

**Karina Stasiuk-Krajewska**

Uniwersytet SWPS

ORCID: 0000-0001-8261-7335

## **Fake news jako tekst. Wybrane struktury językowe (komunikacyjne) oraz ich funkcje<sup>1</sup>**

### **Streszczenie**

W artykule zaprezentowano wyniki badań własnych dotyczących wybranych struktur językowych (komunikacyjnych), które zaobserwowano w fake newsach w języku polskim. W wyniku analizy 435 tekstów uznanych za fałszywe przez fact-checkerów z AFP zrekonstruowano elementy semantyczne i strukturalne charakterystyczne dla tego typu przekazów. Zrekonstruowane elementy poddano analizie funkcjonalnej w kontekście narzędzi perswazji i manipulacji, kodowania emocji oraz budowania wiarygodności poprzez powielanie elementów i struktur informacji dziennikarskiej.

**Słowa kluczowe:** dezinformacja, fake news, struktura językowa, informacja dziennikarska.

### **Fake news as text.**

#### **Selected linguistic (communication) structures and their functions**

### **Abstract**

The article presents the results of the research on selected linguistic (communicative) structures observed in fake news in Polish. As a result of the analysis of 435 texts deemed false by AFP fact-checkers, semantic and structural elements characteristic of this type of message were reconstructed. The reconstructed elements were subjected to functional analysis in the context of tools of persuasion and manipulation, encoding of emotions, and building credibility through replication of elements and structures of news.

**Keywords:** disinformation, fake news, linguistic structure, news.

---

<sup>1</sup> Artykuł powstał w ramach międzynarodowego projektu współfinansowanego przez Unię Europejską (działanie nr 2020-EU-IA-0267) oraz przez polskie Ministerstwo Edukacji i Nauki w ramach programu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego pt. „PMW” w latach 2021–2024 (umowa nr 5213/CEF/2021/2). Poglądy i wyrażone opinie są jednak wyłącznie poglądami autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy Unii Europejskiej. Ani Unia Europejska, ani Ministerstwo Edukacji i Nauki nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

## Wprowadzenie. Dezinformacja i fake news

Kategoria dezinformacji oraz powiązane z nią pojęcia są wyjątkowo trudne do precyzyjnego zdefiniowania<sup>2</sup>. Wynika to nie tylko ze złożoności i dynamiki samego zjawiska, lecz także z faktu, że termin ten jest używany w różnych kontekstach, do różnych celów i z różnymi intencjami (na przykład z zamiarem dezinformacji, co obserwujemy w działaniach Rosji). Zarówno wśród badaczy zjawiska, jak i praktyków, którzy na co dzień się z nim mierzą (fact-checkerów, edukatorów itp.), panuje zgoda co do tego, że termin „dezinformacja” powinien być używany do opisanego „celowego tworzenia i udostępniania fałszywych i/lub zmanipulowanych informacji, które mają za zadanie oszukanie i wprowadzenie w błąd odbiorców – albo w celu wyrządzenia szkody, albo w celu osiągnięcia korzyści politycznych, osobistych lub finansowych”<sup>3</sup>. Dezinformację (rozumianą jak powyżej: jako celowe tworzenie i udostępnianie informacji, o których wiadomo, że są fałszywe lub zmanipulowane) należy zatem odróżnić od *misinformacji* (nieumyślnego udostępniania fałszywych informacji), *malinformacji* (gdy prywatne informacje przenoszą się do sfery publicznej i są udostępniane w celu wyrządzenia szkody, klasycznym przykładem jest mowa nienawiści) oraz ogólnie rozumianych zaburzeń informacyjnych, obejmujących na przykład plotki, miejskie legendy i spam<sup>4</sup>.

Jak widać, kategoria dezinformacji jest definiowana poprzez odniesienie do dwóch wymiarów: wymiaru prawdy i wymiaru intencji nadawcy. Obie z tych kategorii (zarówno prawda, jak i intencja) są z jednej strony kategoriami trudnymi do zdefiniowania, z drugiej zaś – co istotniejsze w kontekście badań nad dezinformacją – niemożliwymi do zmierzenia i precyzyjnego skalowania metodami naukowymi. O ile bowiem jesteśmy w stanie wskazać przekazy jednoznacznie fałszywe (w znaczeniu – prezentujące to, co nie miało miejsca jako fakt, który zaistniał), o tyle znacznie trudniej jest jednoznacznie odnieść się do przekazów medialnych, które prezentują mylące interpretacje, insynuacje, wprowadzające w błąd opinie czy jednostronne oceny<sup>5</sup>. Podobnie trudno jednoznacznie ocenić intencję nadawcy, ponieważ tylko on sam mógłby nam udzielić precyzyjnej

<sup>2</sup> Por. *The Epistemology of Fake News*, eds. S. Bernecker, A. Flowerree, T. Grundmann, Oxford Academic, Oxford 2021.

<sup>3</sup> House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, *Disinformation and 'fake news': Final Report, 2019*, s. 19, <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcmds/1791/1791.pdf> (dostęp: 8.11.2023).

<sup>4</sup> Por.: C. Wardle, H. Derakhshan, *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Council of Europe, 2017. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> (dostęp: 8.11.2023); C. Wardle, *Understanding information disorder*, 2020, <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/> (dostęp: 8.11.2023); D. Lazer, D.M.J. Baum, M.A. Benkler i inni, *The science of fake news*, „Science” 2018, No. 359(6380), s. 1094–1096.

<sup>5</sup> Dokument zatytułowany *Kodeks Dobrych Praktyk. Wspólnie przeciw dezinformacji*, który został przyjęty przez polskie organizacje zajmujące się zwalczaniem dezinformacji w kwietniu 2024 roku, wymienia ponad 20 metod działań dezinformacyjnych; <https://www.nask.pl/pl/wlaczwyweryfikacje/kodeks-dobrych-praktyk/4991,Kodeks-Dobrych-Praktyk.html>, (dostęp: 10.10.2023).

informacji w tym zakresie, a co więcej – ocena, czy intencja ta była dobra, czy zła, byłaby też kwestią dyskusyjną<sup>6</sup>.

Z powodu tych trudności podkreśla się konieczność przyjęcia perspektywy odbiorców w analizie obszaru dezinformacji. Perspektywa ta rzuca nowe światło na definiowanie zjawiska<sup>7</sup>, ale także pozwala wziąć pod uwagę jego istotną cechę, jaką jest organizacja „wokół narracji wyimaginowanej inkluzji i wykluczenia”<sup>8</sup>, które są już wcześniej obecne w danej społeczności.

Dezinformacja aktywuje zatem istniejące wcześniej przekonania i jako taka jednocześnie:

- opowiada fałszywą historię;
- ma być „chwyliwa i wirusowa”;
- ma na celu wprowadzenie odbiorców w błąd<sup>9</sup>.

W tym ujęciu „sukces [...] fake newsów można wytłumaczyć faktem, że w dużej mierze rezonują one ze schematami, stereotypami i osądami, które ludzie mają już w swoich umysłach”<sup>10</sup>.

Zatem biorąc pod uwagę te stwierdzenia oraz funkcje przypisywane w literaturze dezinformacji (przyzwolenie; sianie podziaków; sianie zamętu; budzenie wątpliwości<sup>11</sup>), ostateczna definicja dezinformacji wskazuje, że są to

[...] celowe kłamstwa lub zniekształcenia, często rozpowszechniane jako wiadomości (news), aby realizować cele polityczne, takie jak dyskredytowanie przeciwników, zakłócanie debat politycznych, wpływanie na wyborców, zaognianie istniejących konfliktów społecznych lub tworzenie ogólnego wrażenia zamieszania i paraliżu informacyjnego<sup>12</sup>.

W kontekście odbioru i oddziaływania dezinformacji szczególną rolę przypisuje się emocjom. Zjawisko to jest związane z faktem, że współcześnie, zwłaszcza w kontakcie z przekazem medialnym, wiedza staje się coraz mniej istotna w dyktowaniu wyborów

<sup>6</sup> Analizując przekazy dezinformacyjne przyjmuje się często kategorię tak zwanych złych aktorów (ang. *bad actors*), co do których zakłada się działanie w złych intencjach. Przy czym owe „złe intencje” są zazwyczaj powiązane z działaniem przeciwko wartościom uznanym za konstytutywne w demokratycznych społeczeństwach wiedzy.

<sup>7</sup> Por. np. R.K. Nielsen, L. Graves, *“News you don’t believe”: Audience perspectives on fake news*. Reuters Institute, University of Oxford Oxford 2017.

<sup>8</sup> N.M. Liston, *The Truth Society Science, Disinformation, and Politics in Berlusconi’s Italy*, Cornell University Press, Ithaca, NY 2020.

<sup>9</sup> A. Grazulis, R. Rogers, *“Ridiculous and Untrue – FAKE NEWS!”: The Impact of Labeling Fake News* [w:] *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online*, eds. I.E. Chiluwaa, S.A. Samoilenko, IGI Global Hershey PA 2019, s. 138–151.

<sup>10</sup> N. Corbu, E. Negrea-Busuinoc, *Populism Meets Fake News. Media, Stereotypes and Emotions* [w:] *Perspectives on Populism and the Media*, eds. B. Krämer, Ch. Holz-Bacha, Nomos, Baden-Baden 2020, s. 181–190.

<sup>11</sup> N. O’Shaughnessy, *From Disinformation to Fake News: Forwards into the Past* [w:] *SAGE Handbook of Propaganda*, eds. P. Baines, N. O’Shaughnessy, N. Snow, Sage, London 2020.

<sup>12</sup> W.L. Bennett, S. Livingston S., *A Brief History of the Disinformation Age: Information Wars and the Decline of Institutional Authority* [w:] *The Disinformation Age. Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*, eds. W.L. Bennett, S. Livingston, Cambridge University Press, Cambridge 2020, s. 3.

jednostki, natomiast wzrasta rola emocji<sup>13</sup>. Cecha ta jest zresztą uznawana za jedną z charakterystycznych cech tak zwanego społeczeństwa postprawdy<sup>14</sup>, w którym znaczna część przekazów (np. tabloidowych czy reklamowych) odwołuje się głównie do emocji. Dotyczy to oczywiście również fake newsów<sup>15</sup>. Granie na emocjach jest w szczególności domeną mediów społecznościowych i wytwarzanych w ich ramach komórek echa<sup>16</sup>, które są uważane za główny wyznacznik ery dezinformacji<sup>17</sup>.

Dodatkowym czynnikiem, który ma znaczenie dla społecznego wpływu przekazów dezinformacyjnych, jest zjawisko znane jako *negativity bias*<sup>18</sup>. Konsumenci mediów charakteryzują się mianowicie uogólnioną preferencją informacji negatywnych; takie informacje oddziałują silniej, a ich skutki trwają dłużej<sup>19</sup>. Ponadto przyciągają one więcej uwagi i są uważane za bardziej pouczające, a tym samym bardziej przekonujące niż informacje pozytywne<sup>20</sup>.

Wobec wskazanej złożoności zjawiska nie ulega wątpliwości, że badania nad dezinformacją muszą mieć charakter interdyscyplinarny i dotyczyć zarówno aktorów społecznych, którzy są nadawcami i odbiorcami komunikatów dezinformacyjnych, jak i struktury owych komunikatów<sup>21</sup>.

Zaprezentowane dalej badania koncentrują się na formalnych wyznacznikach przekazów dezinformacyjnych. Stąd konieczne było zawężenie terminologiczne poprzez odniesienie się do kategorii fake newsa. Ten ostatni posiada cechy podobne do tych, które przypisuje się kategorii dezinformacji, jest jednak pojęciem węższym. Fake newsy najczęściej definiuje się jako „wiadomości, którym brakuje prawdy i prawdziwości. [...] rozpowszechniane z zamiarem oszukania lub bez troski o prawdę”<sup>22</sup>. Dodatkowo

<sup>13</sup> Por. M. Loveless, *Information and Democracy. Fake news as an emotional weapon* [w:] *Democracy and Fake News. Information Manipulation and Post-Truth Politics*, eds. S. Giusti, E. Piras, Routledge, London–New York 2021, s. 64–76.

<sup>14</sup> Por. np. I. Kalpokas, *Post-Truth and the changing Information environment* [w:] *SAGE Handbook of Propaganda...*

<sup>15</sup> Por. *Fake News in Digital Cultures: Technology, Populism and Digital Misinformation*, eds. R. Cover, A. Haw, J.D. Thompson, J.D., Emerald Publishing, Bingley 2022.

<sup>16</sup> V. Bakir, A. McStay, *Fake News and The Economy of Emotions. Problems, Causes, Solutions*, „Digital Journalism” 2018, No. 6(2), s. 154–175.

<sup>17</sup> C. Wardle, H. Derakhshan, *Information disorder...*

<sup>18</sup> Por. S. Soroka, P. Fournier, L. Nir, *Cross-national evidence of a negativity bias in psychophysiological reactions to news*, „Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America” 2019, No. 116(38), s. 18888–18892.

<sup>19</sup> S. Soroka, S. McAdams, *News, Politics, and Negativity*, „Political Communication” 2015, No. 32(1), s. 1–22.

<sup>20</sup> Por. E.M. Jaffé, R. Greifeneder, *Can that be true or it is just fake news? New perspectives on the negativity bias in judgments of truth* [w:] *The Psychology of Fake News. Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation*, eds. R. Greifeneder, E.M. Jaffé, E. Newman, N. Schwarz, Routledge, Abingdon 2021.

<sup>21</sup> Por. np. A. Shrestha, F. Spezzano, I. Gurunathan, *Multi-Modal Analysis of Misleading Political News. Disinformation in Open Online Media: Second Multidisciplinary International Symposium, MISDOOM 2020*, Leiden, The Netherlands, October 26–27, 2020, Proceedings.

<sup>22</sup> R. Jester, D. Lanisus, *Speaking of Fake News. Definitions and Dimensions* [w:] *The Epistemology of Fake News...*, s. 20.

podkreśla się, że fake newsy swoją formą i strukturą naśladują newsy dziennikarskie<sup>23</sup>. I choć w części literatury przedmiotu „fake newsy” obejmują teksty i gatunki ze znacznie szerszego spektrum niż tylko te naśladujące informacje dziennikarskie (nawet propagandę czy satyrę)<sup>24</sup>, na potrzeby tych badań przyjmuję, że fake newsy to przekazy nieprawdziwe, które są prezentowane jako odnoszące się do faktów, przypominające swoją strukturą informacje dziennikarskie<sup>25</sup>.

## Badania. Koncepcja, cel, metoda

Celem badania, którego wyniki są prezentowane w tej publikacji, było wskazanie charakterystycznych struktur językowych/komunikacyjnych występujących w wąsko rozumianych przekazach dezinformacyjnych (fake newsach), oraz wstępna analiza ich funkcji, zwłaszcza w kontekście naśladowania struktur (a co za tym idzie – funkcji jako praktyk dyskursywnych) gatunku, jakim jest informacja dziennikarska.

Realizując badanie przeanalizowano teksty, które zostały opatrzone kategorią „fałsz”, a zatem uznane za fake newsy, przez AFP w Polsce w przedziale styczeń 2020 – grudzień 2022. W pierwszym kroku korzystano z portalu <https://sprawdzam.afp.com/list>, następnie zaś z linków umieszczonych na tym portalu do programów archiwizujących fake newsy, z których korzystają fact-checkerzy AFP<sup>26</sup>. Ostatecznie analizie poddano 435 fake newsów w języku polskim.

Zastosowana metoda badawcza odwołuje się do lingwistycznie zorientowanej analizy dyskursu<sup>27</sup>, w ramach której dąży się do wskazania dominujących w danym typie przekazów (praktyk dyskursywnych) struktur językowych (czy szerzej – komunikacyjnych), następnie zaś analizuje się ich funkcje oraz wskazuje na relacje z istniejącymi

<sup>23</sup> Por.: A. Gelfert, *Fake News: A Definition*, „Informal Logic” 2018, No. 38, s. 84–117; A. Badia, *The Information Manifold: Why Computers Can't Solve Algorithmic Bias and Fake News (History and Foundations of Information Science)*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts 2019.

<sup>24</sup> Por. np.: N. Higdon, *The Anatomy of Fake News. A critical News Literacy Education*. University of California Press, Berkeley 2020; M.D. Molina, S.S. Le, T. Sundar, D. Lee, „Fake news” Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content, „The American Behavioral Scientist (Beverly Hills)” 2021, No. 65(2), s. 180–212.

<sup>25</sup> W nawiązaniu do istniejącej literatury przedmiotu informację dziennikarską definiuje jako wypowiedź powiadamiającą o wydarzeniach, „wzbogaconą o dodatkowe, poboczne, ale jednocześnie szczegółowe fakty podawane statycznie. Odpowiada na pytania: Kto? Co? Gdzie? Kiedy? Dlaczego? W jaki sposób? Zredagowana ma być na zasadzie odwróconej piramidy” (*Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2012, s. 15). Warto zwrócić uwagę, że w kontekście informacji jako gatunku często mówi się o funkcji informacyjnej („Informacja – pisze Z. Bauer – to raczej funkcja tekstu publikowanego za pośrednictwem mediów, przewidziana dlań przez autora. Te gatunki, w których stanowi ona dominantę, nazywamy właśnie informacyjnymi”, Z. Bauer *Gatunki dziennikarskie [w:] Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2008).

<sup>26</sup> Za pomoc w zbieraniu danych dziękuję Marii Jurasz oraz Adamowi Majchrzakowi.

<sup>27</sup> Por. I.H. Warnke, J. Spitzmüller, *Wielopoziomowa lingwistyczna analiza dyskursu – DIMEAN*, „Tekst i Dyskurs” 2009, nr 2, s. 143–144.

(hegemonicznymi) dyskursami, lokującymi się w polu dyskursywnym danej epoki<sup>28</sup>. Cechą charakterystyczną tego typu badań jest triangulacja metod badawczych, a zatem połączenie elementów ilościowej analizy zjawisk językowych z ich jakościową interpretacją (na przykład w zakresie funkcji lub pozycji dyskursywnej). W dalszej kolejności możliwe jest także porównanie danych praktyk dyskursywnych z innymi praktykami dyskursywnymi (w tym przypadku z informacją dziennikarską).

Biorąc pod uwagę te założenia, analizie poddano następujące struktury językowe/komunikacyjne, które z jednej strony uznano za potencjalnie charakterystyczne dla fake newsów; z drugiej zaś – za względnie typowe dla informacji dziennikarskiej:

1. Format wiadomości (Tekst + Zdjęcie; Tekst + Film; Tekst; Tekst + Zdjęcie + Film; Zdjęcie)<sup>29</sup>.
2. Tytuł (jeśli występował): forma tytułu (pytająca, oznajmująca itp.) oraz budowa tytułu (równoważnik zdania, zdanie pojedyncze, zdanie złożone itp.).
3. Wybrane znaki interpunkcyjne występujące w tekście (wykrzyknik, znak zapytania, wielokropek).
4. Emotikony.
5. Cyfry.
6. Emocjonalność. W tym kontekście badano przede wszystkim wydźwięk negatywny/pozytywny kodowany przez obecność (lub brak obecności) określonego typu leksemów<sup>30</sup>. Za istotną z punktu widzenia emocjonalności uznano także ewentualną obecność wersalików. Dodatkowo szacowano ogólny sentyment wypowiedzi.
7. Drwina/kpina<sup>31</sup>.

## Badania. Prezentacja i analiza wyników

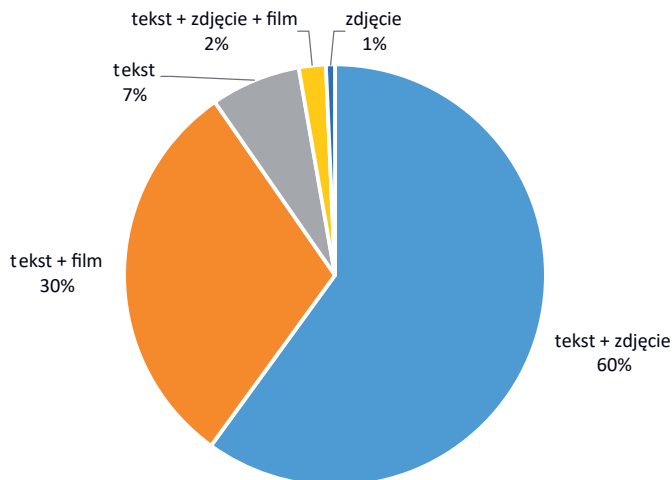
Jeśli chodzi o **format wiadomości**, zdecydowanie dominują przekazy, w których występują tekst i zdjęcie. Szczegółowe wyniki przedstawiono na rycinie 1.

<sup>28</sup> Por. E. Laclau, Ch. Mouffe, *Hegemonia i socjalistyczna strategia*, przekł. S. Królak, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2007.

<sup>29</sup> Analizie nie poddawano wiadomości, które składały się wyłącznie z filmów (których w analizowanym materiale było bardzo niewiele, około 2% przekazów).

<sup>30</sup> Jeśli chodzi o konotacje pozytywne, uwzględniano: zdrobnienia, eufemizmy, spieszczenia; jeśli chodzi o konotacje negatywne – zgrubienia, wulgaryzmy, pejoratywy.

<sup>31</sup> Kategoria drwiny czy kpiny jest trudna do precyzyjnej charakterystyki językowej. W przypadku prowadzonych badań brano pod uwagę całościowy wydźwięk przekazu. Oto kilka przykładów z tej kategorii: *Trzymanie zwłok dwoma palcami przy wyprostowanym kręgosłupie, następnie pani niesie ciało w jednej ręce. No chyba że to ciało jest ze styropianu; Nie do wiary! BBC przyznało, że uderzenie rakietą w stację kolejową Kramatorsk, w której zginęło 55 cywilów, zostało popełnione przez Ukrainę. Tylko patrzeć jak światowa narracja nagle zmieni się o 180 stopni i owce staną się wilkami!; Tym razem „ciemny lud” nie kupił tego cyrku i wymusił otwarcie trumny na pogrzebie. A trumna pusta. Gdzie zmarły???*



**Rycina 1.** Format fake newsów

Źródło: badania własne.

Widać wyraźnie, że dezinformacja silnie zależy od komunikacji wizualnej (lub audiowizualnej). Zaledwie 7% analizowanych przekazów posługuje się wyłącznie tekstem. Tendencja ta nie zaskakuje, zwłaszcza wobec ogólnej tendencji do uzupełniania lub wręcz zastępowania tekstu przekazem wizualnym i/albo audiowizualnym. Zauważmy, że jest to także cecha informacji dziennikarskich pochodzących z mediów instytucjonalnych. W ten sposób zatem fake newsy upodabniają się do informacji medialnej jako gatunku. Jednocześnie zdjęcia i/albo filmy pełnią oczywiście funkcję perswazyjną – pokazują „jak jest naprawdę”. Warto też zwrócić uwagę na zdecydowaną dominację przekazów o zróżnicowanej formie – te, które zawierają w sobie co najmniej dwa komponenty, stanowią w sumie 92% analizowanego materiału.

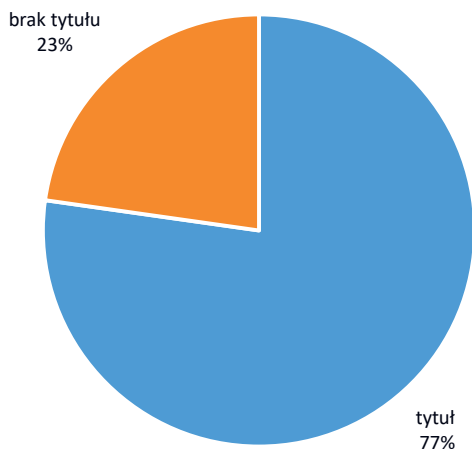
Jeśli chodzi o **tytuł**, rozumiany jako wyodrębniony tekst na początku wpisu lub pod filmem/zdjęciem<sup>32</sup>, występuje on w zdecydowanej większości przekazów (rycina 2).

Obecność tytułu przyciąga uwagę odbiorcy, ale umożliwia także szybką i względnie precyzyjną aktywizację stereotypów, uprzedzeń czy lęków, do których odnosi się przekaz dezinformacyjny. Dzięki temu odbiorca jest nie tylko zainteresowany, lecz także w odpowiedni – z punktu widzenia nadawcy – sposób przygotowany do interpretacji dalszej treści przekazu. Pojawia się już również adekwatne nastawienie emocjonalne. Tytuł zatem kierunkuje pożądaną interpretację przekazu, minimalizuje prawdopodobieństwo zaistnienia nieporozumień, a także – podobnie jak w przypadkach informacji dziennikarskich – streszcza podstawową zawartość przekazu.

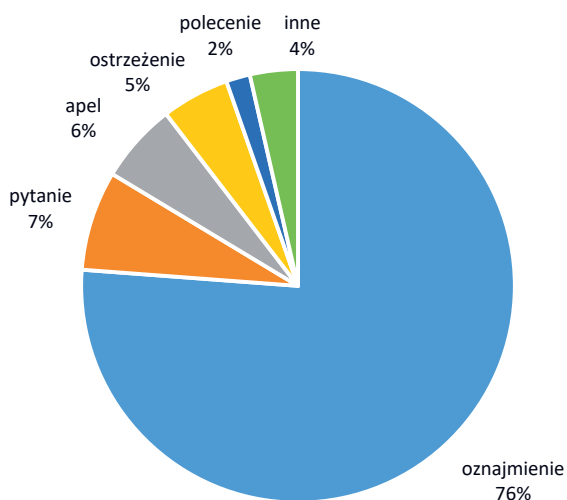
W zdecydowanej większości przypadków tytuł ma **charakter oznajmujący**, choć pojawiały się też pytania, apele i ostrzeżenia<sup>33</sup> (rycina 3).

<sup>32</sup> Uznając jakiś fragment komunikatu za tytuł, brano pod uwagę przede wszystkim jego relację z pozostałą częścią komunikatu oraz funkcję, jaką pełni wobec odbiorcy.

<sup>33</sup> Przykładowy tytuł oznajmujący: *Dr Piotr Rybus – szczepionki genetyczne (wektorowe) przeciw COVID-19 modyfikują genetycznie ludzi*; przykładowy tytuł w formie pytania: *Wiecie*



Rycina 2. Występowanie tytułu  
Źródło: badania własne.



Rycina 3. Forma tytułu  
Źródło: badania własne.

Zaprezentowane dane potwierdzają hipotezy dotyczące funkcji tytułu, które zostały sformułowane wcześniej. Warto przy tym zwrócić uwagę, że tytuł w postaci oznajmującej może być uznany za najbardziej pożądaną z punktu widzenia funkcji profesjonalnego dziennikarstwa – jako taki jest bowiem najbardziej obiektywny: informacyjny, a nie emocjonalny. Dominanta funkcji oznajmującej w analizowanych tytułach ponownie

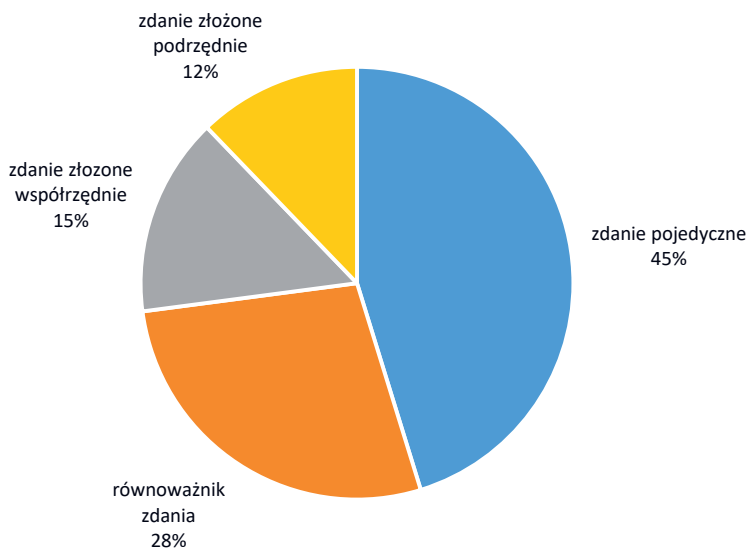
---

gdzie jest zatrudniona córka rzecznika Putina Pieskowa?; przykładowy tytuł w formie apelu: *Obejrzyj: jak serial „The Simpsons” przewidział, co wydarzyło się na Kapitolu*; przykładowy tytuł w formie ostrzeżenia: *Na podstawie takich wyników chcą wszystko pozamykać...*



zatem wskazuje na dążenie do naśladowania informacji dziennikarskich. Oczywiście, w przypadku zarówno profesjonalnego dziennikarstwa, jak i fake newsów możliwe jest kodowanie emocji czy interpretacji rzeczywistości w inny sposób – również w tytułach formalnie oznajmujących – o czym będzie mowa dalej.

W zakresie **budowy tytułów** analiza danych prowadzi do podobnych wniosków. Choć, co należy odnotować, tytuły analizowanych przekazów są dość zróżnicowane, jeśli chodzi o swą budowę, jednak obserwujemy wyraźną przewagę zdań pojedynczych oraz równoważników zdań (rycina 4).



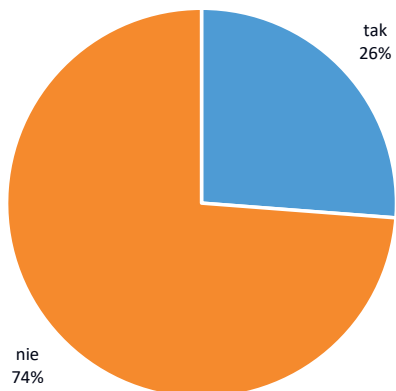
**Rycina 4.** Forma tytułu  
Źródło: badania własne.

Jak widać, w tytułach wyraźnie dominują zdania pojedyncze oraz równoważniki zdań, co pozostaje nie tylko w zgodzie z ogólnie przyjętymi zasadami profesjonalnymi, dotyczącymi formułowania nagłówków w mediach, lecz także wyraźnie koreluje z dominującą – informacyjną i streszczającą – funkcją tego elementu struktury przekazu.

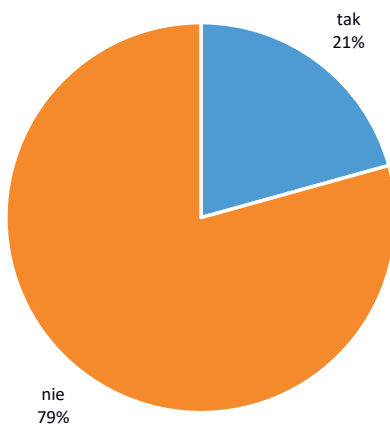
Obecność **wybranych znaków interpunkcyjnych**<sup>34</sup> w analizowanych tekstach<sup>35</sup> fake newsów przedstawiono na rycinach 5, 6 oraz 7.

<sup>34</sup> Dobór znaków był związany z celem badania, a zatem z dążeniem do falsyfikacji hipotezy dotyczącej szczególnych cech fake newsów związanych z kodowaniem emocji.

<sup>35</sup> Dalsze analizy odnoszą się już nie tylko do tytułów, lecz także do całości przekazów (uwzględniają zatem zarówno tytuł, jak i ewentualny lead oraz informację właściwą).



**Rycina 5.** Obecność wykrzykników  
Źródło: badania własne.



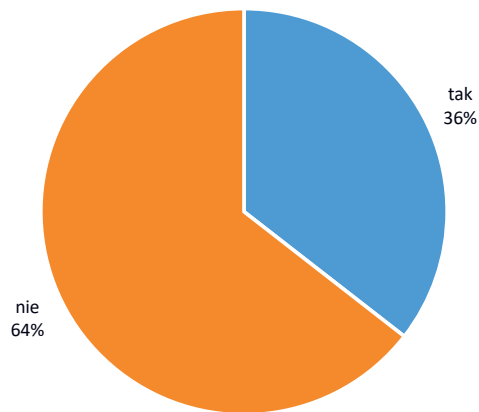
**Rycina 6.** Obecność pytańników  
Źródło: badania własne.



**Rycina 7.** Obecność wielokropków  
Źródło: badania własne.

Jak widać, wybrane do analizy znaki (modyfikujące istotnie modalność tekstu) występują, biorąc pod uwagę każdy z nich osobno, w ponad 20% przekazów. Jest to poziom dość wysoki. Oczywiście uzyskane wyniki nie mogą być po prostu zsumowane, ponieważ w wielu przekazach dane znaki interpunkcyjne występują równolegle. Ogólnie jednak stwierdzić można w tym kontekście wysokie nasycenie analizowanych przekazów. Szczególnie interesujące jest to, że dość często obserwujemy znaki kodujące (formalnie) niepewność, niedomknięcie (znaki zapytania i wielokropki). Jest to zabieg o charakterze perswazyjnym – fake newsy przedstawiają same siebie nie jako teksty narzucające pewną wizję świata, ale jako takie, które zadają (uzasadnione) pytania i/ albo podają powszechnie przyjęte twierdzenie w wątpliwość (w imię prawa do samodzielnego i krytycznego myślenia). Widać tutaj też realizację jednej z podstawowych funkcji przekazów dezinformacyjnych – siania niepewności i tworzenia wrażenia chaosu (także komunikacyjnego).

Wnioski płynące z analizy tytułów oraz wybranych znaków interpunkcyjnych potwierdza obserwacja występowania **emotikon**. Mianowicie występują one w zdecydowanej mniejszości przekazów, co ilustruje rycina 8. Te, które się pojawiają, mają w większości charakter prześmiewczy, ironiczny.



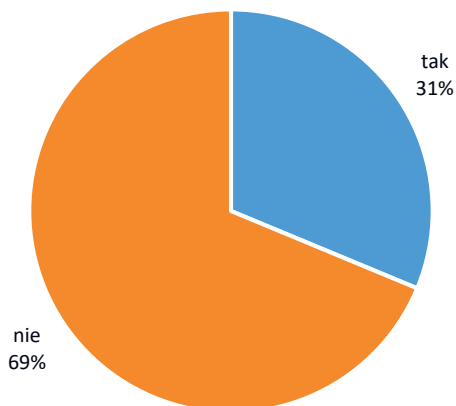
**Rycina 8.** Występowanie emotikon  
Źródło: badania własne.

Jak widać, emotikony występują w zdecydowanej mniejszości analizowanych przekazów. Warto jednak zauważyć, że ten rodzaj znaków zasadniczo nie występuje w przekazach informacyjnych profesjonalnych mediów, dlatego też uznany być może za element specyficzny, który powinien skłonić odbiorcę do większej ostrożności w odbiorze komunikatu.

Biorąc pod uwagę przyjęte wcześniej założenia dotyczące tego, że analizowane fake newsy naśladują informacje dziennikarskie, w ten sposób budując swą wiarygodność jako tekstów prezentujących obiektywne i szczegółowe dane o rzeczywistości („prawdę o faktach”), przeanalizowano występowanie takich elementów, które z jednej strony do

tego modelu (informacji dziennikarskiej) pasują, z drugiej zaś – gdyby występowały w znacznej ilości – wskazywałyby na odejście od niego.

Do pierwszej grupy zaliczono **cyfry**. Jak widać w około dwóch trzecich analizowanych przekazów cyfry występują (rycina 9).



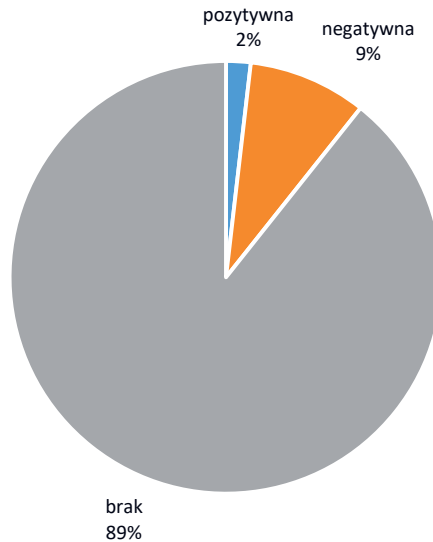
**Rycina 9.** Występowanie cyfr  
Źródło: badania własne.

Jest to bardzo charakterystyczne zjawisko związane z uwiarygodnianiem prezentowanych narracji oraz budowaniem pozycji „doinformowanego” autorytetu. Przytaczanie cyfr pozwala także oczywiście zbudować pozory obiektywizmu oraz retorycznie zachęcić odbiorcę do „samodzielnego myślenia”.

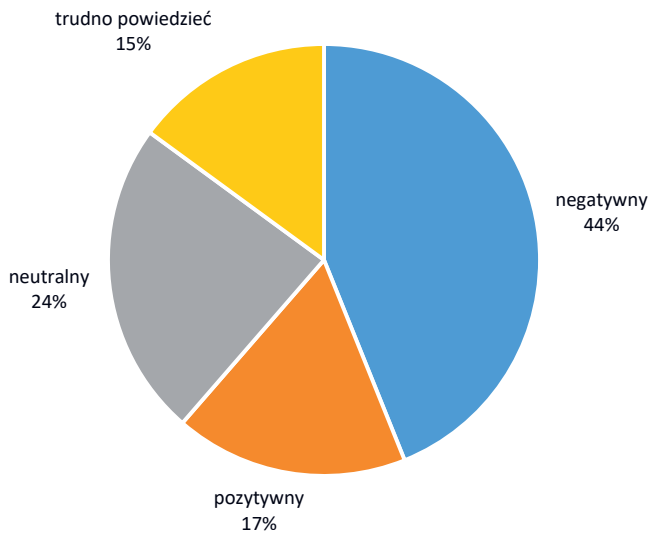
Jeśli chodzi o elementy, które mogłyby „oddalać” analizowane teksty od modelu obiektywnej informacji dziennikarskiej, skoncentrowano się na elementach leksykalnych, które kodują **emocjonalność tekstów**. W tym kontekście zauważono, że zdecydowana większość analizowanych przekazów nie koduje emocjonalności z wykorzystaniem słów nacechowanych emocjonalnie. Fakt ten potwierdza również ograniczona obecność **wersalików** (pojawiają się w 24% tekstów). Ponownie dopełnia się obraz zarysowany wcześniej – unikania bezpośredniego wartościowania i budowania narracji oceniającej poprzez używanie elementów językowych (leksemów) nacechowanych emocjonalnie.

Warto jednak zauważyć, że kodowanie emocji negatywnych jest znacznie powszechniejsze niż kodowanie emocji pozytywnych (rycina 10).

Także ogólna ocena **sentymentu** (pozytywny – neutralny – negatywny) pokazuje przekazy dezinformacyjne jako zróżnicowane, choć z przewagą sentymentu negatywnego (rycina 11).



Rycina 10. Kodowanie emocji  
Źródło: badania własne.



Rycina 11. Ocena sentymentu  
Źródło: badania własne.

Jak widać, przekazy o charakterze fake newsów nie są silnie nacechowane emocjonalnie, choć dominuje w nich uogólniony sentyment negatywny. Interesująca jest wyraźna obecność zachowań językowych wskazujących na **drwinę czy kpinę** (75% analizowanych przekazów).

Przyjąć należy, że to właśnie drwina/kpina powinna być uznana za główny bezpośredni sposób kodowania w analizowanych przekazach negatywnego/krytycznego/zdystansowanego podejścia do rzeczywistości (tutaj konstruowanej także jako dominujący dyskurs medialny). Świetnie sprawdza się również w realizacji klasycznej dla dezinformacji narracji podważania autorytetów. Jest to jednocześnie obszar emocji, które najsilniej zaburzają względnie neutralną formę oraz (pozornie) zobiektywizowaną wymowę analizowanych przekazów o charakterze dezinformacyjnym (fake newsów).

## Podsumowanie

Przeprowadzone analizy prowadzą do kilku uogólnionych wniosków, które wskazują na specyfikę przekazów o charakterze fake newsów, zwłaszcza w kontekście ich strukturalnego i funkcjonalnego upodobniania się do informacji medialnej. Wnioski te są następujące:

1. Dezinformacja potrzebuje narzędzi wizualnych (i/albo audiowizualnych).
2. Fake newsy naśladują teksty informacji medialnych w zakresie tytułu (rozumianego funkcjonalnie). Występuje on w większości analizowanych przekazów, powiela również w dużym stopniu cechy tytułu medialnego.
3. W przekazach dezinformacyjnych dominują emocje negatywne, warto jednak zauważyć, że znaczna ich część charakteryzuje się neutralnością emocjonalną (przynajmniej na poziomie możliwych do analizy czynników leksykalnych).
4. W analizowanych tekstach występuje dużo znaków interpunkcyjnych wskazujących raczej na budowanie wątpliwości, sianie niepewności i sugestii (pytanie, wielokropek). Towarzyszy temu silna tendencja do wykorzystywania mechanizmów drwiny. Wszystko to wskazuje na fakt, że dezinformacja operuje głównie sugestią, budując u odbiorcy złudne poczucie, że dokonuje on racjonalnej, samodzielnej oceny.
5. Istotną rolę w przekazach dezinformacyjnych pełnią dane liczbowe, co stanowi jeden z ważnych mechanizmów uwiarygodniania i budowania fałszywego wrażenia obiektywności.

Zaprezentowane wcześniej wnioski zostaną uzupełnione analizą narracji oraz metod manipulacji odbiorcą występujących w fake newsach, a także analizą szczegółowych funkcji, jakie pełnią (bardzo, jak widać, istotne) elementy wizualne<sup>36</sup>. W dalszej kolejności warto byłoby przyjrzeć się bliżej językowym i komunikacyjnym strukturom informacji dziennikarskiej – tak, by uzyskać bardziej precyzyjne dane dotyczące istniejących różnic oraz podobieństw pomiędzy tym gatunkiem medialnym a fake newsem.

---

<sup>36</sup> Prezentacja badań w toku.

## Bibliografia

- Badia A., *The Information Manifold: Why Computers Can't Solve Algorithmic Bias and Fake News (History and Foundations of Information Science)*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts 2019.
- Bakir V., McStay A., *Fake News and The Economy of Emotions. Problems, Causes, Solutions*, „Digital Journalism” 2018, No. 6(2), s. 154–175.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2008.
- Bennett W.L., Livingston S., *A Brief History of the Disinformation Age: Information Wars and the Decline of Institutional Authority* [w:] *The Disinformation Age. Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*, eds. W.L. Bennett, S. Livingston, Cambridge University Press, Cambridge 2021.
- Corbu N., Negrea-Busuinoc E., *Populism Meets Fake News. Media, Stereotypes and Emotions* [w:] *Perspectives on Populism and the Media*, eds. B. Krämer, Ch. Holz-Bacha, Nomos, Baden-Baden 2020.
- Fake News in Digital Cultures: Technology, Populism and Digital Misinformation*, eds. R. Cover, A. Haw, J.D. Thompson, Emerald Publishing, Bingley 2022.
- Gelfert A., *Fake News: A Definition*, „Informal Logic” 2018, No. 38, s. 84–117.
- Grazulis A., Rogers R., *Ridiculous and Untrue – FAKE NEWS!: The Impact of Labeling Fake News* [w:] *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online*, eds. I.E. Chiluba, S.A. Samoilenko, IGI Global, Hershey PA 2019.
- Higdon N., *The Anatomy of Fake News. A critical News Literacy Education*, University of California Press, Berkeley 2020.
- House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and 'fake news': Final Report*, 2019, <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1791/1791.pdf> (dostęp: 8.11.2023).
- Jaffé E.M., Greifeneder R., *Can that be true or it is just fake news? New perspectives on the negativity bias in judgments of truth* [w:] *The Psychology of Fake News. Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation*, red. R. Greifeneder, E.M. Jaffé, E. Newman, N. Schwarz, Routledge, Abingdon 2021.
- Jester R., Lanius D., *Speaking of Fake News. Definitions and Dimensions* [w:] *The Epistemology of Fake News*, eds. S. Bernecker, M.K. Flowerree, T. Grundman, Oxford Academic, Oxford 2021.
- Kalpokas I., *Post-Truth and the changing Information environment* [w:] *SAGE Handbook of Propaganda*, eds. P. Baines, N. O'Shaughnessy, N. Snow, Sage, London 2020.
- Laclau E., Mouffe Ch., *Hegemonia i socjalistyczna strategia*, przeł. S. Królak, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2007.
- Lazer D.M.J., Baum M.A., Benkler Y., Berinsky A.J., Greenhill K.M., Menczer F., Metzger M.J., Nyhan B., Pennycook G., Rothschild D., Schudson M., Sloman S.A., Sunstein C.R., Thorson E.A., Watts D.J., Zittrain J.L., *The science of fake news*, „Science” 2018, No. 359(6380), s. 1094–1096.
- Liston N.M., *The Truth Society Science, Disinformation, and Politics in Berlusconi's Italy*, Cornell University Press, Ithaca, NY 2020.
- Loveless M., *Information and Democracy. Fake news as an emotional weapon* [w:] *Democracy and Fake News. Information Manipulation and Post-Truth Politics*, eds. S. Giusti, E. Piras, Routledge, London–New York 2021.

- Molina M.D., Sundar S.S., Le T., Lee D., "Fake news" Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content, „The American Behavioral Scientist (Beverly Hills)" 2021, No. 65(2), s. 180–212.
- Nielsen R.K., Graves L., "News you don't believe": Audience perspectives on fake news, Reuters Institute, University of Oxford, Oxford 2017.
- O'Shaughnessy N., 55–70 *From Disinformation to Fake News: Forwards into the Past* [w:] *SAGE Handbook of Propaganda*, eds. P. Baines, N. O'Shaughnessy, N. Snow, Sage, London 2020.
- Shrestha A., Spezzano F., Gurunathan I., Multi-Modal Analysis of Misleading Political News. *Disinformation in Open Online Media: Second Multidisciplinary International Symposium, MISDOOM 2020, Leiden, The Netherlands, October 26–27, 2020, Proceedings 2020*, s. 261–276.
- Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2012.
- Soroka S., Fournier P., Nir L., *Cross-national evidence of a negativity bias in psychophysiological reactions to news*, „Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America" 2019, No. 116(38), s. 18888–18892.
- Soroka S., McAdams S., *News, Politics, and Negativity*, „Political Communication" 2015, No. 32(1), s. 1–22.
- The Epistemology of Fake News*, eds. S. Bernecker, A. Flowerree, T. Grundmann, Oxford Academic, Oxford 2021.
- Wardle C., *Understanding information disorder*, 2020, <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/> (dostęp: 8.11.2023).
- Wardle C., Derakhshan H., *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe 2017, <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> (dostęp: 8.11.2023).
- Warnke I.H., Spitzmüller J., *Wielopoziomowa lingwistyczna analiza dyskursu – DIMEAN*, „Tekst i Dyskurs" 2009, nr 2, s. 143–144.