

RADOSŁAW SIEROCKI

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Instytut Nauk Politycznych, Katedra Socjologii

e-mail: radoslaw.sierocki@uwm.edu.pl

<https://orcid.org/0000-0002-6301-4237>

DOI: 10.34813/ptr1.2025.10

Kościół, religia i postprawda. Analiza raportów fact-checkingowych

Church, religion and post-truth. The analysis of fact-checking reports

Abstract. The article aims to analyze the image of religion and the Roman Catholic Church that emerges from the reports of the Polish fact-checking organization Demagog. The reports and analyses are treated as “new stories” that find their way into the media discourse following fake news. The study of untruths, half-truths, and fictions related to religion provides an insight into how the position and meaning of religion and the Roman Catholic Church are negotiated in contemporary Polish society. The analysis presents the main patterns of creating fake news related to religion, in which the intentions of the creators, methods of creating disinformation, ways of exposing fake news, and topics covered were combined in different configurations.

Keywords: fact-checking, fake news, mediatization, image, Roman Catholic Church, post-truth, power

Wprowadzenie

Rozwój mediów elektronicznych, internetu i kolejnych „nowych” nowych mediów prowadzi do mediatyzacji życia społecznego, w tym do mediatyzacji religii (Evolvi, 2021; Guzek, 2019; Hjarvard, 2008; 2013; Lövhelm, Hjarvard, 2019; Lundby, 2013). Mediatyzacja jest rozumiana jako proces uzależniania

społeczeństwa i kultury od logiki mediów, które są włączane w działania innych systemów (np. religii, polityki), a jednocześnie zachowują instytucjonalną i praktyczną odrębność. W konsekwencji komunikacja oraz interakcje wewnątrz systemów i instytucji społecznych, pomiędzy nimi i w ogóle w społeczeństwie zachodzą za pośrednictwem mediów i narzucanych przez nie reguł atrakcyjności przekazu (Hjarvard, 2013, s. 17). Mediatyzacja religii oznacza, że coraz trudniej wyobrazić sobie istnienie jakiegokolwiek religii, Kościoła czy wspólnoty religijnej poza obiegiem mediów i bez zapośredniczonej komunikacji. Oznacza również coraz głębsze zmiany dotyczące tworzenia wspólnot religijnych, kształtowania tożsamości religijnej, socjalizacji, władzy hierarchii kościelnej, praktyk religijnych oraz wizerunku wspólnot i Kościołów (Campbell, 2007; 2010; Kołodziejska, 2018; Siuda, 2010; Stachowska, 2020).

Według Stiga Hjarvarda zmediatyzowana religia istnieje w trojaki sposób: (1) jako temat w opartym na faktach dyskursie dziennikarskim świeckich mediów, (2) jako elementy fikcji w kulturze popularnej i (3) jako szczególny rodzaj treści powiązanych z praktykami i światopoglądem w mediach religijnych (Hjarvard, 2013, s. 82–92; Lundby, 2017, s. 241). Mia Lövhelm i Marty Axner (2015) dodają kategorię związaną z (4) mediami cyfrowymi, które stwarzają nowe możliwości funkcjonowania religii w przestrzeni publicznej. Lynn S. Clark (2011) stwierdza, że mediatyzacja oznacza nie tyle podporządkowywanie się logice mediów, ile zbiorowe wykorzystywanie nowych technologii, które wprowadzają nowe formy myślenia o treściach i komunikowaniu. Treści powstające w tym obiegu w mniejszym stopniu podlegają instytucjonalnym i zwyczajowym normom etyki dziennikarskiej, religijnej moralności czy rynkowym regułom popkulturowego mainstreamu. Steward M. Hoover (2012, s. 32–33) uważa, że przemiany mediów prowadzą do utraty kontroli nad symbolami religijnymi przez instytucje religijne. Istnienie w przestrzeni publicznej oznacza istnienie w przestrzeni medialnej, z czym niektóre Kościoły radzą sobie całkiem nieźle (np. Kościoły ewangelikalne), inne – głównie religie silnie zhierarchizowane – gorzej (Helland, 2005). Manuel Castells (2008, s. 379–380) zauważa, że obecność w systemie komunikacyjnym zwiększa efektywność przekazu, ale wiąże się z koniecznością współistnienia w jednej przestrzeni zarówno wielkich idei, prawdy, wzniosłej sztuki, autorytetu religii i mocy *sacrum*, jak i „pornografii, oper mydlanych, linii do czatowania”. W miarę jak media coraz śmielej posługują się symbolami, obrazami i narracjami wywodzącymi się z religii czy wątkami związanymi z duchowością, tradycyjne władze, instytucje i autorytety religijne ulegają transformacji (Lundby, 2017, s. 241).

Religia stała się „tematem” funkcjonującym w mediach w oderwaniu od instytucji religijnych i w sposób przez nie niekontrolowany. W konsekwencji zajmuje istotne miejsce w dyskursie medialnym, szczególnie w Polsce, gdzie

dominacja rzymskiego katolicyzmu ściera się z procesem „pełzającej” sekularyzacji, jednak tematy związane z Kościołem i wiarą wzbudzają dyskusje, emocje i kontrowersje. Tematy te dotyczą zarówno wątków nadużyć i skandali w zinstytucjonalizowanym Kościele rzymskokatolickim, jak i potrzeby obrony tradycyjnych wartości i autorytetów moralnych. Religia jest elementem „wojen kulturowych” (Grotowska, 2020), a sposoby pisania o niej w dyskursie medialnym odsłaniają sposoby negocjowania jej znaczeń i miejsca we współczesnym społeczeństwie. Niewątpliwie w dyskursie tym nie brakuje nieprawd, półprawd i fake newsów, które tworzą „etyczną szarą strefę” postprawdy (Keyes, 2017, s. 15–18). Ich analiza w stopniu nie mniejszym niż analiza rzetelnych materiałów informacyjnych dostarcza pewnych danych do badań nad wizerunkiem, miejscem i znaczeniem religii w społeczeństwie.

Celem niniejszego tekstu nie jest odkrywanie zmanipulowanych informacji na temat religii, ale analiza informacji, które zostały rozszyfrowane jako fake newsy przez wyspecjalizowane w ich wykrywaniu organizacje fact-checkingowe. Chodzi zatem o sprawdzenie, jaki obraz religii i Kościoła rzymskokatolickiego – jako że analiza jest ograniczona do kontekstu polskiego – wyłania się z postprawdy.

Medialne obrazy religii i Kościoła rzymskokatolickiego

W nowoczesnych społeczeństwach źródłem informacji o religii stały się przede wszystkim kreujące dyskurs publiczny media świeckie oraz internet, szczególnie media społecznościowe odpowiedzialne za cyrkulację, modyfikację i wprowadzanie newsów w „bańki informacyjne” (Anderson, Caumont, 2014; Malinowski, 2016). Media religijne mają pod tym względem charakter raczej niszowy (Grotowska, 2023, s. 82–83; Lövhelm, 2020, s. 71). To również w świeckim dyskursie dziennikarskim kreowane są obrazy religii, wiary i Kościoła. Religia od lat 70. XX wieku przesunęła się z obrzeży wiadomości prasowych i telewizyjnych do centrum zainteresowania dziennikarzy i publicystów, stając się istotnym zjawiskiem związanym m.in. z polityką, konfliktami i stosunkami międzynarodowymi (Gower, Mitchell, 2016, s. 1; Hjarvard, 2013, s. 87; Hoover, 1998). Medialne obrazy religii w mediach niereligijnych są warunkowane rolą religii i Kościołów w życiu publicznym oraz zróżnicowaniem religijnym i stopniem sekularyzacji w danym kraju. Trudno przedstawić jeden medialny obraz religii, nawet jeśli ograniczymy się do zachodniego kręgu kulturowego, badacze są jednak zgodni, że dominuje przedstawianie religii i Kościołów w kontekście: kontrowersji, skandali, sensacji, hipokryzji Kościoła, moralnego

upadku duchownych, uwikłania w politykę i konflikty religijne. Jest to efektem podporządkowania dyskursu dziennikarskiego formatom informacyjnym łączącym newsy z rozrywką (Hoover, 2012, s. 29; Pool, Weng, 2021, s. 170). Zwraca się uwagę na tabloidyzację obrazu religii i Kościoła w mediach (Kokoszczyńska, Majewski, 2018, s. 76). Religia w prasie codziennej w krajach zachodnich jest pokazywana przede wszystkim w kontekście nasilającego się zróżnicowania religijnego i kulturowego, co prowadzi do dyskusji m.in. na temat polityki tożsamościowej bądź kwestionowania uprzywilejowanej pozycji dominujących wyznań (Pool, Weng, 2021). Lövhheim (2020) stwierdza, że analiza prasy skandynawskiej i brytyjskiej w latach 1980–2010 pokazuje wzrost zainteresowania religią i odniesień do religii i duchowości, ale też wzrost zróżnicowania religii (zwiększanie zainteresowania islamem) i zmianę formy artykułów prasowych – odchodzenie od tekstów „dających głos” kapłanom i przechodzenie do krytycznych dyskusji na temat religii.

W kontekście polskim badania obrazu religii w mediach są związane głównie z medialnymi reprezentacjami Kościoła rzymskokatolickiego. Marta Kokoszczyńska i Józef Majewski zauważają, że w dyskursie dziennikarskim Kościół jest utożsamiony z organizacją ze względu na łatwą „odróżnialność” kleru od świeckich wiernych (Kokoszczyńska, Majewski, 2018, s. 71). Wynika to – jak piszą – z tendencji mediów do stosowania wyraźnych kategorii pozwalających różnicować i grupować aktorów życia społecznego (np. podział na Kościół reprezentowany przez biskupów i wierzących), a w konsekwencji prowadzi do sklerykalizowanego obrazu Kościoła. Tomasz Terlikowski, analizując teksty tygodników opinii, wskazywał, że obraz Kościoła jako wspólnoty można podsumować czterema głównymi cechami: dwubiegunowością (np. Kościół toruński Radia Maryja i łagiewnicki), jej sklerykalizowaniem, upolitycznieniem i anachronicznością (Terlikowski, 2010, s. 119). Majewski – powołując się na Avery’ego Dullesa – zwraca uwagę na napięcie istniejące między Kościołem (religią) a mediami, podkreślając, że „Kościół głosi to, co stare”, a media „szukają tego, co nowe, nowinkarskie”. Stawiana przez niego diagnoza mówi, że media informacyjne ze swej natury (demokratyczny wybór odbiorców, pogoń za sensacją) „nie są w stanie przekazywać pełnej prawdy o Kościele (religii), a nawet są skazane na jej zniekształcenie” (Majewski, 2010, s. 32). Rozbieżność medialnego obrazu Kościoła i rzeczywistości podkreślają też inni badacze związani z Kościołem i zajmujący się jego wizerunkiem, np. Monika Przybysz pisze, że wizerunek Kościoła katolickiego coraz mocniej zastępuje jego realność, a Andrzej Draguła – że jedyny właściwy obraz Kościoła to Kościół realny, a nie Kościół, który się podoba (za: Szulich-Kałuża, 2018, s. 69–70). Można wyliczać też medialne stereotypy na temat Kościoła rzymskokatolickiego, według których Kościół m.in. jest wrogiem wolności i demokracji, zabrania

seksu, nie docenia kobiet, jest bogaty, zapomina o ubogich, jest antysemicki, stanowi zagrożenie dla demokracji, budżetu państwa, postępu, nowoczesności, moralności (Przeciszewski, 2012; Szulich-Kałuża, 2018).

Postprawda i fact-checking

W debacie publicznej obecne są niesymetrycznie rozłożone dwa trendy: postprawda i fact-checking (Barrera i in., 2020). Postprawda jest sytuacją, w której obiektywne fakty mają mniejsze znaczenie niż odwołania do emocji i osobistych przekonań (d'Ancona, 2018; Malcolm, 2021; McIntyre, 2018). Społeczeństwo postprawdy jest budowane przez fake newsy, które można definiować, odnosząc się do dających się zweryfikować fałszywych informacji, lub szerzej – do celowych prób dezinformacji i zniekształcania wiadomości połączonych z sianiem niezadowolenia i tworzeniem polaryzacji. Podobnie jak postprawda fake news zwykle nie jest kłamstwem, ale półprawdą, do której odbiorcy nabierają zaufania z racji przedstawienia jej w mediach. Jak bowiem zauważono, fake newsy wzbudzają większe zainteresowanie i lepiej się „rozchodzą” niż informacje o faktach. Istnieje kilka typów fake newsów. Claire Wardle (2017) wymienia: satyrę lub parodię; fałszywe połączenie nagłówka, obrazu lub podpisu nieodpowiadającego treści; mylącą treść opartą na użyciu informacji w celu wmówienia czegoś, wywołania określonych emocji u odbiorców; przedstawianie prawdziwej informacji w fałszywym kontekście; kłamliwą treść opartą na podszywaniu się pod prawdziwe źródła informacji; zmanipulowaną treść; treść sfabrykowaną.

Związki między religią a postprawdą i fake newsami można rozpatrywać na kilku poziomach: (1) religia jest tematem fake newsów, (2) wierzący są często celami dla twórców fake newsów; są one częściej rozpowszechniane wśród i przez grupy konserwatywne i prawicowe, (3) religia, w szczególności amerykański protestancki fundamentalizm, jest często podłożem, z którego wyrastają współczesna postprawda i fake newsy (Douglas, 2018, s. 61).

Odpowiedzią na postprawdę jest ruch fact-checkingu. Lucas Graves podkreśla, że sprawdzanie faktów i informacji było zadaniem redakcji i wydawców, a pełnoprawne działy fact-checkingowe pojawiły się w amerykańskiej prasie w latach 20. XX wieku i pracowały nad rzetelnością informacji, które miały iść do druku. O ile dbanie o rzetelność drukowanych materiałów było wówczas zadaniem dziennikarzy, o tyle współcześni fact-checkerzy są zmuszeni działać w odwróconym porządku — „sprawdzają wypowiedzi i stwierdzenia, które już zostały opublikowane, i wyniki swojego dochodzenia publikują jako swoją nową opowieść” (Graves, 2016, s. 15–17). Fact-checkingiem najczęściej zajmują

się niezależne organizacje pozarządowe lub specjalne działy redakcji, są to też inicjatywy akademickie, a ponadto wzrasta liczba organizacji komercyjnych (Babraj, 2019, s. 41). Formą instytucjonalizacji ruchu stało się powołanie w 2015 r. International Fact-Checking Network. Organizacje należące do tej sieci zobowiązują się przestrzegać zasad zebranych w opracowanym w 2016 r. kodeksie. Są to: bezstronność i sprawiedliwość, transparentność źródeł, przejrzystość finansowania i struktury organizacji, przejrzystość metodologii, zobowiązanie do jawnych i szczerých korekt (IFCN, b.d.). Według Reporter's Lab – centrum badań nad dziennikarstwem w Duke University – na świecie istnieje 391 aktywnych serwisów i organizacji fact-checkingowych (kwiecień 2023). W Polsce działa kilka organizacji (<https://reporterslab.org/fact-checking/>), a sygnatariuszami kodeksu IFCN są: FakeNews.pl, Pravda i Demagog (<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>).

Metodologia badań i materiał badawczy

Na relację fikcji i fact-checkingu w kontekście religii można spojrzeć z perspektywy teorii konstruktywistycznych. Proponują one – tak jak w wersji Jamesa Beckforda – by przyglądać się „starciom i potyczkom” (Beckford, 2006, s. 25) na nieustannie negocjowanych granicach różnych sfer życia społecznego. Konflikty i spory o religię, jej miejsce, znaczenie i „sferę wpływów” pokazują, czym w rzeczywistości społecznej jest religia, jeśli przyjąć założenie, że „religia nie »robi« nic sama z siebie”, ale jest kategorią służącą do oznaczania całego zestawu zjawisk, wartości, norm i postaw łączonych ze sobą w określonych kontekstach społeczno-kulturowych (Beckford, 2006, s. 25). Istotnym elementem konstruowania definicji, znaczeń i granic religii są władza i walka polityczna oraz związana z nimi produkcja wiedzy (Beckford, 1999, s. 30; Menchik, 2017, s. 565). Hoover podkreśla, że religia i media nie są oddzielnymi sferami, ale obie te kategorie są uwikłane w szerszy układ kultury, ponieważ wierni są jednocześnie aktywnymi użytkownikami mediów (Hoover, 2006, s. 45–83; 2012, s. 29). Perspektywa konstruktywistyczna zwraca także uwagę, że „media” to nie tylko kanały telewizyjne, stacje radiowe, redakcje czasopism czy portali internetowych, ale także „zwykli” użytkownicy działający oddolnie i korzystający z powszechnie dostępnych narzędzi cyfrowych i komunikacyjnych, wykorzystujących je, by różny sposób odnosić się do religii (Sierocki, 2018).

Celem artykułu jest odpowiedź na pytanie, jaki obraz religii, a szczególnie Kościoła rzymskokatolickiego, wyłania się z analiz i raportów fact-checkingowych w Polsce? Raporty i analizy są tu rozumiane za Gravesem jako „nowe

opowieści”, jakie trafiają do przestrzeni medialnej. Pokazują one, w jaki sposób religia jest wklęana w wykorzystujące manipulacje spory, konflikty i negocjacje mające wyznaczać granice działania i oddziaływania religii. Z podziałów Christophera Douglasa (2018, s. 61) i Stiga Hjarvarda (2013, s. 82–92) istotny jest tu wymiar religii jako tematu fake newsów i postprawdy w mediach świeckich. Fake newsy i postprawda krążące w mediach religijnych i kierowane do ich odbiorców wykraczają poza obszar tego tekstu. Nie mieszczą się w nim także zagadnienia związane z religią w popkulturze, która – z założenia – operuje fikcją. Ważne jest podkreślenie roli internetu i mediów społecznościowych jako narzędzi służących do tworzenia i rozprzestrzeniania postprawdy – większość analizowanych przez organizacje fact-checkingowe newsów dotyczących religii pochodzi ze stron na Facebooku i profili na Twitterze. Są one często przejawem oddolnych działań zmierzających zwykle do dyskredytacji, rzadziej – afirmacji wiary, religii i Kościoła.

W artykule zostały wykorzystane analizy przygotowane przez Stowarzyszenie Demagog (demagog.org.pl) – najstarszą (zespół weryfikuje informacje w ramach portalu od 2014 r., stowarzyszenie powstało w 2016 r.) i jedną z najpopularniejszych organizacji fact-checkingowych w Polsce. Wybór raportów jest uzasadniony przynależnością Demagoga do sieci IFCN, co jest gwarancją jakości analiz, ale także stosunkowo dużą – w porównaniu z serwisami Prawda i FakeNews.pl – liczbą analiz dotyczących religii. Wybór newsów bądź wypowiedzi poddawanych analizie przez zespół Demagoga nie ma charakteru probabilistycznego – decyduje dostępność i jakość materiałów źródłowych oraz potencjalna szkodliwość dezinformacji. Do poszukiwania fake newsów wykorzystywane są narzędzia do monitorowania internetu, wiadomości mogą być także zgłaszane przez użytkowników portalu. Weryfikacji poddawane są wypowiedzi i informacje obiektywnie sprawdzalne, zawierające fakty (liczby, wydarzenia z przeszłości), do których można się odnieść, wykraczające poza wiedzę potoczną. Badacze korzystają z materiałów dostępnych publicznie łącznie z wykorzystaniem trybu dostępu do informacji publicznej, aktów prawnych, opinii ekspertów, publikacji naukowych (<https://demagog.org.pl/metodologia/>).

W tekście analizie poddano artykuły demaskujące fake newsy dotyczące religii, Kościołów (głównie Kościoła rzymskokatolickiego) i wiary, jakie pojawiły się w serwisie w latach 2019–2022. Do końca 2022 r. zespół Demagoga zidentyfikował 1309 fałszywych lub zmanipulowanych informacji krążących w mediach, głównie w mediach społecznościowych, z czego 74 zostały sklasyfikowane tematycznie jako newsy dotyczące „religii”. Częściej pojawiającymi się tematami były: zdrowie (556 artykułów), koronawirus (569), szczepionki

(397), Ukraina (197), sprawy międzynarodowe (140), Rosja (163), polityka krajowa (114), oszustwo (105) i bezpieczeństwo (87).

Na potrzeby niniejszego tekstu każda z analiz (artykuł zamieszczony w serwisie Demagog.org.pl) dotyczących fake newsów została oznaczona kodami przypisanymi do następujących kategorii: (1) intencja fake newsa (INT); (2) metody tworzenia postprawdy (PTP); (3) metody demaskowania fake newsów (DEMAS); (4) geneza fake newsa (GEN); (5) obraz religii, wiary, Kościoła katolickiego lub innych wyznań (OBRAZ); (6) reakcja na ujawnienie fake newsa (REAK); (7) tematyka fake newsa (TEM). Łącznie do analiz przyporządkowano 182 kody. Następnie sprawdzono, jak poszczególne kody łączą się ze sobą, występując razem w analizach – najczęściej występujące połączenia posłużyły do wyboru materiałów do analizy jakościowej. Do badania wykorzystano elementy analizy sieci społecznej (*social network analysis*, SNA) – poszczególne kody były traktowane jako węzły, zaś łączące je krawędzie oznaczały występowanie kodów w tej samej analizie. Wykorzystane zostały dwie miary występujące w SNA: centralność węzła i waga krawędzi. Im częściej dany kod-węzeł występował w towarzystwie innych kodów-węzłów, tym wyższa była jego centralność. Im więcej połączeń zachodziło między poszczególnymi kodami-węzłami, tym większa była waga łączących je krawędzi (Wasserman, Faust, 1994).

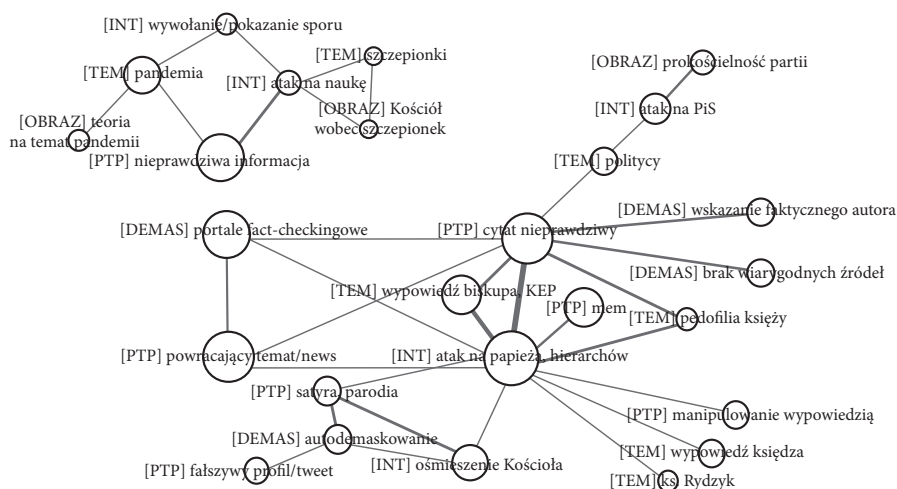
Analiza

Chociaż dane ilościowe dla przykładów fake newsów związanych z religią nie mogą być – ze względu na nieprobabilistyczny dobór próby informacji dobieganych do analiz fact-checkingowych – traktowane jako dane reprezentatywne, dla nakreślenia kontekstu warto przedstawić najważniejsze statystyki dotyczące z jednej strony ujawnionych i domniemyanych intencji twórców fake newsów, sposobów ich tworzenia, a z drugiej – demaskowania głównych tematów informacji oraz obrazów Kościoła i religii wyłaniających się z postprawdy.

Analizowane fake newsy były najczęściej związane z Kościołem rzymskokatolickim. Inne wyznania, religie bądź informacje na temat niewierzących pojawiały się marginalnie. Najczęściej intencją kryjącą się za tworzeniem fake newsów były ataki na papieża, hierarchię Kościoła rzymskokatolickiego lub księży (33 przypadki). Rzadziej celem było ośmieszenie Kościoła (12), ataki na religię (ogólnie) i ataki na naukę (po 11). Najczęściej wykorzystywane metody fake newsów i kreowania postprawdy to: posługiwanie się nieprawdziwymi, niepotwierdzonymi lub błędnie przypisanymi cytatami (28 przypadków), newsy przetwarzające regularnie powracające tematy (20), preparowanie in-

formacji (17), memy (13), satyra (11). Wśród rzadziej pojawiających się metod (poniżej 10, ale powyżej 1 przypadku) można wymienić np.: manipulowanie informacjami, tworzenie fałszywych profili w mediach społecznościowych oraz publikowanie fałszywych postów lub tweetów, fotomontaże, nieadekwatne podpisy pod zdjęciami bądź filmami, posługiwanie się obrazami jako fałszywymi dowodami, wymyślanie postaci. Wśród wykorzystywanych sposobów demaskowania fake newsów najczęściej: powoływano się na inne portale fact-checkingowe (15), opierano się na komentarzach pod fake newsami, w których wskazywano na manipulacje lub dopytywano o źródła, wskazywano na brak wiarygodnych źródeł (11), wskazywano na „autodemaskowanie” dokonywane przez twórców wiadomości satyrycznych (10). Można wymienić jeszcze: odwoływanie się do głosu zabranego przez samego „bohatera” fake newsa, wskazanie faktycznego autora nieprawidłowo przypisanej wypowiedzi, wyjaśnienie udzielone przez Kościół, porównanie z oryginalną wypowiedzią dostępną w przestrzeni publicznej, powoływanie się na oficjalne dokumenty i dane urzędowe zarówno kościelne, jak i świeckie, odpowiedź uzyskaną na oficjalne pytanie wysłane do urzędu świeckiego lub kościelnego. Lista tematów poruszanych przez fake newsy jest długa (72 kody), ale do najczęściej powtarzających się wątków należą: wypowiedzi biskupów lub członków Konferencji Episkopatu Polski (KEP) (15 przypadków), pandemia (15), wypowiedzi księży (9), politycy (8), pedofilia księży (8), papież Franciszek, działania ks. Tadeusza Rydzyka, newsy dotyczące innych krajów (po 7), szczepionki, przemoc wobec dzieci, religia w szkole (po 6). Najważniejsze kody dotyczące obrazów Kościoła i religii można przedstawić za pomocą następujących stwierdzeń: w Polsce istnieją ugrupowania polityczne wyraźnie powiązane z Kościołem (8), w Kościele tworzone są i propagowane niezgodne z wiedzą naukową teorie na temat pandemii (7) oraz na temat szczepionek przeciwko koronawirusowi (6), katolicy są zacofani (5). Kody związane z genezą fake newsów i reakcją na ich ujawnienie pojawiają się bardzo rzadko.

Jeśli chodzi o statystyki wynikające z uwzględnienia częstości współwystępowania (centralności), to kodami-węzłami, które najczęściej wiązały się poprzez występowanie w tej samej analizie z innymi węzłami, były: (INT) atak na papieża, hierarchię, księży (105 powiązań z innymi kodami), (PTP) powracający temat, news, łańcuszek (102) i (PTP) nieprawdziwy, niepotwierdzony, błędnie przypisany cytat (94). Połączenia (krawędzie) o najwyższych wagach to: (1) (INT) atak na papieża, hierarchię, księży powiązany z (PTP) nieprawdziwym, niepotwierdzony, fałszywym lub błędnie przypisanym cytatem (16); (2) (INT) atak na papieża, hierarchię, księży powiązany z (TEM) wypowiedzią biskupa lub członka KEP (12); (3) (PTP) nieprawdziwy, niepotwierdzony, fałszywy lub błędnie przypisany cytat powiązany z (TEM) wypowiedzią bi-



Rysunek 1. Główne wątki fake newsów na temat religii i Kościoła rzymskokatolickiego według analiz fact-checkingowych

Źródło: opracowanie własne.

skupa lub członka KEP (10). W dalszej analizie uwzględniono wątki – grupy połączonych w sieci kodów – oparte na połączeniach o wadze wynoszącej 5 lub więcej (rys. 1). Dzięki temu można wskazać kilka wzorców powstawania i krążenia fake newsów dotyczących religii.

Najsilniejsze połączenia wiążą fake newsy, których intencją był atak na hierarchię Kościoła katolickiego, formą dezinformowania były nieprawdziwe cytaty oraz – w mniejszym stopniu – krążące po sieci memy, zaś tematycznie dotyczyły wypowiedzi hierarchów Kościoła (np. biskupów, członków KEP) oraz pedofilii wśród księży. W poszczególnych analizach zwykle występuje część wymienionych kodów, jednak w dwóch artykułach pojawiły się wszystkie. Ich tytuły jednoznacznie wskazują na tematykę fake newsów: *Nie, kardynał Nycz nie powiedział, że dziewczynki ponoszą winę za gwałty* (Demagog, 2020, 11.01) i *Nie, arcybiskup Michalik nie powiedział, że „Kościół musi walczyć z nieletnimi gerontofilami”* (Demagog, 2020, 20.08). Pierwsza analiza dotyczyła krążącego na Facebooku mema przedstawiającego kard. Kazimierza Nycza i krzykliwe, „clickbaitowe” hasła podkreślające jego słowa: „Szok!!! Jeśli to jest Słowo Boże, to ja dziękuję!”. Kardynał Nycz miał twierdzić, że „dziewczynki [...] swoim ubiorem, wyglądem, zachowaniem »kuszą«, »prowokują« i »ponoszą winę« za to, że są molestowane i gwałcone”. Druga analiza dotyczy obrazka przedstawiającego zdjęcie abp. Józefa Michalika z dodanymi – rzekomo jego – słowami: „Kościół musi zacząć walczyć z nieletnimi gerontofilami! Dość

gwałcenia niewinnych księży przez małoletnich zwyrodnialców!”. Obydwie grafiki zyskały – jak piszą autorzy analiz – znaczną popularność w mediach społecznościowych i doczekały się dziesiątek komentarzy, z których większość wskazywała, że odbiorcy uznali wypowiedzi za prawdziwe. Analizy fact-checkingowe demaskują nieprawdę i rekonstruuja ścieżkę powstania fikcji. W przypadku słów przypisanych kard. Nyczowi dochodzenie zakończyło się konkluzją, że są one wyrwanymi z kontekstu fragmentami pochodzącego z „Wysokich Obcasów” artykułu Moniki Płatek. Artykuł dotyczył wydanej w Polsce w 2011 r. książki francuskiego księdza Jeana Benoît Castermana *Życie na maksa. Poradnik uczuciowo-seksualny*. Kierowany do młodzieży podręcznik mówił m.in. o seksualności, aborcji i antykoncepcji i wzbudził kontrowersje jako materiał wykorzystywany na zajęciach przez Instytut Profilaktyki Zintegrowanej (IPZ). Nycz napisał do niego wstęp. W fact-checkinowej narracji krótko została przedstawiona historia nagłaśniania kontrowersji, np. tweet szefowej fundacji Rodzice Mają Głos wytykający, że według podręcznika osoby molestowane seksualnie powinny reagować „z szacunkiem” dla sprawcy przemocy, czy fragment oświadczenia IPZ, w którym Instytut wyrażał ubolewanie z powodu korzystania z książki. Przedstawiono także stanowisko wydawcy podręcznika oraz fragment tekstu Płatek, który został wykorzystany w memie, a w którym autorka pisze m.in.

Książka „formuje” dziewczynki do posłuszeństwa i podległości tym, którzy je seksualnie wykorzystują. Arcybiskup poleca tę lekturę nauczycielom, rodzicom, dzieciom i młodzieży jako fundament katolickiej wizji uczuciowości i seksualności [...]. Odczłowiecza i traktuje dziewczynki jak towar, kto z pozycji kościelnego i nauczycielskiego autorytetu wpaja im w szkole, że to one swoim ubiorem, wyglądem, zachowaniem „kuszają”, „prowokują” i „ponoszą winę” za to, że są molestowane i gwałcone.

O komentarz został poproszony również rzecznik prasowy Archidiecezji Warszawskiej, który stwierdził, że mem „zawiera bzdurę”.

W przypadku memu dotyczącego słów abp. Michalika autorzy analizy podkreślają, że nie odnaleźli „żadnego źródła, zgodnie z którym przytoczone słowa zostały wypowiedziane przez tego hierarchę” i wskazują jednocześnie – odsyłając do wcześniejszych analiz – że fałszywe cytaty Michalika regularnie pojawiają się w internecie. Przywołują też wcześniejsze jego wypowiedzi z czasów przewodnictwa KEP (2004–2014). Jedna z wypowiedzi (z 2013 r.) została powszechnie odebrana jako zrzucanie winy i odpowiedzialności za molestowanie seksualne i pedofilię na rodziców i rozwody, a także same dzieci „wciągające w grzech” innych ludzi. Jak mówił: „Wiele tych molestowań by udało się uniknąć, gdyby te relacje między rodzicami były zdrowe”. I chociaż

za te słowa przeproszał, były one także prostowane przez rzecznika KEP, to – według Demagoga – stały się one główną inspiracją dla krążącego mema.

Połączenie intencji ataku na hierarchów Kościoła i posługiwania się nieprawdziwymi cytatami jest elementem innego ważnego wątku, w którym wymienione kody-węzły łączą się z powracającymi regularnie bądź krążącymi w sieci newsami i łańcuszkami jako formą tworzenia postprawdy oraz z powoływaniem się na analizy innych portali i organizacji fact-checkingowych jako strategii demaskowania fałszu. Przykładem takiego fake newsa i jego analizy jest artykuł *Nie, Denis Hart nie wypowiedział tych słów* (Demagog, 2020, 22.09). Chodzi o australijskiego arcybiskupa, który – jak głosi mem zamieszczony na jednej ze stron na Facebooku – miał powiedzieć: „dzieci, podczas molestowania seksualnego przez kapłana, doświadczają »spotkania z Bogiem«”. Mem atakował nie tyle Harta, który polskiemu użytkownikowi był nieznany, ile głos reprezentujący cały Kościół. Twórca grafiki posługiwał się cytatem nieprawdziwym, chociaż – jak pokazała analiza – sfabrykowanym na podstawie prawdziwej wypowiedzi, w której bohater mówił o „spowiedzi jako o spotkaniu z Bogiem poprzez kapłana” i jednocześnie bronił tajemnicy spowiedzi w kontekście dyskusji nad pedofilią w Kościele oraz kwestii ujawniania informacji o czynach pedofilskich wyznanych spowiednikowi. Autorzy analizy wskazywali, że podobne grafiki i newsy pojawiały się w internecie już wcześniej i były demaskowane przez inne portale: Snopes (w lutym 2018 r.) i FakeNews.pl (w październiku 2019 r.).

Do podobnych, powracających w różnych formach memów i newsów należą też np. pochodzący z Meksyku, ale pojawiający się w „narodowych” odsłonach news o księdzu wykorzystującym seksualnie dzieci i zarażającym ich wirusem HIV (Demagog, 2020, 7.02), papieżu Franciszku całującym dłonie członków rodziny Rockefellerów i Rothschildów w geście hołdu (Demagog, 2020, 1.04), nowej liście grzechów w Kościele katolickim (Demagog, 2021, 1.10) czy grafiki z krzepiącymi słowami przypisywanymi powszechnie Janowi Pawłowi II (np. „Wolność jest tylko wówczas, gdy naród tworzy jedność, a lud w nim żyjący czuje się włodarzem, a nie zaś niewolnikiem garstki opętanych”) (Demagog, 2022, 13.01).

Istotną grupą węzłów jest także sieć wątków łącząca: (1) ataki na hierarchię kościelną (INT) z (2) newsami o charakterze satyrycznym (PTP), (3) tworzone z fałszywych profili (PTP), (4) mające na celu ośmieszanie Kościoła (INT). Ich (5) zdemaskowanie polega na podkreśleniu przez analityków na ogół jawnej informacji o tym, że wiadomość ma charakter żartobliwy (DEMAS). W bazie tekstów można znaleźć trzy analizy odnoszące się do fake newsów spełniających wszystkie kryteria – wszystkie są poświęcone o. Tadeuszowi Rydzikowi (Demagog, 2020, 4.08, 22.07, 2021, 18.05) i wszystkie pochodzą z tego samego,

falszywego konta na Twitterze. W pierwszym rzekomo ks. Rydzyk za pośrednictwem Twittera wzywa wiernych do pozbywania się majątku, gdyż „diabeł nie lubi ubogich”, i wpłacania ich na konto, którego numer kończy się trzema szóstkami (z dopiskiem „precz Szatanie”), w drugim informuje – w ten sam sposób – o utworzeniu przez „Kościół Polski” w czasie pandemii specjalnej infolinii, na której można się np. dowiedzieć, jak dawać na tacę bez wychodzenia z domu. W trzecim o. Rydzyk informuje o cudzie w Toruniu, kiedy po jego kazaniu „najświętszej paniencie pociekła krew z uszu”. Autorzy analiz oprócz udowodnienia, że news jest fake newsem, dodają zwykle pewne treści edukacyjne i informacyjne wyjaśniające kontekst pojawiania się falszywych materiałów dotyczących religii, np. „Coraz szerszy dostęp do mediów społecznościowych umożliwia szybkie rozwijanie się dezinformacji. Do jednego z jej rodzajów należy satyra/parodia. Jest to mało szkodliwy rodzaj falszywych informacji. Pomimo tego potrafi wprowadzić odbiorców w zakłopotanie czy nawet wywołać skandal” (Demagog, 2020, 22.07). Pojawiają się także informacje o faktycznych działaniach prowadzonych przez Kościół. W artykule o infolinii na czas pandemii informowano o uruchomieniu infolinii dla osób potrzebujących wsparcia duchowego przez Archidiecezję Poznańską (Demagog, 2020, 4.08).

W czwartej grupie posługiwanie się nieprawdziwymi cytatami (PTP) łączy się z politykami (TEM), to zaś z atakami na Prawo i Sprawiedliwość (INT) i – dalej – z „prokościelnością” partii lub ugrupowań politycznych (OBRAZ). Artykułami, które najbardziej pasują do tej grupy są: *Nie, Szymon Hołownia nie powiedział, że Kościół powinien wypowiadać się z mównicy sejmowej* (Demagog, 2020, 10.06), *Czarnecki nie mówił o ataku na Polskę, Kościół i Boga, bo domagano się od niego zwrotu pieniędzy* (Demagog, 2021, 22.04) i *Tweet posłanki Krystyny Pawłowicz o Bogu popierającym PiS? Fake news!* (Demagog, 2021, 15.09). Pierwszy artykuł dotyczy newsa udostępnionego na Facebooku na profilu „PiS na Księżyc” przytaczającego rzekome słowa Szymona Hołowni twierdzącego na antenie radia RMF, że „Kościół winien brać czynny udział w dialogu społecznym na łamach mównicy sejmowej, gdyż wynika to z silnego zaangażowania w życiu publicznym”. Fake news został zdemaskowany m.in. przez sztab wyborczy Hołowni, w analizie przypomniano również faktyczne poglądy polityka na temat konieczności rozdzielenia Kościoła katolickiego od państwa. Drugi artykuł dotyczy Ryszarda Czarneckiego i jego rzekomych słów: „Domaganie się zwrotu ode mnie ukradzionych pieniędzy to atak na Polskę, Kościół i Boga”. Autorzy analizy podkreślają, że chociaż nie ma dowodów i źródeł, które wskazywałyby, że Czarnecki wypowiedział te słowa, to prawdziwy jest kontekst dotyczący nakazu Parlamentu Europejskiego wzywającego europosła do zwrotu niesłusznie pobranych pieniędzy. Trzeci artykuł odnosi

się do rzekomych słów Krystyny Pawłowicz, która miała powiedzieć: „Bóg, gdyby żył, popierałby PiS”. Autorzy analizy wskazują, że chociaż Pawłowicz słów jej przypisywanych nie wypowiedziała ani nie napisała (na Facebooku krążył obraz wpisu z Twittera), to wypowiedziała inne słowa, które mogły być inspiracją. Komentując nieprzychylną reakcję na odczytanie przez ministra Piotra Glińskiego listu od prezesa PiS podczas Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego na Instrumentach Historycznych w 2018 r., napisała: „Po co buczeć, Chopin gdyby żył, popierałby przecież PiS”.

Ostatni zbiór kodów jest związany z pandemią i szczepionkami. Łączy przede wszystkim newsy, które opierają się na nieprawdziwych informacjach (PTP) i podważaniu wiedzy naukowej (INT). Do tych kodów dodać należy kolejne: chęć wywołania lub pokazania sporu w Kościele (INT), pandemię (TEM) i szczepionki (TEM), postawę Kościoła wobec szczepionek (OBRAZ) i teorie na temat szczepionek (OBRAZ). Wzór ten różni się od pozostałych przede wszystkim tym, że autorzy analiz rozprawiają się nie z fake newsami na temat religii lub Kościoła, ale wskazują na funkcjonujące w przestrzeni nowych mediów fałszywe informacje powielane przez osoby duchowne, chociaż nie przez cały Kościół. Najpełniej zbiór ten reprezentują artykuły: *Fałszywe twierdzenia w wystąpieniu ks. Galusa* (Demagog, 2021, 9.09) i *Komunia święta nie uchroni przed zachorowaniem na COVID-19* (Demagog, 2012, 2.09). Obydwie analizy odnoszą się do wypowiedzi ks. Daniela Galusa – skonfliktowanego z władzami Archidiecezji Częstochowskiej duchownego prowadzącego w Pustelni w Czatachowie Wspólnotę Miłość i Miłosierdzie Jezusa. Ks. Galus na nagraniach z kazań, zamieszczanych w serwisie YouTube i propagowanych m.in. na portalu medianarodowe.com, odradzał – w czasie pandemii – stosowanie szczepionek przeciw COVID-19, nazywając je „preparatami eksperymentalnymi”, za które nikt nie bierze odpowiedzialności. Głosił, że o niebezpieczeństwie wynikającym ze szczepień nakazywał mu apelować Duch Święty, i zachęcał do przyjmowania innych „szczepionek”: spowiedzi i komunii świętej (Demagog, 2012, 2.09). W drugiej analizie autorzy pochyłili się nad wypowiedziami ks. Galusa – również zamieszczonymi w serwisie YT – w których przekonywał, że preparaty przeciwko COVID-19 są nie tylko nieskuteczne, lecz także niezgodne z nauką Kościoła (Demagog, 2021, 9.09). W analizach nie tylko wskazano na błędy i nieprawdziwe informacje przedstawiane przez duchownego, przywołując argumenty przemawiające na rzecz konieczności stosowania szczepień, ale podkreślono też stanowisko Kościoła. Zacytowano oświadczenie Archidiecezji Częstochowskiej, że „Wypowiedzi ks. GALUSA nie są w żadnej mierze głosem Kościoła”, przypomniano wypowiedź papieża Franciszka zachęcającego do szczepień (Demagog, 2012, 2.09) oraz stanowisko Zespołu Ekspertów ds. Bioetycznych KEP, że „decyzja o szczepieniu jest

kwestią wyboru danej osoby dokonany przez nią w sumieniu” (Demagog, 2021, 9.09). Warto dodać, że stanowisko zespołu ekspertów KEP również było przedmiotem analizy fact-checkingowej, w której wskazano, iż nieprecyzyjne omówienie związku między szczepionkami niektórych firm a wykorzystywaniem linii komórkowych pochodzących z płodów poddanych aborcji w XX wieku może prowadzić do błędnych interpretacji stanowiska Kościoła lub być niezrozumiałe dla wiernych nieposiadających fachowej wiedzy (Demagog, 2021, 15.04). W innej analizie wskazywano na stwierdzenia niezgodne ze stanem nauki dotyczące szczepień przeciw COVID-19 przedstawione w Liście Otwartym do Kapłanów Kościoła Rzymskokatolickiego – *O połączenie się ze społeczeństwem przeciw fałszywej pandemii i eksperymentalnym szczepieniom*. List został dołączony do przygotowanej przez Stowarzyszenie „Wolne Wybory” petycji i wzywał biskupów, proboszczów i księży do nieudostępniania kościołów i parafii jako punktów szczepień ze względu na nieetyczność szczepionek. Autorzy listu podnosili argumenty związane z komórkami macierzystymi pobieranymi od poddanych aborcji płodów, eksperymentami medycznymi prowadzonymi na dużych populacjach i propagandzie pandemii zawyżającej efekty choroby (Demagog, 2021, 25.08).

Podsumowanie

Fake newsy są istotnym elementem tworzenia wizerunku Kościoła rzymskokatolickiego i konstruowania znaczenia religii w przestrzeni mediów, zwykle jednak półprawdy i manipulacje mieszają się z informacjami prawdziwymi i rzetelnymi. Dzięki analizie raportów przygotowanych przez organizacje fact-checkingowe (np. Demagog) można przyjrzeć się tym informacjom, które zostały uznane za nieprawdziwe, co z kolei pozwala wskazać dominujące konfiguracje elementów składających się na fake newsy oraz sposoby ich demaskowania. Wyróżnione zostały: (1) fake newsy, których intencją był atak na hierarchię Kościoła katolickiego przy użyciu nieprawdziwych cytatów i krążących memów. Dotyczyły one głównie wypowiedzi hierarchów Kościoła oraz pedofilii wśród księży; (2) fake newsy atakujące Kościół za pomocą nieprawdziwych cytatów i krążących w sieci „powracających newsów”. Można je było zdemaskować, powołując się na istniejące „śledztwa” innych portali fact-checkingowych; (3) fake newsy atakujące i ośmieszające hierarchów Kościoła głównie za pomocą newsów o charakterze satyrycznym, tworzonych z fałszywych profili w mediach społecznościowych. Można je było łatwo zdemaskować, ponieważ zwykle opatrzone są informacją o satyrycznym charakterze, chociaż ten element często umyka uwadze odbiorców; (4) fake newsy atakujące partie

i ugrupowania polityczne za ich bliskie relacje z Kościołem rzymskokatolickim; (5) fake newsy związane z pandemią i pokazujące niejednoznaczną postawę Kościoła wobec ustaleń naukowych. Przedstawiają także reprezentowane przez marginalne wspólnoty i środowiska katolickie odbiegające od koncepcji i badań naukowych teorie na temat pandemii i szczepień przeciw COVID-19.

Literatura

- Anderson, M., Caumont, A. (2014, 24.08). *How Social Media Is Reshaping News*. Pew Research Center. Pobrane z: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2014/09/24/how-social-media-is-reshaping-news/>.
- Babraj, R. (2019). Czym jest fact-checking? – zarys inicjatyw na świecie i w Polsce. W: M. Wrzosek (red.), *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej: Państwo. Społeczeństwo. Polityka. Biznes* (s. 41–44). Warszawa: NASK Państwowy Instytut Badawczy.
- Barrera, O., Guriev, S., Henry, E., Zhuravskaya, E. (2020). Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics. *Journal of Public Economics*, 182, 104123. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2019.104123>.
- Beckford, J. (1999). The Politics of Defining Religion in a Secular Society: From a Taken-For-Granted Institutions to a Contested Resource. W: J. Platvoet, A. Molendijk (red.), *The Pragmatics of Defining Religion: Context, Concepts, Contests* (s. 23–40). Leiden: Brill.
- Beckford, J. (2006). *Teoria społeczna a religia*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Campbell, H.A. (2007). Who's got the power? Religious authority and the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (3), 1043–1062. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x>.
- Campbell, H.A. (2010). Religious authority and the blogosphere. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15 (2), 251–276. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2010.01519.x>.
- Castells, M. (2008). *Społeczeństwo sieci*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Clark, L.S. (2011). Considering religion and mediatisation through a case study of J+K's big day (The J K wedding entrance dance): A response to Stig Hjarvard. *Culture and Religion*, 12 (2), 167–184.
- D'Ancona, M. (2018). *Postprawda*. Warszawa: Krytyka Polityczna.
- Demagog (2012, 2.09). *Komunia święta nie uchroni przed zachorowaniem na COVID-19*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/komunia-swieta-nie-uchroni-przed-zachorowaniem-na-covid-19/.
- Demagog (2020, 11.01). *Nie, kardynał Nycz nie powiedział, że dziewczynki ponoszą winę za gwałty*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/nie-kardynal-nych-nie-powiedzial-ze-dziewczynki-ponosza-wine-za-gwalty.
- Demagog (2020, 7.02). *Nie, ten kapłan nie zgwałcił dzieci*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/nie-ten-kaplan-nie-zgwalcil-dzieci.

- Demagog (2020, 1.04). *Nie, papież Franciszek nie całuje w rękę Rockefellerów i Rothschildów*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/nie-papiez-franciszek-nie-caluje-w-reke-rockefellerow-i-rothschildow/.
- Demagog (2020, 10.06). *Nie, Szymon Hołownia nie powiedział, że Kościół powinien wypowiadać się z mównicy sejmowej*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/nie-szymon-holownia-nie-powiedzial-ze-kosciol-powinien-wypowiadac-sie-z-mownicy-sejmowej/.
- Demagog (2020, 22.07). *Ten tweet ojca Rydzyka jest fałszywy*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/ten-tweet-ojca-rydzyka-jest-falszywy/.
- Demagog (2020, 4.08). *Ojciec Rydzyk nie uruchomił infolinii w związku z koronawirusem*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/ojciec-rydzyk-nie-uruchomil-infolinii-w-zwiazku-z-koronawirusem/.
- Demagog (2020, 20.08). *Nie, arcybiskup Michalik nie powiedział, że „Kościół musi walczyć z nieletnimi gerontofilami”*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/nie-arcybiskup-michalik-nie-powiedzial-ze-kosciol-musi-walczyć-z-nieletnimi-gerontofilami/.
- Demagog (2020, 22.09). *Nie, Denis Hart nie wypowiedział tych słów*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/nie-denis-hart-nie-wypowiedzial-tych-slow/.
- Demagog (2021, 15.04). *Szczepionki AZ i J&J: Wyjaśniamy „wątpliwości moralne” Episkopatu*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/szczepionki-az-i-jj-wyjasniamy-watpliwosci-moralne-episkopatu/.
- Demagog (2021, 22.04). *Czarnecki nie mówił o ataku na Polskę, Kościół i Boga, bo domagano się od niego zwrotu pieniędzy*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/czarnecki-nie-mowil-o-ataku-na-polske-kosciol-i-boga-bo-domagano-sie-od-niego-zwrotu-pieniedzy/.
- Demagog (2021, 18.05). *Nie, ojciec Tadeusz Rydzyk nie chwali się cudem w Toruniu*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/nie-ojciec-tadeusz-rydzyk-nie-chwali-sie-cudem-w-toruniu/.
- Demagog (2021, 25.08). *List do duchownych nie zawiera prawdziwych informacji nt. szczepień*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/list-do-duchownych-nie-zawiera-prawdziwych-informacji-nt-szczepien/.
- Demagog (2021, 9.09). *Fałszywe twierdzenia w wystąpieniu ks. Galusa*. Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/falszywe-twierdzenia-w-wystapieniu-ks-galusa/.
- Demagog (2021, 1.10). *„Nowa” lista grzechów? To fake news!* Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/nowa-lista-grzechow-to-fake-news/.
- Demagog (2021, 15.09). *Tweet posłanki Krystyny Pawłowicz o Bogu popierającym PiS? Fake news!* Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/tweet-poslanki-krystyny-pawlowicz-o-bogu-popierajacym-pis-fake-news/.
- Demagog (2022, 13.01). *Cytat Jana Pawła II o wolności? Papież nigdy tego nie powiedział!* Pobrane z: https://demagog.org.pl/fake_news/cytat-jana-pawla-ii-o-wolnosc-papiez-nigdy-tego-nie-powiedzial/.
- Douglas, C. (2018). Religion and Fake News: Faith-Based Alternative Information Ecosystems in the US and Europe. *The Review of Faith & International Affairs*, 16(1), 61–73. <https://doi.org/10.1080/15570274.2018.1433522>.

- Evolvi, G. (2021). Religion and the internet: Digital religion, (hyper)mediated spaces, and materiality. *Zeitschrift Fur Religion, Gesellschaft Und Politik*, 1–17. <https://doi.org/10.1007/s41682-021-00087-9>.
- Gower, O., Mitchell, J. (2016). Introduction. W: J. Mitchell, O. Gower (red.), *Religion and the News* (s. 1–3). London – New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Graves, L. (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*. New York: Columbia University Press.
- Grotowska, S. (2020). „Wojna kulturowa” w codzienności: Problem nauczania religii w szkole w dyskursie prawicowych portali informacyjnych. *Przegląd Religioznawczy*, 1 (275), 159–170. <https://doi.org/10.34813/PTR1.2020.13>.
- Grotowska, S. (2023). „Instytucja Kościoła mnie rozczarowała” – religia w dyskursie prawicowych portali informacyjnych podczas kampanii prezydenckiej w 2020 roku. *Przegląd Religioznawczy*, 1 (287), 81–93. <https://doi.org/10.34813/PTR1.2023.5>.
- Guzek, D. (2019). *Mediatizing Secular State: Media, Religion and Politics in Contemporary Poland*. Berlin: Peter Lang.
- Helland, C. (2005). Online Religion As Lived Religion: Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet. *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 01 (1). <https://doi.org/10.11588/rel.2005.1.380>.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights*, 6, 9–26.
- Hjarvard, S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. New York: Routledge.
- Hoover, S.M. (1998). *Religion in the News: Faith and Journalism in American Public Discourse*. Thousand Oaks – London – New Delhi: Sage Publications.
- Hoover, S.M. (2006). *Religion in the Media Age*. London: Routledge.
- Hoover, S.M. (2012). Religion and the Media in the 21st Century. *Tripodos*, 29, 27–35.
- IFCN (b.d.). *The Commitments of the Code of Principles*. Pobrane z: <https://ifcncode-ofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>.
- Keyes, R. (2017). *Czas postprawdy: Nieszczerść i oszustwa w codziennym życiu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kokoszczynska, M., Majewski, J. (2018). News values w tabloidowym natężeniu: Obraz Kościoła katolickiego w polskich tygodnikach opinii. W: B. Czechowska-Derkacz, D. Chomik, J. Wojsław (red.), *Media, Biznes, Kultura. T. 1: Media w procesie zmian – etyka i komunikacja* (s. 59–79). Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Kołodziejaska, M. (2018). *Online Catholic Communities: Community, Authority, and Religious Individualization*. London: Routledge.
- Lövheim, M. (2020). Culture, Conflict, and Constitutional Right: Representations of Religion in the Daily Press. W: B. Schewel, E.K. Wilson (red.), *Religion and European society: A primer* (s. 69–82). Hoboken: Wiley.
- Lövheim, M., Axner, M. (2015). Mediatized Religion and Public Spheres: Current Approaches and New Questions. W: K. Granholm, M. Moberg, S. Sjö (red.), *Religion, Media, and Social Change* (s. 38–53). London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Lövheim, M., Hjarvard, S. (2019). The Mediatized Conditions of Contemporary Religion: Critical Status and Future Directions. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 8 (2), 206–225. <https://doi.org/10.1163/21659214-00802002>.

- Lundby, K. (2013). Media and Transformation of Religion. W: K. Lundby (red.), *Religion Across Media: From Early Antiquity to Late Modernity* (s. 185–202). New York: Peter Lang.
- Lundby, K. (2017). Public Religion in Mediatized Transformations. W: F. Engelstad, H. Larsen, J. Rogstad, K. Steen-Johnsen (red.), *Institutional Change in the Public Sphere: Views on the Nordic Model* (s. 241–263). Berlin – Boston: De Gruyter.
- Majewski, J. (2010). *Religia, media, mitologia*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Malcolm, D. (2021). Post-Truth Society? An Eliasian Sociological Analysis of Knowledge in the 21st Century. *Sociology*, 55 (6), 1063–1079. <https://doi.org/10.1177/0038038521994039>.
- Malinowski, B. (2016). Jak Facebook zamyka nas w bańce informacyjne: Algorytm filtrujący neeewsfeed a zjawisko filter bubble. *Zarządzanie Mediami*, 4 (1), 15–22. <https://doi.org/10.4467/23540214ZM.15.002.5212>.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. Cambridge – London: The MIT Pres.
- Menchik, J. (2017). The Constructivist Approach to Religion and World Politics. *Comparative Politics*, 49 (4), 561–581. 10.5129/001041517821273035.
- Pool, E., Weng, E. (2021). Introduction: Religion on an Ordinary Day: An International Study of News Reporting. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 10, 165–178.
- Przecziszewski, M. (red.) (2012). *Kościół – stereotypy, uprzedzenia, manipulacje*. Lublin: Gaudium.
- Sierocki, R. (2018). *Praktykowanie religii w nowych mediach. Katolicka przestrzeń Facebooka*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Siuda, P. (2010). *Religia a internet: O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*. Warszawa: WAiP.
- Stachowska, E. (2020). Poland as a case study for some aspects of religion, mediation, and secularisation. *Człowiek i Społeczeństwo*, 41, 91–105. <https://doi.org/10.14746/cis.2016.41.5>.
- Szulich-Kałuża, J. (2018). Kreowanie wizerunku Kościoła katolickiego w dyskursie polskiej prasy. *Biuletyn Edukacji Medialnej*, 2, 69–81.
- Terlikowski, T.P. (2010). Kościół w (krzywym) zwierciadle mediów. *Studia Salvatoriana Polonica*, 4, 117–127.
- Wardle, C. (2017). *Fake news: It's complicated*. First Draft. <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>.
- Wasserman, S., Faust, K. (1994). *Social Network Analysis. Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.