

# **O „prawdach” w czasach postprawdy**

**Perspektywa komunikologiczna**



**Eliza Grzelak**

# **O „prawdach” w czasach postprawdy**

**Perspektywa komunikologiczna**



**Poznań 2019**

Projekt okładki:  
Wydawnictwo Rys

Recenzja:  
prof. dr hab. Bogdan Walczak

Redakcja:  
Agnieszka Krygier-Łączkowska

Copyright by:  
Eliza Grzelak and Wydawnictwo Rys

Wydanie I  
Poznań 2019

**ISBN 978-83-65483-75-1**

Wydanie:



Wydawnictwo Rys  
Dąbrówka, ul. Kolejowa 41  
62-070 Dopiewo  
tel. 600 44 55 80  
e-mail: [rysstudio@o2.pl](mailto:rysstudio@o2.pl)  
[www.wydawnictworys.com](http://www.wydawnictworys.com)

# Spis treści

Wprowadzenie .....	9
1 Przedmiot i zakres badań .....	11
1.1. Determinizm technologiczny relacji interpersonalnych.....	13
1.2. Rezygnacja z prawdy – konsekwencja determinizmu technologicznego.....	18
1.3. Wielość prawd.....	20
1.4. Prawda, kłamstwo, postprawda – struktura przekazu .....	21
2. Problematyka i cel badań.....	23
3. Metody badań .....	24
4. Stan badań.....	29
Rozważania .....	35
1. Od prawdy do postprawdy .....	37
1.1. Prawda.....	37
1.1.1. Definicje prawdy.....	37
1.1.2. Leksem „prawda” .....	40
1.1.3. Prawda a prawdomówność.....	44
1.2. Kłamstwo .....	47
1.2.1. Strategia kłamstwa .....	47
1.2.2. Leksem „kłamstwo”.....	49
1.3. Granice między prawdą a kłamstwem.....	51
1.3.1. Weryfikowalność zgodności przekazu ze stanem faktycznym .....	51
1.3.2. Niedopowiedzenie, dwuznaczność .....	57
1.3.3. Przemilczenie .....	66
1.4. Postprawda .....	68
1.4.1. Geneza pojęcia „postprawda” .....	68
1.4.2. Postprawda a kłamstwo.....	69
Konkluzja .....	72
2. Relatywizacja prawdy .....	77
2.1. Białe kłamstwo .....	77
2.2. Przywilej terapeutyczny .....	80
2.3. Kłamstwa zgodne z prawem .....	89
2.4. Kłamstwo konieczne w Kościele .....	92
Konkluzja .....	98

3.	Między pozorem a prawdą .....	103
3.1.	Ironia – interdyscyplinarna perspektywa badań .....	103
3.2.	Ironia, autoironia, sarkazm – dotychczasowe próby definiowania ..	105
3.3.	Antynomia dyskursu ironicznego – stopień jawności przekazu ..	107
3.4.	Ironia, autoironia, sarkazm – gra interpretacyjna .....	109
3.5.	Gra między pozorem a prawdą w przestrzeni wirtualnej .....	115
	Konkluzja .....	121
4.	Kreacje prawd .....	125
4.1.	Prawda magiczna – kreacja prawdy w reklamie .....	125
4.1.1.	Przeobrażenia funkcjonalne reklam – od tekstu informacyjnego do przekazu magicznego.....	126
4.1.2.	Techniki przekonywania we współczesnej reklamie – prawda (naukowa) na usługach magii.....	130
	Konkluzja .....	144
4.2.	Prawda użyteczna – kreacja prawdy w polskim dyskursie parlamentarnym .....	145
4.2.1.	Pojęcia „polityka”, „polityk” – perspektywa aksjologiczna...	145
4.2.2.	Inicjowanie prawd politycznych .....	158
4.2.3.	Wielość prawd politycznych .....	162
	Konkluzja .....	190
4.3.	Prawda oczywista (dogmatyczna) – kreacja prawdy w nieoficjalnej debacie elektronicznej .....	192
4.3.1.	Web 2 a prawda.....	192
4.3.2.	Prawda a przekonania uczestników debaty.....	194
4.3.3.	Prawda a oczekiwania i emocje uczestników debaty.....	197
4.3.4.	Prawda a oczywistość w debacie elektronicznej.....	206
4.3.5.	Łańcuch prawd w przekazie elektronicznym.....	209
	Konkluzja .....	210
4.4.	Prawda emocjonalna – kreacja prawdy wspólnotowej.....	210
4.4.1.	Mity założycielskie – źródło prawdy emocjonalnej.....	211
4.4.2.	Dialog pokoleniowy w spolaryzowanych wspólnotach – dziedziczenie emocjonalnych prawd plemiennych.....	223
4.4.3.	Aksjologiczne identyfikatory wspólnotowe .....	236
4.4.4.	Od prawdy „lajt” do prawdy „hard” .....	247
	Konkluzja .....	254
5.	Poszukiwanie prawdy dowiedzionej .....	259
5.1.	Przełom aksjologiczny .....	259
5.2.	Prawda, prawdomówność, fałsz, kłamstwo – z perspektywy badań naukowych .....	260
5.3.	Prawda – cel nauki .....	262

5.4. Koncepcje prawdy a naukowe dochodzenie do prawdy .....	263
5.5. Drogowskazy na drodze do naukowej prawdy.....	270
5.6. Subiektywne bariery, utrudniające dotarcie do prawdy naukowej....	271
5.7. Obiektywne bariery, utrudniające dotarcie do prawdy naukowej...	277
5.8. Prawda naukowa w debacie zewnętrznej .....	279
Konkluzja .....	283
Podsumowanie .....	285
Summary .....	299
Spis cytowanych prac .....	309
Literatura przedmiotowa .....	309
Słowniki .....	309
Encyklopedie .....	309
Monografie i artykuły .....	309
Omówienia publicystyczne .....	319
Literatura podmiotowa – źródła .....	319