowy Instytut Badawczy. <https://cyberpolicy.nask.pl/raport-zjawisko-dezinformacji-w-dobie-rewolucji-cyfrowej-panstwo-spoleczenstwo-polityka-biznes/>
- Wylie, C. (2019). *Mindf*ck: Cambridge Analytica and the Plot to Break America*. Random House.
- Yermakova, O. (2021). PiS vs LGBT: The “Othering” of the LGBT Movement as an Element of Populist Radical Right Party Discourse in Poland. *Sprawy Narodowościowe. Seria Nowa*, 53, Article 53. <https://doi.org/10.11649/sn.2568>
- Zafarani, R., Zhou, X., Shu, K., Liu, H. (2019). Fake News Research: Theories, Detection Strategies, and Open Problems. *Proceedings of the 25th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery & Data Mining*, 3207-3208.
<https://doi.org/10.1145/3292500.3332287>
- Zakrzewski, P., Muras, T. (2018). *Praw(n)y sierpowy w starciu z fake newsem*. Fundacja Demagog, Akademia Fact-checkingu, Fundacja Batorego. <https://demagog.org.pl/wp-content/uploads/2019/03/Prawny-sierpowy-w-starciu-z-fake-newsem.pdf>
- Zimmerman, H., Eddens, A. (2018). Governing the liberal self in a ‘post-truth’ era: Science, class and the debate over GMOs. *Cultural Studies*, 32(6), 953-974.
<https://doi.org/10.1080/09502386.2018.1431301>
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.
- Zygmuntowski, J. J. (2020). *Kapitalizm sieci*. Rozruch.
- Żuk, P., Żuk, P. (2018). Multimodal analysis of the nationalist discourse and historical inspirations of the spectacle of the populist right in Poland between 2015 and 2017. *Discourse, Context & Media*, 26, 135-143. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2018.07.005>
- Żuk, P., Żuk, P. (2020). ‘Murderers of the unborn’ and ‘sexual degenerates’: Analysis of the ‘anti-gender’ discourse of the Catholic Church and the nationalist right in Poland. *Critical Discourse Studies*, 17(5), 566-588. <https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1676808>

Spis tabel

Tabela 1 Lista słów najczęściej występujących w tekstach (próba wstępna)	106
Tabela 2 Lista słów związanych z inicjatywami antydezinformacyjnymi najczęściej występujących w tekstach (próba wstępna)	106
Tabela 3 Lista kolokacji dwuwyrazowych najczęściej występujących w tekstach (próba wstępna)	107
Tabela 4 Lista kolokacji trzywyrazowych najczęściej występujących w tekstach (próba wstępna)	108
Tabela 5 Lista najbardziej popularnych serwisów informacyjno-publicystycznych w lutym 2019 r.	111
Tabela 6 Lista najbardziej popularnych serwisów informacyjno-publicystycznych o nachyleniu prawicowym w styczniu 2019 r.	112
Tabela 7 Autoidentyfikacja „serwisów prawicowych”	112
Tabela 8 Autoidentyfikacja „serwisów progresywnych”	113
Tabela 9 Rozkład tekstów w próbie z podziałem na typy mediów, serwisy oraz czas publikacji	117
Tabela 10 Rozkład tekstów w próbie z podziałem na frazy kluczowe	118
Tabela 11 Częstotliwość występowania etykiet stosowanych w celu nazywania treści postrzeganych jako niezgodne z prawdą	121
Tabela 12 Częstotliwość występowania kategorii aktorów, którym przypisywano dyskursywną rolę nadawców/beneficjentów dezinformacji	168
Tabela 13 Częstotliwość występowania kategorii aktorów, którym przypisywano dyskursywną rolę aktorów, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji	192
Tabela 14 Częstotliwość występowania kategorii aktorów, którym przypisywano dyskursywną rolę obrońców przed dezinformacją	208
Tabela 15 Częstotliwość występowania fragmentów krytycznych wobec poszczególnych kategorii obrońców przed dezinformacją	242

Spis obrazów

Obraz 1 Schemat relacji pomiędzy pojęciami „dyskursu medialnego”, „dyskursu na temat” a „dyskursu w mediach x,y,z...”	75
Obraz 2 Schemat „kołowej” logiki procedury badawczej w CDS.....	92
Obraz 3 Konkordancja frazy „walka dezinformacja”	108
Obraz 4 Profil ideologiczny dzienników i tygodników prasowych	115
Obraz 5 Profil ideologiczny głównych internetowych serwisów informacyjno-publicystycznych.....	115

Załącznik: klucz kategoryzacyjny

Kod :

Tytuł:

Link:

Data:

Miejsce publikacji:

Typ mediów:

Fraza kluczowa:

P1.1 i P1.1.1: Strategie etykietowania dezinformacji jako zjawiska (I = ilościowe)

- Dezinformacja
- Błąd
- Fake news
- Fałsz
- Kłamstwo
- Mal-informacja
- Manipulacja
- Misinformacja
- Nieprawda
- Operacja informacyjna
- Postprawda
- Propaganda
- Szum/chaos informacyjny
- Teoria spiskowa
- Wojna informacyjna

P1: Konceptualizacja dezinformacji jako zjawiska (J = jakościowe)

- Definicje w dyskursie
- Strategie etykietowania jako pojęcia synonimiczne
- Przypadki dostrzegania arbitralności pojęć

P2: Główne sposoby ramowania dezinformacji jako konstruktu medialnego (J)

- Dezinformacja jako priorytetowy temat
- Periodyzacja dezinformacji
 - Początek dezinformacji w 2016 roku
 - Początek dezinformacji przed 2016 rokiem
- Topos dużej skali
- Topos kryzysu demokracji
- Topos przywrócenia prawdy
- Topos silnego wpływu
- Topos zagrożenia
- Topos złych odbiorców

P2: Metafory (J)

- Dezinformacja jako broń
- Dezinformacja jako kataklizm
- Dezinformacja jako patogen
- Dezinformacja jako roślina
- Dezinformacja jako wojna
- Media jako ekosystem
- Rosja jako machina

P3: Dyskursywne role przypisywane poszczególnym kategoriom aktorów społecznych (I + J)

- P3.1 i P3.1.1: Nadawcy/beneficjenci dezinformacji
 - Biznes
 - Media (generalnie)
 - Media nieprawicowe
 - Media prawicowe
 - Państwa autorytarne (poza Rosją)
 - Pozamedialne podmioty nieprawicowe
 - Pozamedialne podmioty prawicowe
 - Polski rząd
 - Rosja
 - Zwolennicy pseudonauki
- P3.2 i P3.2.1: Aktorzy, przeciwko którym skierowana była treść dezinformacji
 - Biznes
 - Eksperci
 - Mniejszości
 - Państwa autorytarne
 - Państwa demokratyczne i org. międzynarodowe
 - Pozamedialne podmioty nieprawicowe
 - Pozamedialne podmioty prawicowe i katolicy
 - Polska/polski rząd
- P3.3 i P3.3.1: obrońcy przed dezinformacją
 - Biznes
 - Eksperci
 - Media i organizacje fact-checkingowe
 - Państwa demokratyczne i org. międzynarodowe
 - Pozamedialne podmioty nieprawicowe
 - Pozamedialne podmioty prawicowe
 - Polska/polski rząd
- P3.4 i P3.4.1: Krytyka inicjatyw antydezinformacyjnych poszczególnych aktorów
 - Biznes
 - Eksperci
 - Media i organizacje fact-checkingowe
 - Państwa demokratyczne i org. międzynarodowe
 - Pozamedialne podmioty nieprawicowe
 - Pozamedialne podmioty prawicowe
 - Polska/polski rząd

P3.3.2: Zadania przypisywane poszczególnym obrońcom przed dezinformacją (J)

- Automatyzacja
- Dementowanie dezinformacji
- Dostarczanie wiarygodnych informacji
- Działalność badawcza
- Działalność sygnalistyczna
- Edukowanie
- Finansowanie innych podmiotów
- Moderacja
- Monitoring
- Narzędzia dla użytkowników
- Presja finansowa
- Raportowanie
- Regulacje zewnętrzne
- Regulaminy wewnętrzne
- Transparentność
- Współpraca

P4: Opinie na temat zasad debaty publicznej w zakresie wolności słowa (J)

- Poglądy na temat usuwania treści (ogólnie)
- Poglądy na temat usuwania treści (od polityków)
- Poglądy na temat „miękkiej moderacji”
- Wolność słowa jako slogan reklamowy
- Dostrzeganie braku konsensusu w zakresie zasad debaty publicznej

Inne (J)

- Alternatywna wizja przeciwdziałania dezinformacji
- Sprawczość odbiorców

