

Od redaktora tomu

Zimowy numer „Com.press” poświęciliśmy przede wszystkim problematyce fake newsów. Temat jest ważny i aktualny, a rosnąca liczba fałszywych informacji w dyskursie medialnym i okołomedialnym prowokuje nie tylko do zadawania pytań o przyczyny, skutki i kontekst takiego stanu rzeczy, ale także do konkretnych działań. Naszej refleksji towarzyszy uruchomienie kolejnego serwisu fact-checkingowego, „Konkret 24”, stworzonego przez Grupę TVN, który zamierza weryfikować informacje internetowe. To dowód, że media wreszcie reagują, usiłując nas i siebie bronić przed zalewem fake newsów i postprawdy.

W niniejszym tomie zastanawiamy się, czy „fałszywki” to tylko nowe wcielenie starego problemu „kaczek dziennikarskich”, bylejałości, niechlujności, spotęgowane przez globalną, hipertekstową naturę nowych mediów oraz przybierającą na sile rywalizację ekonomiczną na globalnym rynku mediów, która wymusza pośpiech i motywuje do lekceważenia imperatywu szczególnej staranności w sprawdzaniu faktów? Czy też fake newsy to mało wyszukana, ale najwyraźniej skuteczna strategia i instrument prowadzenia walki politycznej, marketingu, public relations i propagandy w czasach aksjologicznej niepewności?

Numer otwiera artykuł zatytułowany *Fałszywe wiadomości – antydobra w ekosystemie informacji*, który problem fałszywych wiadomości łączy z rozwojem mediów społecznościowych i jednoczesnym brakiem

kompetencji informacyjnych i medialnych po stronie ich użytkowników. Zygmunt Bauman zauważył, że ludzie korzystają z mediów społecznościowych „nie po to, by się jednoczyć, nie po to, by poszerzać swoje horyzonty, lecz przeciwnie – aby utworzyć sobie pewną strefę komfortu, w której jedyną rzeczą, którą słyszą, jest echo własnego głosu, jedyną, jaką widzą – odbicie własnej twarzy”. Uwaga ta dotyczy także części mediosfery kwestionującej rzeczywistość, produkującej fałsz, który winien być traktowany jako antydobro, zarówno w wymiarze prywatnym, jak i publicznym.

„W czasach gdy znaczna część społeczeństwa odbiera i interioryzuje przekazy mediów, których nie tworzą profesjonalści, kontrola treści jest bardzo utrudniona” – napisałem w swoim artykule, apelując o rozpoczęcie dyskusji nad przywróceniem dziennikarstwu pierwotnych funkcji Habermasowskiej „dyskursywnej oczyszczalni”.

Dyskursywny śmietnik we współczesnych mediach jest doskonałą okazją do zaistnienia nowej fali populistycznych elit. Tworząc swoje strategie polityczne, korzystają z informacyjnego bałaganu. Tytus Ferenc w artykule *Fake news in the United Kingdom and the United States. A historical-conceptual sketch* dokonuje historycznej analizy kształtowania się takich programów działania. Jednym z wniosków, do których dochodzi autor, jest to, że pod pozorem walki z fałszywymi wiadomościami współczesne elity mogą budować społeczną akceptację dla ograniczania swobody

wypowiedzi. A może nawet wysublimowanych form neocenzury?

Mniej pesymistycznie patrzy na fake newsy Karolina Drabik. Jej artykuł *Pół żartem, pół fake newsem? Fikcyjne wiadomości jako narzędzie satyry na przykładzie działu kulturalnego serwisu „ASZdziennik”* podkreśla implikacje, jakie dla twórców i odbiorców niesie połączenie obu narracyjnych konwencji. Artykuł porusza kwestie parodiowanych przez ten portal gatunków dziennikarskich, proporcji fikcji i autentyzmu w tekstach, ich aktualności, wartości informacyjnej oraz publicystycznej, a także transparentności całej idei funkcjonowania serwisu.

Część tematyczną numeru zamyka sprawozdanie Pawła Nowaka z seminarium poświęconego wpływowi fake newsów na funkcjonowanie instytucji medialnych, które odbyło się w Krakowie w czerwcu 2018 r.

W dziale varia publikujemy dwa artykuły: *Wizerunek Rafała Blechacza w polskiej prasie – pianista i muzyka poważna w mediach* autorstwa Aleksandry Kowalskiej oraz *Przywracanie pamięci Barbarze Sadowskiej w reportażu Cezarego Łazarewicza „Żeby nie było śladów. Sprawa Grzegorza Przemyka”* napisany przez Sławomira Doległę.

Marek Chyliński