



► **Karolina Drabik** – studentka Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej oraz Filologii Angielskiej na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie, stypendystka rektora UJ za wyniki w nauce. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół współczesnej rzeczywistości nowomediowej, komunikacji międzykulturowej oraz języka i przekładu w mediach.

Pół żartem, pół fake newsem? Fikcyjne wiadomości jako narzędzie satyry na przykładzie działu kulturalnego serwisu „ASZdziennik”

Karolina Drabik

k.drabik.96@gmail.com

UNIwersytet Jagielloński

ABSTRAKT

Fikcyjne przekazy informacyjne o charakterze satyrycznym pozostają kategorią ściśle związaną ze zjawiskiem fake newsa, niejednokrotnie balansując na jego granicy. Celem niniejszego artykułu jest próba określenia, jakie implikacje dla twórców i odbiorców niesie ze sobą połączenie obu wspomnianych konwencji. Pytania o mechanizm działania, funkcje oraz możliwe zagrożenia wywoływane przez fake newsy preparowane dla rozrywki skonfrontowane zostały z analizą zawartości serwisu „ASZdziennik” – najpopularniejszego w Polsce portalu publikującego otwarcie zmyślane treści. Praca porusza kwestie parodiowanych przez stronę gatunków dziennikarskich, proporcji fikcji i autentyzmu w tekstach, ich aktualności, wartości informacyjnej oraz publicystycznej, a także transparentności całej idei funkcjonowania serwisu.

SŁOWA KLUCZOWE: FAKE NEWS, SATYRA, ASZDZIENNIK

ABSTRACT

Fictitious news articles of a satirical nature remain closely related to the fake news phenomenon, frequently teetering on the line that separates these categories. The aim of the present work is an attempt to determine the implications that the combination of two above-mentioned conventions entails for both creators and readers. Questions about the mechanism of action, functions and potential fears concerning entertainment fake news were juxtaposed with the content analysis of the „ASZdziennik” – the most popular Polish website publishing openly fabricated news. The article addresses the matter of journalistic genres parodied by the webpage, truth to fiction proportion characteristic for the analysed texts, their currency, informational and critical values, as well as the transparency of the main idea standing behind the project.

KEYWORDS: FAKE NEWS, SATIRE, ASZDZIENNIK

Drabik, K. (2018),
Pół żartem, pół fake newsem?
Fikcyjne wiadomości jako
narzędzie satyry na przykładzie
działu kulturalnego serwisu
„ASZdziennik”,
Com.press, 4 (1), s. 42-63.
www.compress.edu.pl

WSTĘP

Badacze, dziennikarze i odbiorcy mediów są zgodni co do negatywnej oceny problemu fake newsów oraz konieczności podjęcia kroków, które pomogłyby mu przeciwdziałać. Zdając sobie sprawę z zagrożeń wynikających z opisywanego fenomenu, nie należy jednocześnie zapominać jednak o jego wewnętrznym zróżnicowaniu. Obok nieprawdziwych materiałów mających na celu zaplanowaną manipulację czytelnikiem lub odniesienie korzyści finansowych, tę szeroką kategorię w pewnym stopniu współtworzą bowiem również fikcyjne doniesienia o charakterze satyryczno-rozrywkowym nakreślające zupełnie odrębny obszar analizy. „ASZdziennik”, który występuje w niniejszym artykule w roli bezpośredniego obiektu badań, zalicza się właśnie do takiego nurtu: czerpania z samej konwencji fake newsa, ale – za sprawą wymiaru humorystycznego – niezgodnie z jej dominującym przeznaczeniem. Ten najpopularniejszy w Polsce portal satyryczny parodiujący internetowe serwisy informacyjne korzysta z idei zmyślonych newsów w sposób jawny, otwarcie przyznając się do kreowania rzeczywistości, a właściwie czyniąc to podstawą swojej działalności i autoreklamy. Równocześnie twórca projektu, Rafał Madajczak, przyznaje, iż jego celem jest publikacja tekstów o jak największym stopniu prawdopodobieństwa: „to jest mój metakomentarz do rzeczywistości; żyjemy w takich czasach, że te teksty mogą być odbierane jako prawdziwe” (Pająk, 2014).

Celem niniejszego artykułu jest dookreślenie unikalnej pozycji „ASZdziennika” na liniach fake news–satyra i fikcja–autentyzm. Analiza zawartości serwisu była ukierunkowana na sprawdzenie, czy teksty „ASZdziennika” mogą przyczyniać się do niezamierzonej dezinformacji osób niezaznajomionych z konwencją serwisu, oraz zweryfikowanie, czy zmyślane newsy – obok funkcji satyrycznej i rozrywkowej – spełniają również funkcję informacyjną¹ i publicystyczną. Podstawę przeprowadzonych

¹ W fikcyjnych newsach funkcja informacyjna może się realizować przede wszystkim poprzez zwrócenie uwagi na zaistnienie jakiegoś wydarzenia oraz skłonienie odbiorcy do pogłębienia swojej wiedzy w innych, bardziej konwencjonalnych źródłach. Badanie ankietowe przeprowadzone wśród czytelników „ASZdziennika” wykazało, że co trzeci respondent (32%) traktuje analizowany portal jako źródło informacji. Ponadto 28% ankietowanych „bardzo często” dowiadyuje się z „ASZdziennika” o czymś nowym, a kolejne 30% ocenia powyższą sytuację jako „częstą”. Na pytanie: „Jak często zdarza ci się sięgnąć do dodatkowych źródeł w celu zgłębienia tematu poruszonego przez «ASZdziennik»?” odsetek odpowiedzi „bardzo często” oraz „często” wyniósł odpowiednio 13% i 27% (K. Drabik, *Satyryczny portal fakenewsowy*

badania stanowiła próba statystyczna uzyskana metodą losowania warstwowego, w której znalazło się po jednym tekście z działu *Kultura* z każdego miesiąca z lat 2015 i 2017 (czyli z pierwszego i ostatniego pełnego roku istnienia analizowanego działu).

FIKCYJNE NEWSY A SATYRA

Media przekraczające granicę prawdy w ramach satyrycznej, jasnej dla odbiorców konwencji często doceniane są za trzeźwe, krytyczne spojrzenie zarówno na treść wiadomości obecnych w tradycyjnych przekazach informacyjnych, jak i na sam sposób formułowania i prezentowania newsów (Baym, Jones, 2012, s. 5). Parodia, hiperbolizacja czy zmyślenie stają się metodą obnażenia absurdów rzeczywistości, zdemaskowania mechanizmów rządzących mediami oraz zwrócenia uwagi na kondycję współczesnego dziennikarstwa. Obok powyższej funkcji dekonstrukcyjnej Geoffrey Baym i Jeffrey P. Jones wyróżniają również konstrukcyjną rolę satyrycznych serwisów informacyjnych. Przejawia się ona we wskazywaniu kwestii wartych przemyślenia oraz tworzeniu otwartej przestrzeni do dyskusji, w której obywatele czują się swobodnie i bezpiecznie. Badacze podkreślają, że parodystyczne przekazy fakenewsowe niwelują poczucie dystansu pomiędzy publicznością a nadawcą informacji, przyjmując poniekąd rolę społecznej riposty lub inicjatora dialogu (Baym, Jones, 2012, s. 6).

Koncepcja prezentowania satyrycznych, zmyślonych wiadomości czerpiących na różne sposoby z rzeczywistych wydarzeń zadomowiła się w mediach na długo przed upowszechnieniem zjawiska fake newsa i wcale nie ogranicza się do przestrzeni internetowej. W wielu krajach popularność zdobywają telewizyjne parodie serwisów newsowych balansujące na granicy rozrywki, publicystyki i informacji (Baym, Jones, 2012, s. 6–9). Do sztandarowych reprezentantów tej grupy należy niewątpliwie zaliczyć amerykańskie programy stacji Comedy Central: *The Daily Show* (emitowany nieprzerwanie od 1996) oraz *The Colbert Report* (emitowany w latach 2005–2014), które – jak zauważają Sandra L. Borden oraz Chad Tew – parodiowanie newsów łączy z jednoczesnym ich dostarczaniem oraz krytyką (Borden, Tew, 2007, s. 306). Można dojść do wniosku, iż poprzez ironiczne

jako komentator współczesnej kultury. Analiza zawartości „ASZdziennika”, niepublikowana praca licencjacka pod kierunkiem E. Żyrek-Horodyskiej, obroniona w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ w 2018 r.).

naśladowanie formy serwisów oraz odwoływanie się do konkretnych dziennikarskich błędów programy satyryczne tego typu, działające na jasno określonych zasadach, ukazują czasem bardziej rzetelny obraz rzeczywistości niż pozorujące obiektywność przekazy medialne, w których fakty mieszają się z opiniami (Boukes, 2016).

Jedną z głównych intencji wykorzystania formy fake newsa w konwencji satyrycznej pozostaje oczywiście wprowadzenie widzów w stan rozbawienia. Stanisław Dunin-Wilczyński stawia jednak tezę, że w programie *The Colbert Report* „cel pierwszorzędny, czyli dostarczenie odbiorcy rozrywki (...), ustępuje istotnością prawdziwemu celowi, czyli edukacji medialnej, kreowaniu świadomych i zaangażowanych odbiorców-obywateli” (Dunin-Wilczyński, 2014, s. 146). Kiedy fikcyjne wiadomości funkcjonują na zasadach parodii, ich ogólny wydzźwięk ulega całkowitemu przeobrażeniu. Techniki, które w tradycyjnym nurcie informacyjnym uznawane byłyby za manipulację lub brak dziennikarskiej rzetelności, w programie satyrycznym mogą posłużyć do poszukiwania prawdy, poszerzania kontekstu sytuacji oraz naświetlenia kwestii etyki mediów. Wynika to z odmiennych oczekiwań odbiorców związanych z poszczególnymi konwencjami przekazu. W mediach informacyjnych, które publiczność pragnie postrzegać jako źródło aktualnej, wiarygodnej wiedzy o świecie, fake newsy stoją do tych oczekiwań w opozycji, są nieuczciwością, sprawiają zawód. Od satyry natomiast odbiorca nie wymaga rzetelności, lecz ukazania sprawy w nowym świetle za pomocą humoru. Fikcyjne wiadomości tracą więc w tym kontekście znamię oszustwa, spełniając pożądaną przez widzów funkcję.

Borden i Tew stanowczo sprzeciwiają się nazywaniu Colberta czy Stewarta dziennikarzami, argumentując, że imitowanie postaw i zachowań charakterystycznych dla tego zawodu nie oznacza jeszcze jego pełnego wykonywania. Dostrzegając jednak silne powiązanie konwencji ze światem dziennikarstwa oraz doceniając jej edukujący, uświadamiający i uwrażliwiający wpływ na widzów, proponują, by twórcom satyrycznych serwisów newsowych przypisywać rolę krytyków medialnych. Jeśli spojrzeć na sprawę z tej właśnie perspektywy, aktywność parodystów staje się niezwykle interesująca i cenna ze względu na unikalną pozycję, z której dokonują oni swojej oceny. Satyrycy naśladowujący reporterów czy publicystów plasują się bowiem pomiędzy zewnętrznymi krytykami mediów a krytykami wewnętrznymi, należącymi do środowiska dziennikarskiego (Borden, Tew, 2007, s. 301–309). Formułując swoje sądy, dysponują więc jednocześnie zarówno dogłębną wiedzą o mechanizmach rządzących medialnym światem

informacji, jak i swobodą przysługującą osobom znajdującym się poza ocenianą sferą.

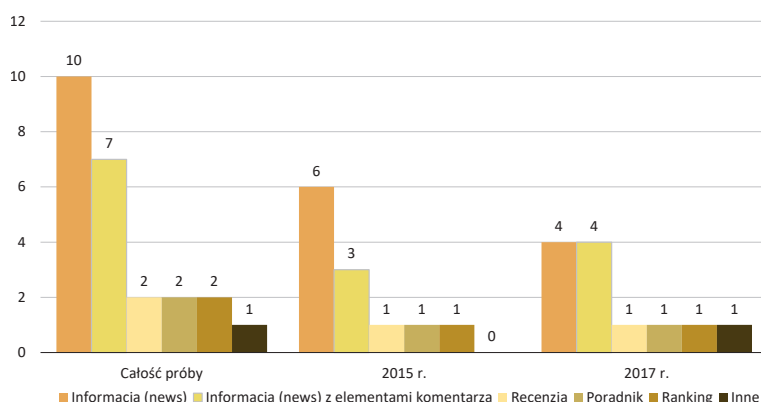
Warto zaznaczyć, że satyryczne programy telewizyjne nie powodują tylu dylematów interpretacyjnych, co posługujące się taką samą fake-newsową konwencją media internetowe. Mało prawdopodobne wydaje się bowiem, by prezentowane na srebrnym ekranie zmyślane wiadomości zostały omyłkowo odebrane przez szeroką publiczność jako prawdziwe. Przekaz telewizyjny tego typu jest bardzo silnie związany ze swoim oryginalnym kontekstem. Rozpoznawalny prowadzący, charakterystyczne studio czy reagująca śmiechem publiczność dają odbiorcy jasne wskazówki, że ma do czynienia z satyrą, a nie z konwencjonalnym serwisem informacyjnym. Sam komunikat bardzo rzadko występuje w oderwaniu od istotnego tła, minimalne jest więc ryzyko, że wprowadzi publiczność w błąd. Zupełnie inaczej sprawa wygląda w przypadku blogów oraz internetowych portali typu „ASZdziennik” czy amerykański „The Onion”. Media społecznościowe dają nam możliwość udostępniania wybranych, pojedynczych tekstów, które w ten sposób zaczynają funkcjonować jako niezależne, indywidualne utwory – bez odniesienia do pierwotnego kontekstu. Przesłanki o fikcyjnym/satyrycznym charakterze przekazu – nawet wyrażone zupełnie wprost – dużo częściej umykają naszej uwadze w przypadku form pisanych niż audiowizualnych. Wynika to z faktu, że tego typu teksty czytamy pobieżnie, niejednokrotnie poprzestając na lidzie, a nawet na samym tytule. Układ i szata graficzna konwencjonalnych stron informacyjnych oraz stron satyrycznych nie różnią się na tyle, by naprowadzić odbiorcę na odpowiedni trop. Dodatkowo, udostępniając link, każdy użytkownik ma szansę opatrzenia go własnym komentarzem, który może wpłynąć na odbiór treści przez kolejnych internautów. Wszystkie te czynniki powodują, że zmyślane lub zniekształcone historie publikowane w sieci w celach rozrywkowych mogą przeistoczyć się – niezależnie od intencji autora – w zaciemniające obraz rzeczywistości fake newsy.

Trudność rozróżnienia tych dwóch form (satyry oraz nierzetelnej informacji) potęgowana jest przez fakt, iż efekt komizmu autorzy parodystycznych tekstów paradiennikarskich uzyskują dzięki zacieraniu granicy pomiędzy prawdą a fikcją. Fake newsy o wydźwięku humorystycznym stosunkowo rzadko przedstawiają historie będące czystym, abstrakcyjnym wymysłem wyobraźni autora. Przykład „ASZdziennika” pokazuje, że największą popularnością cieszą się wiadomości w mniejszym lub większym stopniu odnoszące się do autentycznych wydarzeń. Proporcje elementów prawdziwych i zmyślonych zmieniają się z każdą publikacją, co wymaga

od czytelnika nieustannej uważności. Brak stałego schematu działania ze strony nadawcy oraz powierzchowność odbioru ze strony publiki skutkować mogą wywoływaniem przez tego typu satyrę niezamierzonej dezinformacji.

CHARAKTERYSTYKA I SPOSÓB WYKORZYSTANIA FIKCYJNYCH NEWSÓW W DZIALE KULTURALNYM „ASZDZIENNIKA”

Rysunek 1. Struktura gatunkowa kulturalnych tekstów „ASZdziennika”.



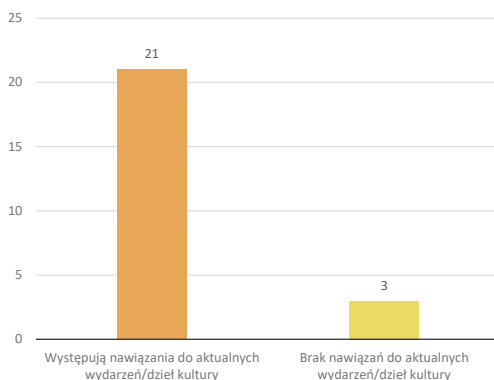
Źródło: opracowanie własne

Na fanpage’u „ASZdziennika” przeczytać możemy, iż portal „(...) każdego dnia walczy o najlepsze newsy, które najlepiej opisują nie najlepszą rzeczywistość”. W zakresie struktury gatunkowej analizowanych materiałów hasło to ma przełożenie na praktykę, gdyż większość treści zamieszczanych w serwisie imituje właśnie podstawowe formy informacyjne. Nie wszystkie z nich jednak naśladują dziennikarstwo przestrzegające ściśle zasad obiektywizmu. Dziesięć z dwudziestu czterech tekstów mieści się w konwencji czystej informacji, w której autor powiadamia o wydarzeniach, nie dokonując w żaden sposób ich oceny. W kolejnych siedmiu dominuje również forma newsowa, z tą różnicą, że wplecione zostały w nią elementy komentarza. Autor informuje, ale nie powstrzymuje się całkowicie od przedstawienia swojego subiektywnego punktu widzenia lub stosowania słownictwa wartościującego. Łącznie więc siedemnaście z dwudziestu czterech tekstów możemy uznać za zbliżone do gatunku newsa, podczas gdy siedem publikacji czerpie wyraźnie z gatunków odmiennych. W całej

próbie badawczej znalazły się dwie parodystyczne recenzje, dwa poradniki, dwa rankingi oraz jedna relacja. W większości przypadków częstotliwość występowania poszczególnych gatunków w roku 2015 i 2017 utrzymuje się na zbliżonym poziomie. Zaobserwować jednak możemy, że z czasem różnica między liczbą newsów obiektywnych a tych zawierających ocenę autora została zniwelowana – w przeszłości częściej pojawiały się informacje „bezstronne”.

Warto nadmienić, że wszystkie analizowane teksty pochodzące z pierwszych ośmiu miesięcy 2015 roku prezentowały formę newsową. Początkowo był to właściwie jedyny rodzaj treści publikowanych na portalu, a poszerzenie zakresu wykorzystywanych gatunków nastąpiło dopiero na późniejszym etapie rozwoju „ASZdziennika”. Humorystyczne recenzje, rankingi czy poradniki nie niosą ze sobą ryzyka przekształcenia się w fake newsy, z drugiej strony jednak szersza rozpiętość gatunkowa determinuje zwiększenie elastyczności konwencji, a więc także zmienność proporcji autentyzmu i fikcji oraz informacji i publicystyki w poszczególnych tekstach. Prowadzi to do zaniku stałych zasad, które mogłyby stanowić dla czytelnika wskazówkę, jak powinien traktować zawartość portalu.

Rysunek 2. Aktualność kulturalnych tekstów „ASZdziennika”.



Źródło: opracowanie własne

Newssem możemy nazwać informację, „która spełnia dodatkowe warunki: jest świeża i aktualna” (Lis, Skowroński, Ziomecki, 2002, s. 87). Wbrew mylnemu pierwszemu wrażeniu, to, że dana wiadomość została zmyślona, nie oznacza, że nie może ona jednocześnie posiadać ostatniej ze wspomnianych cech. Popularność fake newsów częściowo bierze się właśnie z faktu, iż zazwyczaj odnoszą się one do aktualnych wydarzeń

skupiających w danym momencie uwagę i zainteresowanie szerokiej publiczności. Już pobieżna lektura „ASZdziennika” sugeruje, że w przypadku fikcyjnych informacji o wydźwięku satyrycznym obowiązuje identyczna zasada. Analiza wybranych tekstów dodatkowo te spostrzeżenia potwierdza. W dwudziestu jeden z nich (na dwadzieścia cztery) występowały nawiązania do bieżących wydarzeń lub najnowszych dzieł kultury. Wyróżnić możemy jednak dwa poziomy eksponowania przez serwis bieżących tematów: sytuowanie ich w centrum tekstu lub traktowanie jako tło historii. Tło nawiązujące do bieżących wydarzeń służy zazwyczaj jako inspiracja i podłoże dla fikcyjnej historii wysuniętej na pierwszy plan. Tematy aktualne stają się natomiast główną osią tekstu w dwóch sytuacjach: gdy autorzy przyjmują ton bardziej subiektywny, dokonując bezpośredniej oceny danego zjawiska, oraz w przypadku zdarzeń niecodziennych, które same w sobie mogą budzić u czytelników zdziwienie lub niedowierzanie.

W analizowanej próbie badawczej teksty czyniące z aktualnych tematów główny wątek przekazu nie pojawiały się tak często, jak treści, w których bieżące wydarzenia służą za tło historii (stosunek osiem do trzynastu tekstów). Prowadzi to do wniosku, że choć sprawy poruszane w danym momencie przez inne media oraz opinię publiczną stanowią główne źródło inspiracji dla autorów „ASZdziennika”, aktualność tekstów nie zawsze opiera się na bezpośrednim odzwierciedlaniu czy komentowaniu popularnych tematów. Bardziej reprezentatywne dla opisywanego portalu jest odnoszenie się do bieżącej rzeczywistości za pomocą mniej oczywistych nawiązań oraz aluzji. Jeśli czytelnik nie dysponuje wiedzą o danym zdarzeniu czy utworze zaczerpniętą z innych źródeł, aktualne tematy mogą zostać mu zasygnalizowane, ale nie przedstawione w sposób pogłębiony.

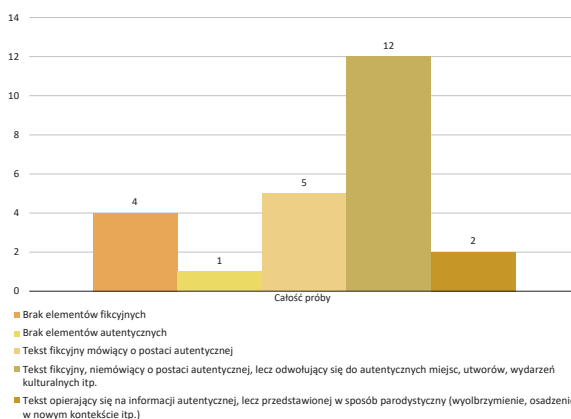
Aktualność tekstów „ASZdziennika” do pewnego stopnia determinuje ich charakter pod względem stosowanych proporcji prawdy i fikcji. Jak już wyżej uściślono, teksty zmyślane mogą pozostawać aktualne. Możliwe jest to jednak tylko w wypadku, gdy wplecione zostaną w nie również konkretne elementy autentyczne. W kontekście fake newsów takie zatarcie granicy pomiędzy prawdą a abstrakcyjnym zmyśleniem stanowi niejednokrotnie istotę problemu i decyduje o tym, czy dany przekaz może wywołać niepożądane skutki, czy pozostaje zupełnie nieszkodliwy.

Aktualność analizowanych materiałów wskazuje, że „ASZdziennik” bardzo rzadko korzysta z fikcji zupełnie oderwanej od rzeczywistości; dominują natomiast teksty, które w różnych proporcjach łączą elementy autentyczne ze zmyślonymi. Tworzenie newsów, które będą sprawiać wrażenie jak najbardziej prawdopodobnych, stanowi w końcu podstawową ideę

portalu. Do osiągnięcia takiego efektu autorzy dążą jednak kilkoma drogami. Mając na uwadze stopień fikcyjności przekazu, proponuję podzielenie tekstów „ASZdziennika” na pięć następujących kategorii:

- teksty pozbawione elementów fikcyjnych,
- teksty pozbawione elementów autentycznych,
- teksty fikcyjne, których bohaterem jest postać autentyczna,
- teksty fikcyjne, niemówiące o postaci autentycznej, lecz odwołujące się do innych elementów autentycznych – miejsc, utworów, wydarzeń kulturalnych, danych statystycznych itp.,
- teksty opierające się na informacji autentycznej, lecz przedstawiające ją w sposób parodystyczny – osadzoną w nowym kontekście, przerysowaną, ubarwioną.

Rysunek 3. Stopień fikcyjności kulturalnych tekstów „ASZdziennika”.



Źródło: opracowanie własne

Publikacje, które kwalifikują się do jednej z dwóch pierwszych kategorii – a więc ich charakter możemy jednoznacznie określić – stanowią na portalu „ASZdziennik” zdecydowaną mniejszość. W próbie badawczej znalazły się cztery teksty pozbawione zupełnie elementów fikcyjnych oraz tylko jeden tekst niezawierający żadnych elementów autentycznych. Na pozostałe dziewiętnaście przekazów unifikujących fantazję autora z fragmentami rzeczywistości składają się: dwa teksty przedstawiające prawdziwe wydarzenia w krzywym zwierciadle satyry; pięć tekstów, które bohaterem fikcyjnej historii czynią konkretną, autentyczną osobę; oraz aż dwanaście zmyślonych tekstów odnoszących się do rzeczywistych miejsc, utworów lub wydarzeń kulturalnych.

Treści autentyczne publikowane w dziale kulturalnym „ASZdziennika” przybierają najczęściej kształt opinii o wybranym utworze lub artyście. Raz

na jakiś czas autorom portalu zdarza się odejść od zmyślonych newsów na rzecz gatunków publicystycznych, w których zwracają uwagę publiczności na najnowsze dzieła branży kulturalnej lub rozrywkowej. Dopasowanie do konwencji satyrycznej może nastąpić wówczas przez zastosowanie oryginalnej formy tekstu lub uczynienie przedmiotem oceny zewnętrznych materiałów o charakterze komediowym. Jedynym tekstem niekorzystającym z żadnych autentycznych postaci, nazw itp. okazał się z kolei ranking nieistniejących seriali zaprezentowany jako antidotum na „namolnych »polecaczy«” (ASZ, *7 fikcyjnych seriali*²...).

Zmyślane historie zbudowane wokół postaci rzeczywistych zostały przeze mnie wyszczególnione jako odrębna kategoria tekstów ze względu na szczególne konsekwencje, jakie z takim połączeniem mogą się wiązać. Istnieje bowiem szansa, iż niewychwycenie przez czytelnika satyrycznych zamiarów autora skutkować będzie tutaj utożsamieniem konkretnej, autentycznej osoby z wypowiedzią lub działaniem nieprawdziwym. Są to więc treści, którym najbliżej do podstawowego rozumienia pojęcia „fake news”. Wyraźnie pozytywny lub negatywny ton historii mógłby wpływać na wizerunek rzekomo uczestniczącego w niej bohatera. Dział kulturalny „ASZdziennika” nie obfituje w newsy skrajnie nacechowane emocjonalnie, jednak niektóre teksty nadal mogą wprowadzić w błąd co do działalności wybranej osoby. Przykładowo, jeden z materiałów z 2015 roku donosi, iż przewodniczący Komisji Europejskiej, Jean-Claude Juncker, wystosował do wytwórni Warner Bros pismo z prośbą o modyfikację sylwetki filmowego Batmana, argumentując, że „promowanie ideału umięśnionego ciała” nie może odbywać się kosztem innych, równie ważnych grup społecznych” (ASZ, *UE chce, żeby filmowy Batman miał nadwagę...*). We wrześniu 2017 r. portal informował natomiast o planach zakończenia kariery przez popularnego rapera, Taco Hemingwaya, o czym ten miał napisać na Facebooku (ASZ, *Ładaś, Koniec Taco Hemingwaya...*). Odwoływanie się do znanych, autentycznych nazwisk z pewnością pomaga „ASZdziennikowi” w przyciąganiu uwagi szerszego grona odbiorców oraz – poprzez grę na skojarzeniach skupionych wokół opisywanej postaci – w uzyskiwaniu efektu komicznego. Jest to jednak zabieg wymagający od autorów szczególnego wyważenia i ostrożności.

Postaci prawdziwe pojawiają się w jeszcze jednej kategorii tekstów „ASZdziennika”, którą cechuje zgoła odmienny mechanizm konstruowania „newsów”. Tym razem trzon przekazu stanowi autentyczne wydarzenie lub

² Na potrzeby artykułu skrótem „ASZ” oznaczane są cytaty pochodzące z serwisu „ASZdziennik”.

wypowiedź, jednak zostają one przedstawione w sposób przekoloryzowany, hiperboliczny, zdeformowany. Następuje – jeśli posłużyć się terminologią Dunina-Wilczyńskiego – denaturalizowanie kontekstu, dopisywanie hipotetycznych scenariuszy, ironiczne przewidywanie potencjalnego rozwoju wydarzeń (Dunin-Wilczyński, 2014, s. 149). Metoda ta staje się efektywnym narzędziem obnażania paradoksów rzeczywistości, działającym w pewnym sensie odwrotnie niż zjawisko fake newsa. Podczas gdy fake newsy mają uwiarygodniać to, co nieprawdziwe, denaturalizacja kontekstu sprawia, że niecodzienne zdarzenia prawdziwe sprawiają wrażenie dodatkowo odrealnionych. Tym samym po raz kolejny – chociaż w inny sposób – zaciera się granica między informacją a fikcją, a kompetencje weryfikacyjne odbiorcy zostają wystawione na próbę.

Wśród kulturalnych tekstów „ASZdziennika” zdecydowanie najliczniejszą grupę stanowią przekazy fikcyjne niewprowadzające do historii postaci autentycznych, lecz opierające się na innych elementach rzeczywistości – łatwych do zidentyfikowania miejscach, wydarzeniach kulturalnych, utworach czy nawet danych statystycznych. Treści odpowiadające powyższej charakterystyce składają się dokładnie na połowę całej próby. Jest to kategoria wyraźnie zróżnicowana wewnętrznie. W jej obrębie znajdują się – po pierwsze – zarówno formy czerpiące z tradycyjnych newsów, newsów tabloidowych, jak i gatunków nieinformacyjnych oraz – po drugie – zarówno teksty odnoszące się do bieżących wydarzeń, jak i te od aktualnych tematów oderwane. Bohaterami historii stają się:

- jednostki odpersonalizowane, określane za pomocą pełnionej funkcji czy zawodu,
- opisywane ogólnikowo grupy osób,
- postaci wykreowane na potrzeby tekstu, reprezentujące „zwykłych ludzi” oraz określane przypadkowymi danymi personalnymi.

Powstrzymanie się od wykorzystania wizerunku realnych, skonkretyzowanych postaci gwarantuje autorom „ASZdziennika” większą swobodę w tworzeniu historii. Jednocześnie taki typ fikcyjnej informacji, zwłaszcza ubrany w nietabloidową formę newsową, przy nieuważnej lekturze może okazać się dla części odbiorców mylący. Zawiera on wystarczającą liczbę elementów odnoszących się do rzeczywistości, by sprawiać wrażenie konwencjonalnej informacji, a brak „uczestnictwa” znanej osoby sprawia, że czytelnik nie natknie się na przekazy sprzeczne z narracją „ASZdziennika”, np. pochodzące z mediów społecznościowych opisywanej postaci. Skoro bohater tekstu został wymyślony lub występuje anonimowo, w innych mediach nie znajdziemy żadnych wiadomości na jego temat – a więc

również takich, które zweryfikowałyby zmyślony przekaz. Jako przykład tego typu mylącej informacji niech posłuży news dotyczący spadkobierców Izabeli Łęckiej, bohaterki *Lalki* Prusa. Na „ASZdzienniku” czytamy, że w liście otwartym zażądali oni od Ministerstwa Edukacji Narodowej zadośćuczynienia za „wieloletnie mieszanie z błotem” ich przodkini, której wizerunek często wykorzystywany jest w zadaniach maturalnych w negatywnym kontekście (ASZ, *Spadkobiercy Izabeli Łęckiej chcą od MEN 10 mln zł...*). Tekst nawiązywał do autentycznych okoliczności (popularności *Lalki* na egzaminach maturalnych z języka polskiego), wskazywał prawdopodobnego bohatera zbiorowego (ale bez konkretyzacji jakichkolwiek osób) i opublikowany został w czasie trwania matur, czyli eksploatował temat aktualny. Nie powinno dziwić więc, że jeden z komentarzy pod wpisem wyraża szczere oburzenie wobec wygórowanych żądań bohaterów tekstu, co może wskazywać, iż omawiana informacja mogła zostać uznana przez odbiorców za autentyczną³.

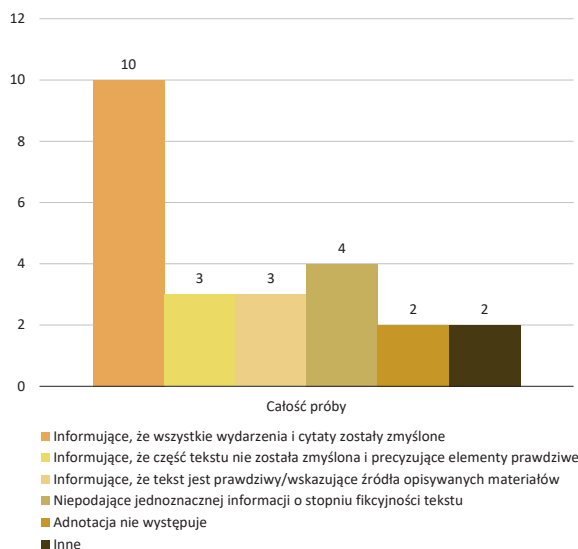
Analiza tekstów „ASZdziennika” dowodzi, że koncepcja „zmyślonego newsa” jest o wiele bardziej wielowymiarowa niż mogłoby się pozornie wydawać. Autorzy portalu realizują ją na różne sposoby, w zdecydowanej większości przypadków uniemożliwiając jednoznaczne skategoryzowanie poszczególnych tekstów jako „prawdę” lub „fikcję”. „Zmyślane newsy” nie zawsze okazują się „zmyślane”, a gdy z kolei mamy do czynienia z fantazją, odnajdujemy w niej elementy autentyczne. Ryzyko błędnej interpretacji przekazów wynika w dużej mierze ze zmienności twórczych schematów stosowanych przez autorów, w tym właśnie stopnia zniekształcenia rzeczywistości. Niektóre treści publikowane przez „ASZdziennik” mogą zostać niesłusznie odebrane jako rzetelne informacje; funkcjonują więc w sieci jako potencjalne fake newsy. Równocześnie zachodzić może – tym razem szczególnie wśród osób zaznajomionych z satyryczną konwencją portalu – zjawisko odwrotne, czyli postrzeganie historii prawdziwych w kategoriach zmyślenia. Granice autentyzmu i fikcji z pewnością nie zostają zarysowane na „ASZdzienniku” grubą, prostą kreską, lecz właściwie z każdym kolejnym tekstem są ustalane na nowo.

Głównym czynnikiem uniemożliwiającym postawienie tekstów „ASZdziennika” na równi z „modelowym” fake newsem jest jawność ich fikcyjnego charakteru. Transparentność przyjętej przez serwis konwencji sprowadza się przede wszystkim do odredakcyjnych adnotacji umieszczanych na końcu tekstu – zdradzających, że przedstawione treści nie

³ Dokładna treść omawianego komentarza brzmi: „Ta rodzinna jest chyba niespełna rozum!”.

są autentycznymi informacjami. Standardowy dopisek zawiera frazę: „To jest ASZdziennik. Wszelkie cytaty i wydarzenia zostały zmyślane”. Jak jednak można się domyślać na podstawie wyników wcześniejszych etapów analizy, adnotacja o takim brzmieniu nie we wszystkich przypadkach okazałaby się adekwatna. Podstawowa fraza wieńcząca materiał ulega więc licznym modyfikacjom, co samo w sobie nie powinno budzić zastrzeżeń. Najistotniejsza pozostaje odpowiedź na pytanie, czy dopiski – w jakimkolwiek wariantach – odpowiednio spełniają swoją funkcję objaśniającą i precyzyjnie wskazują usytuowanie tekstu na linii prawda–fikcja.

Rysunek 4. Rodzaje adnotacji występujących pod tekstami „ASZdziennika”.



Źródło: opracowanie własne

Adnotacje informujące, że wszelkie wydarzenia i cytaty zawarte w tekście zostały zmyślane, występują w analizowanych materiałach dziesięciokrotnie, czyli zdecydowanie najczęściej ze wszystkich wyróżnionych rodzajów. Jeśli jednak przyrównamy ten wynik do całości próby, zauważymy, że nie jest to nawet połowa przypadków. W ogólnym rozrachunku bazowa fraza pojawia się rzadziej niż jej zmodyfikowane odpowiedniki. Co więcej, nawet w tej dziesięcioskładnikowej grupie znalazła się adnotacja zawierająca zmianę pozornie minimalną (dopisek nadal informuje o fikcyjności tekstu), lecz wywołującą znaczące konsekwencje dla szerszego wydźwięku sformułowania. Zamiast słowami „To jest ASZdziennik. Wszelkie cytaty i wydarzenia zostały zmyślane”, publikacja zakończona została zdaniem: „To jest ASZdziennik, ale wszelkie cytaty i wydarzenia

zostały zmyślane” (ASZ, *Dramat fana Open’era...*). Wprowadzenie przeciwnego spójnika współrzędnego „ale” prowadzi czytelnika do diametralnie odmiennej interpretacji. Podczas gdy z pierwszego fragmentu wynika, że zmyślanie cytatów i wydarzeń jest rzeczą dla „ASZdziennika” typową, drugi sugeruje, że „ASZdziennik” zazwyczaj publikuje prawdę, a powyższy, zmyślony tekst jest pojedynczym odstępstwem od reguły. Za pomocą jednego słowa odmalowano więc opozycyjny – niezgodny z rzeczywistością – obraz całego serwisu.

Zarówno dopiski wyszczególniające, które elementy tekstu są zgodne z rzeczywistością, jak i te informujące o autentyczności materiału (odsyłające do oryginalnych źródeł), wystąpiły w badanej próbie trzykrotnie. Zaliczone do powyższych grup przykłady bez zarzutu spełniają rolę precyzowania charakteru tekstu. W serwisie natrafić możemy jednak także na dopiski mniej precyzyjne, które nie rozwiewają wprost wątpliwości co do fikcyjności lub autentyczności czytanej publikacji. Pierwszy zakwalifikowany do tej kategorii przykład – „To jest ASZdziennik dla ZaadoptujFaceta.pl” (ASZ, *Podsiadło przed Komorowskim i Dudą...*) – informuje jedynie o marketingowym charakterze materiału, zupełnie pomijając kwestię wiarygodności newsa. Pozostałe trzy przypadki prezentują się następująco:

- „To jest ASZdziennik. Ale to prawdopodobnie prawda” (ASZ, *Dramat producentów Bonda...*),
- „To jest ASZdziennik, ale nie wszystkie cytaty i wydarzenia zostały zmyślane” (ASZ, *Jadaś, Koniec Taco Hemingwaya...*),
- „To jest ASZdziennik, ale Vega naprawdę odleciał w TVP Info” (ASZ, *Ciechoński, Dramat Boga...*).

O ile ostatni przykład dotyczy tekstu, w którym wypowiedź polskiego reżysera została skonstrastowana z hipotetyczną odpowiedzią Boga – więc moment wejścia w świat fantazji zaznaczony jest wyraziście nawet bez dodatkowych wyjaśnień – o tyle dwie pozostałe adnotacje zdecydowanie mogą pozostawiać odbiorcę z pewnymi wątpliwościami. Opatrzone nimi teksty informują kolejno o okolicznościach przyjęcia przez Daniela Craiga roli Jamesa Bonda w następnych filmach serii oraz zakończeniu kariery przez rapera Taco Hemingwaya. Satyryczny wydźwięk materiałów sugeruje, że nie prezentują one rzetelnych informacji, jednak jako czytelnicy nie dostajemy w tym wypadku klarownej odpowiedzi, w jakim stopniu dane przekazy zostały oparte na rzeczywistych wydarzeniach, a co jest w nich zmyśleniem. Autorzy dają do zrozumienia, że prezentują odbiorcy treści

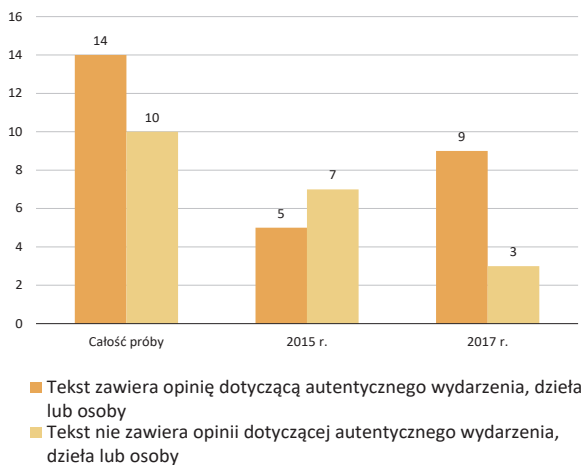
niejednolite, zawierające zarówno prawdę, jak i fikcję, lecz w żaden sposób nie precyzują, które elementy należą do poszczególnych kategorii.

Wbrew pozorom teksty „ASZdziennika” pozbawione jakiejkolwiek adnotacji (w badanej próbie występują takie dwa) nie są materiałami szczególnie zwodniczymi. Komizm jest w nich budowany w inny sposób niż poprzez łączenie zmyślenia z prawdą, więc bezpośrednia klaryfikacja nie jest konieczna. Większe komplikacje pojawiają się w przypadku adnotacji podwójnej występującej pod tekstem *Poradnik ASZdziennika dla strażników moralności: Oto prawdziwe tytuły sztuk teatralnych (18+)*. Inspiracją dla powstania materiału stał się kontrowersyjny spektakl *Śmierć i dziewczyna*, który w 2015 roku, ze względu na wyjątkowo śmiałe sceny erotyczne, spotkał się ze skrajnymi reakcjami publiczności oraz – co istotne w kontekście tej akurat publikacji – zdecydowaną dezaprobatą ze strony ówczesnego ministra kultury. „ASZdziennik” w odpowiedzi na medialne zamieszanie powstałe wokół sztuki opublikował satyryczny poradnik, który ostrzegał czytelników przed „nieobyčajnymi” wątkami zawartymi w innych znanych dramatach. W celu zwiększenia pozorów autentyczności do materiału został wprowadzony fikcyjny sponsor. Informację, iż „publikacja powstała ze środków Działu Edukacji Obywatelskiej Ministerstwa Kultury”, umieszczono nie w tekście głównym, lecz poniżej. Użyto przy tym pochyłej czcionki zarezerwowanej na „ASZdzienniku” właśnie dla końcowych, odredakcyjnych dopisków (w tym również informacji na temat autentycznego sponsorowania materiałów, jeśli takowe ma miejsce). Forma, która zazwyczaj oznacza więc wyjście autora poza odgrywaną rolę, poza umówioną konwencję, stała się kolejnym elementem przekazu satyrycznego, fikcyjnego. Właściwa adnotacja, pod względem wizualnym wyróżniona w identyczny sposób, znajduje się dużo niżej, oddzielona od tekstu długą grafiką. Dopiero w tym miejscu dowiadujemy się o nieprawdziwości pierwszego dopisku.

Zbiorna analiza treści adnotacji oraz ich powiązań z tekstami właściwymi pokazuje, iż w większości przypadków – poza kilkoma bardziej złożonymi wyjątkami – „ASZdziennik” pozostawia czytelnikowi wskazówki, jak daną publikację interpretować. Treści fikcyjne oraz autentyczne zostają zazwyczaj odpowiednio oznaczone. Oceniane i przytaczane materiały opatrzone są informacją o oryginalnym źródle, a teksty sponsorowane – notatką o realizowanej współpracy. Należy jednak pamiętać, iż z racji umiejscowienia wszystkich tych komunikatów na końcu wpisu docierają one przede wszystkim do odbiorców, którzy poświęcają lekturze „ASZdziennika” większą uwagę i czytają teksty w całości. Obecność

adnotacji niekoniecznie zapobiega więc w pełni błędnym interpretacjom wynikającym z pobieżnego odbioru. Przypadki odchodzenia od precyzyjnego określenia charakteru publikacji również nie pozostają bez znaczenia, zwłaszcza że z czasem obserwujemy nasilenie tej tendencji⁴. Dopisek, którego założoną funkcją jest rzetelne informowanie i wyjaśnianie konwencji serwisu, czasami zostaje wykorzystany do spotęgowania komicznego wydźwięku tekstu albo zasugerowania stanowiska autora. Z jednej strony dodatkowo urozmaica to grę z czytelnikiem, wprowadzając element zaskoczenia, lecz z drugiej jeszcze bardziej zaciera granicę między newsem a fikcją i powoduje, że do prawidłowego zrozumienia intencji przekazu może okazać się niezbędna wcześniejsza znajomość konwencji „ASZdziennika”.

Rysunek 5. Obecność opinii w kulturalnych tekstach „ASZdziennika”.



Źródło: opracowanie własne

Choć newsy z definicji powinny przekazywać informacje w sposób bezstronny, bez wartościowania dokonywanego przez autora, już analiza gatunkowa badanych tekstów wykazała, że „ASZdziennik” nie zawsze decyduje się tę zasadę realizować. Bywa, że publikowane w serwisie zmyślane wiadomości przeplatane są sformułowaniami o charakterze opiniującym, a dodatkowo niektóre teksty nawiązują bezpośrednio do innych publicystycznych gatunków dziennikarskich. Satyra sama w sobie zakłada poddawanie krytyce wybranych wycinków rzeczywistości. Z pewnością uznać

⁴ Znamiennym jej wskaźnikiem jest zmiana hasła znajdującego się na głównej stronie „ASZdziennika”. Pierwotna fraza „Najlepsze zmyślane newsy w kraju” skrócona została do postaci „Najlepsze newsy w kraju”, nieujawniającej bezpośrednio fikcyjnego charakteru publikowanych treści.

możemy, że „ASZdziennik” ujmowany całościowo stanowi satyrę na współczesne media i rządzące nimi mechanizmy. Jednak w ramach realizowania tego szerszego celu autorzy mogą dawać wyraz swoim opiniom dotyczącym konkretnych tematów poruszanych w poszczególnych tekstach.

W tej części analizy pod uwagę brane były jedynie opinie wyrażone w publikacjach bezpośrednio, za wyznacznik służyła więc obecność słownictwa wartościującego. Warto podkreślić również, że obiekt zainteresowania stanowiły oceny dotyczące wydarzeń, dzieł lub osób rzeczywistych, które czytelnicy będą mogli zidentyfikować. Zgodnie z powyższymi kryteriami opinię zawierało czternaście z dwudziestu czterech tekstów – materiały z elementami oceny dominowały więc nad tymi, w których ocena nie została wyrażona.

Znacząca okazuje się dysproporcja wyników dotyczących publikacji z poszczególnych lat. W 2015 roku liczba tekstów zawierających wyrażenia wartościujące oraz liczba tekstów tych wyrażen pozbawionych oscylowała wokół dość zbliżonego poziomu (odpowiednio pięć i siedem przykładów), choć szala przechylała się wówczas na stronę „obiektywizmu”, czyli przeciwnie niż w wypadku całej próby. Co więcej, dwie uwzględnione tutaj opinie pochodzą z tekstów sponsorowanych i podyktowane są raczej warunkami podjętej współpracy niż publicystycznymi ambicjami autora. Po umieszczeniu materiałów sponsorowanych w oddzielnej kategorii widzimy więc, że w 2015 roku treści publicystyczne (lub z publicystycznymi wstawkami) zaliczały się na „ASZdzienniku” do mniejszości. Rok 2017 to z kolei diametralne odwrócenie tej tendencji. Fragmenty oceniające znalazły się w dziewięciu z dwunastu analizowanych publikacji pochodzących ze wskazanego okresu. Żadna z nich nie pełniła funkcji reklamowych wynikających ze współpracy serwisu z zewnętrznymi podmiotami; zdecydowanie częściej zaczęły pojawiać się więc oceny zawierane w tekstach z czystej inicjatywy autorów.

Należy w tym miejscu uściślić, iż sposób przekazywania i eksponowania opinii przez „ASZdziennik” nie jest jednorodny. Pojawiają się one zarówno w formach typowo publicystycznych – gdzie funkcja emotywna dominuje w całości przekazu – jak i w tekstach newsowych, w których subiektywne przemyślenia ograniczają się do pojedynczych wyrażen lub krótkich komentarzy. W niektórych przypadkach możemy być przekonani, że stosowane słownictwo wartościujące odzwierciedla osobiste stanowisko autora w danej sprawie; kiedy indziej opinie stanowią część fikcyjnej historii, co uniemożliwia automatyczne postawienie takiego znaku równości. W obu sytuacjach decyzyja o wpleceniu w tekst konkretnych osądów

determinuje jednak ogólny wydźwięk materiału, jego emocjonalne nacechowanie. Tym samym publikowane treści przestają być neutralne czy czysto rozrywkowe – pod wierzchnią warstwą żartu prezentują czytelnikowi określoną perspektywę spoglądania na dany temat.

Widoczna tendencja do coraz częstszego sięgania po słownictwo wartościujące oraz formułowania w tekstach ocen odnoszących się do wybranych tematów pozwala aktualnie przypisać „ASZdziennikowi” rolę medium quasi-opiniotwórczego. W wybranych publikacjach twórcy serwisu realizują funkcję publicystyczną w sposób konwencjonalny (recenzje, rankingi), choć w większości przypadków forma wyrażania opinii dostosowana jest do fakenewsowo-satyrycznej konwencji portalu. Bez względu na interpretację wyrażen ocenających przez odbiorcę (uznanie ich za składową fikcyjnej historii lub autentyczne odzwierciedlenie stanowiska autora) wykorzystanie ich w tekście zdecydowanie pozbawia dany materiał neutralności. Zmyślane newsy stają się więc sposobem na ukazanie rzeczywistości – w tym wypadku świata kultury – pod wybranym kątem i opatrzenie jej mniej lub bardziej bezpośrednim komentarzem.

PODSUMOWANIE

„ASZdziennik” jako medium unifikujące satyrę z konwencją fakenewsową wyznacza niezwykle aktualny, dynamiczny i interesujący obszar badań naukowych. Pisząc o satyrycznych serwisach informacyjnych emitowanych w amerykańskiej telewizji, Borden i Tew zauważyli, że ma w nich miejsce jednoczesne parodiowanie, dostarczanie oraz opiniowanie aktualnych newsów (Borden, Tew, 2007, s. 306). Identycznym stwierdzeniem moglibyśmy posłużyć się w odniesieniu do działalności „ASZdziennika”. Serwis, obok swojej fundamentalnej roli medium satyryczno-rozrywkowego, poprzez zmyślane newsy realizuje również funkcję informacyjną oraz publicystyczną. Analiza wybranych tekstów z 2015 i 2017 roku unaoczniała, iż z biegiem czasu mogliśmy obserwować zwiększenie udziału treści opiniujących w strukturze serwisu. Twórcy strony coraz częściej sięgają po słownictwo wartościujące, nadając publikowanym materiałom bardziej subiektywny charakter. Funkcja informacyjna z kolei łączy się z faktem, iż inspirację dla tworzonych przez „ASZdziennik” zmyślonych newsów najczęściej stanowią autentyczne, aktualne wydarzenia. Jako że w większości przypadków zostają one jednak zniekształcone, wyolbrzymione lub użyte jedynie jako tło dla fikcyjnej historii, nie należy rozpatrywać serwisu

w kategorii pełnoprawnego źródła informacji mogącego zastąpić pod tym względem konwencjonalne media. Informacyjna funkcja „ASZdziennika” polega przede wszystkim na zasygnalizowaniu czytelnikowi danego tematu, wzbudzeniu zainteresowania i zachęceniu odbiorcy do zapoznania się z szerszym kontekstem wydarzenia w innych źródłach.

Złożonym problemem pozostaje kwestia funkcjonowania parodystycznych, zmyślonych wiadomości w kontekście pogłębiającego się zjawiska fake news. Adnotacje informujące o fikcyjności tekstów zdecydowanie oddzielają „ASZdziennik” od konwencjonalnych fake newsów i dowodzą, że intencją twórców nie jest wywołanie dezinformacji wśród odbiorców. Dodatkowo część publikacji posługuje się wysokim poziomem odrealnienia, który natychmiast zdradza satyryczny charakter przekazu. Niemniej jednak zmyślane newsy zawierają bardzo wiele elementów upodabniających je do autentycznych przekazów, na które możemy natrafić w innych mediach internetowych. Teksty regularnie odnoszą się do rzeczywistych, aktualnych wydarzeń oraz realnych osób, a wspomniane adnotacje coraz częściej stanowią nie przełamanie, a przedłużenie gry z czytelnikiem.

W świetle wszystkich tych czynników możliwa staje się sytuacja, w której odbiorca błędnie zinterpretuje zmyśloną wiadomość opublikowaną przez „ASZdziennik” jako prawdziwą. Wybrane teksty serwisu mogą więc zacząć funkcjonować jako fake newsy, zwłaszcza że internet pozostaje przestrzenią, gdzie materiały pisane odbieramy często fragmentarycznie i pobieżnie. Ryzyko uaktywnienia niepożądanego działania satyrycznych treści serwisu nie występuje jednak we wszystkich sytuacjach. Przekształcenie zmyślanej wiadomości w fake news staje się najbardziej prawdopodobne w momencie jednoczesnego wystąpienia kilku czynników, spośród których w pierwszej kolejności należy wymienić realistyczny charakter konkretnego przekazu oraz niezaznajomienie odbiorcy z ogólną konwencją serwisu. Do błędnej interpretacji będzie się również przyczyniać nieuwaga czytelnika, przyswojenie jedynie fragmentu tekstu (np. ograniczenie się do widocznego na facebookowej miniaturze tytułu i początku litery) lub brak dopisku jasno określającego zawartość prawdy i fikcji w danym materiale.

Możliwość zapobiegania podobnym nieporozumieniom w zbliżonym stopniu mają osoby znajdujące się po obu stronach satyrycznego przekazu. Wśród odbiorców będzie nią nawyk weryfikacji faktów oraz uważna lektura tekstów pozwalająca lepiej zrozumieć intencje autora, natomiast wśród nadawców – całkowita jawność stosowanej konwencji oraz precyzja we wskazywaniu wykorzystanych elementów fikcyjnych.

BIBLIOGRAFIA

- Barthel, M., Mitchell, A., Holcomb, J. (2016). *Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion*. Pobrane z: <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/> (24.02.2018).
- Baym, G., Jones, J.P. (2012). News Parody in Global Perspective: Politics, Power, and Resistance, *Popular Communication*, 10(1–2), 2–13.
- Borden, S.L., Tew, C. (2007). The Role of Journalist and the Performance of Journalism: Ethical Lessons From “Fake” News (Seriously), *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 300–314.
- Boukes, M. (2016). *News with an Attitude: Assessing the Mechanisms Underlying the Effects of Opinionated News*. Pobrane z: https://www.researchgate.net/publication/265486508_Opinionated_News_and_how_it_Affects_Political_Attitudes (16.03.2018).
- Compton, J. (2011). Introduction: Surveying Scholarship on The Daily Show and The Colbert Report. W: A. Amarasingam (red.), *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*, (s. 9–23). Jefferson: McFarland.
- Daskal, E. (2015). When Does a Joke Cease to Amuse? The Construction of Regulatory Boundaries to Satire Following Public Complaints, *The Communication Review*, 18(3), 167–188.
- Dentith, M.R.X. (2017). The Problem of Fake News, *Public Reason*, 8(1–2), 65–79.
- Dunin-Wilczyński, S. (2014). Parodia i ironia jako strategie komunikacji w programie satyrycznym „The Colbert Report”, *Zeszyty Naukowe KUL*, 1(225), 141–155.
- Hodak, M. (2016). Prawne konsekwencje stosowania stylu satyrycznego, *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica*, 2(32), 21–31.
- Keen, A. (2007). *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*. Przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Lis, T., Skowroński, K., Ziomecki, M. (2002). *ABC dziennikarstwa*. Warszawa: Axel Springer Polska.
- McBeth, M.K., Clemons, R.S. (2011). Is Fake News the Real News? The Significance of Stewart and Colbert for Democratic Discourse, Politics, and Policy. W: A. Amarasingam (red.), *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*, (s. 79–98). Jefferson: McFarland.

- Pająk, P. (2014). *ASZdziennik – ten serwis robi prawdziwą furorę w polskim internecie na... zmyślonych newsach. Rozmawiamy z jego twórcą*. Pobrane z: <https://www.spidersweb.pl/2014/02/aszdzienik-ten-serwis-robi-prawdziwa-furore-w-polskim-internecie-na-zmyslonych-newsach-rozmawiamy-z-jego-tworca.html> (17.12.2017).
- Palczewski, M. (2017). Dekonstrukcja paradygmatu newsa we współczesnym dziennikarstwie. W: M. Wszolek, M. Graszewicz (red.), *Teorie komunikacji i mediów 10*, (s. 101–110). Wrocław: Libron.
- Pennycook, G., Cannon, T.D., Rand, D.G. (2018). *Implausibility and Illusory Truth: Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News but Has No Effect on Entirely Implausible Statements*. Pobrane z: https://www.researchgate.net/publication/317069544_Implausibility_and_illusory_truth_Prior_exposure_increases_perceived_accuracy_of_fake_news_but_has_no_effect_on_entirely_implausible_statements (16.03.2018).
- Press.pl (2017). *BBC: rosna obawy przed wpływem fake news w internecie*. Pobrane z: http://www.press.pl/tresc/50118,bbc_-rosna-obawy-przed-wplywem-fake-news-w-internecie (16.12.2017).
- Szpunar, M. (2017). *Imperializm kulturowy internetu*, Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
- White, A. (2017). Facebook and Matters of Fact in the Post-Truth Era. W: A. Amarasingam (red.), *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*, (s. 14–17). Jefferson: McFarland.
- Williams, B.A., Delli Caprini, M.X. (2011). Real Ethical Concerns and Fake News: The Daily Show and the Challenge of the New Media Environment. W: A. Amarasingam (red.), *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*, (s. 181–192). Jefferson: McFarland.
- WirtualneMedia.pl (2017). *Fałszywych informacji w internecie będzie przybywać. Oplacają się autorom, rozprzestrzeniają się w social media*. Pobrane z: <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/falszywych-informacji-w-internecie-bedzie-przybywac-oplacaja-sie-autorom-rozprzestrzeniaja-sie-w-social-media/page:1> (15.12.2017).
- Wolny-Zmorzyński, K., Kaliszewski, A., Furman, W. (2009). *Gatunki dziennikarskie. Teoria – praktyka – język*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

