

Klaudia Rosińska*

Akademia Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu

ORCID: 0000-0002-0503-9823

TEMATYKA *FAKE NEWS*ÓW ŚWIATOPOGŁĄDOWYCH W POLSKOJĘZYCZNYCH MEDIACH INTERNETOWYCH W OKRESIE KAMPANII WYBORCZEJ W 2019 R.

Streszczenie

Badanie koncentruje się na zagadnieniu fałszywych wiadomości światopoglądowych i ich specyfice w polskojęzycznych mediach internetowych. Dzięki analizie literatury zjawisko *fake news*ów zostało dokładnie zdefiniowane. W kolejnym etapie, omówiono dotychczasowe próby klasyfikacji dostrzegając w nich lukę w postaci klasyfikacji tematycznej oraz analizy jakościowej. W celu uzupełnienia tego braku zaprojektowano jakościowe badanie oparte pierwotnie na analizie zawartości mediów (*content analysis*), a w dalszej kolejności na analizie dyskursu 20 przykładów *fake news*ów światopoglądowych z 2019 roku. Z analizy wyniknęło, że *fake newsy* światopoglądowe dotyczą przede wszystkim Kościoła katolickiego, kultury islamu, antysemityzmu, oraz zagadnień polityczno-religijnych.

Słowa kluczowe: *analiza zawartości, analiza dyskursu, factchecking, dezinformacja, manipulacja*

* Klaudia Rosińska – doktor teologii środków społecznego przekazu, medioznawca, specjalistka ds. dezinformacji i cyberbezpieczeństwa oraz pedagog, pracownik Instytutu Dziennikarstwa w Akademii Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu. Autorka książki *Fake news. Geneza, istota, przeciwdziałanie* oraz publikacji naukowych na temat psychologicznej podatności na *fake newsy* i dezinformacji w Polsce. Popularyzatorka nauki krytycznego myślenia w społeczeństwie oraz trenerka kompetencji informacyjnych dzieci, młodzieży i seniorów.

Summary

The theme of worldview's fake news in the Polish-language online media during the 2019 election campaign

The research focuses on the issue of worldview fake news and their specificity in the Polish-language Internet media. Thanks to the analysis of the literature, the phenomenon of fake news has been precisely defined. In the next stage, the previous attempts at classification are discussed, noting a gap in the form of thematic classification and qualitative analysis. In order to make up for this lack, a qualitative study was designed, initially based on content analysis, and then on the discourse analysis of 20 examples of worldview fake news from 2019. The analysis showed that fake news in that area are mainly concerns the Catholic Church, the culture of Islam, anti-Semitism, and political and religious issues.

Keywords: *content analysis, discourse analysis, disinformation, factchecking, manipulation*

Wstęp

We współczesnym świecie dezinformacja staje się problemem globalnym oraz prawdziwym narzędziem wojny informacyjnej¹. Jednym z elementów dezinformacji są *fake newsy*, których wpływ na ważne decyzje społeczne jest ogromnie istotny². W literaturze istnieją różne definicje *fake newsów*, które zwracają uwagę na różne aspekty tego zjawiska. W perspektywie medioznawczej definicje te można podzielić na wąskie i szerokie spojrzenie na to zagadnienie³. Wąskie spojrzenie jest bardzo istotne zwłaszcza w kontekście dezinformacji politycznej, gdyż odnosi się do tzw. poważnych informacji, dotyczących wydarzeń politycznych bądź społecznych⁴. W takim definiowaniu istotna będzie celowość produkowania

¹ Por. J. Prier, *Commanding the trend: Social media as information warfare*, "Strategic Studies Quarterly" 2017, 11(4), p. 50-85.; W.L. Bennett, & S. Livingston, *The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions*, "European Journal of Communication" 2018, 33(2), p. 122-139.

² Por. M. T. Bastos, & D. Mercea, *The brexit botnet and user-generated hyperpartisan news*, "Social Science Computer Review" 2019, 37(1), 38-54, <https://doi.org/10.1177/0894439317734>; J. Rose, *Brexit, Trump, and Post-Truth Politics*, "Public Integrity" 2017, 19(6), 555-558; M. Hńska-Ahy, & S. Bauchowitz, *Tweeting for Brexit: How social media influenced the referendum*, In J. Mair, T. Clark, N. Fowler, R. Snoddy, R. Tait, (Eds.) *Brexit, Trump and the media*. Abramis academic publishing, Bury St Edmunds, UK 2017, pp. 31-35.

³ Zob. K. Rosińska, P. Brzóska, *Analiza indywidualnej podatności użytkowników mediów społecznościowych na fake newsy – perspektywa polska*, „Studia Medioznawcze” 2020, 22(3), s. 661-688.

⁴ Zob. H. Allcott, M. Gentzkow, *Social media and fake news in the 2016 election. Technical report*, "The Journal of Economic Perspectives" 2017, nr 31, cz. 2.; Y. Chen, N.J. Conroy,

falszywych treści, które będą stanowić element dezinformacji intencjonalnej (z ang. *disinformation*). Natomiast szersze spojrzenie na definiowanie zjawiska *fake newsów* koncentruje się nie tyle wokół intencji twórcy, co wokół samej fałszywości treści oraz dystrybucji. Tego rodzaju definicje włączają do klasyfikacji *fake newsów* również wiadomości satyryczne i prześmiewcze, a także wszelkiego rodzaju fabrykacje i mistyfikacje oraz błędy dziennikarskie. Zatem w tym rozumieniu *fake news* nie będą już narzędziem celowej dezinformacji, ale dezinformacji nieintencjonalnej (z ang. *misinformation*)⁵. Interesującym spostrzeżeniem na temat podziału na węższe i szersze definicje *fake newsów* podzieliły się Sandra Baron i Rebecca Crootoof w raporcie „Fighting Fake News”⁶. Zauważyły one, że bez względu na perspektywę definiowania tego zjawiska wspólnym jest fakt, że dewaluuje i delegitymizuje ono głosy ekspertów, autorytatywne instytucje medialne i pojęcie obiektywnych danych. Autorki raportu zaznaczają, że bez względu na to, czy wiadomość została napisana intencjonalnie fałszywie, czy satyrycznie bez intencji manipulowania to w konsekwencji staje się wiadomością podważającą fakty i przyczynia się do społecznej degradacji i odejścia od obiektywnego postrzegania rzeczywistości.

W celu ujednolicenia zbieranych danych posłużono się autorską definicją *fake newsa*, za którego uznawano nieprawdziwe przekazy medialne przedstawiane w mediach jako informacje, ale nie będące rzeczywistymi informacjami. Mogły być one intencjonalnie tworzone przez autorów, albo mogły stać się *fake newsami* w procesie dystrybucji za pomocą mediów społecznościowych, poza kontrolą pierwotnego autora (np. treści satyryczne). *Fake newsy* mogły też różnić się od siebie stopniem nieprawdziwości. Były nimi wiadomości całkowicie zmyślane, częściowo zmyślane lub te, które bazowały na faktach, ale ich układ, a w związku z tym przekaz okazywał się fałszywy⁷. To ta definicja będzie obowiązywać w dalszym procesie badawczym.

Po zdefiniowaniu pojęcia *fake news* warto przyjrzeć się najważniejszym klasyfikacjom, żeby bardziej szczegółowo poznać specyfikę i sposób funkcjonowania fałszywych informacji. Liczne, powstałe dotychczas klasyfikacje koncentrują się zwykle wokół typu oszustwa zastosowanego w nieprawdziwej informacji⁸.

& V.L. Rubin, *News in an online world: The need for an “automatic crap detector”*. Proceedings of the Association for Information Science and Technology 2015, nr 52(1).

⁵ Zob. V.L. Rubin, N.J. Conroy, Y. Chen, S. Cornwell, *Fake news or truth? using satirical cues to detect potentially misleading news*. In Proceedings of NAACL-HLT, 2016; R. Gorwa, *Computational propaganda in Poland: False Amplifiers and the Digital Public Sphere*, 2017.

⁶ Zob. *Fighting Fake News Workshop Report*, The Information Society Project 2017, s. 3.

⁷ Zob. K. Rosińska, *Fake news. Geneza, istota, przeciwdziałanie*, Warszawa 2021.

⁸ Por. Allcott, Gentzkow, *Social media and fake news in the 2016 election*, cz. 2.; Y. Chen, N.J. Conroy, & V.L. Rubin, *News in an online world: The need for an “automatic crap detector”*; D. Tambini, *Fake news: Public Policy Responses. Media Policy Brief 2.0*. London: Media Policy

Niektóre odnoszą się do sposobu manipulacji, inne do miejsca opublikowania lub stopnia nieprawdziwości⁹. Jedną z ważniejszych klasyfikacji tego typu proponuje natomiast amerykańska badaczka, Claire Wardle, odpowiadająca za strategię i research projektu FirstDraftNews.com, która podaje siedem rodzajów treści, mogących być *fake newsami* lub je imitować. Według niej są to treści, takie jak: (1) satyra i parodia (ich celem jest ośmieszenie lub wyśmianie, a nie krzywda); (2) treści zwodnicze (jest to niekorzystne przedstawienie danej sprawy lub osoby); (3) treści będące „doskonałą kopią” poważnych źródeł; (4) treści sfabrykowane (materiały całkowicie niezgodne z prawdą, stworzone w celu krzywdzenia i oczerzniania lub wpływu na poglądy odbiorców); (5) *false connection*, czyli fałszywe powiązanie (autorka zalicza do nich tzw. clickbaity, czyli artykuły z chwytliwymi tytułami, grafiką i leadem, których zawartość jest inna niż sugeruje tytuł); (6) treści zmanipulowane (prawdziwe informacje i wizerunki zostały zniekształcone lub zmienione, by wywołać określone reakcje wśród użytkowników); (7) *false context*, czyli fałszywy kontekst, gdzie fakty podawane są w niewłaściwej kolejności bądź okolicznościach¹⁰. Klasyfikacja Wardle nabrała dużej popularności i jest często wykorzystywana przez portale *fact-checkingowe*, gdyż odnosi się bardzo szczegółowo do potencjalnych metod manipulacji zastosowanych w *fake newsie*. Z kolei próbę klasyfikacji tematycznej podjęła Jennifer Golbeck i jej zespół, który przeprowadził analizę porównawczą *fake newsów* i wiadomości satyrycznych. Na podstawie tej analizy wyznaczono niektóre tematy zbieżne dla obu kategorii. Były to treści zawierające: (1) pozycję hiperboliczną przeciwko jakiejś osobie lub grupie; (2) pozycję hiperboliczną na korzyść jednej osoby lub grupy; (3) dyskredytowanie bądź podważanie wiarygodnych źródeł informacji; (4) sensacyjne zbrodnie i przemoc; (5) rasizm; (6) teorie paranormalne (np. płaska Ziemia, kosmici); (7) teorie spiskowe¹¹. W badaniu zastosowano metody jakościowe i koncentrowano się na treści zarówno *fake newsów* jak i wiadomości satyrycznych.

Project, London School of Economics and Political Science, 2017; X. Zhang, A. Ghorbani, *An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion*, “Information Processing & Management” 2019, 57 (2), 1-26, <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.03.004>

⁹ Zob. M. Zimdars, *False, Misleading, Clickbait-y, and Satirical “News” Sources*. Google Documents, Cusd80, 30 IV 2016 r. <https://www.cusd80.com/cms/lib/AZ01001175/Centricity/Domain/8219/Fake%20News%20Resource.pdf> [dostęp: 5 I 2022 r.]; K. Shu, A. Sliva, S. Wang, J. Tang, & H. Liu, *Fake news detection on social media: a data mining perspective*, “ACM SIGKDD Explorations Newsletter” 2017, 19(1), 22–36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>

¹⁰ Zob. C. Wardle, *Fake news. It’s complicated*, <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/> [dostęp: 09.01.2022].

¹¹ Por. J. Golbeck, M.L. Mauriello, B. Auxier, K.H. Bhanushali, C. Bonk, M.A. Bouzaghrane, C. Buntain, R. Chanduka, P. Cheakalos, J.B. Everett, W. Falak, C. Gieringer, J. Graney, K.M. Hoffman, L. Huth, Z. Ma, M. Jha, M. Khan, V. Kori, ... G. Visnansky, *Fake news vs satire: A dataset and analysis*. Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science, 2018, 613-619, <https://doi.org/10.1145/3201064.3201100>.

Korzystając z inspiracji holenderskich badaczy również w Polsce przeprowadzono podobną, jakościową analizę zawartości mediów (z ang. *qualitative content analysis*) ograniczając ją jednak tylko do *fake newsów*. Z przeprowadzonego w 2021 roku badania dotyczącego obszarów tematycznych szczególnie narażonych na dezinformację w Polsce wyniknęło, że najpopularniejszymi obszarami, o największym znaczeniu dla Polski są tematy polityczne – zwłaszcza działania obecnego rządu; społeczne – zwłaszcza kwestie orientacji seksualnej i mniejszości LGBT; światopoglądowe – przede wszystkim problematyka Kościoła katolickiego i kultury islamu; oraz pseudonaukowe – z naciskiem na informacje o szczepionkach i leczeniu farmakologicznym¹². Na podstawie tego badania zdecydowano się podjąć bardziej szczegółowo problematykę *fake newsów* światopoglądowych, które stanowiły trzeci najbardziej narażony na dezinformację w Polsce obszar tematyczny.

Specyfika światopoglądu w Polsce

Skoro tematy światopoglądowe, a zwłaszcza religijne są obszarem szczególnie narażonym w Polsce na dezinformację warto przyrzeć się bardziej szczegółowo temu obszarowi, w kontekście specyfiki polskiej rzeczywistości medialnej. Ponieważ społeczeństwo polskie pozostaje silnie związane z katolicyzmem¹³, tematy związane z Kościołem katolickim mogą być wrażliwe i podatne na dezinformację. Może wynikać to z powodu silnego związku religijności polskiego społeczeństwa z jego kulturą i tradycją, ale niekoniecznie z wnikliwą znajomością doktryny katolickiej lub zasad etycznych i moralnych Kościoła katolickiego. Nie bez znaczenia jest w tym kontekście kryzys wizerunkowy Kościoła w Polsce (związany z dyskusją na temat pedofilii, a także praw majątkowych Kościoła katolickiego), nieustannie popularyzowany w przestrzeni medialnej¹⁴. Oba te czynniki mogą tworzyć pewnego rodzaju lukę w wiedzy i pewności instytucjonalnej, która staje się przestrzenią podatną na spekulacje, podważanie wiarygodności lub wprost manipulacje bądź kłamstwa. Warto zauważyć także, że w swojej ocenie Kościół nie pozostaje bezkrytycznym wobec własnych błędów związanych z komunikacją

¹² Za: K. A. Rosińska, *Disinformation in Poland: Thematic classification based on content analysis of fake news from 2019*, "Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace" 2021, 15(4), nr 5.
<https://doi.org/10.5817/CP2021-4-5>

¹³ Zob. B. Domała, *Polak-katolik w oglądzie socjologicznym (Analiza wyników badań i wybranych problemów debaty publicznej)*, „Humanistyka i Przyrodoznawstwo” 2018, 24, 267-280, <https://doi.org/10.31648/hip.2620>

¹⁴ Zob. M. Heller, *Kilka uwag o Kościele w okresie pandemii*, „Znak”, Marzec 2021, <https://www.miesiecznik.znak.com.pl/michal-heller-kilka-uwag-o-kosciele-w-okresie-pandemii/> [dostęp: 5.12. 2021].

medialną. W dokumencie *Kościół a Internet* zauważono, że odwrócenie się religii od środków przekazu przyczynia się do negatywnych konsekwencji w komunikacji medialnej. Przyjmowanie wrogiej postawy wobec mediów, utajnianie informacji, podważanie ich wiarygodności i bezstronności prowadzi do jeszcze większego zamknięcia się obu stron na dialog, a w efekcie również na transcendencję, którą niesie ze sobą religia. Skutki zaniedbań w tym obszarze odczuwa wspólnota katolicka również na poziomie doktrynalnym. Jak zauważono „nierozróżnianie ekscentrycznych interpretacji doktrynalnych, dziwacznych praktyk pobożnościowych, zachwalania różnych ideologii, noszących etykietę ‘katolickie’ od autentycznych poglądów Kościoła, mówiąc delikatnie, wprowadza zamęt”¹⁵. Zamęt ten spowodowany jest w dużej mierze tym, że wierni nie umieją krytycznie ocenić przekazu, z którym mają do czynienia, również katolickiego. Brakuje zwłaszcza umiejętności odróżnienia indywidualnych opinii od faktów i prawdziwych doktryn. Oznacza to, że również wewnątrz Kościoła wierni mogą się zetknąć z fałszywymi wiadomościami na tematy związane z wiarą lub postawą wynikającą z wiary katolickiej.

Nie może umknąć też naukowej refleksji fakt, że coraz częściej funkcjonuje w mediach internetowych, a zwłaszcza społecznościowych, pewnego rodzaju krytyczne nastawienie do istotnych wartości chrześcijańskich m.in. związanych z ochroną życia poczętego. Zdarza się, że treści te, a także całe konta promujące takie wartości są blokowane lub usuwane (pozornie ze względu na ich drastyczność), podczas gdy odwrotny przekaz jest uznany za nowoczesny i jest promowany w mediach społecznościowych. Choć trudno będzie udowodnić zarzut dotyczący cenzury chrześcijańskich wartości w mediach społecznościowych, to jednak z pewnością można powiedzieć o dewaluacji zasad i wartości, które w poprzednich wiekach stanowiły fundament budowania porządków prawnych i społecznych wielu krajów europejskich. Nie bez znaczenia jest też fakt medialnego milczenia na temat dyskryminacji i prześladowania religijnego we współczesnym świecie¹⁶. Uwzględniając wszystkie te czynniki można założyć, że *fake newsy* dotyczące Kościoła katolickiego mogą być celowym, realnym narzędziem zmiany społecznej, a nawet ateizacji. Dlatego warto poznać bardziej szczegółowo ich specyfikę.

Pomimo oczywistej dominacji wyznawców katolicyzmu w Polsce, warto w kontekście dynamiki ruchów migracyjnych uwzględnić również odniesienia do innych religii, zwłaszcza do kultury islamu. Już w 2015 roku, kiedy do Europy napłynęła fala migrantów z krajów Afryki oraz Bliskiego Wschodu, pojawiło się wiele przekazów manipulacyjnych i dezinformacyjnych związanych z uchodźcami,

¹⁵ Cyt. Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*, 2002, pkt 8.

¹⁶ Zob. K. Chołaszczyński, P. Roszak, J. Wiśniewski, *Prześladowani. Przemoc i dyskryminacja na tle religijnym we współczesnym świecie*, Toruń 2020.

ich kulturą i zwyczajami, silnie polaryzując społeczeństwa europejskie, w tym również polskie społeczeństwo¹⁷. Jednak dopiero podczas kryzysu na granicy polsko-białoruskiej w 2021 roku społeczeństwo doświadczyło intensywnych działań dezinformacyjnych w związku z tematyką islamu. Wiele fałszywych narracji opiera się na prawdziwych twierdzeniach, rozmyślnie nimi manipulując bądź stosując wyolbrzymienie. Często wykorzystywaną do manipulacji narracją jest stosunek wyznawców islamu do kobiet bądź dzieci¹⁸. Niektóre wyniki badań wskazują, że dominującą grupą powielającą działania dezinformacyjne wymierzone przeciwko migrantom są prawicowi ekstremiści¹⁹. Warto jednak uwzględnić przy takich twierdzeniach kontekst definicyjny *fake newsów*, które podlegają analizom. Niektóre z nich są bowiem uznawane tylko wówczas, jeśli są wprost kłamstwem bądź nieprawdą, a w przypadku odbiorców liberalnych częstszą strategią dezinformacyjną w związku z uchodźcami może być manipulacja.

Właśnie dlatego tak ważne jest aby w badaniach jakościowych *fake newsów* światopoglądowych uwzględniać także te treści, które zawierają manipulacje faktami oraz kontekstem a nie tylko treści sfabrykowane lub zmyślone.

Ponieważ brakuje takich analiz jakościowych i podziału ze względu na treść, która pomogłaby wyznaczyć tematy szczególnie wrażliwe i narażone na występowanie *fake newsów*, warto uzupełnić tę lukę. W tym celu postawiono następujące pytania badawcze:

Research Question 1: Jakich tematów szczegółowych dotyczyły *fake newsy* o tematyce światopoglądowej?

Research Question 2: Jakich obszarów geograficznych dotyczyły treści *fake newsów*?

Method

W przeprowadzonym badaniu wykorzystano triangulację metod badawczych w celu pogłębienia analizy tematycznej. Pierwotnie wykorzystano metodę analizy zawartości, która jest szeroko stosowaną techniką badań jakościowych²⁰, na którą

¹⁷ Por. G. Dutka, *Polacy w obliczu współczesnych procesów i problemów migracyjnych. Poczucie zagrożenia i jego społeczno-demograficzne uwarunkowania na podstawie analizy wyników badań sondażowych*, „Opuscula sociologica” 2017, nr. 4.

¹⁸ Demagog, *Jak dezinformacja została wykorzystana podczas kryzysu afgańskiego?*, 4 X 2021 r. https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/jak-dezinformacja-zostala-wykorzystana-podczas-kryzysu-afganskiego/https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/jak-dezinformacja-zostala-wykorzystana-podczas-kryzysu-afganskiego/ [dostęp: 5.12.2021].

¹⁹ Zob. Cyberdefence24, *Kryzys uchodźczy w sieci. Dezinformacyjne uderzenie w obawy społeczne*, 2 VII 2021 <https://cyberdefence24.pl/bezpieczenstwo-informacyjne/kryzys-uchodzczy-w-sieci-dezinformacyjne-uderzenie-w-obawy-spoeczne> [dostęp: 5.12.2021]

²⁰ Zob. H. F. Hsieh, & S.E. Shannon, *Three approaches to qualitative content analysis*, “Qualitative Health Research”, 2005, 15(9), 1277–1288, <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>.

składają się trzy podejścia: konwencjonalne, ukierunkowane lub podsumowujące. Podejścia różnią się od siebie schematem kodowania i na potrzeby utworzenia pierwotnych kodów i kategorii zastosowano podejście ukierunkowane, charakteryzujące się wykorzystaniem dotychczasowej literatury w danym obszarze. W ten sposób utworzono wstępne kategorie analityczne, które w dalszej kolejności zostały poddane procedurze kodowania. Pomimo oczywistych ograniczeń związanych z analizą zawartości mediów, jakimi są próba badawcza oraz dostęp do źródeł, zdecydowano się użyć właśnie tej metody jakościowej do wyznaczenia generalnej klasyfikacji tematycznej fałszywych wiadomości. W pierwotnym badaniu opublikowanym w czasopiśmie *Cyberpsychology*²¹ analizę zawartości przeprowadzono na próbie 192 przykładów *fake news* (opublikowanych w trakcie kampanii wyborczej w 2019 roku) z polskojęzycznych mediów internetowych. Zadania tego podjęto się w celu utworzenia klasyfikacji tematycznej fałszywych wiadomości oraz ich specyfikacji w polskich realiach społecznych i medialnych. Za pomocą analizy zawartości całego korpusu fałszywej wiadomości można było wskazać słowa kluczowe, a na ich podstawie wyznaczyć obszary tematyczne, których dotyczyły *fake news*. W dalszej kolejności analizę zawartości powtórzono dla określenia typu manipulacji zastosowanej w *fake newsach* w różnych obszarach tematycznych, a wyniki badania zostały opublikowane w publikacji „Fake news. Geneza, istota, przeciwdziałanie”²². Z badania wyniknęło, że najpopularniejszą metodą manipulacji było celowe wprowadzanie w błąd za pomocą środków stylistycznych, co skłoniło autorkę do bardziej szczegółowego pogłębienia dyskursu fałszywych wiadomości, zwłaszcza wokół tematów światopoglądowych, które wydają się istotne dla polskiego społeczeństwa. W tym celu wyselekcjonowano 20 przykładów *fake newsów* dotyczących tego obszaru, które poddano krytycznej analizie dyskursu²³. Tego typu analiza pozwala bardzo dokładnie dostrzec specyficzne zabiegi oraz tezy wokół których budowana jest fałszywa narracja dotycząca tematów światopoglądowych w polskiej przestrzeni informacyjnej. Jest to istotne również dlatego, że przestrzeń ta jest współcześnie polem walki informacyjnej, która wymaga konkretnych strategii obronnych.

Procedura gromadzenia danych

Pierwotna procedura gromadzenia danych przebiegała w następujący sposób. W pierwszym etapie wyselekcjonowano 3 niezależne organizacje factcheckingowe zajmujące się rozpoznawaniem i weryfikacją fałszywych informacji. Były to

²¹ Za: Rosińska, *Disinformation in Poland: Thematic classification based on content analysis of fake news from 2019*, s. 1-21.

²² Zob. K. Rosińska, *Fake news. Geneza, istota, przeciwdziałanie*, Warszawa 2021.

²³ Por. M. Lisowska – Magdziarz, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, Kraków 2007.

następujące portale: Demagog.org (pierwsza w Polsce organizacja zajmująca się factcheckingiem, aktualnie ściśle współpracująca z portalem Facebook.com), Demaskator24 (portal, założony przez doświadczonych dziennikarzy z grupy Polska Press – obecnie już nieistniejący), oraz Konkret24 (portal należący do grupy medialnej TVN, największej prywatnej telewizji w Polsce). Warto nadmienić, że factchecking jest obecnie najszybciej rozwijającą się metodą zwalczania szkodliwego wpływu *fake newsów*, choć nie przyczynia się do całościowego wyeliminowania tego problemu²⁴. W bazie każdej z tych organizacji wyszukano wszystkie rekordy zawierające hasło *fake news*, ograniczając je jedynie do daty powstania, czyli 2019 roku. Jednostką tej wstępnej analizy były tytuły fałszywych informacji oraz leady. Na tym etapie w bazie pozostało 192 przykłady *fake newsów*. W dalszej kolejności te przypadki zostały poddane procedurze kodowania. Na tej podstawie wyselekcjonowano 20 *fake newsów* o tematyce światopoglądowej, które poddano szczegółowej analizie dyskursu w obszarze tematycznym. Niezwykle interesujący wydaje się fakt, że 18 z 20 analizowanych *fake newsów* zostało zweryfikowanych jedynie przez portal Konkret24, co może wskazywać na wyjątkową aktywność tego portalu factcheckingowego w tym obszarze.

Kody tematyczne zastosowane w analizie dyskursu

Tematyka *fake newsów* światopoglądowych. Kategorie zostały utworzone na podstawie krytycznej analizy dyskursu wyselekcjonowanych *fake newsów* światopoglądowych, ze szczególnym uwzględnieniem analizy tytułu *fake newsa* oraz jego leadu. Opis poszczególnych kategorii zostanie przedstawiony w tabeli 1.

Tabela 1. Tematyka *fake newsów* światopoglądowych

Kategorie	Opis
Antysemityzm	Kategoria zawiera <i>fake newsy</i> , które ukazywały nieprawdziwe bądź zmanipulowane działania o charakterze antysemickim, o które oskarżano obywateli Polski.
Islam	W tej kategorii mieściły się wszystkie <i>fake newsy</i> dotyczące kultury Islamu, bądź działań związanych z wyznawcami tej religii, jak np. uchodźcy bądź emigranci.
Kościół katolicki	Wszelkie fałszywe treści dotyczące Kościoła katolickiego, symboli katolicyzmu bądź jego znaczących przedstawicieli.

²⁴ Zob. K. Rosińska, *Metody zwalczania szkodliwego wpływu fake newsów*, w: *Oblicza fake newsa. Perspektywy naukowych analiz zjawiska fałszywych wiadomości*, red. K. Rosińska, P. Płatek, Warszawa 2021, s. 165-181.

Polityczno-ideologiczne	Fałszywe treści, których przedmiotem były działania polityczne w związku z religią bądź konkretnym światopoglądem lub działania wynikające z konkretnego systemu etycznego lub jego braku, np. spory dotyczące aborcji, in vitro, eutanazji itd.
Walka z religią	W tej kategorii znajdowały się fałszywe treści ukazujące każdą religię jako zło lub ośmieszające ludzi religijnych.

Źródło: badania własne

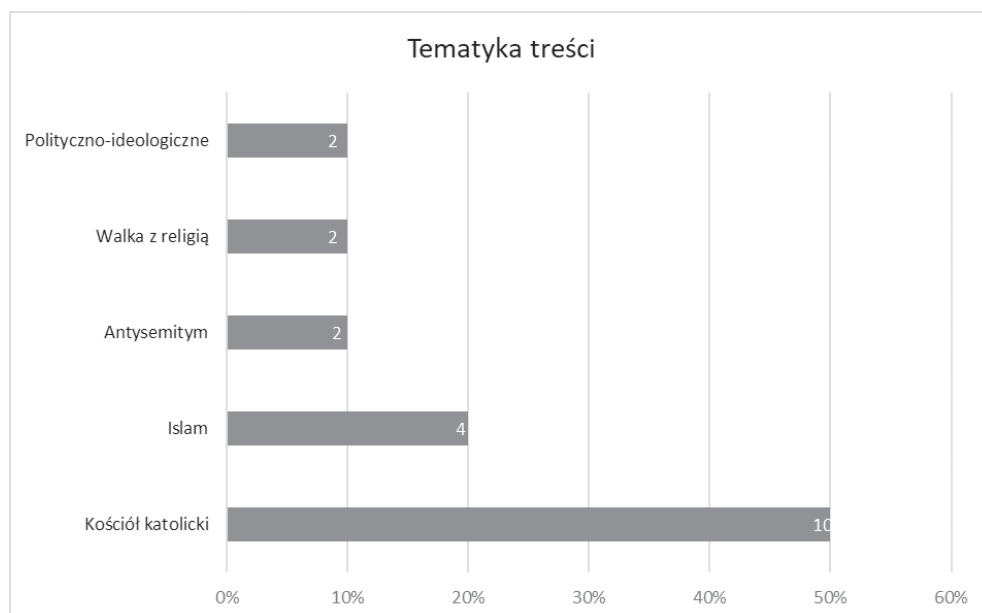
W dalszej kolejności dokonano też, krótkiego opisu każdego przypadku, oznaczając takie wartości jak: obszar geograficzny (opis miejsca, którego dotyczył *fake news* – kategorie: świat, Unia Europejska, Polska), słowa kluczowe (charakterystyczne słowa, które opisują, czego dotyczył *fake news* np. imię i nazwisko osoby, miejsce lub czynność itp.). W ten sposób na podstawie krytycznej analizy dyskursu *fake newsów* o tematyce światopoglądowej, uzyskano następujące wyniki.

Wyniki

PB 1: Jakich tematów szczegółowych dotyczyły *fake newsy* o tematyce światopoglądowej?

Z przeprowadzonej analizy *fake newsów* o tematyce światopoglądowej wynikało, że fałszywe narracje są tworzone nie tylko ze względu na samą tematykę, ale też dostosowane do konkretnych grup odbiorców. Oznacza to, że fałszywe narracje w treściach światopoglądowych mają przede wszystkim na celu polaryzację społeczną i utrwalenie już istniejących stereotypów lub uprzedzeń. Nie mniej z analizy ilościowej wynika, że w 2019 roku w okresie kampanii wyborczej 10 na 20 fałszywych wiadomości dotyczyło Kościoła katolickiego. Stanowiło to 50% badanych treści, choć warto zauważyć, że były one wewnętrznie zróżnicowane, co zostanie omówione poniżej. Drugą w kolejności grupą okazały się teksty dotyczące islamu – 4 *fake newsy* oraz antysemityzmu – 2 teksty. Dwa *fake newsy* odnosiły się do zwalczania religii jako takiej, ale warto nadmienić, że były to teksty satyryczne, które stały się *fake newsami* w procesie dystrybucji. Pojedyncze treści dotyczyły tematów politycznych oraz aborcji. Układ procentowy tematów szczegółowych *fake newsów* światopoglądowych jest zaprezentowany na wykresie 1.

Wykres 1. Tematyka *fake newsów* światopoglądowych



Źródło: badania własne

Kościół katolicki

Analiza dyskursu wykazała, że połowa przeanalizowanych *fake newsów* o tematyce światopoglądowej dotyczyła Kościoła katolickiego. Wydźwięk tych treści nie jest jednoznaczny i można podzielić je na treści personalne – dotyczące konkretnych członków wspólnoty Kościoła, treści ekspansywne – ukazujące Kościół katolicki czy też wiarę katolicką jako agresora wchodzącego w przestrzeń prywatną czy też świecką, a także treści defensywne – przedstawiające Kościół lub osoby wierzące jako ofiary różnego rodzaju ataków.

Podczas analizy wyodrębniono 3 *fake newsy* personalne. Dotyczyły one chrześcijańskiej aktywistki z Pakistanu Asi Bibi, papieża Franciszka, oraz polskiego proboszcza ks. Marka Narumskiego. Historia Asi Bibi, która została skazana na śmierć przez powieszenie w procesie o bluźnierstwo przeciw islamowi wywołuje emocje już od wielu lat. Jej przestępstwo opierało się na kłótni, w jaką wdała się z farmerami-muzułmanami w jej rodzinnej wiosce w stanie Pendżab. Kłótnia dotyczyła szklanki wody, z której napiła się kobieta, w ten sposób „skażając” ją w oczach muzułmańskiej społeczności. To wystarczyło, żeby Aasiya (Asia) została aresztowana przez lokalną policję i postawiona przed lokalnym sądem, który skazał ją na śmierć i tym samym stał się obiektem międzynarodowego zainteresowania. W obronie kobiety wystąpiły największe światowe organizacje

zrzeszające chrześcijan, np. Pomoc Kościołowi w Potrzebie, a także największe organizacje pozarządowe walczące o ochronę praw człowieka takie jak Human Rights Watch. W 2015 roku sprawa została skierowana do pakistańskiego Sądu Najwyższego, a pod koniec października 2018 roku ta instytucja orzekła, że oddała karę śmierci z powodu niewystarczających dowodów. Sprawa na tym się jednak nie skończyła. Uniewinnienie wywołało masowe protesty radykalnych środowisk islamistycznych, które nawoływały do samosądu i zamordowania kobiety. Na scenie międzynarodowej pojawiły się wówczas apele do państw, które mogłyby udzielić azylu Asi Bibi, aby zaczęły czynić kroki w tej sprawie. W Polsce pojawił się *fake news* dotyczący rzekomej odpowiedzi, jakiej w temacie azylu miał udzielić Watykan. Jeden z radykalnych portali, w tekście na ten temat podkreślił, że „Watykan odmówił azylu Asi Bibi”²⁵. Niedługo potem oskarżenia o odmowę pojawiły się także w mediach społecznościowych. W rzeczywistości do Watykanu nigdy nie wpłynęła taka prośba, a za utrudnienia w związku z miejscem pobytu aktywistki odpowiadała strona pakistańska. Prawdopodobnym celem tego *fake newsa* miało być pokazanie braku lojalności władz Kościoła w stosunku do swojej wiernej. Można też uznać, że był on skierowany zarówno do osób związanych z Kościołem, jak i tych niewierzących.



W odpowiedzi do @MWszeczpolka

Takiego katolicyzmu chcecie?



06:39 - 19 kwi 2019

Rysunek 1. *Fake news* dotyczący papieża Franciszka

Źródło: Twitter.com

Do nieco innej grupy odbiorców (chodziło o radykalne grupy religijne) był z kolei skierowany *fake news* dotyczący papieża Franciszka (Rys. 1).

Chodzi w tym przypadku o zdjęcie papieża z tęczową flagą, która współcześnie ma wyraźne konotacje ze społecznością LGBT. Zdjęcie opatrzone podpisem „Takiego katolicyzmu chcecie?” miało sugerować odstępstwo Papieża od nauczania kościoła na temat płci i poparcia środowisk LGBT. Fotografia okazała się jednak zwykłym fotomontażem²⁶. Papież został wklejony na inne tło, a flaga Argentyny, którą trzymał w rzeczywistości, została zamieniona z tęczową. Nie ulega jednak wątpliwości, że tego typu fałszywe treści

²⁵ Za: M. Istel, *Czy Watykan odmówił azylu Asi Bibi?*, Konkret24, 2 II 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/czy-watykan-odmowil-azylu-asi-bibi,905787.html> [dostęp: 5.12.2021].

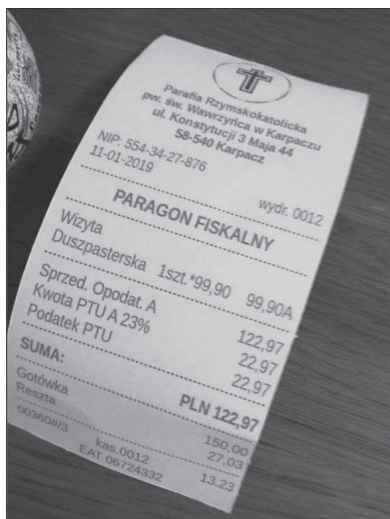
²⁶ Za: M. Istel, *Czy papież machał tęczową flagą LGBT?*, Konkret24, 7 V 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/czy-papiez-machal-teczowa-flaga-lgbt,933477.html> [dostęp: 5.12.2021].

dość często produkowane są w odniesieniu do głowy Kościoła katolickiego. Papież nie zajmuje jednoznacznego stanowiska w wielu kwestiach społecznych, co wywołuje niekiedy kontrowersje wśród teologów i wiernych, doprowadzając do niezrozumienia fundamentalnych zasad wiary. Z drugiej jednak strony można zaobserwować wysoką popularność obecnego papieża w mediach, również tych niezwiązanych z Kościołem. Trudno więc jednoznacznie ocenić skuteczność jego działań. Warto jednak zauważyć, że ten rodzaj komunikacji stwarza pewną przestrzeń do kreowania *fake newsów*. Prawdopodobnie takie treści mają na celu podważenie zaufania do papieża wśród wiernych przywiązanych do tradycyjnego katolicyzmu. Zabiegi dezinformacyjne mogą też wynikać z chęci rozbicia wspólnoty Kościoła na mniejsze, radykalne grupy, a także z lęku i niezrozumienia działania papieża przez członków tych grup.

Ostatni personalny *fake news* dotyczył rzekomego podlaskiego proboszcza, ks. Marka Narumskiego. Na popularnej stronie na Facebooku „Obłuda PIS” pojawiła się grafika podająca, że ksiądz został „komendantem posterunku policji w Kleszczelach” na Podlasiu. Miał on dostać wysoką pensję („pobiera 7855,79 zł wypłaty na rękę oraz dostał służbowe BMW z szoferem”). W rzeczywistości wskazany ksiądz nie istnieje, a na zdjęciu jest inna osoba – ks. Joachim Gondro. Posterunek, o którym mowa na grafice również nie istnieje, a fotografia dokumentuje spotkanie wielkanocne ze śląskiej komendy policji²⁷. Zdjęcie wywołało falę ostrych komentarzy pod adresem Kościoła katolickiego, partii rządzącej oraz polskiej policji. Udostępniło je niemal dwa tysiące użytkowników. Duże zasięgi wpis uzyskał dzięki zamieszczaniu go na facebookowych grupach, na przykład na grupie „Zjednoczona walcząca Opozycja!”, która liczy ponad 12,8 tysięcy członków. *Fake newsa* podano dalej także na profilu posłanki Platformy Obywatelskiej Bożeny Kamińskiej. Celem tego typu kłamstw mogły być doraźne zyski polityczne oraz pobudzenie elektoratu niezwiązanego z Kościołem katolickim, ale oburzonego współpracą państwa i Kościoła. Jest to też personalne nawiązanie do ekspansywnej grupy *fake newsów*, ukazujących Kościół jako organizację w jakiś sposób opresyjną.

Pierwszy ekspansywny *fake news* przedstawiał sfabrykowany paragon za kołędę, który miała wystawiać parafia w Karpaczu (Rys. 2). Oprócz nieścisłości w kwotach podatkowych, które mogą budzić wątpliwości warto również zauważyć, że parafia pod wezwaniem św. Wawrzyńca w okolicach Karpacza znajduje się na górze Śnieżce. Pod wskazanym na paragonie adresem znajduje się, katolicki kościół pod wezwaniem Nawiedzenia Najświętszej Maryi Panny. Sfabrykowany paragon wywołał jednak sporą sensację na Facebooku zbierając ponad 1500 udostępnień,

²⁷ Za: K. Jabłonowski, *Czy podlaski proboszcz został komendantem policji?*, Konkret24, 4 VII 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/czy-podlaski-proboszcz-zostal-komendantem-policji,949726.html> [dostęp: 5.12.2021].



Rysunek 2. Sfabrykowany rachunek za kolędę

Źródło: Facebook.com <https://www.facebook.com/aidzpanw/photos/a.1941351809778743699/49551176390/?type=3&theater>

Również tutaj napis został doklejony w programie graficznym, ale dużo istotniejszy jest w tym przypadku kontekst sytuacyjny. *Fake news* pojawił się bowiem niedługo po tym, jak podano informację o współpracy pomiędzy uczelnią założoną przez ojca Tadeusza Rydzika – ówczesną Wyższą Szkołą Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, a amerykańskim funduszem CVC Capital Partners - właścicielem sieci sklepów „Żabka”. Współpraca miała dotyczyć m.in. realizacji wspólnych działań na rzecz podniesienia jakości kształcenia i nie miała żadnych związków

1000 reakcji i prawie 300 komentarzy. Większość komentarzy wyrażała oburzenie i była bardzo krytyczna w stosunku do chęci ekonomicznych zysków z kolędy. Można przypuszczać, że intencją tego *fake newsa* było ukazanie ekspansji ekonomicznej Kościoła katolickiego i dążenia do zysków finansowych.

Z kolei drugi tego typu *fake news* pozornie dotyczył bardziej wymiaru duchowego. Na facebookowej społeczności „STOP dla Funduszu Kościelnego” (grupa liczy ponad 5000 osób) pojawiło się zdjęcie popularnych słodczy - krówek rzekomo kupionych w jednym ze sklepów sieci „Żabka”. Na wewnętrznej stronie opakowania rozpakowanej krówki widać napis: „14. Módlmy się za siostry i braci, którzy zdradzają wspólnotę...” i złożone w modlitewnym geście dłonie²⁸ (Rys. 3).



Rysunek 3. Sfabrykowane krówki z Żabki

Źródło: Facebook.com <https://www.facebook.com/475565319252775/photos/a.13522/47913246556272757058250259/?type=3>

²⁸ Za: J. Kunert, *Rozmodlone krówki w Żabce?*, Konkret24, 4 II 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/rozmodlone-krowki-w-zabce,906411.html> [dostęp: 5.12.2021].

z religijnością. Jednak można przypuszczać, że celem tego *fake newsa* miało być wywołanie obaw, że sklep, który jest przestrzenią neutralną religijnie stanie się przestrzenią promowania katolickich wartości. Efekt ten został zresztą osiągnięty, co można zaobserwować w komentarzach pod postem.

Trzeci przykład ekspansywnego *fake newsa* dotyczył przestrzeni odpoczynku i rozrywki jaką jest plaża. W treści wiadomości opatrzonej sugestywnym zdjęciem ustawionego na plaży krzyża, na którym przedstawiono postać Jezusa Chrystusa napisano: „W Episkopacie najwyraźniej się nudzą, bo wpadli na pomysł wystawienia 300 krzyży na plażach, by wypoczywający mieli gdzie się pomodlić. Ja bardzo dziękuję za troskę, ale sama zadbam o swój spokój ducha, a na plażach jest wystarczający tłok. Amen”²⁹. W tym przypadku zdjęcie okazało się prawdziwe, jednak pochodziło z portalu nadmorski24.pl jako ilustracja artykułu zapowiadającego Ekstremalną Drogę Krzyżową z Jastrzębiej Góry do Helu. Rzekoma inicjatywa Episkopatu okazała się zmyśleniem, wykorzystującym manipulację zdjęciem. Sam *fake news*, podobnie jak poprzednie przykłady wywołał jednak pełne oburzenia w stosunku do Kościoła katolickiego reakcje.

Nieco innych strategii manipulacji wymagały *fake newsy* defensywne, przedstawiające ataki na wiarę katolicką. Aż trzy z czterech *fake newsów* o tej tematyce poruszały kwestię usuwania krzyża, jako symbolu religijnego z przestrzeni publicznej. Jedna z fałszywych wiadomości dotyczyła usunięcia krzyża z mitry biskupiej św. Mikołaja w belgijskich szkołach³⁰. Tego typu niesprawdzone treści udostępniły portale Najwyższy Czas!, wsensie.pl czy magnapolonia.org. W rzeczywistości okazało się, że sprawa nie dotyczyła szkół tylko firmy ubezpieczeniowej, która nie zamieściła krzyża na obrazku Mikołaja w kolorowance dla dzieci. Innym przykładem takich treści była wiadomość, o tym że muzułmanie chcą usunięcia krzyża przy ulicy Wiertniczej w Warszawie³¹. W pierwotnej wersji użytkowniczka Twittera ogłosiła, że „muzułmanie chcą usunięcia krzyża przy ul. Wiertniczej w Warszawie” oraz dodała, że „przy tej ulicy jest meczet”, sugerując w hashtagach, że źródłem tej informacji jest instytucja kościelna „#ogłoszenia, kościół św. Anny, Wilanów”. W następnych dniach jej informacje zaczęły kopiować inne osoby, zmieniając niekiedy poszczególne elementy. Pierwszy wpis podano dalej ponad 360 razy, a jego skopiowaną wersję umieszczoną na Facebooku udostępniło

²⁹ Za: K. Jabłonowski, „300 krzyży na plażach”, czyli historia pewnego zdjęcia, Konkret24, 29 V 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/300-krzyzy-na-plazach-czyli-historia-pewnego-zdjecia,937540.html> [dostęp: 5.12.2021].

³⁰ Za: M. Istel, Nie, święty Mikołaj w Belgii nie „został pozbawiony krzyża”, Konkret24, 3 XII 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/nie-swiet-y-mikolaj-w-belgii-nie-zostal-pozbawiony-krzyza,990238.html> [dostęp: 5.12.2021].

³¹ Za: M. Istel, Muzułmanie chcą usunąć krzyż w Warszawie? To fałszywa informacja, Konkret24, 17 V 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/muzulmanie-chca-usunac-krzyz-w-warszawie-to-falszywa-informacja,936434.html> [dostęp: 5.12.2021].

kolejne 400 osób. Wiadomość wywołała poruszenie wśród grup religijnych, które zaczęły się organizować w obronie krzyża. W rzeczywistości sprawa okazała się dużo bardziej skomplikowana i dotyczyła zapytania Ambasady Kuwejtu o działkę, należącą do ambasady, na której stoi ów krzyż. Nie była to więc inicjatywa związana z religią, jak sugerował pierwotny tweet i krzyż nie miał zostać usunięty z powodów światopoglądowych.

Jednak najpopularniejszym *fake newsem* związanym z intencjonalnym usuwaniem symbolu krzyża jest tweet o tym, że korporacja Google usuwała krzyże z kościołów (Rys. 4).



Rysunek 4. *Fake news* o usuwaniu krzyży przez Google

Źródło: Twitter.com https://twitter.com/lewakami/status/1113154451144048640?ref_src=twsrc%5Etfw%7C%7Ctwcamp%5E%7Ctweetembed%7C%7Ctwrm%5E%7C%7C1113154451144048640Ctwgr5%E%7C%7C7Ctwcon5%Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fkonkret24.tvn24.pl%2Frozrywka%2F113Fjak-google-walczy-z-krzyzami-czyli-powrot-starej-nieprawdy924600.html

tycznie na podstawie zdjęć lotniczych. Niekiedy elementy słabo widoczne na tego typu zdjęciach, takie jak np. elementy elewacji, mogą nie zostać odwzorowane na obiektach 3D. Zatem informacja o usuwaniu krzyży była manipulacją i mogła mieć na celu wzbudzenie poczucia zagrożenia wśród osób wierzących lub wywołania ich agresywnej reakcji w Internecie, co zresztą było odwzorowane w komentarzach pod zdjęciem.

Zdjęcie z Google Earth z czerwonymi pętlami wskazującymi cień krzyża na dachu kościoła, oraz brak na kościele fizycznego krzyża, który ten cień miałby rzucać, zamieścił na Twitterze m.in. użytkownik „Jasiu Wiśniewski”. Zdobywający popularność wpis (prawie 500 podań dalej, ponad 800 polubień), szybko stał się wiralem. Popularność zdobył też m.in. na profilu Walczący z Lewakami, gdzie autor do zdjęcia dodał komentarz „Jak Google Maps walczy z krzyżem”. Choć zdjęcie jest całkowicie prawdziwe to w przypadku Google Earth trudno mówić o celowym działaniu i walce z krzyżami i to jest nieprawdziwy przekaz. Obiekty 3D, które możemy oglądać na mapach Google i w Google Earth są tworzone automa-

Kolejny przykład defensywnego *fake newsa* dotyczy francuskiej Katedry Notre Dame, która miałaby być odbudowana jako pasaż handlowy. Po tym, jak z 15 na 16 kwietnia 2019 miał miejsce pożar katolickiej katedry Notre Dame, prezydent Francji Emmanuel Macron zapowiedział, że katedra zostanie odbudowana w ciągu pięciu lat. Jednak jak twierdzą eksperci, odbudowa może potrwać nie pięć lat, ale nawet dwie dekady i w związku z tym pojawiają się liczne spekulacje. Jedną z takich nieprawdziwych wiadomości okazał się tweet o tym, że „przed Notre Dame stanie pawilon, w którym będzie można wypić dobrą kawę, posłuchać koncertu albo coś kupić. Oczywiście będzie można przyjść się pomodlić, choć to takie staromodne. Nie, nie żartuję. Idzie to wszystko – w tym niemożność odbudowy Katedry – w bardzo złą stronę”³². Do wiadomości dołączona została wizualizacja graficzna budynku. Tweet dość zdecydowanie sugeruje negatywne działania w związku z odbudową katedry i tym samym wzbudza negatywne emocje. Zyskał on zainteresowanie, zwłaszcza katolickich użytkowników, którzy wyrażali swoje oburzenie w związku z niesakralnym budynkiem mającym zastąpić świątynię. Tymczasem wizualizacja okazała się jedynie projektem, który został zresztą odrzucony, a przed katedrą, do czasu jej odbudowy powstanie niewielkich rozmiarów sanktuarium maryjne.



Rysunek 5. *Fake news* o islandzkiej deklaracji uznania religii za broń masowej zagłady

Źródło: Webarchive.org <https://web.archive.org/web/20190728100237/https://treborok.wordpress.com/islandia-przyjela-deklaracje-wszystkie-religie-sa-bronia-masowej-zaglady/?preview=true>

Choć opisane defensywne *fake newsy* związane z wiarą katolicką kończą grupę fałszywych narracji związanych z Kościołem katolickim to w podobnym tonie, acz w szerszym zakresie zwalczania religii jako takiej, można odczytać dwa kolejne przykłady. Są to dwie satyryczne wiadomości dotyczące Islandii, w której religia miała zostać uznana za chorobę psychiczną lub broń masowej zagłady (Rys. 5).

W treści fałszywej wiadomości można przeczytać, że „Reykjavik, Islandia – Islandzki parlament przegłosował nowe prawo, klasyfikując wszystkie religie jako broń masowej

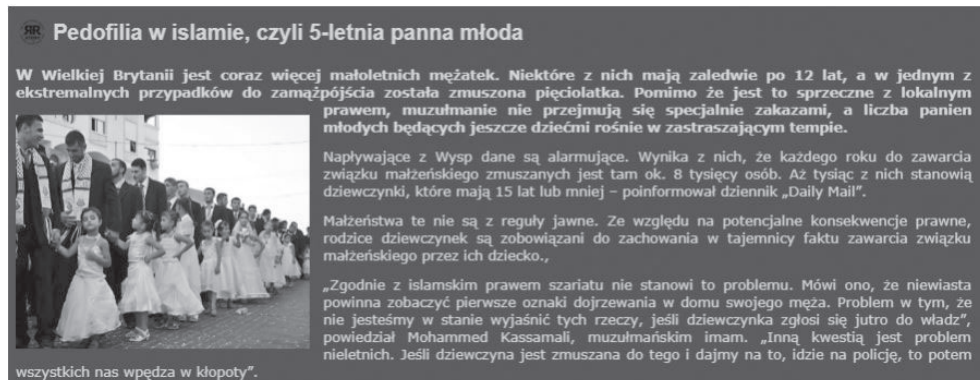
³² Za: G. Sieczkowska, *Przed Notre Dame nie stanie nowoczesny pawilon. Diecezja planuje niewielkie sanktuarium maryjne*, Konkret24, 14 VIII 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/przed-notre-dame-nie-stanie-nowoczesny-pawilon-diecezja-planuje-niewielkie-sanktuarium-maryjne,960753.html> [dostęp: 5.12.2021].

zagłady. Islam, chrześcijaństwo, judaizm, hinduizm i buddyzm są teraz w tej samej kategorii co broń jądrowa, gaz musztardowy i chemiczne środki bojowe”. W dalszej kolejności cytowane są słowa Andrew Canarda – rzekomo jednego z ustawodawców, którzy głosowali za nowym prawem: „broń masowej zagłady jest z definicji bronią zdolną do spowodowania śmierci i zniszczenia na tak wielką skalę, że sama jej obecność w rękach wrogiej władzy może być uznana za poważne zagrożenie. Patrząc na krucjaty, wojny dżihadystyczne lub na to, jak ewangelicka oligarchia w Ameryce niszczy planetę, można zrozumieć, że wiara na masową skalę jest destrukcyjna”. W dalszej kolejności dodaje: „Niedawno przyjęliśmy podobny środek w odniesieniu do chrześcijaństwa. W parlamencie uważaliśmy za konieczne, aby ludzie wiedzieli, że cała religia jest zaburzeniem psychicznym, i do tego niebezpiecznym”. Artykuł został udostępniony na Facebooku, na przykład na fanpage’u Globalna świadomość, obserwowanym przez ponad 67,5 tys. osób, oraz na grupie Ateiści są boscy!, do której należy obecnie 2,7 tys. użytkowników. W pierwszym przypadku informacja została udostępniona ponad 100 razy, i zawierała ponad 260 reakcji. Na wspomnianej grupie post uzyskał 115 udostępnień i niecałe 200 reakcji. Co więcej wiadomość była powielana przez celebrytów m.in. Adama Nergala oraz Tomasza Organka³³. W rzeczywistości polskie artykuły powoływały się na anglojęzyczne źródło, które okazało się stroną satyryczną. Jej autor Andrew Hall już na początku tekstu podlinkował informację o tym, że treść jest zmyśloną satyrą, ale prawdopodobnie użytkownicy nie kliknęli w ten link lub świadomie nie powielali tej informacji w polskojęzycznych wersjach. Anglojęzyczny twórca jako swoją grupę odbiorców wskazywał osoby o centrowych i lewicowych poglądach i jak można zauważyć również w polskojęzycznym internecie do tych osób pierwotnie skierowany był *fake news*. Jednak w dłuższej perspektywie jego ofiarami padli także użytkownicy religijni, którzy z czasem wyrażali swoje oburzenie w związku z decyzją parlamentu Islandii. *Fake newsy* pochodzenia satyrycznego są więc bardzo dobrym przykładem zmiany grupy docelowej, a w efekcie zwiększenia zasięgu dezinformacji.

Islam i antysemityzm

Drugą, najpopularniejszą grupą fałszywych treści światopoglądowych były wiadomości dotyczące bezpośrednio lub pośrednio innych religii, czyli islamu (4 *fake newsy*) oraz judaizmu (2 *fake newsy*). W grupie *fake newsów* dotyczących islamu największe poruszenie wywołało zdjęcie małych dziewczynek w białych sukienkach stojących obok dorosłych mężczyzn (Rys. 6).

³³ Za: Demagog.org, *Nie, Islandia nie uznała religii za broń masowej zagłady*, 3 X 2019. https://demagog.org.pl/fake_news/nie-islandia-nie-uznala-religii-za-bron-masowej-zaglady/ [dostęp: 5.12.2021].



Rysunek 6. Fake news o islamskich małżeństwach z dziećmi

Źródło: Konkret24 <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/znany-fejk-wykorzystany-w-dyskusji-o-filmie-braci-sekielskich,936465.html>

Fake news występował w różnych wariacjach tekstowych, ale zawsze dotyczył tego samego, czyli małżeństw z nieletnimi. W treści artykułu można przeczytać o sytuacji w Wielkiej Brytanii, w której ma dochodzić do zawierania małżeństw z nieletnimi, zwłaszcza w kręgach muzułmańskich. W tekście przytoczone są też konkretne liczby oraz źródło – „Daily Mail”, który jest popularnym brytyjskim dziennikiem. W rzeczywistości zdjęcie nie pochodzi z Wielkiej Brytanii, tylko ze Strefy Gazy i zostało zrobione w 2009 roku. Na zdjęciu przedstawione jest wesele, ale dziewczynki pełniły na nim funkcje druhen, a nie panien młodych. Choć problem małżeństw z nieletnimi w krajach muzułmańskich rzeczywiście istnieje to jednak ten sposób zwracania na niego uwagi jest oczywistą manipulacją, posługującą się nieprawdziwymi danymi.

Drugim podobnym *fake newsem* okazało się zdjęcie uśmiechniętego mężczyzny obejmującego zapłakaną dziewczynkę. Fotografia została opatrzona podpisem: „Oni nie szukają jej taty. Oni sprzedają ją na aukcji. Państwo Islamskie zezwala na handel niewolnikami” (Rys. 7).

W rzeczywistości zdjęcie pochodzi z konkursu recytacji cytatów z Koranu, który został zorganizowany w syryjskim mieście Aleppo w 2013 roku. Dziewczynka płacze, bo się pomyliła. Jednak zmanipulowany post wzbudził wiele krytycznych wobec islamu komentarzy.

Pozostałe dwa *fake newsy* związane z wyznawcami islamu jako jedyne z analizowanych treści zawierały filmiki, które jak się okazało także zostały zmanipulowane. Pierwszy film przedstawiał muzułmanów wspinających się na bożonarodzeniową choinkę w Holandii³⁴. Z opisu filmu wynikało, że jest to zachowanie

³⁴ Za: Konkret24, *Uchodźcy wdrapywali się na choinkę w Holandii?*, 5 I 2019 <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/uchodzczy-wdrapywali-sie-na-choinke-w-holandii,897651.html> [dostęp: 5.12.2021].



Rysunek 7. Fake news dotyczący handlu ludźmi

Źródło: Kwejk.pl <https://kwejk.pl/obrazek/2436597/imigracja.html>

w zasłaniające twarze nikaby kobiety, które jedzą spaghetti. Muzułmańskie nakrycie głowy zasłania im jednak usta. Jedna z nich podczas posiłku podnosi dolną część materiału, natomiast druga wykorzystuje do zjedzenia spaghetti otwór na oczy. Zachowanie to wzbudza dość nieprzyjemne emocje, a w tle widoczny jest mężczyzna, który z dużym zaciekawieniem ukradkiem przygląda się całej sytuacji. Filmik był opatrzony komentarzami obśmiewającymi lub dewaluującymi islamskie tradycje związane z ubiorem kobiet. Sam filmik okazał się jednak fragmentem brytyjskiego show „3 Non-blondes” (z ang. „3 nie-blondynki”) nadawanego przez BBC między lutym a grudniem 2003 roku. Występujące na nim kobiety nie były muzulmankami, a jedynie przerysowywały potencjalne problemy z jedzeniem w celu nagrania reakcji nieświadomych przechodniów. Bez tej informacji filmik stał się świadomą manipulacją i wprowadzaniem w błąd użytkowników internetu niemających do czynienia z tego typu praktykami.

Kolejną religią, której dotyczyły analizowane *fake newsy* był judaizm, a właściwie zachowania agresywne w stosunku do tej religii, czyli antysemityzm. Pierwszy przykład takiej fałszywej wiadomości dotyczył polskiego zwyczaju topienia marzanny jako przykładu antysemityzmu. Na facebookowym profilu „Żelazna logika” pojawił się post z dołączonym artykułem z czasopisma „The Times of Israel”, opatrzony komentarzem: „Jak się okazuje topienie Marzanny to też antysemityzm. Artykuł sprzed dwóch lat” (Rys. 8). Osoby komentujące i udostępniające wiadomość po samym tytule i dołączonym zdjęciu wnioskowały, że autorzy tekstu zaatakowali słowiańską tradycję witania pierwszego dnia wiosny. W rzeczywistości w anglojęzycznym artykule opisano jednostkowy przypadek, w którym rzeczywiście

uchodźców, którzy nie szanują kultury i tradycji chrześcijańskiej w Europie. W rzeczywistości wideo zostało nagrane w egipskim mieście Heliopolis. Przedstawia tradycyjne zdejmowanie ozdób choinkowych, związane z ostatnim dniem roku – zostało nagrane 31 grudnia 2018 roku. Filmik nie był więc wyrazem dezaprobaty dla zwyczajów bożonarodzeniowych. Drugie wideo przedstawia islamskie kobiety jedzące w miejscu publicznym³⁵. W jego centralnym punkcie widać ubrane

³⁵ Za: M. Istel, *Jak jedzą muzulmanki w nikabach? Kolejni nabrani na satyryczny filmik*, Konkret24, 18 XI 2019 <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/jak-jedza-muzulmanki-w-nikabach-kolejni-nabrani-na-satyryczny-filmik,986108.html> [dostęp: 5.12.2021].



Rysunek 8. *Fake news* dotyczący topienia marzanny

Źródło: Facebook.com https://m.facebook.com/zelnalogika.net/posts/2222354701145812?comment_id=2222372147810734&comment_tracking=%7B%22t-n%22%3A%22R%22%7D



Zdewastowano cmentarz żydowski w Świdnicy. „Młodzi często piją tu alkohol”

In Różności

Cmentarz żydowski położony w pobliżu ul. Ołowianej w Świdnicy wygląda jak po przejściu huraganu. Nieznani sprawcy zdewastowali tam 15 nagrobków, wyrwijając je z ziemi, łamiąc i wypisując na nich hasła czarnym sprayem. Policja prowadzi dochodzenie w tej sprawie.

Rysunek 9. *Fake news* o dewastacji cmentarza żydowskiego w Świdnicy

Źródło: Konkret24 <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/falszywa-informacja-o-dewastacji-cmentarza-zydowskiego-w-swidnicy-obiegla-swiat,911221.html>

kukłę marzanny wystylizowano na żydowską kobietę i nazwano b'żydulą. Mężczyzna, dokonujący spalenia kukły w związku z tym zdarzeniem, został zresztą oskarżony o popełnienie przestępstwa. W oryginalnym tekście nie było natomiast oskarżenia wobec zwyczajowo topienia marzanny, a wręcz został on wytłumaczony jako polski folklor. W tym przypadku można uznać, że największą manipulacją okazał się komentarz do angielskiego tekstu i to za jego przyczyną odbiorcy poczuli się zaatakowani z powodu w swoich zwyczajów, a w związku z tym reagowali agresywnymi komentarzami w stosunku do Żydów. Można więc powiedzieć, że *fake news* sprowokował zachowania agresywne.

Drugi, skłaniający do refleksji przykład *fake newsa* o tematyce antysemickiej pochodzi z polskiego portalu Publiszer i są to doniesienia o rzekomej dewastacji cmentarza żydowskiego w Świdnicy (Rys. 9). Ten *fake news* zyskał zasięg międzynarodowy. W tytule artykułu pojawia się perswazyjny komentarz: „młodzi często piją tu alkohol”, który ma na celu ukazanie braku poszanowania dla miejsca pochówku. W dalszej treści padają informacje o lokalizacji cmentarza i jego stanie: „jak po przejściu huraganu”. Jest też informacja o skali dewastacji i podjętych przez policję

czynnościach śledczych. W dalszej części tekstu podawane są wyjaśnienia, że o zdarzeniu miała poinformować mieszkanka Świdnicy, która na cmentarzu pojawiła się przypadkowo, a gdy zobaczyła zniszczone nagrobki, zrobiła kilka zdjęć i wysłała je e-mailem do Urzędu Miasta w Świdnicy. Urzędnicy mieli z kolei poinformować policję, która miała potwierdzić zdarzenie. Do tekstu dołączono sześć zdjęć, które miały pokazywać zniszczone miejsce spoczynku.

W dalszej części publikacji portal Publiszer próbuje wpisać akt wandalizmu w napięte stosunki dyplomatyczne między Polską a Izraelem, sugerując, że dewastacja była motywowana antysemityzmem: „część mieszkańców uważa, że zdarzenie może mieć podłoże związane z ostatnią wizytą premiera Izraela w Warszawie, który obarczał Polaków o współpracę z Niemcami podczas 2 WŚ. Większość jest jednak zdania, że to po prostu bezmyślny, chuligański wybryk” (pisownia oryginalna za Konkret24)³⁶. W tym fragmencie chodzi o wypowiedź izraelskiego premiera Benjamina Netanjahu, który według portalu „The Jerusalem Post” miał podczas prowadzonej przez USA Konferencji Bliskiego Wschodu w Warszawie powiedzieć, że Polacy: „pomagali Niemcom zabijać Żydów w czasie Holokaustu”. Słowa te zostały zdementowane zarówno przez ambasadora Izraela w Polsce Annę Azari, a także przez Kancelarię Netanjahu, ale to właśnie na nie powołuje się autor *fake newsa*. Samo zdarzenie dewastacji cmentarza w Świdnicy też nie miało miejsca, a zdjęcia pochodziły z 2015 roku i odnosiły się do dewastacji żydowskiego miejsca spoczynku w Olkuszu. Jednak *fake news* szybko zyskał zasięg międzynarodowy, gdyż fałszywy tekst Publiszera cytowały portale takie jak: „The Times of Israel” i „The Jerusalem Post”. Wkrótce po tym ambasador RP w Izraelu Marek Magierowski poprosił o usunięcie tych artykułów na podstawie dowodów na ich fałszywość. W rezultacie „The Times of Israel” usunął ze swojego artykułu fragmenty o Świdnicy, zwracając uwagę na błąd, podczas gdy redaktorzy „The Jerusalem Post” całkowicie zmienili swój tekst. Sytuacja pokazuje jednak, że *fake newsy* na temat konkretnej religii lub światopoglądu mogą mieć wpływ na sytuację zarówno w kraju, jak i na arenie międzynarodowej, wpływając na stosunki między Państwami.

Tematy polityczno-ideologiczne

W tym obszarze znajdują się dwie fałszywe wiadomości, które dotyczyły cywilizacji śmierci (Rys. 10) oraz rządzącej partii Prawo i Sprawiedliwość (Rys. 11). Pierwszy z tych *fake newsów* zawierał zdjęcie kobiety i mężczyzny trzymających w dłoniach słój z formaliną, w którym widać kształt płodu. W opisie do zdjęcia

³⁶ Za: Konkret24, *Fałszywa informacja o dewastacji cmentarza żydowskiego w Świdnicy obiegła świat*, 20 II 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/falszywa-informacja-o-dewastacji-cmentarza-zydowskiego-w-swidnicy-obiegla-swiat,911221.html> [dostęp: 5.12.2021].

można przeczytać, że jest to „para, która zapłodniła się in vitro (na koszt podatników), a potem miała aborcję w szóstym miesiącu ciąży”. W słoju miało znajdować się nienarodzone dziecko, a całość została podsumowana zdaniem: „Oto cywilizacja śmierci”. Wiadomość bardzo szybko wzbudziła oburzenie w grupach związanych z ruchem pro-life i wśród członków zaangażowanych grup religijnych. Okazało się jednak, że choć zdjęcie jest prawdziwe to zostało wykonane na Comic Con w San Diego i przedstawia zupełnie inną niż opisana sytuację. Na zdjęciu znajduje się Hideo Kojima, producent gier komputerowych z Japonii – twórca m.in. serii „Metal Gear”, a obok niego stoi Ashley Johnson, amerykańska aktorka, grająca Elle w innej grze „The Last of Us”. Pozują natomiast z plastikową repliką BB Pode – postaci z gry „Death Stranding”, najnowszej produkcji Japończyka. Figurka okazała się jednym z gadżetów dołączanych do kolekcjonerskiej edycji gry. Warto zauważyć, że część użytkowników Twittera stosunkowo szybko rozpoznała *fake newsa* i starała się go dementować.

Ostatnia analizowana wiadomość stanowi kwintesencję łączenia tematów religijnych i politycznych. *Fake news*, który pojawił się na facebookowej grupie „Jestem gorszego sortu!” dotyczył katolickiego nabożeństwa ukazanego jako element polityki partii Prawo i Sprawiedliwość³⁷. Na zdjęciu opatrzonym podpisem „Święta w Polsce PiS” wiadać uczestników celebracji, którzy byli ubrani w białe, spiczaste kaptury, kojarzące się części komentujących z Ku Klux Klanem. Pod postem pojawiły się liczne reakcje i komentarze wyrażające złość wobec rządzących, a część komentujących była także krytyczna wobec Kościoła katolickiego w Polsce



Rysunek 10. *Fake news* dotyczący aborcji

Źródło: Twitter.com https://twitter.com/napalonywikary/status/1154836082111975424?ref_src=twsrc5%Etfw7%Ctwcamp5%Etwe%tembed7%Ctwterm5%E115483608211197%75424Ctwgr5%E7%Ctwcon5%Es1_&ref_url=https%3A2%F2%Fkonkret24.tvn24.pl2%Frozrywka2%113Fdziecko-w-sloju-z-formalina-falszywy-opis-prawdziwego-zdjecia-i-spora-popularnosc-w-sieci957087.html

³⁷ Za: K. Jabłonowski, *Święta w «Polsce PiS»? Nie, to Hiszpania*, Konkret24, 23 IV 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/swieta-w-polsce-pis-nie-to-hiszpania,929773.html> [dostęp: 5.12.2021].

 Sławomir Pawlak
19 godz.
Święta w Polsce PiS 🙄🙄🙄🙄🙄



👍👍👍 1 tys.

362 komentarze 240 udostępnień

👍 Lubię to!

🔗 Udostępnij

Rysunek 11. *Fake news* dotyczący powiązania religii z PiS

Źródło: Konkret24 <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/swieta-w-polsce-pis-nie-to-hispania,929773.html>

polityczną miało prawdopodobnie pokazać sojusz Kościoła z władzą państwową. Rozumiejąc ten obraz jako metaforę czyjeś opinii nie można uznać tego za treść wprost fałszywą. Natomiast ponieważ część komentujących potraktowała obraz poważnie, uznała go za realny opis celebracji w jednej z polskich parafii, to w tym przypadku można już mówić o *fake newsie*. Bez względu na to, połączenia wątków politycznych i religijnych zazwyczaj mają na celu utrwalanie już istniejących podziałów światopoglądowych niż kreowanie nowej dezinformacji.

RQ 2: Jakich obszarów geograficznych dotyczyły treści *fake newsów*?

Po dogłębnym przeanalizowaniu specyfiki treści *fake newsów* światopoglądowych z 2019 roku warto podsumować też jakich obszarów geograficznych one dotyczyły. Dzięki temu będzie można dostrzec czy dezinformacja w obszarze światopoglądowym ma wymiar lokalny czy globalny.

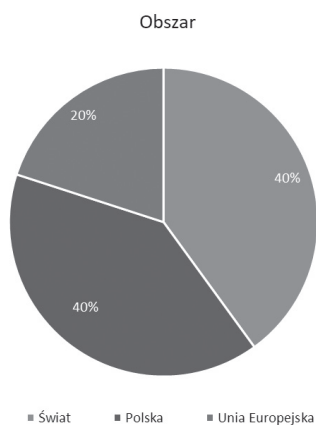
Jak można zaobserwować na wykresie 2,40% (8 przykładów) fałszywych treści dotyczyło Polski, 20% (4 przykłady) Unii Europejskiej, a pozostałe 40% innych obszarów świata. W przypadku polskich realiów fałszywe treści odnosiły się

i jego rzekomego przyzwolenia na praktyki kojarzące się z przemocą. W rzeczywistości okazało się, że zdjęcie nie pochodzi z Polski, a z miasta León w Hiszpanii, i przedstawia wspólnotę istniejącą od 1992 r. – Cofradía Santo Sepulcro – Esperanza de la Vida (Bractwo Grobu Świętego – Nadzieja Życia). Czarne elementy habitu symbolizują żałobę i śmierć, natomiast białe oznaczają nadzieję na życie wieczne. Charakterystyczne nakrycie głowy to „capirote”, używane również przez inne hiszpańskie bractwa w czasie Wielkiego Tygodnia. Połączenie zdjęcia celebracji liturgicznej z opisem uderzającym w partię

głównie do ekspansywnych działań wspólnoty katolickiej, jej zaangażowania politycznego oraz antysemityzmu. Można więc dostrzec, że dezinformacja dotycząca Polski jest wymierzona przeciwko Kościołowi katolickiemu i prawdopodobnie skierowana jest do grup niezaangażowanych religijnie i wyznających liberalne wartości. W przypadku *fake newsów* dotyczących Europy i świata jest inaczej. Większość fałszywych wiadomości ze świata dotyczyło negatywnych tradycji islamu, prób usuwania symboli religijnych lub religii samej w sobie z przestrzeni publicznej oraz ideologii przeciwnych katolicyzmowi. W tym przypadku grupami, do których kierowana była dezinformacja były osoby wierzące, wyznające konserwatywne wartości lub pielęgnujących tradycje narodowe.

Wykres 2. Obszar geograficzny, którego dotyczyły *fake newsy* światopoglądowe

Źródło: badania własne



Wnioski i dyskusja

Ważnym odkryciem wskazującym na specyfikę polskich realiów medialnych w obszarze *fake newsów* światopoglądowych, jest dominacja treści związanych z konkretnymi religiami, chrześcijaństwem i islamem. Znaczna część *fake newsów* dotyczyła negatywnego przedstawiania Kościoła katolickiego w Polsce jako organizacji agresywnie wkraczającej w przestrzeń publiczną. Ekspansywne w swej treści *fake newsy* dotyczące Kościoła katolickiego ewidentnie były skierowane do osób przeciwnych tej instytucji i prawdopodobnie miały na celu wzbudzenie poczucia zagrożenia w związku z wkraczaniem religii w przestrzeń neutralną światopoglądowo. Dodatkowo analiza obszarów geograficznych, których

dotyczyły *fake newsy* wskazuje, że dezinformacja na temat zdarzeń mających miejsce w kraju była wymierzona przeciwko Kościołowi katolickiemu i prawdopodobnie skierowana do grup niezaangażowanych religijnie i wyznających liberalne wartości. Mogła być to też próba wzbudzenia agresji wśród osób niewierzących i nie bez znaczenia wydaje się fakt, że w roku 2020 podczas tzw. protestów kobiet, doszło do licznych dewastacji świątyń³⁸. Oczywiście nie można wykazać jednoznacznego związku między *fake newsami* z 2019 roku, a fizycznymi atakami w roku 2020, ale można postawić tezę, że *fake newsy* z pewnością utrwały poczucie agresji ze strony Kościoła katolickiego i stanowiły solidny fundament do późniejszej eskalacji tychże emocji.

Z drugiej strony część *fake newsów* dotyczących Kościoła katolickiego przedstawiała odwrotny punkt widzenia. Propagowana w nich narracja defensywna dotycząca potencjalnego ataku na Kościół lub religię przez zagraniczne korporacje i państwa była skierowana do grup radykalnych i zaangażowanych religijnie. Można przyjąć, że wspólnym mianownikiem tych treści było wzbudzanie strachu przed dyskryminacją religijną lub sprowokowanie agresji zagrożonej strony. Budowanie za pomocą *fake newsów* silnego przeświadczenia o zagrożeniu związanym z wolnością religijną może być interpretowane jak celowe wzmacnianie radykalizmu religijnego w polskim społeczeństwie³⁹. Nie ulega wątpliwości, że istotą dezinformacji zarówno defensywnej, jak i ekspansywnej jest wzmacnianie agresywnej polaryzacji w społeczeństwie polskim i kreowanie podziału na zwolenników i przeciwników Kościoła katolickiego. Wzmacnianie fundamentalizmów jest korzystne dla rozbicia wspólnotowości państwa polskiego, które swoją siłę zawdzięczało dotąd właśnie społecznej solidarności, w budowaniu której Kościół miał istotny udział⁴⁰.

Mając to na względzie trudno jest zrozumieć stosunkowo bierną w tym obszarze postawę władz kościelnych w Polsce. Nie można bowiem odnaleźć inicjatyw weryfikujących treści medialne dotyczące Kościoła katolickiego, a w momencie pojawienia się fałszywej treści rzadko pojawiają się jasne sprostowania lub demontowanie. W takiej sytuacji tworzy się niezrozumienie i podział wśród wiernych, a *fake newsy* mogą ten podział kreować, a później utrwalać. Brak konsekwentnej strategii promocyjnej również odbija się negatywnie na wizerunku Kościoła w Polsce, doprowadzając do jego kryzysu. Jeszcze większym wyzwaniem, z którym niedługo będzie musiała się zmierzyć katolicka wspólnota będzie kwestia

³⁸ Zob. Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, *Oświadczenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji ws. ataków na kościoły*, 28 X 2020, <https://www.gov.pl/web/mswia/oswiadczenie-ministra-sprawwewnetrznych-i-administracji-ws-atakow-na-kościoły> [dostęp: 5.12.2021].

³⁹ Zob. K. Izak, *Nie tylko islam. Ekstremizm i terroryzm religijny*, „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego” 2015, 12(7), 183–210.

⁴⁰ Por. N. Davies, *Serce Europy*, Kraków 2014.

błędnych lub fałszywych interpretacji wykładni wiary. W analizowanych *fake newsach* problem ten zasygnalizował tweet dotyczący papieża Franciszka. Warto jednak pamiętać, że organizacje factcheckingowe są świeckie i prawdopodobnie nie zagłębiają się szczegółowo w treści interpretujące doktryny kościelne. Stąd prawdopodobnie tak mało jest przykładów tego typu *fake newsów*. Nie zmienia to jednak faktu, że powstaje coraz więcej prywatnych lub publicznych profili, kont i stron, na których dokonuje się manipulacji wykładnią wiary, kreując w ten sposób konflikt wśród wierzących. Dowodem potwierdzającym tę tezę jest fakt, że podczas dyskusji na temat przepisów dotyczących aborcji w Polsce osoby wierzące podzieliły się wewnątrz na zwolenników i przeciwników zaostrożenia prawa w tym zakresie. Jest to tylko jeden przykład, który jasno wskazuje na lukę, która stanowi przestrzeń dla dezinformacji i której Kościół powinien przeciwdziałać.

Grupa *fake newsów* dotyczących islamu i judaizmu również dostarcza cennych refleksji na temat dezinformacji światopoglądowej dotyczącej obszaru Unii Europejskiej i świata. W przypadku dwóch zmanipulowanych zdjęć odnoszących się do islamu mamy do czynienia z realnymi problemami takimi jak niewolnictwo czy nielegalne małżeństwa z nieletnimi, ale treści odnoszące się do tych problemów są fałszywe. Trudno więc jednoznacznie ocenić na ile pierwotny autor świadomie przerysował problemy, aby zwrócić na nie uwagę opinii publicznej i im przeciwdziałać, a na ile świadomie użył fałszywych danych, aby ten problem zdewaluować i wzbudzić oburzenie w związku z manipulacją. Oba działania wydają się wysoce prawdopodobne, bo tego typu *fake newsy* rezonowały w wielu różnych grupach światopoglądowych, choć zdecydowanie większe emocje budziły wśród prawicowych użytkowników. Kolejne dwa filmiki są próbą wzbudzenia emocji, tym razem ukazując zwyczaje islamskie w negatywnym świetle w celu wywołania negatywnego nastawienia do przedstawicieli tejże religii. Tego typu treści mają za zadanie wzbudzenie lęku przed odmiennością i sprowokowanie bardziej konserwatywnej części społeczeństwa do podjęcia działań obronnych, zarówno w wymiarze politycznym, jak i społecznym. Paradoksalnie jeśli są to działania agresywne, to mogą być szkodliwe również dla wiernych Kościoła katolickiego, który po Soborze Watykańskim II dał wyraźny sygnał przeciwko ekstremizmowi⁴¹. Dowodem na to, że dezinformacja wzmacnia lęk i rodzi przemoc są też *fake newsy* o wydzwieńku antysemitycznym, które wskazują, że takie treści mogą mieć wpływ na sytuację zarówno w kraju, jak i na arenie międzynarodowej, pogarszając stosunki między wspólnotami religijnymi i państwami. Ten krąg reakcji na przekazy dezinformacyjne dowodzi, jak silnie oddziałują one na odbiorców, którzy pod ich wpływem mogą podejmować agresywne decyzje. Znając najbardziej wrażliwe obszary związane z nieznaną innymi religiami, należałoby głębiej poznać ich

⁴¹ Zob. J. Ratzinger, *Prawda, wiara, tolerancja. Chrześcijaństwo a religie świata*, Kielce 2005.

specyfikę i zakres oddziaływania zwłaszcza w aspekcie socjologicznym. Dlatego też obszar światopoglądowy powinien być dalej szczegółowo analizowany w kontekście dezinformacyjnym.

Podsumowując wnioski z przeprowadzonego badania trzeba zauważyć, że *fake newsy* światopoglądowe stały się w Polsce istotnym narzędziem dezinformacji. Szczególnie wrażliwymi obszarami, narażonymi na występowanie *fake newsów* są przede wszystkim działania przedstawicieli Kościoła katolickiego w Polsce oraz potencjalne ataki zewnętrzne na ten Kościół w innych krajach świata. Istotne są także potencjalne akty agresji wymierzone w przedstawicieli innych religii w Polsce oraz zagrożenia ze strony islamu z perspektywy innych krajów, zwłaszcza europejskich. Choć przeprowadzone badanie dostarcza nowych informacji dotyczących obszarów podatnych na wzmożone występowanie *fake newsów* światopoglądowych w Polsce, ma ono jednak pewne ograniczenia.

Ograniczenia i inspiracja do dalszych badań

Pierwszym ograniczeniem jest gromadzenie danych. Strony fact-checkingowe, wykorzystywane przez niektórych autorów⁴², stanowiące pierwotne źródło także tego badania, mogą wykazywać się pewnego rodzaju stronniczością w poszukiwaniu fałszywych newsów. Są one bowiem finansowane przez różnego rodzaju organizacje medialne przedstawiające określony punkt widzenia. Choć na potrzeby badania jakościowego potrójna weryfikacja tych stron wydaje się wystarczająca, to z pewnością jest to istotny obszar do rozwoju w badaniach ilościowych, w których konieczne jest pozyskanie zdecydowanie większej ilości danych z bardziej różnorodnych źródeł, w celu weryfikacji przedstawionych wyżej wniosków. Drugim ograniczeniem jest czas, a konkretnie okres poddany analizie. Ze względu na metodologię badań jakościowych zdecydowano się ograniczyć badanie do roku 2019, co pozwoliło wyselekcjonować jedynie 20 przykładów. Warto jednak rozszerzyć przyszłe badania na dłuższe okresy i odstępy czasowe, aby uzyskać bardziej szczegółowe informacje o ewolucji tematycznej *fake newsów* światopoglądowych. Z krótkiego przeglądu analizowanych stron factcheckingowych wynika, że liczba tych treści wzrasta. Przykładowo na portalu Demagog.org w roku 2020 było ich 32, a w 2021 – 31, czyli ponad 30% więcej niż w 2019 roku⁴³. Oznacza to, że tematyka ta jest ważna dla polskiego społeczeństwa

⁴² Por. G. Pennycook, & D.G. Rand, *Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning*, "Cognition" 2019, 188, s. 39-50; G. Pennycook, T.D. Cannon, & D.G. Rand, *Prior exposure increases perceived accuracy of fake news*, "Journal of experimental psychology: general" 2018, 147(12), s. 1865-1880, <https://doi.org/10.1037/xge0000465>

⁴³ Demagog.org, *Fake news – religia*, https://demagog.org.pl/fake_news/?temat%5B%5D=religia [dostęp: 5.12.2021].

i wymaga dalszych analiz ilościowych i jakościowych. Wartym rozwijania w kolejnych badaniach jest również zróżnicowanie kulturowe, szczególnie w obszarze państw Unii Europejskiej. Interesującym zagadnieniem jest to, jak różnią się poszczególne kraje w obszarze dezinformacji w zakresie tematów światopoglądowych.

Bibliografia

- Allcott Hunt & Gentzkow Matthew, *Social media and fake news in the 2016 election*, "The Journal of Economic Perspectives" 2017, 31(2), <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Baron Sandra & Crotoof Rebecca, *Fighting fake news*, Workshop report. The information society project. Yale Law School and the Floyd Abrams, Marzec 2017, https://law.yale.edu/sites/default/files/area/center/isp/documents/fighting_fake_news_-_workshop_report.pdf
- Bastos Marco, & Mercea Dan, *The brexit botnet and user-generated hyperpartisan news*, "Social Science Computer Review" 2019, 37(1), <https://doi.org/10.1177/0894439317734157>
- Bennett W. Lance, & Livingston Steven, *The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions*, "European Journal of Communication" 2018, 33(2), <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Chólaszczyński Krystian, Roszak Piotr, Wiśniewski Jan, *Prześladowani. Przemoc i dyskryminacja na tle religijnym we współczesnym świecie*, Toruń 2020.
- Conroy Nadia, Rubin Victoria, & Chen Yimin, *Automatic deception detection: Methods for finding fake news*, "Proceedings of the Association for Information Science and Technology" 2016, 52(1), <https://doi.org/10.1002/pra2.2015.145052010082>
- Conroy Niall, Rubin Victoria, Chen Yimin & Cornwell Sarah, *Fake news or truth? Using satirical cues to detect potentially misleading news*, "Proceedings of the Second Workshop on Computational Approaches to Deception Detection" 2016, <https://doi.org/10.18653/v1/W16-0802>
- Cyberdefence24, *Kryzys uchodźczy w sieci. Dezinformacyjne uderzenie w obawy społeczne*, 2 VII 2021, <https://cyberdefence24.pl/bezpieczenstwo-informacyjne/kryzys-uchodzczy-w-sieci-dezinformacyjne-uderzenie-w-obawy-spoeczne>
- Davies Norman, *Serce Europy*, Kraków 2014.
- Demagog, *Jak dezinformacja została wykorzystana podczas kryzysu afgańskiego?*, 4 X 2021 https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/jak-dezinformacja-zostala-wykorzystana-podczas-kryzysu-afganskiego/https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/jak-dezinformacja-zostala-wykorzystana-podczas-kryzysu-afganskiego/
- Demagog, *Nie, Islandia nie uznała religii za broń masowej zagłady*, 3 X 2019, https://demagog.org.pl/fake_news/nie-islandia-nie-uznala-religii-za-bron-masowej-zaglady/
- Domagała Bożena, *Polak-katolik w oglądzie socjologicznym (Analiza wyników badań i wybranych problemów debaty publicznej)*, „Humanistyka i Przyrodoznawstwo” 2018, 24, <https://doi.org/10.31648/hip.2620>
- Dutka Grzegorz, *Polacy w obliczu współczesnych procesów i problemów migracyjnych. Poczucie zagrożenia i jego społeczno-demograficzne uwarunkowania na podstawie analizy wyników badań sondażowych*, „Opuscula sociologica” 2017, nr. 4.
- Facebook.com, 24 IV 2019, https://m.facebook.com/zelaznalogika.net/posts/2222354701145812?comment_id=2222372147810734&comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22R%22%7D

- Golbeck Jennifer, Mauriello Matthew, Auxier Brooke, Bhanushali Keval, Bonk Christopher, Bo-uzaghrane Mohamed, Buntain Cody, Chanduka Riya, Cheakalos, Paul, ... Visnansky Gina, *Fake news vs satire: A dataset and analysis*, Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science 2018, <https://doi.org/10.1145/3201064.3201100>
- Gorwa Robert, *Computational propaganda in Poland: False Amplifiers and the Digital Public Sphere*, Oxford 2017.
- Hänska-Ahy Max, & Bauchowitz Stefan, *Tweeting for Brexit: How social media influenced the referendum*, In J. Mair, T. Clark, N. Fowler, R. Snoddy, R. Tait, (Eds.) *Brexit, Trump and the media. Abrams academic publishing*, Bury St Edmunds 2017, ISBN 9781845497095
- Hsieh Hsiu-Fang, & Shannon Sarah, *Three approaches to qualitative content analysis*, "Qualitative Health Research" 2005, 15(9), <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Istel Michał, *Czy Watykan odmówił azylu Asi Bibi?*, Konkret24, 2 II 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/czy-watykan-odmowil-azylu-asi-bibi,905787.html>
- Istel Michał, *Czy papież machał tęczową flagą LGBT?*, Konkret24, 7 V 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/czy-papiez-machal-teczowa-flaga-lgbt,933477.html>
- Istel Michał, *Nie, święty Mikołaj w Belgii nie „został pozbawiony krzyża”*, Konkret24, 3 XII 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/nie-swiety-mikolaj-w-belgii-nie-zostal-pozbawiony-krzyza,990238.html>
- Istel Michał, *Muzułmanie chcą usunąć krzyż w Warszawie? To fałszywa informacja*, Konkret24, 17 II 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/muzulmanie-chca-usunac-krzyz-w-warszawie-to-falszywa-informacja,936434.html>
- Istel Michał, *Jak jedzą muzułmanki w nikabach? Kolejni nabrani na satyryczny filmik*, Konkret24, 18 XI 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/jak-jedza-muzulmanki-w-nikabach-kolejni-nabrani-na-satyryczny-filmik,986108.html>
- Izak Krzysztof, *Nie tylko islam. Ekstremizm i terroryzm religijny*, „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego” 2015, 12(7).
- Jabłonowski Krzysztof, *Czy podlaski proboszcz został komendantem policji?*, Konkret24, 4 VII 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/czy-podlaski-proboszcz-zostal-komendantem-policji,949726.html>
- Jabłonowski Krzysztof, *„300 krzyży na plażach”, czyli historia pewnego zdjęcia*, Konkret24, 29 V 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/300-krzyzy-na-plazach-czyli-historia-pewnego-zdjecia,937540.html>
- Jabłonowski Krzysztof, *Święta w «Polsce PiS»? Nie, to Hiszpania*, Konkret24, 23 IV 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/swieta-w-polsce-pis-nie-to-hiszpania,929773.html>
- Konkret24, *Uchodźcy wdrapywali się na choinkę w Holandii?*, 5 I 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/uchodzcy-wdrapywali-sie-na-choinke-w-holandii,897651.html>
- Konkret24, *Fałszywa informacja o dewastacji cmentarza żydowskiego w Świdnicy obiegła świat*, 20 II 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/falszywa-informacja-o-dewastacji-cmentarza-zydowskiego-w-swidnicy-obiegla-swiat,911221.html>
- Kunert Jan, *Rozmodłone krowki w Żabce?*, Konkret24, 4 II 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/polska,108/rozmodlone-krowki-w-zabce,906411.html>
- Kwejk.pl <https://kwejk.pl/obrazek/2436597/imigracja.html>
- Lisowska – Magdziarz Małgorzata, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, Kraków 2007.
- Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, *Oświadczenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji ws. ataków na kościoły*, 28 X 2020, <https://www.gov.pl/web/mswia/oswiadczenie-ministra-sprawwewnetrznych-i-administracji-ws-atakow-na-koscioly>

- Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, *Kościół a Internet*, 2002.
- Pennycook Gordon, & Rand David, *Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning*, "Cognition" 2019, 188, <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
- Pennycook Gordon, Cannon Tyrone & Rand David, *Prior exposure increases perceived accuracy of fake news*, "Journal of experimental psychology: general" 2018, 147(12), <https://doi.org/10.1037/xge0000465>
- Prier Jarred, *Commanding the trend: Social media as information warfare*, "Strategic Studies Quarterly" 2017, 11(4).
- Ratzinger Joseph, *Prawda, wiara, tolerancja. Chrześcijaństwo a religie świata*, Kielce 2005.
- Rose Jonathan, *Brexit, Trump, and Post-Truth Politics*, "Public Integrity" 2017, 19(6), <https://doi.org/10.1080/10999922.2017.1285540>
- Rosińska Klaudia, *Disinformation in Poland: Thematic classification based on content analysis of fake news from 2019*, "Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace" 2021, 15(4), Article 5, <https://doi.org/10.5817/CP2021-4-5>
- Rosińska Klaudia, *Fake news. Geneza, istota, przeciwdziałanie*, Warszawa 2021.
- Rosińska Klaudia, Brzóska Paweł, *Analiza indywidualnej podatności użytkowników mediów społecznościowych na fake newsy – perspektywa polska*, „Studia Medioznawcze” 2020, 22(3).
- Rosińska Klaudia, *Metody zwalczania szkodliwego wpływu fake newsów*, w: „Oblicza fake newsa. Perspektywy naukowych analiz zjawiska fałszywych wiadomości”, red. K. Rosińska, P. Płatek, Warszawa 2021.
- Shu Kai, Sliva Amy, Wang Suhang, Tang Jiliang, & Liu Huan, *Fake news detection on social media: a data mining perspective*, "ACM SIGKDD Explorations Newsletter" 2017, 19(1), <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Sieczkowska Gabriela, *Przed Notre Dame nie stanie nowoczesny pawilon. Diecezja planuje niewielkie sanktuarium maryjne*, Konkret24, 14 VIII 2019, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/przed-notre-dame-nie-stanie-nowoczesny-pawilon-diecezja-planuje-niewielkie-sanktuarium-maryjne,960753.html>
- Tambini Damian, *Fake news: Public Policy Responses. Media Policy Brief 20*. London: Media Policy Project, London 2017.
- Twitter.com, https://twitter.com/napalonywikary/status/1154836082111975424?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1154836082111975424%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fkonkret24.tvn24.pl%2Frozrywka%2Fdziecko-w-sloju-z-formalina-falszywy-opis-prawdziwego-zdjecia-i-spora-popularnosc-w-sieci957087.html
- Wardle Claire, *Fake news. it's complicated*, First draft, 16 II 2017, <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
- Webarchive.org, *Islandia przyjęła deklarację: wszystkie religie są bronią masowej zagłady*, 19 VII 2019, <https://web.archive.org/web/20190728100237/https://treborok.wordpress.com/islandia-przyjela-deklaracje-wszystkie-religie-sa-bronia-masowej-zaglady/?preview=true>
- Zhang Xichen, Ghorbani Ali, *An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion*, "Information Processing & Management" 2019, 57(2).
- Zimdars Melissa, *False, Misleading, Clickbait-y, and Satirical "News" Sources*, Google Documents, Cusd80, 30 IV 2016, <https://www.cusd80.com/cms/lib/AZ01001175/Centricity/Domain/8219/Fake%20News%20Resource.pdf>