

Katarzyna du Vall • Bartosz Kwieciński
Monika Ślufińska • Beata Zając • Jakub Żurawski

(DEZ)INFORMACJA W CZASACH (POST)PRAWDY



(DEZ)INFORMACJA
W CZASACH
(POST)PRAWDY

Katarzyna du Vall
Bartosz Kwieciński
Monika Ślufińska
Beata Zając
Jakub Żurawski

(DEZ)INFORMACJA W CZASACH (POST)PRAWDY



Kraków

Katarzyna du Vall 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ katarzyna.duvall@uj.edu.pl

Bartosz Kwieciński 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ bartosz.kwiecinski@uj.edu.pl

Monika Ślufińska 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ monika.slufinska@uj.edu.pl

Beata Zając 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ beata.zajac@uj.edu.pl

Jakub Żurawski 
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
✉ jakub.zurawski@uj.edu.pl

© Copyright by Wydział Studiów Międzynarodowych i Politycznych UJ
and individual authors, 2023

Recenzent
Olgierd Grott

Opracowanie redakcyjne
Justyna Zdziennicka

Projekt okładki i skład
Lesław Sławiński

ISBN 978-83-8138-973-0 (online)
<https://doi.org/10.12797/9788381389730>

Na okładce wykorzystano ilustrację z portalu Pixabay (autor: cliff1126)

Publikacja sfinansowana ze środków Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politycznych
w ramach Programu Strategicznego Inicjatywa Doskonałości w Uniwersytecie Jagiellońskim

WYDAWNICTWO KSIĘGARNIA AKADEMICKA
ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków
tel.: 12 421-13-87; 12 431-27-43
e-mail: publishing@akademicka.pl
<https://akademicka.pl>

Spis treści

Wstęp	7
Monika Ślufińska	
I. Dezinformacja to problematyczny termin?	11
Jakub Żurawski	
II. Codzienna polityczna dezinformacja	25
Beata Zając	
III. Jak nie dać się zaczarować językowi mediów?	51
Bartosz Kwieciński	
IV. Od retuszu do deepfake'a – „zwrot piktorialny” i niebezpieczeństwo obrazów ..	69
Katarzyna du Vall	
V. (Post)prawda i zawód dziennikarza – perspektywa prawna	89
Notki o Autorach	109
Indeks osobowy	111

II. Codzienna polityczna dezinformacja

Abstract

This article is intended to discuss disinformation as a common practice in political communication. This is a phenomenon which, contrary to popular belief, is not only a component of propaganda campaigns, but a permanent element of politicians' communication with the public. The aim of the article is to highlight this everyday disinformation, to isolate it from the entire spectrum of activities of a similar nature (deliberate manipulation, fraud or propaganda).

The article discusses three definitional issues: the functional and objective aspect of disinformation, its intentionality (and connection with the concept of misinformation) and the purpose. In addition, a catalogue of possible types of everyday disinformation is presented: using the truth (and untruth), unverifiable message, ambiguity of the message, presenting opinions as facts, transforming the opinions of other authors, manipulating the context of the message, departing from the essence of the message in favour of a selected aspect, using stereotypes, myths and proverbs. The analysed types of disinformation are illustrated with examples from Polish political life.

Keywords: disinformation, misinformation, politics, political communication

Abstrakt

Artykuł poświęcono omówieniu dezinformacji jako powszechnej praktyki spotykanej w komunikacji politycznej. To zjawisko, które wbrew powszechnemu przekonaniu nie jest wyłącznie składową kampanii propagandowych, ale stałym elementem komunikowania się polityków ze społeczeństwem. Celem artykułu jest scharakteryzowanie tej codziennej dezinformacji i wyodrębnienie z całego

spektrum działań o podobnym charakterze (umyślnej manipulacji, oszustwa czy propagandy).

W artykule omówiono trzy zagadnienia definicyjne: czynnościowy i przedmiotowy aspekt dezinformacji, jej intencjonalność (i powiązanie z pojęciem misinformacji) oraz cel. Ponadto zaprezentowano katalog możliwych typów odsłon codziennej dezinformacji: posługiwanie się prawdą (i nieprawdą), nieweryfikowalność przekazu, wieloznaczność przekazu, przedstawianie opinii jako faktów, przekształcanie opinii innych autorów, manipulowanie kontekstem przekazu, odchodzenie od istoty przekazu na rzecz wybranego aspektu, posługiwanie się stereotypami, mitami i przysłowiami. Analizowane typy dezinformacji zostały zilustrowane przykładami z polskiego życia politycznego.

Słowa kluczowe: dezinformacja, misinformacja, polityka, komunikowanie polityczne

1. Wprowadzenie

Tajemnicza broń internetowych bojowników (albo po prostu oszustwa rosyjskich „trolli”), powszechna praktyka w strategicznej komunikacji państwa i sił zbrojnych (albo po prostu w propagandzie wojennej), bezpardonowe działania firm, marek (albo po prostu manipulowanie odbiorcami przekazów handlowych), wielkie słowa w kampaniach wyborczych (albo po prostu kłamstwa polityków) – czyli dezinformacja. Ale to tylko jedna strona medalu, ta nagłośniona przez media masowe (nieraz same będące kanałami dezinformacji), oczywista w obliczu ataku Rosji na Ukrainę w 2022 r. i kojarzona przez odbiorców mediów, obywateli czy konsumentów z istotnymi procesami i zjawiskami w życiu publicznym: rządzeniem, prowadzeniem wojny, bezlitosną konkurencją rynkową. Przecież plotki, pogłoski, legendy miejskie i inne rodzaje niekoniecznie prawdziwych przekazów istniały w ludzkich społeczeństwach od zawsze, a media masowe – odkąd działają – też niejednokrotnie rozpowszechniały sfabrykowane wiadomości. „Dystrybucja fałszywych opowieści [jako prawdziwych informacji – J.Ż.] nie jest więc sama w sobie aktem nowatorskim. Jednak pojawienie się mediów cyfrowych okazało się szczególnie skuteczne dla szerokiego rozpowszechniania tego rodzaju przekazów”¹. Zatem dezinformacja wymaga pewnego rodzaju „odczarowania” jako pojęcie opisujące szerokie zjawisko, które dotyka nas nieustannie, gdy tylko uczestniczymy w komunikowaniu w sferze publicznej (jako głównie odbiorcy, ale i nadawcy). Z dezinformacją w życiu publicznym mamy bowiem do

¹ E. Bergmann, *Populism and the Politics of Misinformation*, „Safundi. The Journal of South African and American Studies”, 2020, Vol. 21, no. 3, s. 262 [tłumaczenie własne].

czynienia na co dzień. Politycy jako ogół, jako nadawcy, dezinformują nas na co dzień, w każdej niemal sprawie, choć zapewne nie zawsze czynią to w pełni świadomie (ale czy to cokolwiek zmienia po stronie odbiorcy dezinformacji?). Politycy sami są „wystawiani” (podatni) na dezinformację (np. na publicznie rozpowszechniane przez konkurentów zmanipulowane informacje, do których chcą się odnieść), ale bywają też niedoinformowani, nierzetelni komunikacyjnie, niekompetentni, a więc wytwarzają dezinformację nieraz przypadkowo, nie kierując się złymi intencjami (nie robią tego z chęci zmanipulowania odbiorcy, wprowadzenia odbiorcy w błąd, ale np. bronią swego zdania, promują projekt polityczny *etc.*). To właśnie tej drugiej strony medalu, tj. „codziennej dezinformacji w polityce”, będzie dotyczył ten rozdział. Zanim jednak przejdziemy do omówienia narzędzi wykorzystywanych w „codziennej dezinformacji”, poczynić należy kilka uwag na temat uwarunkowań dezinformacji (środowiska dezinformacji), jej natury, i wydzielić ją z całej grupy powiązanych ze sobą zjawisk, również opartych na perswazyjnym, nie zawsze uczciwym komunikowaniu. Ponadto należy wyodrębnić ten konkretny „codzienny”, polityczny wymiar dezinformacji od dezinformacji w znaczeniu strategicznym – jako doktryny prowadzenia działań informacyjnych i praktyki realizowanej przez państwa (i nie tylko), służących celowej, świadomej, długofalowej manipulacji mającej wywoływać pożądane zmiany u określonych odbiorców².

2. Specyfika codziennej dezinformacji politycznej

Analizując zjawisko dezinformacji, natrafiamy na pierwszy problem – co faktycznie decyduje o tym, że mamy do czynienia z dezinformacją? Intencje nadawcy, cele, zawartość komunikatu, jego funkcje? Problem z pozoru jest prosty – przecież to prawdziwość informacji. Nie sposób jednak jednoznacznie odpowiedzieć na tak postawione pytanie, choć nie jest to też problem o niespotykanym nigdzie indziej charakterze. Podobna dyskusja dotyczy chociażby pojęcia propagandy (po raz kolejny ukazuje się tu bliskość tych dwóch zjawisk). Możemy bowiem mówić o dwóch zasadniczych ujęciach dezinformacji (i propagandy): przedmiotowym i czynnościowym³. W tym pierwszym wypadku dezinformacją są określane rozpowszechniane nieprawdziwe, błędne informacje⁴, zafałszowane informacje⁵, zmanipulowane

² R. Kupiecki, F. Bryjka, T. Chłóń, *Dezinformacja międzynarodowa. Pojęcie, rozpoznanie, przeciwdziałanie*, Warszawa 2022, s. 73.

³ M. Kolczyński, *Strategie komunikowania politycznego*, Katowice 2008, s. 79-80; D. Freelon, C. Wells, *Disinformation as Political Communication*, „Political Communication”, 2020, Vol. 37, no. 2, s. 149-150.

⁴ A. Dowse, S.D. Bachmann, *Information Warfare: Methods to Counter Disinformation*, „Defense & Security Analysis”, 2022, Vol. 38, no. 4, s. 453-469.

informacje⁶, zwodnicze informacje⁷ czy informacje wprowadzające w błąd⁸. Istotą jest zatem niejako sam status ontologiczny przekazu – czy jest prawdą, czy nie (lub w jakim stopniu) – wówczas mówimy o dezinformacji w sensie ścisłym. W drugim przypadku dezinformacją nazywa się sposoby działania (np. przekazania informacji, zaburzania przepływu informacji⁹) służące wywarceniu wpływu i wprowadzeniu w błąd¹⁰ (a dalej np. wywołaniu określonych emocji, odwróceniu uwagi etc.). Przy czym nie jest zasadniczo istotne, czy przekazywana informacja jest prawdziwa, czy fałszywa (lub w jakim stopniu), jeśli intencją i funkcją działania było zmanipulowanie (zdezinformowanie) odbiorcy¹¹. Ta druga opcja wydaje się trudniejsza do zastosowania w praktyce, ale potencjalnie też trudniejsze jest jej przeciwdziałanie i wykrycie – to nie tyle dezinformacja, co dezinformowanie. I choć właśnie to rozumienie jest bliższe przedmiotowi tego rozdziału, czyli codziennej dezinformacji politycznej, to w rzeczywistości (w praktyce) obu perspektyw nie da się tak łatwo rozdzielić.

Biorąc pod uwagę dezinformację jako działanie, nasuwa się drugi, wywołany już problem: jaką rolę w dezinformacji odgrywa intencja nadawcy. Czy dezinformacja może być działaniem nieświadomym i nieintencjonalnym? Czy żeby działanie było dezinformacją, to podmiot polityczny musi celowo wprowadzać odbiorców w błąd, by następnie osiągnąć swój cel ostateczny, np. wywołać jakieś zachowanie u odbiorców? Z perspektywy naukowej jest to priorytetowe pytanie, gdyż dotyczy istoty pojęcia opisującego omawiane zjawisko poprzez wskazanie jego przyczyn, kluczowych, konstytutywnych elementów i relacji między nimi. Z perspektywy codziennej praktyki komunikowania jest to natomiast problem może nawet niewłaściwie sformułowany czy „sztuczny”. W praktyce komunikacyjnej zasadniczo ważna jest sama funkcja przekazu: czy doszło u odbiorcy do zdezinformowania, czyli do myślenia lub działania podjętego na podstawie dezinformującego przekazu (które to działanie byłoby inne, gdyby nie dezinformacja). O ile bowiem świadomość i intencjonalność

⁵ R. Kupiecki, F. Bryjka, T. Chłóń, *op. cit.*, s. 68.

⁶ *Ibidem*, s. 69.

⁷ B.C. Stahl, *On the Difference or Equality of Information, Misinformation, and Disinformation: A Critical Research Perspective*, „Informing Science Journal”, 2006, Vol. 9, s. 86.

⁸ Komisja Europejska, *Wspólny Komunikat Do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów. Sprawozdanie z realizacji planu działania przeciwko dezinformacji*, JOIN(2019) 12 final, 14 VI 2019, s. 1, [on-line:] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019JC0012&from=PL> – 9 VIII 2022.

⁹ T. Yerlikaya, S.T. Aslan, *Social Media and Fake News in the Post-Truth Era: The Manipulation of Politics in the Election Process*, „Insight Turkey”, 2020, Vol. 22, no. 2, s. 181.

¹⁰ J. Mazur, *Informacja i dezinformacja w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie do problematyki*, „Przestrzeń Społeczna (Social Space)”, 2021, R. 21, nr 1, s. 80 [on-line:] <https://socialspacejournal.eu/21%20numer/Informacja-i-dezinformacja-w-przestrzeni-publicznej-Jadwiga-Mazur.pdf> – 9 VIII 2022.

¹¹ R. Kupiecki, F. Bryjka, T. Chłóń, *op. cit.*, s. 48; Komisja Europejska, *op. cit.*, s. 2.

w profesjonalnej, strategicznej dezinformacji – stosowanej i traktowanej jako instrument polityki informacyjnej państwa (np. w wojennej propagandzie rosyjskiej) – są nieodzowne (propaganda nie rodzi się przypadkiem), to w „codziennej politycznej dezinformacji” brak intencjonalności jest możliwy, kiedy to sam nadawca jest w błędzie (albo w subiektywny sposób zmienia wymowę przekazu, np. nadając pierwotnej informacji nowy kontekst) i nie ma świadomości wprowadzania w błąd innych. Działa niefrasobliwie, nierozsądnie (nie sprawdził, nie zweryfikował, wygłosił coś w ferworze gorącej politycznej dyskusji etc.), ale w celu przekazania prawdziwej – w swoim przekonaniu – wiadomości. Czyli zdeinformował, lecz czy było to zjawisko dezinformacji, tak jak ją rozumiemy w odniesieniu do chociażby kłamliwej propagandy politycznej?

W rozwiązywaniu tego problemu pomoże nam wypracowany już na gruncie naukowym termin misinformacja (*misinformation*¹²), opisujący nieintencjonalnie błędną informację¹³, przypadkowo nieprawdziwą informację czy też przypadkowe rozpowszechnianie mylnej informacji, której fałszywość opiera się na faktycznych przekonaniach nadawcy, a nie wynika z zamiaru manipulowania przez niego odbiorcami¹⁴. Badacze tego zjawiska wskazują zatem, że misinformowanie to działanie, w trakcie którego nadawca wprowadza w błąd odbiorców nieświadomie¹⁵, a siła tego oddziaływania wynika z rzeczywistego przekonania twórcy przekazu o prawdziwości i słuszności wygłaszanych twierdzeń („zwykła ignorancja lub błędne domysły nie kwalifikują się jako misinformacja”¹⁶). Za przykład niech posłuży choćby rozpowszechnianie przekazów o szkodliwości szczepień przeciwko COVID-19 przez tzw. antyszczepionkowców, którzy głęboko wierzą w prawdziwość tego, co głoszą, i nieraz wskazują, że czynią to dla dobra, dla uświadomienia „proszczepionkowców”. Codzienna polityczna dezinformacja nieraz (ale z pewnością nie zawsze) jest właśnie taką misinformacją – nieintencjonalnym komunikowaniem nieprawdy (lub częściowej nieprawdy), traktowanym jako zwyczajny element politycznej rywalizacji, politycznej komunikacji, sporów o sprawy publiczne, gdzie kryteria atrakcyjności, docieralności, skuteczności przekazu górują nad kryterium prawdziwości. W takim

¹² W języku polskim nie sposób znaleźć właściwego odpowiednika, tj. terminu będącego jednym słowem, gdyż *misinformation* tłumaczone jest na polski także jako dezinformacja. Dla jasności będę więc tu posługiwał się może nie najzręczniejszymi, ale oddającymi istotę zjawiska wyrażeniami: misinformacja, misinformowanie.

¹³ T. Yerlikaya, S.T. Aslan, *op. cit.*, s. 181.

¹⁴ B.C. Stahl, *op. cit.*, s. 86; A. Lelonek, *Leksykon bezpieczeństwa informacyjnego*, cz. 2, Narodowy Instytut Cyberbezpieczeństwa, 22 XII 2020, [on-line:] <https://nci.org.pl/leksykon-bezpieczenstwa-informacyjnego-cz-2/> – 12 X 2022.

¹⁵ D. Freelon, C. Wells, *op. cit.*, s. 145.

¹⁶ *Ibidem*, s. 149.

ujęciu misinformacja jako konsekwencja czasów postprawdy i postpolityki jest (tylko) „mijaniem się z prawdą”, a dezinformacja oszustwem¹⁷. Co nie znaczy, że dezinformatorzy nie dążą do spowodowania zaistnienia misinformacji na kolejnych etapach procesów komunikowania.

Należy jednak pamiętać, że „codzienna” dezinformacja bywa też intencjonalna i zaplanowana, a jedynie ma wyglądać na przypadkową. Taka dezinformacja w dezinformacji. To pokazuje, o jak skomplikowanym i wielowymiarowym zjawisku mówimy, zjawisku posiadającym różne oblicza (świadoma manipulacja, ale i zbyt pochopne przekazanie niesprawdzonej wiadomości) i różny „ciężar gatunkowy” (element strategii komunikacyjnej państwa, ale i drobna dezinformacja wynikająca z wieloznaczności wypowiedzi kandydata w krótkiej rozmowie z wyborcą). Proponuję zatem, aby rozróżnić dezinformację w rozumieniu podstawowym, czyli jako zaplanowane działania czynników politycznych, decyzyjnych i długofalowe procesy służące manipulowaniu odbiorcami, od „codziennego politycznego misinformowania i dezinformowania”, czyli działań, które nie mają zawsze i koniecznie na celu *stricte* wpojenia odbiorcom nieprawdy, zmanipulowania ich czy wprowadzenia w błąd, lecz są wynikiem ewolucji komunikowania politycznego wynikającej ze zmian rzeczywistości medialnej i politycznej.

W tym miejscu nasuwa się trzeci problem dotyczący natury codziennego dezinformowania politycznego: jaki zatem jest jego cel? Docieramy tu do pewnego paradoksu, albowiem dezinformacja, misinformacja czy dezinformowanie jako terminy same są poniekąd dezinformujące. Człony „informacja”, „informowanie” należy w nich rozumieć szeroko, potocznie, jako w ogóle „przekaz”, „przekazywanie” (np. wieści, ocen, opinii), a nie wąsko (dziennikarsko, medioznawczo), jako dostarczanie danych o faktach, o wydarzeniach. W dezinformowaniu codziennym i dezinformacji strategicznej celem samym w sobie nie jest bowiem przekazywanie fałszywych informacji (w wąskim rozumieniu) czy nawet budowanie za pomocą przekazywanych informacji fałszywego obrazu świata. Co nim jest? Odpowiedź wiąże się z postulowanym na wstępie tego rozdziału „odczarowaniem” pojęcia dezinformacji, gdyż oznacza zdanie sobie sprawy z tego, że po pierwsze w dezinformacji politycznej (na szczeblu krajowej rywalizacji partii i polityków o poparcie) celem jest rozbudzanie emocji, kanalizowanie tych emocji w określonym kierunku, wobec określonych podmiotów sceny politycznej i ich działań; samo dezinformowanie spełni swą rolę, jeśli wywoła np. oburzenie u odbiorców i niechęć wobec określonych konkurentów. To jak z Donaldem Tuskiem i (dez)informacjami „Wiadomości”

¹⁷ *Błędna informacja vs dezinformacja. Definicje i przykłady*, Civil Liberties Union for Europe, 21 IX 2021, [on-line:] <https://www.liberties.eu/pl/stories/bledna-informacja-vs-dezinformacja/43752> – 13 X 2022.

TVP1 po 2015 r. (ten nadawca medialny od momentu przejścia nad nim kontroli przez koalicję Zjednoczonej Prawicy musi być traktowany jako narzędzie polityczne rządzących, swoisty aktor komunikacyjno-polityczny podporządkowany ośrodkowi władzy, a więc będący wykonawcą jej woli). I choć w tym przykładzie nie można mówić o przypadkowym, nieintencjonalnym dezinformowaniu wynikającym np. z potknięcia dziennikarza, a należy o zaplanowanej, długofalowej dezinformacji, to wcale nie chodzi w niej o same absurdalne nieraz treści przekazów o Donaldzie Tusku (w których mało było informacji w sensie wąskim, a wiele ocen). Jej celem było wytwarzanie, a następnie wzmacnianie (długofalowość) u widzów negatywnego stosunku emocjonalnego wobec tego polityka, nieważne na jakiej podstawie. Kryterium prawdziwości informacji (wydawałoby się, że kluczowe dla oceny tego, czy mamy do czynienia z dezinformacją, czy z informacją) jest tu z perspektywy określania istoty zjawiska nieważne. Celem nadawcy nie jest spowodowanie, żeby odbiorcy „czegoś się dowiedzieli”, ale aby „coś poculi” wobec obiektu dezinformacji. Innymi słowy celem takiego dezinformowania jest wpłynięcie na afektywne atrybuty, jakimi odbiorcy „obdarzają” prezentowane osoby i zjawiska (myślenie o podmiocie przez pryzmat emocji).

Po drugie w dezinformacji politycznej celem jest też (łącznie z celem wskazanym wyżej lub samodzielnie) odciąganie uwagi publiczności od wydarzeń i zjawisk (ich istoty, przebiegu, konsekwencji), od informacji prawdziwych i weryfikowalnych. Oznacza to mówienie o dezinformacji już nie na poziomie pojedynczego przekazu, ale całego dyskursu politycznego. Tak rozumiana dezinformacja polityczna wpływa na zawartość tego dyskursu, ale będzie dezinformacją, tylko jeśli jest efektem świadomego zamiaru (powraca kwestia intencjonalności) wykluczenia i zastąpienia jednych tematów (np. niewygodnych) innymi czy narzucenia określonych ram interpretacyjnych¹⁸ (jest to tym łatwiejsze, im bardziej ośrodek władzy politycznej kontroluje instytucje medialne). Nie jest dezinformowaniem wprowadzanie przez aktorów politycznych, a za nimi przez media relacjonujące działalność polityczną, w ogóle nowych tematów do debaty politycznej, choć najczęściej ocena tego, co jest działaniem dezinformacyjnym, a co po prostu naturalnym rozszerzeniem puli tematów debaty, jest trudna, nieoczywista i wymaga spojrzenia z perspektywy czasu; w tym sensie celem dezinformowania jest wpływ na to, o czym odbiorcy myślą, czemu poświęcają uwagę¹⁹.

A zatem budowa określonego, zafałszowanego obrazu rzeczywistości (podstawowy, potocznie rozumiany cel dezinformacji) na skutek politycznego dezinformowania jest – według mnie – zasadniczo tylko środkiem (celem pośrednim) do

¹⁸ W. Cwalina et al., *Wieloznaczność w przekazach politycznych*, Sopot 2015, s. 88.

¹⁹ Ustanawianie agendy publiczności przez agendę medialną wnikającą z agendy politycznej ośrodków decyzyjnych względem mediów.

osiągnięcia wyżej wskazanych celów zasadniczych. One natomiast są etapami realizacji następnych zamierzeń, związanych już bezpośrednio z planami podmiotu politycznego (np. szkoderzenie konkurentom, promowanie oferty wyborczej; ustanawianie symbolicznej agendy politycznej). Tym samym codzienne dezinformowanie polityczne jest zasadniczo bardziej perfidne niż państwowa propaganda, mniej zauważalne, bardziej „rozmywające” się w całości komunikacji, a zatem trudniejsze do zidentyfikowania, przeciwdziałania czy uodpornienia się na nie. Należy pamiętać, że jednocześnie tak rozumiane dezinformowanie jest też stałym elementem codziennej komunikacji politycznej z jej specyfiką jako spektaklem aktorów politycznych z ich interesami (władza, stanowiska), dążeniami do zdobywania sympatyków, budowaniem odpowiednich wizerunków, mówieniem o skomplikowanych sprawach prostym językiem, reagowaniem na bieżące wydarzenia etc. Jest więc zjawiskiem, którego nie da się z życia politycznego wyeliminować.

Trzeci problem dotyczący natury politycznego dezinformowania to jego relacje względem pojęć określających zjawiska pokrewne, zbliżone (np. celami czy funkcjami), łączące się z dezinformowaniem bądź też „nakładające się” na nie. Sam termin „dezinformacja” jest obecnie spopularyzowany, ale zjawisko nie jest przecież zupełnie nowe. Czy po prostu nosiło wcześniej inne nazwy? Czy odbiorcy byli go może mniej świadomi ze względu np. na to, że było mniej przestrzeni medialnych do uprawiania dezinformacji? Mam tu na myśli takie pojęcia, jak: propaganda, kłamstwo, manipulacja, postprawda, *fake news*, agitacja, perswazja, mit polityczny, stereotyp. Ich relacja z pojęciem dezinformacji może być dwojakiego rodzaju. Albo opisują one składniki (techniki) dezinformacji (np. kłamstwo), albo to dezinformacja jest częścią szerszych zjawisk, określanych przez te pokrewne terminy (np. propaganda, której narzędziem jest dezinformacja, opiera się na kłamstwie²⁰). Z perspektywy naukowej rozróżnianie takich działań, zjawisk i pojęć jest istotne, służy poznaniu otaczającej rzeczywistości oraz wypracowywaniu mechanizmów radzenia sobie z nimi przez odbiorców komunikacji, ostrzegania czy przeciwdziałania im (np. przepisy prawne chroniące konsumentów przed manipulacjami w reklamie). Z perspektywy codziennej komunikacji mnogość terminów²¹ może sama być dezinformująca (czy też raczej misinformująca), stanowiąc element „lawiny informacyjnej” i utrudniając odbiór przekazów (trudności w interpretacji, w umiejscawianiu informacji w kontekście lub nawet skłanianie do powierzchownego „prześlizgiwania się”

²⁰ Proszę spojrzeć tylko na tytuł tej książki.

²¹ Jak zapewne zostało już zauważone, posługuję się tu nieraz zamiennie określeniami „pojęcie” i „termin”. Aby nie dezinformować czytelników, zaznaczam, że oczywiście w języku nauki nie są to synonimy (choć w potocznym już tak), a tę wymienną stosuję w tekście świadomie, w celu unikania ciągłych powtórzeń tego samego słowa.

po treści bez prób głębszego zrozumienia)²². Czy manipulacja, *fake news*, dezinformacja nie służą często (zamiennie) do nazwania tego samego przekazu? I to bez konieczności wcześniejszego zdefiniowania tych terminów. Co więcej: odnośnie do zjawisk dziejących się w przestrzeni publicznej pojęciami tymi zamiennie posługują się też politycy (najczęściej oskarżając o takie działania swych konkurentów) i same media (donosząc o działaniach polityków, władz i innych środków przekazu), potęgując jeszcze u odbiorców poczucie dezorientacji. By wprowadzić czytających ten tekst w stan zupełnej bezradności (zalewem informacji), zacytujmy jeszcze słowa Mariana Golki:

Praktycznie rzeczywistości „niezmediatyzowanej” już nie ma – niemal wszystko co postrzegamy i co wiemy o świecie [w tym o polityce –], pochodzi z takich czy innych mediów. Manipulacji, dezinformacji, przekłamań, czy choćby zniekształceń informacji w mediach nie da się zweryfikować inaczej jak tylko przez inne media – takie, którym bardziej ufamy, albo, niestety, takie które są głośniejsze i dobitniejsze – co oczywiście jeszcze pogłębia dezinformację²³.

Wprawdzie z perspektywy poznawczej kwestia rozróżniania pojęć pokrewnych dezinformacji od samej dezinformacji jest istotna, to dla rozpoznawania działań, które mogą być politycznym dezinformowaniem, definiowanie takie nie jest niezbędne. Możemy bowiem przybliżyć omawiane zjawisko również za pomocą pokazywania i opisywania sposobów, którymi politycy w tej codziennej dezinformacji się posługują. Ograniczę się tu do komunikacji werbalnej, płynącej ze strony polityków jako bezpośrednich nadawców – twórców przekazów²⁴, choć oczywiście na tym codzienna polityczna dezinformacja i misinformacja się nie kończą (np. tworzone są fałszywe konta i fałszywe strony polityków dla prowadzenia dezinformacji albo nawet całe serwisy dezinformacyjne).

3. Środowisko dezinformacji

Za pomocą komunikacji nie tylko opisujemy świat, ale kreujemy myślenie, czy wyobrażenie o nim (jego fragmentach), co w przypadku ograniczonej wiedzy odbiorców w zasadzie równa się stwarzaniu samego (fragmentu) świata. I nie mam tu na myśli procesu komunikowania w świecie sztuki, np. światów literackich, ale sytuację

²² M. Golka, *Barier w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008, s. 154-156.

²³ *Ibidem*, s. 117.

²⁴ Z jednym wyjątkiem, kiedy jako ilustrację podaję materiał redakcji Wiadomości TVP1. Traktuję ten podmiot jako instrument w dyspozycji aktora politycznego – koalicji Zjednoczonej Prawicy (PiS, SP).

opisywaną przez Jeana Baudrillarda – w codziennym życiu różnica między rzeczywistością a jej obrazem przestaje mieć znaczenie, gdyż przytłacza nas coraz bardziej tworzona przez media pseudoreczywistość, którą zastępujemy doświadczaniem tej prawdziwej²⁵. To m.in. na wykorzystaniu tego spostrzeżenia opiera się chociażby skuteczność propagandy, szczególnie w wymiarze manipulacyjnym²⁶. Nawet jeśli przekazujemy bliskim informację o naszych wrażeniach z podróży do miejsca, o którym nasi odbiorcy nic nie wiedzą, to *de facto* „stwarzamy” to miejsce w ich umysłach.

Turgay Yerlikaya i Seca Toker Aslan w odniesieniu do polityki wskazują, że: „świat postprawdy to taki, w którym postrzeganie jest ważniejsze niż prawda”²⁷, a zatem to świat niosący mnóstwo możliwości dla świadomych i perfidnych dezinformatorów, jak i sprzyjający *de facto* istnieniu dezinformacji „mimowolnej”, nieplanowanej, niezamierzonej jako manipulacja sama w sobie, choć służącej celom politycznym (np. wygranej w dyspucie politycznej). Inni badacze akcentują, że rozwojowi fenomenu dezinformacji sprzyjają z jednej strony współczesne medialne przestrzenie (systemy) państw demokratycznych, których fundamentalną zasadą jest wolność słowa oznaczająca swobodny przepływ informacji, tolerancję dla wielu rywalizujących ze sobą idei, opinii, „narracji”²⁸. Z drugiej jednak rzeczywistość współczesnych masowych, zinstytucjonalizowanych mediów to też: spadek zaufania odbiorców (na czym korzystają platformy społecznościowe – doskonałe przestrzenie rozwoju dezinformacji), dążenie do skrótości, atrakcyjności, nieustannej aktualności „newsów”, najczęściej kosztem ich weryfikacji, a zatem i jakości (zanim pojawiły się *fake news* istniało już od dawna zjawisko tabloidowych *junk news* – śmieciowych wiadomości). To przyjmowanie przez wszystkie media „logiki mediów społecznościowych”, cechującej się (poza wymienionymi wyżej) dążeniem do monetywizacji każdego przekazu i reakcji publiki, jak i przyznane sobie samowolnie „prawo” do popełniania błędów, zaniedbań, mieszania przekazów informacyjnych z ocenami czy dziennikarstwa z promocją (przecież dostawca dostępu do informacji – portal społecznościowy – nie tworzy ich, a robią to zwykli użytkownicy, którzy są wolni i mogą się mylić)²⁹. Biorąc pod uwagę ową „dysfunkcjonalność” wolności słowa (który to argument bywa wykorzystywany w dyskusjach o kryzysie współczesnych demokracji liberalnych), Erikur Bergmann pisze wręcz o

²⁵ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007, s. 146.

²⁶ M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1999, s. 19.

²⁷ T. Yerlikaya, S.T. Aslan, *op. cit.*, s. 181 [tłumaczenie własne].

²⁸ R. Kupiecki, F. Bryjka, T. Chłóń, *op. cit.*, s. 74.

²⁹ D. Freelon, C. Wells, *op. cit.*, s. 146-147.

[...] „polityce postprawdy”, w której nadmiar informacji zagłusza fakty, a dyskurs publiczny odwołuje się do emocji i osobistych przekonań. Społeczeństwo jest [...] przesycone lawiną bezładnych informacji, wśród których ludzie nie są w stanie łatwo oddzielić fakty od zmyśleń. Stwarza to przestrzeń, w której rozwija się dezinformacja, narażając społeczeństwa demokratyczne na manipulacje³⁰.

Dezinformacja polityczna (ta codzienna i ta strategiczna) nie jest zatem ot tak „wrzucana” w świat przestrzegających wysokich standardów, w pełni wiarygodnych mediów oraz naturalnie odpowiedzialnych polityków, ale funkcjonuje w już ukształtowanej, niedoskonałej rzeczywistości komunikacyjnej, jak i wykorzystuje zasady demokracji dopuszczające niemal wszelkie treści jako możliwe komponenty debaty publicznej. Co więcej, w dobie postpolityki³¹, czy też „medialnej pop-polityki”, to tworzenie komunikacyjnych obrazów rzeczywistości bywa istotniejsze (dla polityka) niż o niej informowanie. Jak piszą Wojciech Cwalina, Andrzej Falkowski, Paweł Koniak i Robert Mackiewicz

[...] kluczowym elementem działań politycznych nastawionych na zdobycie przewagi nad konkurentami [...] staje się zatem tworzenie znaczeń – konstruowanie przekonań społeczeństwa o tym, że określone wydarzenia, problemy, kryzysy, programy, zmiany polityki i liderzy są szczególnie ważni dla ich codziennego życia³².

Język, którym posługują się politycy, jest wieloznaczny i – jak dalej piszą przywoływani powyżej autorzy – „to nie rzeczywistość w jakimkolwiek testowalnym czy obserwowalnym sensie ma decydujące znaczenie w kształtowaniu świadomości i zachowań politycznych, lecz raczej przekonanie polityków, że z pomocą języka mogą taką rzeczywistość wykreować”³³.

³⁰ E. Bergmann, *op. cit.*, s. 252 [tłumaczenie własne].

³¹ Postpolityka jako polityka czasu postprawdy charakteryzuje się szeregiem zjawisk, m.in.: przekonaniem, że na potrzeby polityki prawdą jest to, co większość za prawdę uzna (zinterpretuje jako prawdę) i co się opłaca aktorowi politycznemu; logika mediów i modelowane przez nie warunki determinują kształt i zawartość komunikacji politycznej i całej debaty publicznej; indywidualizacja polityki dominuje nad podejściem kolektywnym; cechą charakterystyczną (a nie wyjątkową) partii politycznych jest eklektyzm ideologiczny; dominuje podejście niepoprawnie uznawane nieraz za marketingowe, iż cele polityczne aktorów politycznych są wyznaczane wyłącznie względem bieżącej sytuacji, potrzeb aktorów politycznych i instrumentalnie traktowanych oczekiwań wyborców; i wreszcie priorytet nad decyzjami i działaniami faktycznie politycznymi (polityka jako rządzenie państwem, czemu służy sprawowanie władzy) zdobywają działania aktorów politycznych służące realizacji ich interesu emocjonalnego – utrzymywania stałego poziomu napięcia emocjonalnego w społeczeństwie (polityka jako zarządzanie elektoratem, co służy zdobyciu i utrzymaniu władzy samej w sobie). Wszystkie te zjawiska kształtują uwarunkowania sprzyjające stosowaniu i rozwijaniu się dezinformacji.

³² W. Cwalina et al., *op. cit.*, s. 87.

³³ *Ibidem*, s. 88.

4. Oblicza codziennej dezinformacji politycznej

Przedstawiony niżej katalog możliwych typów codziennej dezinformacji (misinformacji) nie opiera się na jednym, precyzyjnie zdefiniowanym kryterium i z pewnością nie wyczerpuje mnogości rodzajów potencjalnych działań i zabiegów dezinformacyjnych. Część z nich można odnieść i zaobserwować też wobec innych, wspominanych już, pokrewnych zjawisk.

1) Prawda – nieprawda – półprawda

Posługiwanie się nieprawdziwymi przekazami to najprostsza, ale często trudna do zidentyfikowania przez odbiorców odsłona codziennego dezinformowania. Trudność bierze się z różnorodności działań opierających się na podawaniu nieprawdy. Może to bowiem przybierać postać zwykłych kłamstw, gdzie po prostu podawane są nieprawdziwe informacje (fakty, liczby)³⁴, ale i wyrafinowanej manipulacji, gdzie nieprawda (zaprzeczenie stanowi faktycznemu) stanowi tylko jeden z elementów przekazu. Wobec przeciętnego odbiorcy, który nie dysponuje przecież rozległą i pogłębioną wiedzą na każdy temat ani nie dokonuje specjalnej weryfikacji prawdziwości wszystkiego, co słyszy z ust polityków, może być to skuteczne narzędzie manipulacji. Jednakże ujawnianie treści jako dezinformacji jest zadaniem dla dziennikarzy jako odpowiedzialnych za weryfikowanie przekazów politycznych oraz dla mediów (redakcji) specjalizujących się w problematyce politycznej (w zagadnieniach różnych polityk publicznych, np. dziennikarze i publicyści gospodarczy, zajmujący się różnymi gałęziami przemysłu, publicyści z zakresu polityki zagranicznej etc.). Profesjonalne, obiektywne wobec różnych aktorów politycznych media zwieść jest trudniej niż „zwykłego” odbiorcę, przy czym odbiorca ten, aby uniknąć zdeinformowania, musi też zechcieć z takich mediów korzystać, co nie jest wcale pewne. Można wskazać co najmniej kilka wymiarów posługiwania się nieprawdą:

- posługiwanie się nieprawdziwymi informacjami (danymi, faktami etc.), zarówno świadome (dezinformacja klasyczna), jak i nieświadome (misinformacja); szczególne znaczenie mają tu zasygnalizowane wyżej uwarunkowania współczesnej „postpolitycznej” komunikacji w kanałach społecznościowych świata postprawdy; wymóg nieustannej obecności online i presja natychmiastowości przekazu powodują, że bezrefleksyjne „podawanie dalej”, retwitowanie nieprawdziwych informacji w mediach społecznościowych itp. jest codziennością; jak trafnie

³⁴ Krystyna Kurczab-Redlich podaje przykład artykułu pt. *Cichy przewrót państwowy w Czeczeni*, opublikowanego w rosyjskiej „Niezwissimoi Gazietie” (oczywiście będącej narzędziem w rękach władz państwa), składającego się z... samych kłamstw. Zob. K. Kurczab-Redlich, *Pandrioszka*, Warszawa 2022, s. 263.

zauważyli Jan Szyszko i Marek Świerczyński: „Dezinformację napędzają politycy, którzy cytują nieprawdziwe wiadomości na temat swoich przeciwników”³⁵ – rywalizacja polityczna dodatkowo sprzyja takiej dez/misinformacji;

- zaprzeczanie prawdziwym informacjom (bez podawania „własnych”, nieprawdziwych);
- łączenie w ramach jednego przekazu informacji prawdziwych i nieprawdziwych (szczególnie niebezpieczne, gdy nie są to informacje niejako oddzielone od siebie w ramach przekazu, jak np. zestawienia danych liczbowych, z których część jest prawdziwa, a część nie; gdy np. we fragmencie wywodu czy argumentacji łączy się informacje prawdziwe i nieprawdziwe w ciągu o rzekomym przyczynowo-skutkowym powiązaniu, pseudologicznym wynikaniu; rozpoznanie takich dezinformacji wymaga przyjrzenia się całemu tokowi rozumowania nadawcy, a nie tylko „prostego” sprawdzenia danych, którymi się posługuje);
- przemilczanie, czy też eliminowanie z przekazu prawdziwych informacji, pominiętych niekoniecznie celowo (nadawca sam nie ma pełnej wiedzy), ale jak najbardziej świadomie, kiedy są niewygodne dla nadawcy (np. przekaz w pełni oparty na prawdziwych informacjach stawiałyby nadawcę w złym świetle, ale po eliminacji części z nich już tak nie jest); wykrycie takiej dezinformacji wymaga posiadania przez odbiorcę nieraz naprawdę szerokiej wiedzy w danej dziedzinie; bardzo „wdzięcznym” dla dezinformacji obszarem są chociażby sprawy zjawisk ekonomicznych, np. wyjaśnianie przez polityków – obojętnie której partii – przyczyn inflacji; przemilczanie może też służyć deprecjonowaniu znaczenia informacji i wydarzeń, których dotyczą, jeśli są kłopotliwe dla nadawcy (to o czym nie mówimy nie jest ważne, a może nawet nie zaistniało?), choć w tym kontekście wymiar „operowania prawdą” należy widzieć szeroko, a nie jednostkowo: przemilczanie jako uporczywy brak informowania o danej kwestii, konsekwentne eliminowanie danego wątku ze swych przekazów, a nie tylko jednorazowe pominięcie informacji w wypowiedzi; przykładem są tu polityczne tzw. przekazy dnia, czyli partyjne instrukcje dla kluczowych działaczy, co mówić i czego nie mówić (!) publicznie odnośnie do aktualnych, nośnych medialnie tematów (instrukcje te „nakazują” nie tylko przemilczanie pewnych faktów, ale w zasadzie stosuje się w nich szereg omawianych tu sposobów „radzenia” sobie z pożądanym opisem rzeczywistości)³⁶;

³⁵ J. Szyszko, M. Świerczyński, *Cała prawda o cyfrowej dezinformacji*, Polityka Insight, s. 2, [on-line:] https://www.politykainsight.pl/_resource/multimedium/20112641 – 15 X 2022.

³⁶ P. Reszka, „Przekazy dnia”, czyli jak partia objaśnia świat politykom PiS, „Newsweek Polska”, 7 IX 2019, [on-line:] <https://www.newsweek.pl/polska/polityka/przekazy-dnia-czyli-jak-partia-objasnia-swiat-politykom-pis/ydql4n7> – 18 X 2022.

- nadmierne upraszczanie przekazu, kiedy to zniekształcone prawdziwe informacje stają się dezinformujące; uproszczenia mogą wynikać z celów politycznych, chęci zmanipulowania odbiorców (dezinformacja), jak i prób klarownego, jasnego przedstawienia skomplikowanych kwestii (misinformacja), które jednak nie powiodło się z różnych przyczyn (np. niekompetencji nadawcy czy zbytnej złożoności problemu); nie rozstrzygając w tym miejscu kwestii przyczyn takiej dezinformacji, przykładem może być posłużenie się przez członków kierowanej przez Antoniego Macierewicza Podkomisji ds. Ponownego Zbadania Wypadku Lotniczego pod Smoleńskiem obrazami pękających parówek czy zgniatanych puszek po napojach³⁷ jako ilustracji złożonych zjawisk fizycznych rzekomo mających miejsce w momencie katastrofy; nie wnikając w istotę zastosowanych metod badawczych i dezinformującego efektu wyników samych doświadczeń (samolot pękający tak jak parówka?) wystarczy wskazać, że przekaz ten budował w odbiorcach całkowicie nieprawdziwe przekonanie, że katastrofę lotniczą można wyjaśnić bardzo prostymi, dostępnymi każdemu człowiekowi środkami i *de facto* potocznym rozumowaniem; jednak z uproszczeniami w przekazach politycznych mamy do czynienia nieustannie – inaczej politycy nigdy nie wypowiedzieliby się w żadnej złożonej kwestii dotyczącej spraw publicznych; co więcej, uproszczenia są elementami budowania teorii naukowych, kiedy np. w celu wyjaśnienia przebiegu zjawisk politycznych budowane są ich modele teoretyczne; kluczowe jest jednak stwierdzenie, czy uproszczenie służy i zbliża do zrozumienia fenomenu (np. poznania kluczowych elementów), czy też fenomen ten po prostu zniekształca; i ponownie weryfikacja taka wymaga odpowiedniej wiedzy u odbiorców lub pomocy ze strony innych aktorów komunikacyjnych – profesjonalnych dziennikarzy korzystających z wiedzy faktycznych ekspertów.

2) Przekazy nieweryfikowalne

Z tego typu przekazami mamy do czynienia wówczas, kiedy prawdziwości czy nieprawdziwości nie można stwierdzić, gdyż tylko pozornie opierają się na faktach (na czymś, co się wydarzyło, na realnych danych o rzeczywistości); są to zatem:

- obietnice polityczne dotyczące działań podmiotów politycznych – nadawcy mówią o zamierzeniach politycznych, jakby były już zrealizowane; chodzi tu konkretnie o plany polityczne, obietnice wyborcze, „argumenty agitacyjne”, perswazja oparta na obietnicach przedstawianych jako w zasadzie zagwarantowane

³⁷ R. Jurszo, *Bomba termobaryczna, puszka i parówka, czyli kosztowne fantazje Marszałka Seniora*, „Oko.press”, 12 XI 2019, [on-line:] <https://oko.press/bomba-termobaryczna-puszka-i-parowka-czyli-kosztowne-fantazje-marszalka-seniora/> – 18 X 2022.

efekty; za przykład może posłużyć wypowiedź Jarosława Kaczyńskiego: „I chcę zapewnić, że jak my wygramy wybory, te pieniądze dostaniemy. A czy przedtem, tego nie wiem”³⁸. Innym przykładem jest wypowiedź Donalda Tuska: „Uważam, że w Polsce powinniśmy, i to będzie moja propozycja, jeśli wygramy wybory – przepraszam: **kiedy wygramy wybory** [zaznaczenie – J.Ż.] – żeby rozpocząć jak najszybciej program (musi być najpierw pilotaż) skróconego tygodnia pracy”³⁹; dyskurs polityczny jest wypełniony tego rodzaju przekazami, gdyż są naturalną konsekwencją istnienia rywalizacji politycznej w warunkach swobody wypowiedzi; istotne jest, by odbiorcy właściwie je traktowali – jako obietnice, za którymi nie stoi żadna odpowiedzialność;

- „prognozowanie” przyszłości, które przyjmuje formę oznajmującą: „jak jest”, a nie „jak może będzie”; dobrym przykładem jest tu odnotowana w mediach wypowiedź Marcina Horały odnośnie do budowy Centralnego Portu Komunikacyjnego: „Centralny Port Komunikacyjny już na starcie nie będzie świecił pustkami – stwierdził Marcin Horała, odnosząc się do obecnych statystyk dotyczących choćby tylko Lotniska Chopina i Modlina” (tytuł artykułu, który zawiera tę wypowiedź, jest jeszcze dobitniejszy: *Horała: W pierwszym etapie CPK obsłuży 45 mln pasażerów*)⁴⁰. Polityk stwierdza fakt, który jeszcze nie nastąpił, nie wiadomo, czy nastąpi, a nawet czy będzie miał możliwość nastąpienia, gdyż samo lotnisko jest dopiero w planach. Ponadto, co jest już „zasługą” redakcji publikującej tę wypowiedź, następuje wzmocnienie dezinformowania (a raczej misinformowania, gdyż zapewne polityk jest przekonany co do swoich racji i wierzy, że posługuje się tzw. twardymi danymi), gdyż dowiadujemy się, że Marcin Horała mówił to, „odnosząc się do obecnych statystyk”. Nie wiemy co prawda, jakich konkretnie, gdzie dostępnych itd., lecz istniejących i stanowiących podstawę rozumowania nadawcy. A zatem w jednym przekazie mamy do czynienia ze wspomnianym już w punkcie pierwszym łąčeniem, na zasadzie rzekomego wynikania, elementów prawdy (obecnie istniejące statystyki, dane, projekt inwestycji) i elementów nieprawdziwych, w tym wypadku nieweryfikowalnych, bo dotyczących przyszłości (liczba pasażerów); to tylko niewielki przykładowy

³⁸ I. Pecka, *Kaczyński: Jak wygramy wybory, to dostaniemy pieniądze z UE*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 27 X 2022, [on-line:] <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/kraj/artykuly/8576681,kaczynski-wybory-2023-kpo-tusk.html> – 28 X 2022.

³⁹ *Tusk straszy końcem 500 plus i wysokimi rachunkami. Składa też obietnice wyborcze*, „Business Insider”, 9 VII 2022, [on-line:] <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/tusk-straszy-koncem-500-plus-i-wysokimi-rachunkami-sklada-tez-obietnice-wyborcze/v5894fg> – 28 X 2022.

⁴⁰ E. Pałys, *Horała: W pierwszym etapie CPK obsłuży 45 mln pasażerów*, „Rynek Lotniczy”, 12 II 2020, [on-line:] <https://www.rynek-lotniczy.pl/wiadomosci/horala-w-pierwszym-etapie-cpk-obsluzy-45-mln-pasazerow--7842.html> – 28 X 2022.

wycinek codziennej retoryki politycznej, zasadniczo nikomu niezagrażającej, nieniosącej ze sobą szkodliwych, negatywnych dla odbiorcy konsekwencji, służącej atrakcyjnemu prezentowaniu swojej działalności (planów), ale jednak – jeśli głębiej wnikać – dezinformującej; o wiele niebezpieczniejsza jest dezinformacja oparta na przekazach nieweryfikowalnych, lecz w pełni świadoma (nadawca wie, że dezinformuje), dokonana z premedytacją; przykładem takiego działania jest materiał Wiadomości TVP z 7 czerwca 2020 r., w którym na wykresie dotyczącym zmian wysokości wydatków państwa na ochronę zdrowia posłużono się nie tylko realnymi danymi (do 2020 r.), ale i prognozami danych (od 2021 r.), zestawiając ze sobą te dwie kategorie bez żadnych wyjaśnień⁴¹; w przytaczanym materiale TVP przejawów dezinformacji jest więcej niż tylko nieweryfikowalne „pseudodane”, lecz w tym miejscu ograniczmy się jedynie do tego aspektu⁴²;

- rekonstrukcje przeszłości i alternatywna rzeczywistość tworzone wedle aktualnych potrzeb podmiotu politycznego; to przekazy, w których występuje konstrukcja przypuszczająca; wobec przeszłości: „gdyby wówczas wydarzyło się coś, to dziś byłoby inaczej” albo „gdybyśmy to my wtedy rządili, to byłoby dziś inaczej” itp.; i wobec teraźniejszości: „gdyby dziś rządzili oni, to byłoby gorzej” itp. – w tym wypadku dochodzi do wyobrażenia przez odbiorcę, jak mogłaby wyglądać dziś rzeczywistość w kontraście do tego, jak faktycznie wygląda; porównanie to ma zawsze wypadać na korzyść nadawcy; niech za pierwszy przykład posłuży tu wypowiedź Donalda Tuska: „Gdyby wybory były uczciwe w sensie prawnym, to prezydentem byłby Rafał Trzaskowski, a nie prezydent Duda”⁴³; Cezary Tomczyk z kolei wskazywał, że: „Gdyby Platforma Obywatelska rządziła dzisiaj w Polsce, na pewno inflacja nie byłaby na poziomie 13 procent”⁴⁴, a Artur Soboń: „Gdyby rządziła Platforma, to śmiem twierdzić, że przedsiębiorcy nie mieli żadnej ochrony, a pracownicy żadnych bezpośrednich płatności, jeśli chodzi

⁴¹ M. Ossowska, *Efektowna manipulacja „Wiadomości”*. Tak nie powinno się przedstawiać statystyk, „WP Teleshov”, 9 VI 2021, [on-line:] <https://teleshov.wp.pl/efektowna-manipulacja-wiadomosci-tak-nie-powinno-sie-przedstawiac-statystyk-6648724132473728a> – 28 X 2022.

⁴² J. Szymczak, *TVP chwali PiS za nakłady na zdrowie i bije rekord: cztery manipulacje w jednym wykresie*, „Oko.press”, 9 VI 2021, [on-line:] <https://oko.press/pieniadze-na-zdrowie-2020-pkb/> – 28 X 2022.

⁴³ J. Mikulski, *Tusk: Gdyby wybory w 2020 roku były uczciwe w sensie prawnym, prezydentem byłby Trzaskowski*, „Rzeczpospolita”, 11 VIII 2022, [on-line:] <https://www.rp.pl/polityka/art36858031-tusk-gdyby-wybory-w-2020-roku-byly-uczciwe-w-sensie-prawnym-prezydentem-bylby-trzaskowski> – 12 X 2022.

⁴⁴ Cezary Tomczyk: *gdyby rządziła Platforma, inflacja w Polsce byłaby niższa*, Polsat News, 30 IV 2022, [on-line:] <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2022-04-30/cezary-tomczyk-i-pawel-jablonski-w-programie-gosc-wydarzen/> – 8 VIII 2022.

o ich wynagrodzenia, mogliby liczyć wyłącznie na siebie”⁴⁵; dzięki konstrukcji zdań („gdyby”) można łatwo zidentyfikować takie spekulacje jako dezinformacje (sami politycy nieraz mówią, że to tylko opinie), lecz jest to jednak zabieg powszechnie w polityce stosowany, co prowadzi do wniosku, że właśnie (jak wspomniano wyżej) to nie samo „poinformowanie” jest celem, ale wywarcie odpowiedniego wrażenia, zaistnienie pożądanego stosunku emocjonalnego wobec różnych aktorów sceny politycznej.

3) Przekazy wieloznaczne

Zjawisko wieloznaczności w komunikowaniu politycznym ma wiele wymiarów i nie jest jednoznacznie tożsame z manipulowaniem bądź szerzej – dezinformowaniem. Jak wskazują badacze, wieloznaczność w debacie publicznej może wręcz sprzyjać osiągnięciu konsensusu (wieloznaczność jako tworzenie przestrzeni do kompromisów, unikanie skrajności i antagonizowania, poszukiwanie akceptacji dla rozwiązań politycznych wśród różnorodnych interpretacji problemu)⁴⁶ i opracowywaniu rozwiązań złożonych kwestii społecznych; tym samym wieloznaczność to immanentny element „deliberatywnej perswazji” – komponentu współczesnej demokracji i przeciwieństwa propagandy politycznej, jakże często opartej na dezinformacji⁴⁷. Tym niemniej wieloznaczność przekazów politycznych może także służyć dezinformacji, a kluczowa jest tu (ponownie) intencja nadawcy. Jeśli więc wieloznaczność wypowiedzi służy do unikania mówienia prawdy (z różnych przyczyn), ma tę prawdę zawoalować, ukryć ją, stworzyć pozory, że prawdą jest coś innego (choć tego wprost nie stwierdzać), służy uchylaniu się od stwierdzania prawdy⁴⁸ czy ukryciu, że nadawca nie jest kompetentny w temacie, o którym mówi, to wieloznaczność będzie narzędziem dezinformacji. Istotne jest, że nie mówimy tu o komunikowaniu nieprawdy, gdyż do takich przekazów nie sposób w ogóle odnieść kryterium prawdziwości. Dezinformująca wieloznaczność to opieranie się na wielu możliwych interpretacjach danego zagadnienia, wynikających z różnych perspektyw (np. do oceny polityki emerytalnej z perspektywy społecznej i ekonomicznej) i takie ukierunkowywanie odbiorców (poprzez stosowanie właściwych ram interpretacyjnych)⁴⁹, aby recepcja przekazu była korzystna dla nadawcy. Jeśli jednak interpretacja u odbiorcy będzie niepożądana,

⁴⁵ *Wiceminister aktywów państwowych: gdyby rządziła PO, to przedsiębiorcy nie mieliby żadnej ochrony*, Polskie Radio 24, 6 IV 2020, [on-line:] <https://polskieradio24.pl/130/5819/artykul/2488171,wiceminister-aktywow-panstwowych-gdyby-rzadzila-po-to-przedsiębiorcy-nie-mieliby-zadnej-ochrony> – 8 VIII 2022.

⁴⁶ W. Cwałina et al., *op. cit.*, s. 90.

⁴⁷ *Ibidem*, s. 320.

⁴⁸ *Ibidem*, s. 34.

⁴⁹ *Ibidem*, s. 88.

np. szkodliwa dla interesów partii, to polityk, aby ratować się z opresji, zawsze może wyjaśniać swą wieloznaczną wypowiedź (niewłaściwie zinterpretowaną), powołując się np. na złożoność samego problemu skłaniającą do wielowymiarowego spojrzenia (a czyż są w polityce w ogóle kwestie inne niż skomplikowane i wieloaspektowe?). Dobrym przykładem wieloznaczności przekazu może być wypowiedź Jarosława Kaczyńskiego: „Trzeba w tej chwili palić wszystkim, no poza oczywiście oponami i tym podobnymi rzeczami, bo takie rzeczy się niestety u nas też zdarzają, nie jakimiś rzeczami szkodliwymi, bo po prostu Polska musi być ogrzana”⁵⁰. Polityk w dalszej części nieznacznie doprecyzowywał swą wypowiedź (w aspekcie tego, kto nie powinien palić wszystkim), jednak stwierdzenia „tym podobne rzeczy”, „rzeczy szkodliwe” są ewidentnie wieloznaczne, podobnie jak sformułowanie „palić wszystkim”. Na wieloznaczność tego ujęcia wskazują liczne interpretacje medialne, które pojawiły się po tej wypowiedzi, jasny jest tu też kontekst polityczny (sytuacyjny – spotkanie z potencjalnymi wyborcami). Uwidacznia się jednak u nadawcy brak kompetencji (nieświadomość) lub manipulacja odnośnie do skutków „palenia wszystkim” dla zdrowia ludzi i środowiska naturalnego. Tym samym zakwalifikowałbym ten przekaz jako codzienną polityczną dezinformację.

4) Własne opinie i oceny podawane jako fakty oraz manipulacyjne wykorzystywanie cudzych opinii

Grzegorz Rzeczkowski wykazał, że tego rodzaju działanie było „znakiem firmowym” Antoniego Macierewicza (podobnie jak odrzucanie prawdy)⁵¹, który stosował je w ramach prac i komunikowania ich wyników nad ponownym wyjaśnianiem przyczyn katastrofy pod Smoleńskiem⁵². Kiedy polityk obudowuje swą wypowiedź wyrażeniami w rodzaju: „moim zdaniem”, „w mojej opinii” itp., to status przekazu jako oceny faktu, a nie jego stwierdzenia jest jasny, co nie znaczy, że odbiorcy szczególnie zwracają uwagę na tego typu „niuanse”. Trudniejszym do identyfikacji przypadkiem jest taki, gdy polityk informuje oznajmująco o faktach, w rzeczywistości przedstawiając swoistą tezę o rzeczywistości, jej wizję czy właśnie ocenę wydarzeń, zakamuflowaną w słowach opisujących rzeczywistość, dając jedynie niejasne poszlaki do właściwej interpretacji wypowiedzi jako spekulacji, która może być prawdą lub nie, a najczęściej ma służyć po prostu wytworzeniu u odbiorców odpowiednich emocji. Opinie i oceny nie są podawane wprost, lecz „przemycane” w doborze słów (np. odpowiednio nacechowanych) bądź w elementach pozawerbalnych, w tym paralingwistycznych, jeśli

⁵⁰ J. Kaczyński: *trzeba palić wszystkim (poza oponami)*, YouTube, 3 IX 2022, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=0VgbUsCa54M> – 15 IX 2022.

⁵¹ Por. pkt 1 niniejszego omówienia.

⁵² G. Rzeczkowski, *Katastrofa posmoleńska. Kto rozbił Polskę*, Warszawa 2020, s. 269.

nie mamy do czynienia tylko z zapisem wypowiedzi (mimika, gestykulacja, postawa ciała, intonacja, siła głosu etc.). Ilustracją tego rodzaju działań dezinformacyjnych może być konsekwentne stosowanie przez polityków wybranych epitetów na określenie swoich konkurentów politycznych, gdzie epitet przestaje w końcu być oceną (być uznawany za ocenę), a „staje się faktem” – immanentną cechą określanego podmiotu, z czym trudno dyskutować (skoro to „fakt”, a nie ocena): totalna opozycja; takie działanie zbliża się nieraz do propagandowej techniki etykietowania (*labeling*).

5) Zmiana kontekstu (nadanie nowego kontekstu)

Posługiwanie się wypowiedziami innych osób, umieszczając je w nowym kontekście, ma pozwalać na zbudowanie pożądanego obrazu aktualnej rzeczywistości, a także jej oceny (patrz punkt wyżej) po to, by na tej podstawie wytwarzać odpowiednie emocje u odbiorców. Konstruowanie nowego kontekstu dla znanych już od dawna informacji, wypowiedzi z przeszłości, ocen formułowanych przez innych i w innym czasie, to niemalże „standardowa procedura” w negatywnych przekazach wyborczych (np. spotach), ale spotykamy ją także w pozakampanijnych wypowiedziach i materiałach, gdzie dominuje prosty zabieg pozbywania się oryginalnego kontekstu, a aktualna, znana wszystkim odbiorcom sytuacja (polityczna, gospodarcza etc.) wystarcza ma dla nadania „starej” informacji pożądanego przez nadawcę nowego sensu i wydźwięku. To wciąż posługiwanie się faktycznymi wypowiedziami, realnymi danymi itd., lecz jak wskazano wyżej, to nie poinformowanie się liczy, ale wywoływanie określonych odczuć. We wrześniu i październiku 2022 r. Jarosław Kaczyński w czasie spotkań ze swoimi sympatykami w całej Polsce wielokrotnie powtarzał myśl, że Donald Tusk „chce budować stosunki z Rosją taką jaka ona jest”⁵³, czasem dodając inne uzupełniające informacje, jak np. tę, że: „Za rządów PO na spotkanie z ambasadorami został zaproszony rosyjski minister spraw zagranicznych”⁵⁴. W tym samym czasie informacja ta była upowszechniana przez media bliskie politycznie rządzącym⁵⁵, jak i innych polityków władzy.⁵⁶ Cytowana przez Jarosława Kaczyńskiego

⁵³ @pisorgpl, Twitter, 15 IX 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1570358684663824387> – 25 X 2022; @pisorgpl, Twitter, 21 IX 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1572626775804346369> – 25 X 2022.

⁵⁴ @pisorgpl, Twitter, 22 X 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1583806510877974529> – 25 X 2022.

⁵⁵ PO do premiera: „Kim jest dla Pana Putin?”. W odpowiedzi przypomniano słowa... samego Tuska: „Chcemy dialogu z Rosją, taką jaka ona jest”, wpolityce.pl, 10 X 2022, [on-line:] <https://wpolityce.pl/polityka/617651-po-doczekala-sie-celnej-odpowiedzi-co-tusk-mowil-o-rosji> – 14 X 2022; Tusk: „Chcemy dialogu z Rosją, taką, jaką ona jest.” Pamiętamy! [wideo], Telewizja Republika, 22 X 2022, [on-line:] <https://tvrepublika.pl/Tusk-Chcemy-dialogu-z-Rosja-taka-jaka-ona-jest-Pamietamy-wideo,142685.html> – 24 X 2022.

⁵⁶ MorawieckiPL, Facebook, 10 X 2022, [on-line:] <https://www.facebook.com/MorawieckiPL/posts/pfbid0Ax7KobzwUD5Pe8eLaprp9Jgtx8pD2btVJC4rYLBVZniUyQzWCpuVe9>

wypowiedź Donalda Tuska padła jednak na długo przed atakiem Rosji na Ukrainę – w listopadzie 2007 w czasie jego sejmowego *exposé*, lecz jakże nowego wymiaru nabrała, kiedy przywoływano ją (wielokrotnie, w wielu kanałach) w październiku 2022 r. Dezinformację co do tego, kim jest Donald Tusk i jaką proponuje politykę, ma tu sobie niejako stworzyć sam odbiorca, odpowiednio, czyli raczej bezrefleksyjnie i z oburzeniem, przyjmując podsuwane zestawienie. Podobnym zabiegiem było zresztą łączenie przez PO agresji rosyjskiej wobec Ukrainy ze spotkaniami Mateusza Morawieckiego z zagranicznymi, krytycznymi wobec UE politykami, nazywanymi w materiale audiowizualnym „przyjaciółmi Putina”, choć tutaj kontekst był zbudowany zupełnie wprost⁵⁷. Innym przykładem może być film opublikowany przez PiS odnośnie do problemów z dostępnością węgla i zawierający wypowiedzi polityków KO⁵⁸. W materiale stwierdzono: „A teraz zobaczmy, jak wygląda rzeczywistość...” – autorzy zatem wprost oznajmiali, że będą mówić o faktach, że będą informować. Tymczasem posługując się cytatami z dawnych, nieraz wyborczych wypowiedzi konkurentów politycznych z KO o przyszłym (!) wyeliminowaniu ogrzewania gospodarstw domowych węglem, zmniejszeniu lub zniesieniu oparcia polskiej gospodarki na węglu etc., zestawili je z aktualnym na czas publikacji filmu kontekstem sytuacyjnym: brakami węgla spowodowanymi wojną w Ukrainie w 2022 r. oraz polityką aktualnie rządzącej (od 2015 r.) koalicji. Mamy tu dodatkowy element dezinformacyjny (oprócz zmiany kontekstu) polegający na wyraźnym sugerowaniu związku przyczynowo-skutkowego (dość absurdalnego): działania KO doprowadziły do aktualnych kłopotów z dostępnością węgla.

6) Odchodzenie od istoty informacji

Działanie takie ma pozwolić uniknąć nadawcy informowania o danej kwestii poprzez przeniesienie punktu ciężkości na jakiś jej wybrany aspekt i przez to odejście od meritum, choć odbiorca ma odnieść wrażenie, że nadawca cały czas komunikuje „na temat”. Im bardziej złożona, wielowymiarowa kwestia, tym łatwiej to robić. To także sposób dezinformowania spotykany m.in. w kontaktach polityków z dziennikarzami. Polityk stara się nie odpowiedzieć wprost (z różnych względów), więc wybiera tylko pewien aspekt kwestii, o którą jest pytany. Szczególnie widoczne jest chociażby przechodzenie ze sfery problemowej w sferę postaci, jak w przypadku Mateusza Morawieckiego,

YfNmFjFAZMl – 14 X 2022; @pisorgpl, Twitter, 21 VII 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1550027213701058561> – 14 X 2022; @radekfogiel, Twitter, 10 X 2020, [on-line:] <https://twitter.com/radekfogiel/status/1579478054615019523> – 14 X 2022.

⁵⁷ @Platforma_org, Twitter, 10 X 2022, [on-line:] https://twitter.com/Platforma_org/status/1579474337736036352 – 14 X 2022.

⁵⁸ @pisorgpl, Twitter, 6 X 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1578055305891545093> – 14 X 2022.

który na prośbę dziennikarki o odniesienie się do słów Donalda Tuska o „aferze podsłuchowej” i jej pytanie o działania prokuratury w tej sprawie, zaczął mówić o tym, kim jest Donald Tusk (a w zasadzie jak go Mateusz Morawiecki ocenia), jaką politykę prowadził i jakie są jego aktualne polityczne cele⁵⁹. Ponadto takie dezinformowanie może być realizowane poprzez: dodawanie wypowiedzi emocjonalności (przechodzenie do sfery afektywnych ocen), generalizowanie problemu⁶⁰ i zarazem jego pomniejszanie (problem jest typowy, zwyczajny, jakich wiele, nie wymaga szczególnej uwagi) czy też dodawanie elementów ideologicznych do wypowiedzi (odchodzenie od merytoryki na rzecz elementów światopoglądowych, słuszności wynikającej z przesłanek aksjologicznych, a nie merytorycznych⁶¹).

7) Stereotypy, mity, „mądrość ludowa”

Politycy, pragnąc być słuchanymi, ale i zrozumianymi (zinterpretowanymi) w pożądanym przez siebie sposób, posługują się nieraz formułami uatrakcyjniającymi przekaz, a jednocześnie mającymi przybliżać właściwą jego recepcję. Poprzez wprowadzenie elementów skłaniających do skrócowego myślenia o danej kwestii odbiorca poddaje się heurystycznemu wnioskowaniu i w rezultacie popełnia błędy poznawcze, czyli ulega „autodezinformacji”, wytwarzając w umyśle pewien obraz rzeczywistości. Mam tu na myśli posługiwanie się przez polityków stereotypami (etnicznymi, płciowymi, religijnymi, rasowymi i in.) oraz przysłowiami w celu uzasadnienia słuszności swej wypowiedzi, podparcia swojego punktu widzenia czy skontrowania przekazu konkurenta politycznego. Wyjaśniając meandry sporu władz Polski z Komisją Europejską o środki finansowe z KPO oraz rolę opozycji politycznej w tej sprawie, minister Zbigniew Ziobro posłużył się swego czasu powiedzeniem, że to: „złodziej najgłośniej krzyczy, żeby łapać złodzieja”⁶². Inne przykłady to: budowanie powierzchownych analogii historycznych

⁵⁹ *Konferencja Mateusza Morawieckiego i Marleny Maląg*, YouTube, 18 X 2022, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=SxRw-fOBaBo> – 20 X 2022.

⁶⁰ J. Mazur, *op. cit.*, s. 80.

⁶¹ Warto nadmienić, że dotyczy to w zasadzie tylko jawnie instrumentalnego, cynicznego wręcz wykorzystywania elementów ideowych do odwrócenia uwagi od istoty rzeczy, gdyż w komunikowaniu politycznym włączenie (dodanie) aspektu ideologicznego, czy też światopoglądowego, nie musi automatycznie oznaczać odchodzenia od meritum problemu, którego dotyczy komunikacja, a tym samym nie musi być elementem dezinformacyjnym. Wiele kwestii politycznych (problemów, ich rozwiązań, decyzji, kierunków polityki, pryncypiów etc.) jest bowiem silnie ideologicznie i aksjologicznie determinowanych i z kolei nieuwzględnienie tego wymiaru też mogłoby służyć manipulowaniu. Przykładowo sprawa dopuszczalności przerywania ciąży nie jest wyłącznie kwestią medyczną, a uzasadnianie (lub krytyka) wsparcia dla Ukrainy w wojnie z Rosją nie jest w Polsce powiązana np. tylko z ekonomiczną kalkulacją opłacalności tej pomocy.

⁶² J. Kaczmarczyk, *Ziobro o „ataku ze strony PO”: To dla mnie i dla Solidarnej Polski komentarz*, Interia.pl, 11 V 2022, [on-line:] <https://wydarzenia.interia.pl/kraj/news-ziobro-o-ataku-ze-strony-po-to-dla-mnie-i-dla-solidarnej-pol,nId,6017267> – 20 X 2022.

oraz łączenie faktów i podmiotów współczesnych z historycznymi (część klasy politycznej jako „Targowica”, zestawianie UE i ZSRR itp.); konstruowanie wyrazistych metafor i porównań, dzięki którym odbiorca nie tyle zrozumie daną kwestię, co odpowiednio ją sobie wyobrazi; powoływanie się na mechanizmy tzw. chłopskiego rozumu czy zdrowego rozsądku, co ma gwarantować prawidłowość myślenia o kwestii i wskazywać na transparentność intencji nadawcy (niczego nie ukrywa, zachęca do samodzielnego rozumowania). Ilustracją tego rodzaju działań są liczne wypowiedzi Przemysława Czarneka, dla którego powoływanie się na „zdrowy rozsądek” stało się niemal znakiem rozpoznawczym (przy czym ów „zdrowy rozsądek” oznacza tu po prostu zgodność ze światopoglądem wyznawanym i promowanym przez tego polityka). We wrześniu 2020 r., opisując sytuację swobody naukowej, wskazał, że na wielu uczelniach „poprawność polityczna zastąpiła zdrowy rozsądek”⁶³. We wrześniu 2021 r., wypowiadając się zaś na temat małżeństw jedнопłciowych i polityki UE, stwierdzał, że: „jesteśmy na froncie wojny ideologicznej, którą oni [UE] wywołali przeciwko zdrowemu rozsądkowi”, a także: „Kobieta i mężczyzna zdradzają potomstwo. Są to naturalne prawa rządzące światem od miliardów lat, a czegoś teraz to lewactwo nie rozumie. Starajmy się jednak używać rozumu, zdrowego rozsądku i nie komentować często tych przejawów głupoty”⁶⁴. W październiku 2022, odnosząc się do słów Jarosława Kaczyńskiego, wskazywał: „Mówi [on] do ludzi, dla których używanie rozumu na co dzień, zdrowego rozsądku jest normą i dlatego tego typu historie są po prostu żenujące”⁶⁵. Wszystkie te wypowiedzi są dezinformujące, gdyż stwierdzają „fakt”, iż osoby mające o związkach jedнопłciowych inne zdanie niż Przemysław Czarnek i jego środowisko polityczne nie posługują się rozumem. Budowany jest więc obraz poważnej, racjonalnej władzy i bezmyślnej opozycji (w innych częściach cytowanych wypowiedzi przywoływane były nazwiska osób z partii opozycyjnych wobec PiS), co konsekwentnie składa się na ramę interpretacyjną działań konkurencyjnych polityków i partii „narzucaną” przez Przemysława Czarneka: opozycja jest głupia, nieracjonalna, powiązana z walczącym ze „zdrowym rozsądkiem” Zachodem i przez ten pryzmat należy postrzegać każde jej działanie. Tym samym działanie to jest nie tylko jednostkową „codzienną dezinformacją polityczną”, ale także stanowi element procesu kształtowania treści debaty publicznej w szerszym zakresie.

⁶³ Czarnek: *W zbyt wielu miejscach poprawność polityczna zastąpiła zdrowy rozsądek*, Dziennik.pl, 5 X 2022, [on-line:] <https://edukacja.dziennik.pl/aktualnosci/artykuly/7840307,przemyslaw-czarnek-nowy-minister-edukacji-ideologia-lgbt-poprawnosc-polityczna.html> – 25 X 2022.

⁶⁴ Czarnek: *Jesteśmy na froncie wojny ideologicznej, którą oni wywołali, przeciwko zdrowemu rozsądkowi*, YouTube, 21 IX 2021, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=HIGrFvC88Y4> – 25 X 2022.

⁶⁵ P. Malinowski, *Przemysław Czarnek: Nie docenianie prezesa Kaczyńskiego. Ma wszystko poukładać*, „Rzeczpospolita”, 24 X 2022, [on-line:] <https://www.rp.pl/polityka/art37289661-przemyslaw-czarnek-nie-docenianie-prezesa-kaczynskiego-ma-wszystko-poukladane> – 27 X 2022.

Bibliografia

- @pisorgpl, Twitter, 15 IX 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1570358684663824387>.
- @pisorgpl, Twitter, 21 IX 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1572626775804346369>.
- @pisorgpl, Twitter, 21 VII 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1550027213701058561>.
- @pisorgpl, Twitter, 22 X 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1583806510877974529>.
- @pisorgpl, Twitter, 6 X 2022, [on-line:] <https://twitter.com/pisorgpl/status/1578055305891545093>.
- @Platforma_org, Twitter, 10 X 2022, [on-line:] https://twitter.com/Platforma_org/status/157947337736036352.
- @radekfogiel, Twitter, 10 X 2022, [on-line:] <https://twitter.com/radekfogiel/status/1579478054615019523>.
- Bergmann E., *Populism and the Politics of Misinformation*, „Safundi. The Journal of South African and American Studies”, 2020, Vol. 21, no. 3, s. 251-265, <https://doi.org/10.1080/17533171.2020.1783086>.
- Błędna informacja vs dezinformacja: definicje i przykłady*, Civil Liberties Union for Europe, 21 IX 2021, [on-line:] <https://www.liberties.eu/pl/stories/bledna-informacja-vs-dezinformacja/43752>.
- Cezary Tomczyk: *gdyby rządziła Platforma, inflacja w Polsce byłaby niższa*, Polsat News, 30 IV 2022, [on-line:] <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2022-04-30/cezary-tomczyk-i-pawel-jablonski-w-programie-gosc-wydarzen/>.
- Cwalina W. et al., *Wieloznaczność w przekazach politycznych*, Sopot 2015.
- Czarnek: *Jesteśmy na froncie wojny ideologicznej, którą oni wywołali, przeciwko zdrowemu rozsądkowi*, YouTube, 21 IX 2021, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=HIGrFvC88Y4>.
- Czarnek: *W zbyt wielu miejscach poprawność polityczna zastąpiła zdrowy rozsądek*, Dziennik.pl, 5 X 2022, [on-line:] <https://edukacja.dziennik.pl/aktualnosci/artykuly/7840307,przemyslaw-czarnek-nowy-minister-edukacji-ideologia-lgbt-poprawnosc-polityczna.html>.
- Dowse A., Bachmann S.D., *Information Warfare: Methods to Counter Disinformation*, „Defense & Security Analysis”, 2022, s. 453-469, <https://doi.org/10.1080/14751798.2022.2117285>.
- Freelon D., Wells C., *Disinformation as Political Communication*, „Political Communication”, 2020, Vol. 37, no. 2, s. 145-156, <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1723755>.
- Golka M., *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008.
- J. Kaczyński: *trzeba palić wszystkim (poza oponami)*, YouTube, 3 IX 2022, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=0VgbUsCa54M>.
- Jurszo R., *Bomba termobaryczna, puszka i parówka, czyli kosztowne fantazje Marszałka Seniora*, „Oko.press”, 12 XI 2019, [on-line:] <https://oko.press/bomba-termobaryczna-puszka-i-parowka-czyli-kosztowne-fantazje-marszalka-seniora/>.

- Kaczmarczyk J., *Ziobro o „ataku ze strony PO”: To dla mnie i dla Solidarnej Polski komplement*, Interia.pl, 11 V 2022, [on-line:] <https://wydarzenia.interia.pl/kraj/news-ziobro-o-ataku-ze-strony-po-to-dla-mnie-i-dla-solidarnej-pol,nId,6017267>.
- Karwat M., *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1999.
- Kolczyński M., *Strategie komunikowania politycznego*, Katowice 2008.
- Komisja Europejska, *Wspólny Komunikat Do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów. Sprawozdanie z realizacji planu działania przeciwko dezinformacji*, JOIN(2019) 12 final, 14 VI 2019, s. 1, [on-line:] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019JC0012&from=PL>.
- Konferencja Mateusza Morawieckiego i Marleny Maląg, YouTube, 18 X 2022, [on-line:] <https://www.youtube.com/watch?v=SxRw-fOBaBo>.
- Kupiecki R., Bryjka F., Chłoń T., *Dezinformacja międzynarodowa. Pojęcie, rozpoznanie, przeciwdziałanie*, Warszawa 2022.
- Kurczab-Redlich K., *Pandriuszka*, Warszawa 2022.
- Lelonek A., *Leksykon bezpieczeństwa informacyjnego*, cz. 2, Narodowy Instytut Cyberbezpieczeństwa, 22 XII 2020, [on-line:] <https://nci.org.pl/leksykon-bezpieczenstwa-informacyjnego-cz-2/>.
- Malinowski P., *Przemysław Czarnek: Nie doceniacie prezesa Kaczyńskiego. Ma wszystko poukładane*, „Rzeczpospolita”, 24 X 2022, [on-line:] <https://www.rp.pl/polityka/art37289661-przemyslaw-czarnek-nie-doceniacie-prezesa-kaczynskiego-ma-wszystko-poukladane>.
- Mazur J., *Informacja i dezinformacja w przestrzeni publicznej. Wprowadzenie do problematyki*, „Przestrzeń Społeczna (Social Space)”, 2021, R. 21, nr 1, s. 69-95, [on-line:] <https://socialspacejournal.eu/21%20numer/Informacja-i-dezinformacja-w-przestrzeni-publicznej-Jadwiga-Mazur.pdf>.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007.
- Mikulski J., *Tusk: Gdyby wybory w 2020 roku były uczciwe w sensie prawnym, prezydentem byłby Trzaskowski*, „Rzeczpospolita”, 11 VIII 2022, [on-line:] <https://www.rp.pl/polityka/art36858031-tusk-gdyby-wybory-w-2020-roku-byly-uczciwe-w-sensie-prawnym-prezydentem-bylby-trzaskowski>.
- MorawieckiPL, Facebook, 10 X 2022, [on-line:] <https://www.facebook.com/MorawieckiPL/posts/pfbid0Ax7KobzwUD5Pe8eLaprp9Jgtx8pD2btVJC4rYLBVZniUyQzWCpuVe9YfNmFJfAZML>.
- Ossowska M., *Efektowna manipulacja „Wiadomości”. Tak nie powinno się przedstawiać statystyk*, „WP Teleshows”, 9 VI 2021, [on-line:] <https://teleshows.wp.pl/efektowna-manipulacja-wiadomosci-tak-nie-powinno-sie-przedstawiac-statystyk-6648724132473728a>.
- Pałys E., *Horala: W pierwszym etapie CPK obsłuży 45 mln pasażerów*, „Rynek Lotniczy”, 12 II 2020, [on-line:] <https://www.rynek-lotniczy.pl/wiadomosci/horala-w-pierwszym-etapie-cpk-obsluzy-45-mln-pasazerow--7842.html>.
- Pecka I., *Kaczyński: Jak wygramy wybory, to dostaniemy pieniądze z UE*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 27 X 2022, [on-line:] <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/kraj/artykuly/8576681,kaczynski-wybory-2023-kpo-tusk.html>.
- PO do premiera: „Kim jest dla Pana Putin?”. W odpowiedzi przypomniano słowa... samego Tuska: „Chcemy dialogu z Rosją, taką jaka ona jest”, *wpolityce.pl*, 10 X 2022, [on-line:] <https://wpolityce.pl/polityka/617651-po-doczekala-sie-celnej-odpowiedzi-co-tusk-mowil-o-rosji>.

- Reszka P., „Przekazy dnia”, czyli jak partia objaśnia świat politykom PiS, „Newsweek Polska”, 7 IX 2019, [on-line:] <https://www.newsweek.pl/polska/polityka/przekazy-dnia-czyli-jak-partia-objasnia-swiat-politykom-pis/ydql4n7>.
- Rzeczkowski G., *Katastrofa posmoleńska. Kto rozbił Polskę*, Warszawa 2020.
- Stahl B.C., *On the Difference or Equality of Information, Misinformation, and Disinformation: A Critical Research Perspective*, „Informing Science Journal”, 2006, Vol. 9, s. 83-96, <http://doi.org/10.28945/473>.
- Szymczak J., *TVP chwali PiS za nakłady na zdrowie i bije rekord: cztery manipulacje w jednym wykresie*, „Oko.press”, 9 VI 2021, [on-line:] <https://oko.press/pieniadze-na-zdrowie-2020-pkb/>.
- Szyszek J., Świerczyński M., *Cała prawda o cyfrowej dezinformacji*, Polityka Insight, [on-line:] https://www.politykainsight.pl/_resource/multimedia/20112641, s. 2, *dossier*.
- Tusk straszy końcem 500 plus i wysokimi rachunkami. Składa też obietnice wyborcze, „Business Insider”, 9 VII 2022, [on-line:] <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/tusk-straszy-koncem-500-plus-i-wysokimi-rachunkami-sklada-tez-obietnice-wyborcze/v5894fg>.
- Tusk: „Chcemy dialogu z Rosją taką, jaką ona jest.” Pamiętamy! [wideo], Telewizja Republika, 22 X 2022, [on-line:] <https://tvrepublika.pl/Tusk-Chcemy-dialogu-z-Rosja-taka-jaka-ona-jest-Pamietamy-wideo,142685.html>.
- Wiceminister aktywów państwowych: gdyby rządziła PO, to przedsiębiorcy nie mieliby żadnej ochrony, Polskie Radio 24, 6 IV 2020, [on-line:] <https://polskieradio24.pl/130/5819/artukul/2488171,wiceminister-aktywow-panstwowych-gdyby-rzadzila-po-to-przedsiębiorcy-nie-mieliby-zadnej-ochrony>.
- Yerlikaya T., Aslan S.T., *Social Media and Fake News in the Post-Truth Era: The Manipulation of Politics in the Election Process*, „Insight Turkey”, 2020, Vol. 22, no. 2, s. 177-196, <http://dx.doi.org/10.25253/99.2020222.11>.

W czasach, gdy niepokojąca (anty)jakość w obcowaniu z faktami staje się coraz bardziej powszechna, książka *(Dez)informacja w czasach (post)prawdy* będzie przewodnikiem dla nauczycieli i lokalnych działaczy społecznych. Stanie się z pewnością lekturą obowiązkową dla studentów i młodzieży szkolnej, a także dla wszystkich tych, którzy są zainteresowani poszerzeniem swojej świadomości medialnej i doskonaleniem umiejętności poruszania się w środowisku współczesnej polityki.

- Ukazuje bowiem, jak wieloznacznymi zjawiskami są (dez)informacja i (post)prawda
- Pozwala rozróżnić metody i techniki komunikowania się polityków ze społeczeństwem
- Przedstawia formy i mechanizmy wykorzystywane w języku mediów
- Obnaża zagrożenia związane z technologią deepfake'ów i dynamicznym rozwojem sztucznej inteligencji
- Odwołuje się do najnowszych badań w tej dziedzinie.

ISBN 978-83-8138-973-0



<https://akademicka.pl>