

## DYSKURS POLSKICH MEDIÓW ALTERNATYWNYCH JAKO SPOSÓB TWORZENIA POSTPRAWDY

### *The Language of Polish Alternative Media as a Way of Creating Post-truth*

**Keywords:** *media, post-truth, language, information, discourse*

**Contact:** *Uniwersytet Śląski w Katowicach; ewa.a.kozik@us.edu.pl*

### **Postprawda w nowych mediach**

Termin „postprawda“ został pierwszy raz użyty przez Steva Tesicha w 1992, następnie w 2004 wykorzystał go Ralph Keyes w swojej książce *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, gdzie zwrócił uwagę moment, gdy w latach 50. XX wieku pojawiła się telewizja. Wtedy przekazywane przez media informacje zaczęły być konstruowane w taki sposób, by odbiorcy nie musieli podejmować racjonalnej analizy przekazywanych treści, których z racji szybszego tempa przekazu, pojawiało się znacznie więcej niż wcześniej. Media masowego przekazu oferowały uproszczone, schematyczne informacje, które w rezultacie w mniejszym bądź większym stopniu zniekształcały rzeczywistość społeczną. Już nie racjonalność i wiedza stanowiły podstawę decyzji odbiorcy o tym, której informacji może on zaufać i za kim podążyć (na przykład podczas wyborów prezydenckich), ale sam sposób przekazywania danej treści. Odwoływał się on nie tylko do doświadczenia odbiorcy, ale również do jego przekonań, wyznawanych przez niego wartości oraz nierzadko również odczuć i emocji (Pawełczyk, Jakubowski 2017: 198). Postprawda w tym ujęciu występuje jako wykreowany przez media wyobrażenie o stanie życia społeczno-politycznego, który powstaje w wyniku określonego sposobu przekazywania informacji w mediach.

Sposób ten uzależniony jest od języka, jakim posługuje się dane medium. Inaczej będzie wyglądało to w przypadku krajowej, publicznej telewizji, inaczej zaś w przestrzeni wirtualnej, gdzie etnolingwiści mają szansę zaobserwować charakterystyczny dyskurs medialny, powstały w wyniku interakcji pomiędzy nadawcą a odbiorcą komunikatu. Dyskurs, będący zjawiskiem językowym, to inaczej „rozbudowane akty mowy i teksty pisane w relacji do ich kontekstów społecznych“ (Faiclough, Duszak 2008: 7), zaś jego analiza pozwala zbadać i określić, w jaki sposób

dyskurs odzwierciedla postawy, ogólne nastroje oraz tendencje swoich użytkowników. Umożliwia to koncepcja dyskursywnego obrazu świata opracowana przez Waldemara Czachura bazująca na wcześniejszej teorii językowego obrazu świata, według której język, myśl i rzeczywistość tworzą wzajemnie oddziałującą na siebie triadę, która oddaje nie tylko językowy sposób opisu rzeczywistości, ale również sposób postrzegania i myślenia członków danej społeczności (Grzegorzczak 2015: 7–10). Waldemar Czachur pisze o powszechnie akceptowanej wiedzy dystrybuowanej przez media oraz struktury władzy panujące w danej społeczności (Czachur 2011: 81). Przekazy medialne tworzą zbudowany przez różne rodzaje znaków, środki retoryczne oraz niewerbalne dyskurs, który konstruuje obraz świata.

Celem niniejszego tekstu jest opis sposobu przekazywania informacji dystrybuowanych w polskich mediach alternatywnych oraz wskazanie wpływu tychże przekazów na powstawanie stanu postprawdy wśród użytkowników omawianego dyskursu. Definicja mediów alternatywnych nastrocza tutaj niejakich trudności ze względu na to, że są one zawsze alternatywne względem czegoś. W tym przypadku krytycznej analizie dyskursu zostały poddane polskie media funkcjonujące w przestrzeni wirtualnej, będące alternatywą wobec mediów głównego nurtu, przekazujących oficjalnie przyjęte narracje, dystrybuowane przez państwowych ekspertów oraz systemy władzy. Analizie poddane zostały dane zebrane podczas badań netograficznych przeprowadzonych od 11 marca 2020 do 10 marca 2021 roku. Dane te dotyczą przede wszystkim wątków okołomedycznych, które ze względu na wybuch pandemii koronawirusa SARS-CoV-2 w 2019 roku, stały się dominującym tematem w dyskursie polskich mediów alternatywnych.

### **Polskie media alternatywne**

Jak zostało już zasygnalizowane, podstawowym celem mediów alternatywnych jest produkcja treści konkurencyjnych względem mediów głównego nurtu. Wszak nie jest to ich najważniejsza cecha, ponieważ w świetle niniejszych rozważań ważniejsza jest ich funkcja komunikacyjna. Komunikacja może być rozumiana jako siła sprawcza pomiędzy jednostkami a różnymi organizacjami społecznymi (Pielużek 2006: 215). Jednostki te, czyli odbiorcy alternatywnych mediów należą często do ściśle określonych subkultur, których członkowie podzielają określone wartości, a ich światopogląd jest do siebie co najmniej zbliżony. Jest to jedna z cech, która odróżnia media alternatywne głównego nurtu informacyjnego, który z reguły przekazuje zróżnicowane tematycznie treści bliżej nieokreślonymu odbiorcy, w ten sposób starając się dotrzeć do ogółu społeczeństwa. Celem oficjalnego, telewizyjnego programu informacyjnego jest

dotarcie do jak największego grona, bez względu na osobiste poglądy, wyznanie lub orientację polityczną potencjalnych odbiorców. Natomiast media alternatywne konstruują informacje z myślą o konkretnym profilu odbiorcy. Komunikują o problemach społecznych pozostając ponad wszelkimi partiami oraz organizacjami, funkcjonują jako niezależne, niskobudżetowe inicjatywy oddolne, tworzone przez nieprofesjonalnych dziennikarzy i reporterów (Pielużek 2006: 215–216). Tym, co dodatkowo je wyróżnia jest konkretny, ideologiczny cel ich powstania i funkcjonowania. Motywacją twórców mediów alternatywnych jest nie tylko przekazywanie informacji odbiorcom o określonym profilu światopoglądowym, ale również (a czasem przede wszystkim) potwierdzanie słuszności podzielanych poglądów i wartości, dążenie do ich wzmocnienia oraz poszerzania zasięgu w celu uzyskania nowych odbiorców, a co za tym idzie wzmocnienia i potwierdzenia słuszności postulowanych postaw, norm i wartości. Media alternatywne często mają charakter radykalny, gromadząc wśród swoich twórców i odbiorców osoby bardzo mocno przywiązane do określonych wartości i poglądów, jak i do wyznawanej religii oraz nieoficjalnej wersji niektórych wydarzeń historycznych. Według Helmutha Plessnera radykalizm „oznacza unicestwienie zastanej rzeczywistości w imię idei, która może być racjonalna lub irracjonalna, ale zawsze jest nieskończona (...). Wszystko, co konkretne pozwala jedynie przeczuć, jakie są jego części składowe; radykalizm chce je natomiast odseparować i z jednej uczynić twórczą zasadę tego, co konkretne“ (Plessner 2008: 12).

Niniejsza analiza opiera się na danych zebranych w jednym z najpopularniejszych polskich mediów alternatywnych, którym jest internetowa telewizja „wRealu24”<sup>1</sup>. Swój przekaz kieruje ona do konkretnego odbiorcy, którym jest Polak-patriota, katolik, otwarcie sprzeciwiający się aktualnie rządzącemu ugrupowaniu politycznemu, wykluczający wszelkie laickie nurty myślowe oraz lewicowe ugrupowania polityczne. Telewizja „wRealu24” powstała w 2014 roku w odpowiedzi na informacje pochodzące z mediów głównego nurtu dotyczące tzw. kryzysu uchodźczego. Jej celem było zwalczenie narracji zachęcającej polskie społeczeństwo do pomocy migrantom z Bliskiego Wschodu i Afryki Północnej. Na bazie tych wydarzeń telewizja ta zyskała szerokie grono odbiorców<sup>2</sup>, które systematycznie się mnoży. Tworzone i wyświetlane tam programy (głównie informacyjne oraz o charakterze talk-show) z biegiem czasu stają się coraz bardziej profesjonalne pod względem technicznym i coraz mocniej przypominają programy znane odbiorcy z oficjalnych kanałów telewizyjnych. Poruszana w nich tematyka zawsze dotyczy aktualnych

---

<sup>1</sup> Źródło: <https://wrealu24.tv/>; <https://www.youtube.com/channel/UCiwsDgj8mJnsGOr6oN-2OVQ> (dostęp: 2021-02-13).

<sup>2</sup> „wRealu24” nie udostępnia statystyk dotyczących ilości odbiorców przekazywanych treści, jednak na podstawie liczby wyświetleń na „YouTube” można szacować, że jest ich około miliona.

problemów społecznych, informacje przekazywane są z perspektywy Polaka-patrioty, pragnącego chronić swój kraj, swoją rodzinę oraz zdrowie przed szkodliwymi zewnętrznymi wpływami<sup>3</sup>, którymi według przyjętej wersji twórców „wRealu24“ w czasie pandemii koronawirusa okazują się być przede wszystkim medycy, wirusolodzy, epidemiolodzy oraz producenci szczepionek<sup>4</sup>.

### **Retoryka mediów alternatywnych**

Niemal od początku trwania pandemii SARS-CoV-2 telewizja „wRealu24“ wyrażała w swoich licznych programach wątpliwość w istnienie nowo powstałego wirusa wywołującego chorobę Covid-19. Narracja dziennikarzy tworzących owe medium przechodziła przez wiele etapów: od negacji jego występowania (od stycznia do kwietnia 2020 roku), poprzez bagatelizowanie niebezpieczeństwa epidemiologicznego (przez cały czas trwania badań) aż po kwestionowanie decyzji rządzących dotyczących konieczności noszenia masek ochronnych w miejscach publicznych, ograniczenia kontaktów społecznych oraz zalecenia zastosowania szczepionki przeciwko koronawirusowi (przede wszystkim od czerwca 2020 do marca 2021 roku). Pomimo braku konsekwencji dotyczącej sposobu informowania o pandemii w Polsce i na świecie (najpierw negowano istnienie wirusa, po czym zmieniono nastawienie wobec niego, głosząc, że koronawirus SARS-CoV-2 istnieje, jednak nie jest tak groźny, jak głoszą to media głównego nurtu), wszystkie wyróżnione etapy łączy nieufność względem informacji podawanych przez oficjalne media oraz struktury władzy, a także niemal całkowita negacja autorytetu nauki oraz samych naukowców, w szczególności zaś medyków, epidemiologów, wirusologów i producentów szczepionek.

Twórcy telewizji „wRealu24“ zdecydowali się szerzyć pogląd o ukrytym celu wybuchu „rzekomej“ ich zdaniem pandemii, natomiast model jej zwalczania oparty o reżim sanitarny, dystans społeczny oraz stosowanie szczepionek zinterpretowali jako strategię przejęcia kontroli nad społeczeństwem. Odpowiedzialnymi za obecny stan rzeczy uczyniono w ich wypowiedziach bliżej nieokreślone światowe elity, do których zaliczono między innymi decydentów państwowych (prezydentów, premierów, ministrów). W tym świetle telewizja „wRealu24“ wpisuje się w nurt teorii spiskowych, których głównym wyznacznikiem jest taka interpretacja zjawisk i zastanej sytuacji społecznej, która zakłada, że za wszelkimi wydarzeniami kryje się podstęp osób pragnących zdobyć władzę i kontrolę nad światem (Czech 2015: 13). Telewizja ta

---

<sup>3</sup> „wRealu24“ wskazuje na różne ugrupowania, instytucje oraz osoby, mogą nimi być ugrupowania rządzące, Unia Europejska, Federacja Rosyjska, muzułmanie, społeczność LGBT itp.

<sup>4</sup> Źródło: [https://www.youtube.com/watch?v=MDOSMTM\\_74s](https://www.youtube.com/watch?v=MDOSMTM_74s), (dostęp: 2021-01-25).

przekazuje takie informacje, które mają obudzić czujność widzów, skłonić do podważenia oficjalnie przyjętej narracji o pandemii oraz zachęcić do otwartego sprzeciwu wobec rządowych decyzji. W rezultacie odbiorcy „wRealu24” stanowią społeczność o charakterze kontestującym. W nurcie idei przekazywanej na tym kanale, czują się oni zobowiązani do kontynuowania misji uświadamiania społeczeństwa o kłamstwach naukowców i ekspertów, dla których walka z pandemią jest płaszczem przykrywającym szkodliwe społecznie zamiary.

Chcąc przekonać licznych odbiorców do danej wersji bieżących wydarzeń oraz swojej własnej opinii na ich temat, dziennikarze i reporterzy tworzący treści dla „wRealu24” używają specjalnej retoryki. Retoryka jest sztuką przekonywania o tym, co dana osoba uważa za prawdziwe, posługuje się znakami wyrażającymi emocje i sądy o rzeczywistości (Pisarek 2000: 214). Naturalnym wydaje się stosowanie retoryki w codziennych sytuacjach, takich jak na przykład targowanie się ze sprzedawcą jabłek, który żąda wygórowanej ceny za małe i kwaśne owoce, chcąc przekonać go, że cena powinna odpowiadać jakości. Retoryka stanowi na tyle ważny aspekt posługiwania się systemem językowym, że nie raz trudno jest przekazać jakikolwiek komunikat lub wyrazić sąd na temat danego zjawiska bez stosowania środków retorycznych. Przykładowo, targując się ze sprzedawcą jabłek pomocne będzie wspomnienie mu o niższej cenie widzianej u innego sprzedawcy za ten sam rodzaj owoców.

Czy stosowanie podobnych środków retorycznych, a więc mających przekonać do prezentowanego przez nas stanowiska, powinno być powszechne w dziennikarstwie? Najprawdopodobniej bez ich stosowania dziennikarstwo nie mogłoby w ogóle istnieć. Warunkiem istnienia każdego medium jest jego popularność wśród odbiorców, dlatego twórcy wszelkich programów informacyjnych, artykułów prasowych lub audycji radiowych muszą stale zastanawiać się, jak przekazać informacje, by odbiorca zwrócił uwagę na określone medium, poświęcił mu swój czas, by wysłuchać, przeczytać lub obejrzeć, a dodatkowo zrozumiał przekazywaną mu treść, zgodził się z nią i zapamiętał (Pisarek 2000: 218). Media głównego nurtu, o ile nie są kontrolowane przez struktury władzy, a istnieją jako mniej lub bardziej niezależne instytucje, ograniczają swoją retorykę do stosowania takich środków retorycznych, by możliwie uatrakcyjnić przekazywane treści, mające trafić do liczego i zróżnicowanego grona odbiorców. Retoryka dziennikarska oscyluje w tym przypadku wokół takiej selekcji informacji, która narzuca wybór tego, o czym społeczeństwo chce słuchać, przy czym stara się przekazywać treści zgodne z obiektywnymi faktami. Retoryka dziennikarska powinna więc przekonywać głównie do tego, by odbiorca chciał poświęcić swoją uwagę danemu medium.

Natomiast retoryka mediów alternatywnych jest zgoła odmienna, staje się retoryką *per se*, której celem jest przekonanie do tej wersji wydarzeń, którą głoszą niezależni, oddolni dziennikarze. W rezultacie środki retoryczne stosowane przez telewizję „wRealu24” są liczniejsze, bardziej dosadne, a ich stosowanie nie jest dyskretne ani subtelne. To oznacza, że odbiorca niezrzeszony ze wspólnotą, jaka utworzyła się wśród odbiorców tego kanału, bardzo szybko jest w stanie zrozumieć, że przekazywane mu treści mają funkcję kształtowania i uzasadniania poglądów, niejako narzucają pewien sposób bycia w świecie i nie są dedykowane każdemu.

Na początku każdego programu dziennikarze tworzący tą telewizję witają odbiorców słowami: „Dzień dobry, witamy w «wRealu24», propolskiej, oddolnej, niezależnej telewizji dla prawdziwych patriotów”<sup>5</sup>, co można odebrać jako komunikat, że osoby nie czujące się polskimi patriotami, nie muszą, a być może nawet nie powinni oglądać danego programu. Na temat samego sformułowania „prawdziwy patriota” i innych używanych w „wRealu24” określeń należy napisać osobny artykuł, dlatego nie będę rozwijać typu kwestii, zaznaczam jedynie, że tego rodzaju nawyki językowe i środki stylistyczne (w tym wypadku epitety stałe) stosowane przez dziennikarzy „wRealu24” są dowodem na instnienie wspomnianego wcześniej konkretnego profilu odbiorcy kanału „wRealu24”.

Jednym z najczęściej stosowanych środków retorycznych tego medium jest używanie języka potocznego, co oznacza, że poprawność językowa, prawidłowe stosowanie nazw własnych oraz specjalistycznych określeń nie jest priorytetem. Zamiast dyscypliny językowej oraz stylistycznej, dziennikarze „wRealu24” obficie stosują neologizmy, takie jak przykładowo: „covidoci” i „plandemia”<sup>6</sup>. Nie unikają również wulgaryzmów, używając ich z zamiarem wzmocnienia wypowiedzi. Znacznie częściej niż w mediach głównego nurtu decydują się na bezpośredni zwrot do odbiorcy, mieszając przy tym oficjalny styl wypowiedzi z poufałym, przykładowo: „*Szanowni Państwo*, to od *was* zależy, czy prawda wygra”<sup>7</sup>. Te i wiele innych środków językowych sprawiają, że przekazywane informacje odwołują się nie tylko do wiedzy, poglądów i codziennego doświadczenia odbiorców, ale również do emocji, które pełnią istotną rolę w procesie przetwarzania, akceptacji i utożsamiania się z otrzymanymi danymi. W rezultacie odbiorcy słysząc wezwanie do „walki o wolność”, „sprzeciwienia się

---

<sup>5</sup> Zob. np.: <https://www.facebook.com/TelewizjawRealu24/videos/158809489471395>, (dostęp: 2021-12-14).

<sup>6</sup> Zob. np.: <https://www.youtube.com/watch?v=eskujCTH0mE>, (dostęp: 2020-04-04).

<sup>7</sup> Zob. np.: <https://wrealu24.tv/na-zywo/szokujace-info-lekarzy-ws-testow-na-covid-jest-falszywa-s-i-r-o-pandemicznym-bezprawiu>, (dostęp: 2020-08-07).

nakazowi noszenia kagańców<sup>8</sup> oraz zachowania dystansu społecznego<sup>9</sup> czują się jeszcze mocniej zaangażowani w realizację misji inicjowanej przez twórców „wRealu24“

Według koncepcji językowego i dyskursywnego obrazu świata taki sposób przekazywania komunikatów kształtuje pewną rzeczywistość społeczną i narzuca jej odbiorcom obraz konstruowany według przesłania płynącego z informacji dystrybuowanych przez media. Kiedy do niniejszego dyskursu dodajemy retorykę odwołującą się do poglądów, wartości i emocji, z analizy wyłania się wizja kanału telewizji internetowej, który posiada potencjał i charakter oddolnego ruchu kontestującego ogólnie przyjętą, oficjalną narrację dotyczącą walki z pandemią. Tym samym wzywa on do walki z systemem, równocześnie podważając przyjęte normy zachowania i etyki dziennikarskiej.

Telewizja „wRealu24“ neguje autorytet nauki oraz naukowców, którzy w mediach głównego nurtu występują w roli ekspertów, a ich wiedza i doświadczenie mają stanowić dla ogółu społeczeństwa swoistą gwarancję bezpieczeństwa. Opiera się ona na zaufaniu do ekspertów z różnych dziedzin. Zaufanie to powinno polegać na przekonaniu, że eksperci wiedzą, co robią, a swoją wiedzę chcą wykorzystać dla dobra ogółu (Giddens 2012: 182–186). Dyskurs „wRealu24“ zdradza utratę zaufania do ekspertów i ich wiedzy. Poprzez podważenie nauki jako takiej i uznanie jej za systemową, odgórną metodę manipulacji społeczeństwem<sup>10</sup>, podważona zostaje również wiarygodność osób reprezentujących naukę, w tym przede wszystkim medycynę konwencjonalną. Dyskurs ten absolutyzuje wrażenia dotyczące jednej osoby lub jednego zjawiska na całokształt grupy, do której ona należy, dlatego w wyniku sukcesywnego zaprzeczania postanowieniom medyków i wirusologów, neguje się zasadność twierdzeń całego środowiska naukowego związanego z medycyną.

### **Dyskursywne tworzenie wspólnoty**

Ta krótka analiza niektórych elementów retoryki polskich mediów alternatywnych pozwala sformułować kilka wniosków, które zasługują na dalsze rozwinięcie w innych tekstach naukowych poświęconych niniejszej tematyce. Dyskurs zawsze wpływa na obraz świata swoich użytkowników, a w przypadku polskich mediów alternatywnych, w tym przypadku telewizji „wRealu24“ oddziaływanie to jest wzmacniane poprzez

---

<sup>8</sup> Czyli noszenia maseczek ochronnych, hamujących rozprzestrzenianie się wirusów.

<sup>9</sup> Zob. np.: <https://wrealu24.tv/film/pilne-czy-pis-wprowadzi-stan-wyjatkowy-czy-to-juz-dyktatura-s-michalkiewicz-wrealu> (dostęp: 2021-01-25).

<sup>10</sup> Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=68M8fMys7IQ>, (dostęp: 2021-01-25).

stosowanie specyficznych środków retorycznych. Wśród nich najmocniej na odbiorcę wpływa stosowanie prostego, powszechnie zrozumiałego języka potocznego oraz odwoływanie się do doświadczenia i wiedzy potocznej odbiorcy zamiast do skomplikowanych twierdzeń naukowych. Ogromne znaczenie zdaje się mieć również nawiązywanie psychicznej i emocjonalnej więzi z odbiorcą poprzez regularne odwoływanie się do podzielanych przez niego wartości i poglądów.

Wszystkie te elementy retoryki dziennikarzy „wRealu24” przyczyniają się do zaistnienia wśród odbiorców tej telewizji stanu postprawdy, świata informacji akceptowanych i przyjmowanych według własnego uznania, a nie w wyniku ścisłej analizy faktów. Stan postprawdy gwarantuje odbiorcom „wRealu24” poczucie orientacji w świecie, który podczas trwania pandemii koronawirusa SARS-CoV-2 diametralnie się zmienił.

Dodatkowo, stan postprawdy zawiera w sobie element, który dla współczesnego odbiorcy może wydawać się szczególnie atrakcyjny. Skoro postprawda zawiera w sobie komponenty odwołujące się do wspólnych wartości i generuje powstawanie określonych postaw społecznych, można założyć, że sprzyja ona tworzeniu się wspólnoty. Zapośredniczony przez internetowe komunikatory kontakt dziennikarzy „wRealu24” z widzami oraz stale powtarzające się zwroty do adresatów budują poczucie więzi oparte dodatkowo o poczucie wspólnoty doświadczania tych samych przeżyć, niepokojów, niesprawiedliwości oraz nadziei i radości. W tym świetle należy zadać pytanie: czy zgodnie z teorią dyskursywnego obrazu świata radykalne medium tworzy radykalną wspólnotę?

## Summary

This article presents a critical analysis of the discourse of Polish alternative media in the context of the SARS-CoV-2 coronavirus pandemic lasting from 2020. Materials taken from the Internet TV “wRealu24” were analyzed, on the basis of which it was shown how the rhetoric of alternative media contributes to the formation of the state of post-truth. In order to analyze the data collected in 2020 and 2021, the concept of the discursive worldview and the postmodern theory of Anthony Giddens were used. Issues such as the loss of confidence in medical specialists and scientists were raised. Linguistic mechanisms contributing to the creation and strengthening of the community of recipients of “wRealu24” were also indicated.



## Literatura

- Fairclough, N., Duszak, A.** Krytyczna analiza dyskursu – nowy obszar badawczy dla lingwistyki i nauk społecznych. In: Duszak, A. Fairclough N. (eds.) *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*. Kraków: Universitas, 2008.
- Czachur, W.** *Dyskursywny obraz świata. Kilka refleksji*. „Tekst i dyskurs”. 2011 (4), s. 79–97.
- Czech, F.** *Spiskowe narracje i metanarracje*. Kraków: Nomos, 2015.
- Giddens, A.** *Nowoczesność i tożsamość*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA, 2001.
- Grzegorzczkova, R.** Co to jest językowy obraz świata i dlaczego warto go badać. In: Dubisz, S. (ed.) *Poradnik językowy*. Warszawa: Elipsa, 2015, s. 7–13.
- Pawelczyk, P., Jakubowski, J.** Postprawda i nowe media. Czy potrzebujemy postprawdy? *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, 2017 (1/197). Dostęp z: <https://doi.org/10.14746/ssp.2017.1.11> (2020-12-13).
- Pielużek, M.** Teorie radykalnych mediów alternatywnych Radykalne media alternatywne – modele Downinga i Attona. In: Graszewicz, M. Jastrzebski J. (ed.) *Teorie komunikacji i mediów*. Tom 3, Wrocław: Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, 2010, s. 215–228.
- Pisarek, W.** Podstawy retoryki dziennikarskiej. In: Bauer, Z. Chudziński, E. (eds.) *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków: Universitas, 2000, s. 214–231.
- Plessner, H.** *Granice wspólnoty. Krytyka radykalizmu społecznego*. Warszawa: Oficyna Naukowa, 2008.

## Źródła internetowe

- Dostępne z: <https://wrealu24.tv/>; <https://www.youtube.com/channel/UCiwsDgj8mJnsGOr6oN-2OVQ> (2021-02-13).
- Dostępne z: [https://www.youtube.com/watch?v=MDOSMTM\\_74s](https://www.youtube.com/watch?v=MDOSMTM_74s) (2021-01-25).
- Dostępne z <https://www.facebook.com/TelewizjawRealu24/videos/158809489471395> (2020-12-14).
- Dostępne z <https://www.youtube.com/watch?v=eskujCTH0mE> (2020-04-04).

Ewa KOZIK

Dyskurs polskich mediów alternatywnych jako sposób tworzenia postprawdy

Dostępne z <https://wrealu24.tv/na-zywo/szokujace-info-lekarzy-ws-testow-na-covid-jest-falszywa-s-i-r-o-pandemicznym-bezprawiu> (2020-08-07).

Dostępne z.: <https://wrealu24.tv/film/pilne-czy-pis-wprowadzi-stan-wyjatkowy-czy-to-juz-dyktatura-s-michalkiewicz-wrealu> (2021-01-25).

Dostępne z: <https://www.youtube.com/watch?v=68M8fMys7IQ> (2021-01-25).



The article is accessible in open access mode under licence CC BY-NC-ND Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0