

**ks. Maciej Radej**

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

ORCID: 0000-0002-0127-7875

## **Ujawnianie i przekazywanie prawdy w mediach**

### **Streszczenie**

W artykule podjęto problematykę ujawniania i przekazywania prawdy w mediosferze, ujmowanej jako złożone środowisko komunikacyjne kształtowane zarówno przez treść, jak i formę przekazu. Przyjęto tezę, że współczesna mediosfera sprzyja ujawnianiu prawdy, jednak warunkowane jest to czynnikami etycznymi, poznawczymi i kulturowymi. Celem pracy jest analiza determinant komunikowania prawdy, specyfiki jej ujawniania w mediach oraz roli dyskrecji w ochronie podmiotowości jednostki w przestrzeni cyfrowej. Krytycznej analizie poddano literaturę dotyczącą prawdy w wymiarze ontologiczno-poznawczym. Wyniki wskazują, że prawda stanowi fundamentalne kryterium jakości komunikacji medialnej, porządkując chaos informacyjny i warunkując transparentność oraz odpowiedzialność przekazu. Jednocześnie podkreślono personalistyczny wymiar komunikacji, w którym przekazywanie prawdy wiąże się z ujawnianiem samego nadawcy. Wskazano także na konieczność zachowania równowagi między ujawnianiem a ochroną informacji, uzasadniając istnienie sytuacji, w których nieuprawnione przekazywanie prawdy, może naruszać dobro osoby. Wnioski podkreślają znaczenie etycznych standardów komunikacji w kontekście współczesnych zagrożeń, takich jak dezinformacja czy manipulacja medialna. Prawda jawi się jako kluczowy czynnik budowania ładu poznawczego oraz kultury komunikacyjnej opartej na szacunku i odpowiedzialności.

**Słowa kluczowe:** media, prawda, głębia prawdy, dyskrecja, przekaz, komunikacja, relacje społeczne.

### **The Disclosure and Communication of Truth in the Media**

#### **Abstract**

This article addresses the issue of revealing and communicating truth in the media sphere, defined as a complex communication environment shaped by both the content and form of the message. The thesis is that the contemporary media sphere favors the disclosure of truth, but this is conditioned by ethical, cognitive, and cultural factors. The aim of the work is to analyze the determinants of truth communication, the specific nature of its disclosure in the media, and the role of discretion in protecting individual subjectivity in the digital space. Literature on truth from an ontological and cognitive perspective is critically analyzed. The results indicate that truth is a fundamental criterion for the quality of media communication, bringing order to information chaos and determining the transparency and accountability of the message. At the same time, the personalistic dimension of communication is emphasized, in which communicating truth involves revealing the sender. The necessity of maintaining a balance between disclosure

and protection of information is also emphasized, justifying the existence of situations in which unauthorized disclosure of truth can violate a person's well-being. The conclusions emphasize the importance of ethical standards of communication in the context of contemporary threats such as disinformation and media manipulation. Truth appears to be a key factor in building cognitive order and a communication culture based on respect and responsibility.

**Keywords:** media, truth, depth of truth, discretion, message, communication, social relations.

## Wprowadzenie

We współczesnym świecie przekaz informacji należy rozpatrywać w wielu twórczych konfiguracjach i strukturach. Chodzi nie tylko o treść, lecz także o środek przekazu i matrycę kulturową mediosfery. Wybitny teoretyk komunikacji Marshall McLuhan słusznie stwierdził, że *środek przekazu sam jest przekazem*, zwracając tym samym uwagę, że ów środek przekazu kształtuje i kontroluje skalę oraz formę stosunków czy działań międzyludzkich. Efektem tego jest „zaangażowanie w głąb”<sup>1</sup>. Niewątpliwie należy widzieć osobę ludzką jako komunikatora przekazu, ale także jako odbiorcę komunikatów. Szczególnie w obecnym czasie niezbędnym wymaganiem są *etyczne środki przekazu*. Ludzka aktywność w sieci jest bezpośrednio związana z prawdą, tzn. z jej przekazem, a także jej przekazywaniem. Profilem nadawców i odbiorców komunikacji powinna być prawda, z którą związane są aktywności ujawniania bądź jej zakrywania przed osobami, które nie mają do niej prawa. Przekazywanie prawdy ściśle wiąże się z komunikowaniem, czyli stwierdzeniem jej istnienia. Jeśli bowiem prawda nie została ujawniona, to wcale nie znaczy, że jej nie ma. Jakość mediów i komunikacji zależy głównie od przekazywania prawdy. Przeprowadzone analizy mają na celu zaprezentowanie kwestii związanych z ujawnianiem i przekazywaniem prawdy w mediach, oraz ukazaniem transparentności, odpowiedzialności i etyczności w komunikacji medialnej, której nie można osiągnąć pomijając prawdę.

Założeniem wyjściowym jest teza, że mediosfera pozostaje istotnym narzędziem ujawniania i upowszechniania prawdy dzięki możliwości szybkiego obiegu informacji i społecznej weryfikacji faktów, pomimo obecności zjawisk dezinformacyjnych. Główne pytania badawcze dotyczą następujących zagadnień: jakie czynniki determinują osobę w komunikowaniu prawdy, czym jest przekaz jako droga w głąb prawdy, jaka jest specyfika ujawniania prawdy w środkach komunikacji, na ile i w jaki sposób dyskrecja w komunikowaniu prawdy chroni osobę w świecie online. Główną metodą, którą wykorzystano na potrzeby powstania tego tekstu była analiza porównawcza.

Tekst stanowi bazę teoretyczną dla dalszych opracowań teoretyczno-empirycznych w zakresie badania ujawniania i przekazywania prawdy zwłaszcza w mediach społecznościowych. Do opracowania tego zagadnienia wybrano teksty autorów, którzy analizowali wątek prawdy w wymiarze ontologiczno-poznawczym. Krytyczne spojrzenie

---

<sup>1</sup> M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, przekł. N. Szczucka, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004, s. 40–41.

pozwoli zwrócić uwagę na istotne wątki, które w komunikacji społecznej doceniają prawdę i przyczyniają się do budowania kultury pełnej szacunku dla podmiotowego traktowania użytkowników oraz wymiany między nimi wartości.

## Przekaz związany z osobą

*Słownik języka polskiego* objaśnia termin «przekazywać» w znaczeniu daru, czyli „powierzenia komuś czegoś”. Uczynić kogoś dysponentem prawdy, to nie tylko udzielić komuś do niej dostępu, ale nade wszystko uczynić z osoby powiernika i opiekuna prawdy. Ta forma interpretacji wskazuje na istotną dyspozycję osoby do przekazywania czegoś *od siebie* w mediach, drugie zaś znaczenie terminu „powtórzyć komuś jakąś informację, czyjeś polecenie, słowa”<sup>2</sup> odnosi się do dyspozycji przekazywania czegoś *od kogoś*. Poza tym, że człowiek jest w posiadaniu prawdy, to zasadnicze pytanie, które nasuwa się w związku z tym, dotyczy kwestii, od kogo tę prawdę otrzymał. Zatem każdy użytkownik mediów sam przekazuje prawdę i spełnia rolę jej przekaźnika w mediosferze. Znaczenie trzecie: «wysłać jakiś bodziec, sygnał, impuls do jakiegoś urządzenia, narządu itp.» kieruje użytkowników ku działaniu. Pokazuje także obecność i życie prawdy poza samym człowiekiem. Przekaz dokonuje się zatem w dwóch wymiarach: bezpośrednio, czyli autonomicznie z racji na samą prawdę oraz pośrednio, to znaczy za pomocą środków przekazu. Człowiek także jako środek przekazu może nadawać i otrzymywać treści doręczane od siebie oraz dostarczane od innych. W dynamicznym procesie przekazywania prawdy ukazany jest sam sposób autonomicznej aktywności prawdy w środowisku mediosfery, ale także zostaje doceniona rola odbiorców i nadawców, którzy udostępniają i przesyłają prawdę wyświetlaną na ekranach urządzeń technicznych.

Nie bez znaczenia pozostaje fakt prezentowania prawdy przez jednostki w relacji do sensu, intencji, motywu i celu. Zjawisko to wywołuje potrzebę uważności. Zwrócenia uwagi odbiorców na rzeczowe używanie słów, znaków, symboli, obrazów w ich właściwym znaczeniu. Przekaz powinien być skupiony na prawdzie, to znaczy powinna być poświęcona mu cała atencja (łac. *attentio*), czyli pełna uwaga. Aby dokonało się w aktywności użytkowników odpowiednie nastawienie do przekazywania prawdy, uprzednio należałoby przez alians instytucji medialnych oraz stosowną edukację przygotować adresatów, to znaczy uwrażliwić na kwestie, wobec czego powinni przejawiać uwagę w mediach, aby ich postawy były synchroniczne względem wartości. Uważność wobec prawdy, wobec tego, co ma sens samo w sobie, jest czymś innym niż uwaga poświęcona temu, co jest satysfakcjonujące. Prawda jest czymś więcej niż przekazywaniem i dostarczaniem przyjemności bądź zadowolenia z czegoś. Przekaz prawdy jest jak zapis muzyczny, który rozumie tylko ten, komu muzyka gra w sercu. Nie wystarczy umiejętność czytania bądź grania z nut. Człowiek zestrojony z prawdą,

<sup>2</sup> *Słownik języka polskiego, przekazywać*, link: <https://sjp.pwn.pl/slowniki/przekazywa%C4%87.html> (dostęp: 16.04.2025).

będący z nią w harmonii czerpie z niej siłę i natchnienia do życia. Prawda i człowiek są tym samym. Przekazując innym prawdę, człowiek przekazuje innym siebie. W tym wymiarze przekaz zawsze staje się świadectwem.

Niemiecki duchowny ewangelicki i działacz antynazistowski prof. Dietrich Bonhoeffer (1905–1945) szczególnie dużo uwagi poświęcił sprawom dotyczącym problemu przekazywania prawdy. Zauważył, że mówienie prawdy zmienia swoje znaczenie za każdym razem, gdy modyfikuje się kontekst życia. Trzeba wziąć pod uwagę także język, który jest zmienny i modyfikuje się stosownie do warunków i podmiotów, które wchodzą w relację. Dramatyzm przekazywania, ale także niemówienia prawdy, dotyczy problemu, aby jej ogromna wartość nie stała się dla opinii publicznej jedynie rzeczywistością „tanią” (w znaczeniu, bez wartości, niewymagającą). Przekazywać prawdę znaczy być świadomym konieczności zapłacenia za nią «ceny etycznej» w każdych okolicznościach. Na takim fundamencie osoby mogą być autoryzowane do rozróżnienia między autentycznością a nieautentycznością. Jest pewna cena funkcjonowania w mediosferze, którą aktywni uczestnicy muszą zapłacić w obliczu osobistej odpowiedzialności jako świadków<sup>3</sup>. Prawdziwość i prawdomówność w mediach wpływają bowiem na strategie komunikacyjne służące przekazywaniu rzetelnych informacji i budowaniu wiarygodności<sup>4</sup>.

Prawdziwe artykuły, reportaże, felietony, komentarze, recenzje czy eseje nie mogą skupiać się wyłącznie na montażu materiałów, lecz mają przyglądać się zjawiskom, właściwie je oceniać i klasyfikować. Prawda jest ukierunkowana na budowanie, przekonywanie i pobudzanie do szukania istoty zdarzeń. Stanowi rzetelne kryterium definiowania wypowiedzi prasowych, radiowych, telewizyjnych czy portali internetowych. W jasny i przejrzysty sposób przyczynia się do kształtowania wyrazistości prezentowanych treści. Przekaz prawdy jest warunkiem *sine qua non* istnienia wolnych i prawdziwych mediów. Wyklucza świadome wprowadzanie użytkowników w błąd, manipulowanie przekazem i stosowanie technik sprzecznych z interesem jednostki. Doceniając godność osoby ludzkiej, oraz dbając o jej naturalne otoczenie w mediosferze, zarówno sposób przekazywania prawdy, jak i jej zgodność z dostarczonymi treściami są niezmiennie wartością wyczekiwaną przez odbiorców.

Zgodnie z przesłaniem wybitnego kanadyjskiego rzeźbiarza Waltera Seymoura Allwarda (1874–1955), który dla upamiętnienia wynalezienia telefonu przez Alexandra Grahama Bella (1847–1922) zaprojektował jeden z najznakomitszych pomników monumentalnych, należy stwierdzić, że przekaz jest niezbędnym elementem komunikacji społecznej. Ludzkość, która w erze mediów otrzymała nowe narzędzia przekazu, stoi przed zadaniem, aby ocalić od zapomnienia treści prawdziwe<sup>5</sup>. Obawy związane z prze-

<sup>3</sup> G.L. Müller, *Bonhoeffer Dietrich* [w:] *Dizionario di Omiletica*, a cura di M. Sodi-A.M. Triacca, Elledici-Velaz, Torino–Bergamo 1998, s. 204.

<sup>4</sup> B. Schirmacher, N. Mousavi, *Preface* [w:] *Truth Claims Across Media*, red. B. Schirmacher, N. Mousavi, Springer Nature Switzerland AG, Cham 2024, s. v.

<sup>5</sup> A.J. Whitaker, *Bell Telephone Memorial and Bell Homestead Brantford Canada*, Bell Homestead Committee, Brantford (Ontario) 1944, s. 16. Ukończenie dzieła pierwotnie było zaplanowane na rok 1912. Ze względu na Wielką Wojnę i niekorzystną sytuację geopolityczną,

kazywaniem prawdy w mediach są uzasadnione. Amerykański dziennikarz oraz autor książek i artykułów na temat kultury, technologii i biznesu Nicholas G. Carr (ur. 1959) słusznie zauważył, że: „w «przeszłości», gdy człowiek czytał długie teksty, jego mózg był nagradzany umiejętnością utrzymania uwagi, skupieniem, zapamiętaniem dużej ilości treści, a przede wszystkim umiejętnością krytycznej analizy treści – nagradzany był rzetelną wiedzą. W przypadku internetu tego brakuje. W sieci odbiorca jest narażony na ciągłe rozproszenie (linki, zdjęcia, reklamy) i co istotne odbiorca jest nagradzany właśnie za uleganie temu rozproszeniu (nowymi treściami, zdjęciami itd.) «doświadczamy właśnie – mówiąc metaforycznie – odwrócenia intelektualnej ewolucji naszego gatunku. Z czcicieli wiedzy i mądrości jako przymiotu ściśle związanego z osobowością wracamy do czasów, gdy byliśmy myśliwymi i zbieraczami w elektronicznym lesie, pełnym informacji»”<sup>6</sup>.

## Przekaz jako droga w głąb prawdy

Sam przekaz prawdy winien być bez afektacji, aby zachował wolność od jakiegokolwiek udawania i zmierzał bezpośrednio do jasnego przedstawienia rzeczy. Prawda bowiem narzuca sobie ekspresyjną nagość. Profesor Uniwersytetu w Turynie, Francesco Trisoglio (FSC), zauważa, że staje się ona zrozumiała, ponieważ wyraża całą swoją siłę w sobie samej, a opis zdarzeń koncentruje się na przedstawieniu rzeczy takimi jakimi są<sup>7</sup>. Będące w powszechnym użyciu określenie «naga prawda» (*łac. nuda veritas*) oznacza ukazywanie prawdy, bez zbędnych dodatków. Nakładanie na prawdę szat ludzkiego języka jest właściwością osoby, ale nie prawdy, która pozostaje jawna przed sobą, nawet jeżeli jest zakryta. Prawda nie wymaga, aby w cokolwiek ją ubierano, coś do niej dodawano, ponieważ sama w sobie jest także szatą wszystkich faktów.

Według jednego z najbardziej wpływowych myślicieli XX wieku, niemieckiego filozofa i teologa Paula Tillicha (1886–1965) przekaz należy osadzić w pojęciach «głęboki» i «głębia» oraz «gruntowny, unikliwy i dociekliwy». Słowu «głęboki» przeciwstawia dwa słowa «płytki» oraz «wysoki». Prawda jest głęboka, a nie płytka.

a także związane z tym opóźnienia w transporcie dostaw materiałów odsłonięcie pomnika „Bell Telephone” odbyło się dopiero 24 października 1917 roku. Odsłonięcia dokonał Victor Christian William Cavendish, 9. książę Devonshire (1868–1938), ówczesny gubernator generalny Kanady. Dzieło stanowi doskonałą alegorię dla współczesnych nowych mediów. Użytkownicy wyposażeni w nowe technologie i nowe narzędzia techniczne stoją wobec faktu przekazywanych treści, a także sami są ich autorami. Akt wysyłania i odbierania komunikatów ma ogromne znaczenie dla kolportowania danych. Wskazuje na niewidzialną nić historii łączącą wszystkie pokolenia, a także współcześnie żyjące na świecie osoby. Nie może zatem zabraknąć dialogu pomiędzy osiągnięciami pokoleń a nowymi zdobyczami współczesnych cywilizacji. Przekaz prawdy w mediosferze jest zatem koniecznością jej użytkowników.

<sup>6</sup> N. Carr, *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, W.W. Norton & Company, New York 2010, s. 224.

<sup>7</sup> F. Trisoglio, *Basilio di Cesarea* [w:] *Dizionario di Omiletica...*, s. 172. Francesco Trisoglio jest autorem ok. 180 prac naukowych i artykułów opublikowanych w czasopismach międzynarodowych.

To, co powierzchowne przynosi człowiekowi jedynie rozczarowanie. Zauważa, że nie może być żadnej głębi bez drogi, która do niej prowadzi. Prawda bez drogi prowadzi tylko do powierzchni rzeczy. Większość wszystkich spraw rozgrywa się na powierzchni przekazu<sup>8</sup>. Rutyna powoduje, że „bardziej jesteśmy pchani i unoszeni przez życie, aniżeli nim sami sterujemy. [...] Jesteśmy w nieustannym ruchu i nigdy nie zatrzymujemy się, by natknąć się na głębię. Mówimy i plotkujemy, i nigdy nie słyszymy głosów, które mówią do naszej głębi i z naszej głębi [...], mijamy się z głębią i naszym prawdziwym życiem”<sup>9</sup>. Przekaz, o którym mówi autor, wymaga wejścia w głębszą warstwę słuchanej bądź mówionej treści, obrazu, tekstu czy dźwięku. Pomocą może być nowa forma metody zwanej „psychologią głębi”<sup>10</sup> prowadząca od powierzchni poznania do warstw, gdzie rozgrywa się istota rzeczy.

Tillich koncentruje uwagę badawczą na efekcie «przekazu głębi», którego wynikiem jest swego rodzaju zapomnienie tego, co płytkie w informacjach. Odbiorcy danych czy komunikatów nie mogą bowiem już nazywać ani mówić, że to, co płytkie jest głębią. Kto wie o głębi, ten wie o Prawdzie<sup>11</sup>. Doskonalsze środki i narzędzia przekazu powinny zatem otwierać drzwi prowadzące do głębi prawdy, a nie wytwarzać preteksty i większy opór dla unikania drogi w głąb. „Znakiem rozpoznawalnym rzeczywistej głębi jest jej prostota. [...] Unika się prawdy nie dlatego, ponieważ jest ona za trudna, lecz dlatego, że jest ona zbyt niewygodna! Nie mieszajmy zatem ze sobą przemądrzałych rzeczy z głębokimi rzeczami życia”<sup>12</sup>. Prostota medialnego przekazu nie powinna zatem utrudniać bądź komplikować poznania głębi ani powodować trudności w jej zrozumieniu. Wręcz przeciwnie. Media muszą sprostać głębi przekazywanej prawdy i wytrwać w niej, pełniąc swoją misję. Przekaz prowadzący do głębszych rzeczy wyprowadza uczestników komunikacji z «powierzchownej gadaniny» do aktywnego myślenia i dynamicznego działania w obszarze komunikacji. Założeniem «przekazu wysokiego» według Tillich’a jest dążenie do prezentowania i dystrybucji danych mających dużą wartość i znaczenie. Ponadto istotną kwestią jest intensywność, czyli natężenie przekazu głębokiego wraz z jego szlachetnością. Głęboki przekaz prawdy winien służyć wzmocnieniu więzi nie tylko pojedynczych osób, lecz także całej społeczności mediosfery<sup>13</sup>.

<sup>8</sup> P. Tillich, *Prawda jest w głębi*, przekł. J.A. Łata, Wydawnictwo Wrocławskiej Księgarni Archidiecezjalnej, Wrocław–Oleśnica 1996, s. 55.

<sup>9</sup> *Ibidem*, s. 56.

<sup>10</sup> Autorem terminu *psychologia głębi* jest psychiatra, psycholog i naukowiec Carl Gustav Jung (1875–1961).

<sup>11</sup> P. Tillich, *Prawda jest w głębi...*, s. 57. „Strumień codziennych informacji, fale codziennej propagandy, potoki konwencji i sensacji biorą naszego ducha w niewolę. Hałas tych płytkich wód, przeszkadza nam w posłyszeniu tonów wypływających z głębi tego, co wydarza się w gruncie naszej społecznej i wspólnotowej struktury”.

<sup>12</sup> *Ibidem*, s. 59.

<sup>13</sup> *Ibidem*, s. 57.

## Okoliczności, w których można w mediach nie przekazywać prawdy

Wybitny intelektualista, papież Benedykt XVI (1927–2022) stwierdził, że „prawda oznacza coś więcej niż wiedza – celem poznania prawdy jest poznanie dobra. Taki jest też sens pytania postawionego przez Sokratesa: Jakież to dobro czyni nas prawdziwymi? Prawda sprawia, że stajemy się dobrzy, a dobro jest prawdziwe”<sup>14</sup>. Otóż, sens tej wypowiedzi ukazuje relacyjność prawdy względem innych wartości. Dobra prawdy jest wyznacznikiem działań i wypowiedzi w mediosferze, a także – co ważne – zawsze podlega kryteriom oceny moralnej. Aktywność uczestników komunikacji nie oznacza zatem, że w środkach społecznego przekazu nie istnieje warunek pozwalający, aby prawdę pozostawić w ukryciu. „Prawdę można przekazać tylko temu, kto ma prawo do tego, by jej doświadczyć, oraz wystarczającą siłę, by ją unieść. Wypowiadać treści fałszywe, aby w ten sposób ochronić kogoś moralnie lub fizycznie, to nie to samo, co kłamać”<sup>15</sup>. Prof. Leszek Kołakowski (1927–2009) stwierdza, że zdarzają się sytuacje, w których tego typu wypowiedzi są uzasadnione, szczególnie gdy prawda jest zatajona z uwagi na bezpieczeństwo i ochronę jednostki, społeczności czy kraju<sup>16</sup>. Filozof, analizując świat przyrody, znajduje uzasadnienie dla zatajenia prawdy ze względu na ochronę istniejącego dobra. Uzasadnia własną wypowiedź przykładem z lat okupacji. Jeżeli zdarzyła się sytuacja, gdzie do domu, w którym ukrywano Żyda przychodzili niemieccy żandarmi, z pytaniem, czy nie ma w mieszkaniu Żyda, to w imię dobra osoby, w imię ratowania życia, należało korzystać z «prawa restrykcji mentalnej»<sup>17</sup>. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, że osoba, która otrzymywała pytanie, przez udzielenie odpowiedzi mogła narazić się na aresztowanie, obóz koncentracyjny czy śmierć<sup>18</sup>. „Według Tory nie ma nic ważniejszego niż zachowanie ludzkiego życia... Jeśli istnieje choćby najmniejsza możliwość, że czyjeś życie może być zagrożone, to można lekceważyć każdy zakaz Prawa”<sup>19</sup>. Należy raczej poświęcić prawdę ze względu na człowieka,

<sup>14</sup> Benedykt XVI, *Poznanie prawdy. Wykłady papieskie*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2017, s. 67.

<sup>15</sup> Les Évéques de Belgique, *Livre de la foi*, T Casterman, ournai (1987) 2003, s. 188.

<sup>16</sup> L. Kołakowski, *Mini wykłady o maxi sprawach*, Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2004, s. 30.

<sup>17</sup> *Ibidem*, s. 29–30. Prof. Kołakowski wskazuje dwie postawy zastosowania restrykcji, czyli ograniczenia dostępu do prawdy. Jedne są działaniami usprawiedliwionymi, a drugie (wywołujące zgorszenie) nieusprawiedliwionymi. Mogą to być działania uprawnione lub nieuprawnione. Wyjaśnienie dla tych kwestii zapożyczone ze świata natury jest następujące: „przekazywanie fałszywych informacji jest, by tak rzec, w porządku natury. Motyl mówi do ptaszka: «ależ ja nie jestem motylem, tylko zwiędłym liściem». Osa mówi do pszczoły, strażniczki ula: «ależ ja nie jestem osą, tylko pszczołą, o czym możesz się przekonać, pszczółko – dodaje uczenie – za pomocą swoich sensorów olfaktorycznych» [...]. Natychmiast przy tym rzuca się nam w oczy różnica między tymi dwoma kłamstwami. Chwalimy motylka, który udając listek, chroni swoje życie przed drapieżnikiem, co go pożyć może. Gorszy nas wszelako osa, która udaje pszczołę, aby się dostać do ula i zrabować pokarm przez pracowite pszczółki nagromadzony”.

<sup>18</sup> H. Schlögel, *Wymiary prawdy*, „Communio” 2000, nr 1(115), s. 83.

<sup>19</sup> A.J. Heschel, *Szabat i jego znaczenie dla współczesnego człowieka*, przekł. H. Halkowski, Wydawnictwo Austeria, Kraków 2009, s. 45. (Z wyjątkiem zakazu bałwochwalstwa, cudzołóstwa

niż poświęcić człowieka za względu na prawdę. Celem Tory jest dać życie. Prawda zatem służy do pomocy, naprawiania i ratowania, a nie do niszczenia<sup>20</sup>. Bonhoeffer postawił publicznie pytanie, które dziś szczególnie mocno dotyka użytkowników mediów, zwłaszcza wobec ich orientacji na cele merkantylne. „Czymże byłoby zdobycie milionów, gdyby trzeba było za nie zapłacić prawdą i miłością w stosunku do jednego choćby człowieka? Nie byłoby to zyskiem, a tylko szkodą”<sup>21</sup>. Ceną prawdziwych mediów i ich prawdziwym zyskiem jest ochrona użytkowników, ponieważ to ludzie są skarbem mediów. Jedyń cios, jaki zadaje prawda, jest wymierzony w kłamstwo świadomie skierowane przeciwko człowiekowi z intencją uczynienia szkody. Rolą mediów jest zatem ochrona uczestników komunikacji przed jawnym bądź ukrytym fałszem. Autor dzieła *Christliche Ethik. Spezielle Moraltheologie*, profesor Karl-Heinz Peschke (ur. 1932 r.), analizując przykazanie Dekalogu „nie będziesz kłamał”, zauważa, że istnieją restrykcje ograniczające naszemu rozmówcy prawo do prawdy. Czasem występują okoliczności zdarzeń, w których „można zwodzić pytającego, jeśli – po pierwsze – przemawia za tym wystarczająco dobra postawa, oraz – po drugie – jeśli nie ma on prawa do otrzymania informacji, której szuka”<sup>22</sup>. Dnia 6 czerwca 1991 roku w Olsztynie Jan Paweł II mówił z podziwem o ludziach, „którzy wobec przemocy potrafili nie wydać, nie powiedzieć prawdy, ponieważ do tej prawdy nie miał prawa ten, który jej żądał, który ją wymuszał przemocą”<sup>23</sup>. Cenną uwagę w kwestii upubliczniania prawdy w mediach można zaczerpnąć z wniosków polskiego publicysty, poety i filozofa, założyciela *Towarzystwa Filomatycznego*, Adama Mickiewicza (1798–1855), który pisząc o stopniach prawdy stwierdza, że: „Są prawdy, które mędrzec wszystkim ludziom mówi; Są takie, które szepce swemu narodowi; Są takie, które zawiera przyjaciółom domu; Są takie, których odkryć nie może nikomu”<sup>24</sup>. Motyw nieodkrywania prawdy i sama decyzja są umotywowane etycznie. Jest to ochrona odbiorców przed przekraczającą ludzką miarę chęcią wtargnięcia w czyjąś intymność. Jest to «ochronna strategia» przed kimś, kto dotyka sfery tabu<sup>25</sup> – stwierdza prof. Lidia Baranowska z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu.

i morderstwa). Zob. także: *idem, Bóg szukający człowieka*, przeł. A. Gorzkowski, Wydawnictwo Esprit, Kraków 2007, s. 404.

<sup>20</sup> A.J. Heschel, *Szabat i jego znaczenie...*, s. 46.

<sup>21</sup> D. Bonhoeffer, *Paragraf aryjski w kościele*, przeł. A. Morawska [w:] *idem, Wybór pism*, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa 1970, s. 70. Nazwą «paragraf aryjski» określano w skrócie ustawę hitlerowską z dnia 07.04.1933 r., w myśl której niearyjczycy nie mogli być urzędnikami państwowymi. Rozgorzała wówczas dyskusja nad tym, czy trzeba i czy wolno odnieść tę ustawę także do pastorów.

<sup>22</sup> K.H. Peschke, *Christliche Ethik. Spezielle Moraltheologie*, Paulinus Verlag, Trier 1995, s. 407.

<sup>23</sup> Jan Paweł II, *Pielgrzymki do Ojczyzny 1979•1983•1987•1991•1995•1997. Przemówienia, homilie*, Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 1997, s. 668.

<sup>24</sup> A. Mickiewicz, *Dzieła*, oprac. Cz. Zgorzelski, t. I, Czytelnik, Warszawa 1993, s. 379. Myśl A. Mickiewicza podjął Czesław Miłosz (1911–2004) w wierszu pt. „To”. Stwierdził, że „nie może podobać się ludziom Ten, kto sięga po zabronione”. Zob. Cz. Miłosz, *Przemilczane sfery*, Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2000, s. 53.

<sup>25</sup> L. Baranowska, «Przemilczane strefy»: *Mickiewicz Miłosza jako nieznany geniusz*, „Rocznik Towarzystwa Literackiego imienia Adama Mickiewicza”, nr 3(45), s. 55–56.

Prawda nie może być narzędziem do odbierania komuś bezpieczeństwa, wolności, pokoju, a nawet życia. Media przez zgromadzone dane o użytkownikach nie mogą wykorzystywać prawdy o nich przeciwko dobru jednostek. Także osoby aktywne nawzajem w relacji do siebie w środkach komunikacji winny eliminować sytuacje, w których prawda jest przyczyną hejtu, mobbingu, odbierania komuś dobrego imienia, wykluczenia społecznego, czasami również przekreślenia całego dorobku osiągnięć oraz pracy użytkowników. Profesor nauk humanistycznych, filozof i etyk Krzysztof Stachewicz (ur. 1966) mówi także o «etyce milczącej», tak zwanej «sygetycznej» (gr. *σιγή* – milczenie, cisza) w wymiarze ujawniania prawdy. Zauważa, że milczenie o cudzych grzechach w odniesieniu do osób trzecich ma głęboko moralny sens. Heroizm sygetyczny nabiera szczególnego znaczenia, gdy uczestnicy medialnej aktywności wstrzymują się od 'rzucania prawdą', tak jakby rzucali kamieniami w kierunku innych osób, a raczej myślą kategoriami jak komuś można pomóc. Podejmując milczenie dla dobra innych użytkowników, wzmacnia się wymiar używania prawdy w celu osiągnięcia dobra<sup>26</sup>. Należy wziąć pod uwagę kondycję użytkowników komunikacji w mediach, tj. ich wiek, zdrowie, siłę i inne przymioty potrzebne, aby prawdę przyjąć i zrozumieć. Należy przygotować najlepiej i najdokładniej osoby, aby potrafiły ogarnąć myśl rzeczy, które rozpatrują, by zdobywając wiedzę były jak najbliżej prawdy niczym nie zmieszanej<sup>27</sup>. Tę samą myśl rozwija nauczanie Kościoła katolickiego, aby od najmłodszych lat permanentnie uczyć się mówienia prawdy, nikt z automatu bowiem nie jest zobowiązany do jej ujawniania. Stwierdzenie, że „chrześcijanin, który mówi swemu bratu prawdę, musi być także pierwszym, który pomaga mu ją unieść”<sup>28</sup>, wskazuje na odpowiedzialność nadawcy komunikatu względem odbiorcy. W ujawnianiu prawdy należy być towarzyszem tych osób, do których ona trafia. Dodatkowe komentarze, treści wspomagające, filmiki instruktarzowe, materiały promujące dobro, to tylko niektóre z możliwości wsparcia aktywistów medialnej sieci komunikacyjnej.

## Dyskrecja w przekazie prawdy

Ścisłe związki człowieka z prawdą wymagają także dyskrecji. Nadawcy i adresaci mediów, a już na pewno osoby zawodowo aktywnie publikujące w środkach komunikacji, powinny odznaczać się umiejętnością dochowania tajemnicy. Stosowanie kryterium prawdy w relacji do osób, to nie bezprawne wdzieranie się do cudzych spraw. Intencją komunikacji jest wchodzenie w prawdę, a nie wkraczanie w czyjeś życie z zamiarem eksponowania zła. Osoby wścibskie są przeciwieństwem osób dyskretnych, które mają zdolność rozróżnienia, rozstrzygnięcia, a wręcz sądu co w prawdzie wolno

<sup>26</sup> K. Stachewicz, *Milczenie wobec dobra i zła. W stronę etyki sygetycznej i apofatycznej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2012, s. 11. Heroiczne postawy sygetyczne bardzo wyraźnie widać na przykładzie przesłuchań i zeznań wymuszanych przez okupanta hitlerowskiego na aktywistach ruchu oporu w czasie okupacji w Polsce.

<sup>27</sup> Platon, *Fedon*, przekł. R. Legutko, Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 1995 (IV,65e-66a), s. 64.

<sup>28</sup> Les Évêques de Belgique, *Livre de la foi...*, s. 187.

ujawnić, a co należy przemilczeć. Ponadto osoby dyskretne cechuje powściągliwość, ostrożność i delikatność w osądzaniu spraw<sup>29</sup>. Katechizm Kościoła Katolickiego (pkt. 2488) wyjaśnia, że prawo do ujawniania prawdy nie jest bezwarunkowe i zawsze wymaga rozstrzygnięcia w odniesieniu do konkretnej sytuacji i osób, które o prawdę pytają. Do istotnych czynników chroniących osoby w mediach należą: dobro i godność osoby, bezpieczeństwo własne i innych użytkowników, poszanowanie prywatności, a także dobro wspólne. Podkreśla się znaczenie i rolę dyskrekcji wobec prywatnego życia uczestników mediasfery. W punkcie 2492 znajduje się jasny zapis, że „osoby odpowiedzialne za przekaz informacji powinny zachować właściwe proporcje między wymaganiami dobra wspólnego a poszanowaniem praw indywidualnych”<sup>30</sup>. Ingerencja środków przekazu w życie prywatne osób jest nieuprawnionym nadużyciem. Socjolog i medioznawca, profesor Tomasz Goban-Klas (ur. 1942) zauważa, że istnieje szczególnie niebezpieczeństwo wykorzystania środków przekazu przez nowy typ terroru wpływającego na opinię publiczną, świadomość społeczną, a także psychikę grup i jednostek wykorzystujący logikę mediów w zakresie dostarczania informacji i prezentowania opinii. Przejawia się on między innymi w celach merkantylnych, gdzie poświęca się człowieka, niejawne fakty, aby sprzedać informacje, do których nikt nie ma prawa dostępu. Wszystko po to, aby wzrastał nakład i oglądalność<sup>31</sup>.

Zasada utajenia prawdy nie jest sprzeczna z dążeniem do budowania zaufania, ładu i współżycia między ludźmi. Oprócz racji wyjawiania prawdy, należy docenić racje jej schowania przed odbiorcami, zwłaszcza gdy chodzi o ratowanie czyjejś suwerenności i odmowę prawdy temu, kto usiłuje wymóc ją siłą. Amerykański pisarz, trapiści, Tomasz Merton (1915–1968) stwierdził, że „tylko wtedy, kiedy prawda zajmuje absolutnie centralne miejsce w naszym życiu, inne zasady układają się we właściwy kontekst”<sup>32</sup>, prawda nie może być używana bowiem jako narzędzie przeciwko człowiekowi. Pozostaje ona w ścisłej relacji do sprawiedliwości i miłości, aby tworząc środowisko wymiany dóbr kulturalnych, społecznych i gospodarczych, na przykład wymiany myśli, informacji, kontaktów, dostępu do wrażliwych danych, nikt nie wykorzystywał mocy prawdy do poniżania osób bądź deprecjonowania wartości. Zadaniem prawdy jest zmniejszanie dystansu pomiędzy ludźmi, a nie powiększanie przepaści i oddalanie się uczestników komunikacji od siebie. Dyskryminacja, spychanie na margines, eliminowanie osób z wielkiej agory życia medialnego, jest rażącym naruszeniem prawdy oraz

<sup>29</sup> A. Jougan, *Słownik kościelny łacińsko-polski*, wyd. 3, Księgarnia Św. Wojciecha, Poznań–Warszawa–Lublin 1957, s. 201. Co ciekawe, termin «discretionis annus» oznacza pełnoletność. Osoba osiąga dojrzałość wraz ze zdolnością bycia dyskretną/dyskretnym. Pełnoletność nie odnosi się zatem do wieku, ale do dyspozycji osoby. Jest związana ze stanem zdolności właściwej oceny moralnej.

<sup>30</sup> *Katechizm Kościoła Katolickiego*, Pallottinum, Poznań 1994, s. 558. Promulgowany 11 października 1992 roku Konstytucją Apostolską *Fidei depositum* przez papieża Jana Pawła II.

<sup>31</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005, s. 214–215.

<sup>32</sup> T. Merton, *Nikt nie jest samotną wyspą*, przeł. M. Morstin-Górska, Wydawnictwo W drodze, Poznań 2000, s. 16.

jej ograniczeniem. „Być prawdziwym, to mówić o innych dobrze i mówić to głośno, w miarę możliwości sprostowywać przekazywane przez innych rzeczy złe, myśleć o drugim dobrze i dobrze mu życzyć – to właśnie oznacza budowanie wspólnoty”<sup>33</sup>.

## Zakończenie

Przeprowadzone analizy wykazały, że ujawnianie i przekazywanie prawdy w mediach stanowi podstawowe kryterium komunikacji międzyludzkiej, ponieważ wprowadza ład i porządek poznawczy w mediosferze. Człowiek jako byt bezpośrednio i pośrednio zaangażowany może sam nadawać i otrzymywać treści dostarczane od innych. Przekazując prawdę, człowiek przekazuje siebie. Personalistyczne ujęcie przekazu jako *drogi w głąb prawdy* wiąże się z realizowaniem w komunikacji «przekazu wysokiego», to znaczy dystrybucji danych mających dużą wartość i znaczenie. Należy także stwierdzić, że istnieją ważne powody oraz okoliczności, w których należy w przestrzeni komunikacji nie ujawniać i nie przekazywać prawdy, zwłaszcza osobom, które nie mają prawa jej otrzymać. Należy raczej poświęcić prawdę ze względu na człowieka, niż poświęcić człowieka za względu na prawdę. Celem prawdy jest bowiem dawać i ratować czyjeś życie. Ponadto należy pamiętać, że w przekazie prawdy nieodzownym elementem ujawniania jest dyskrekcja, będąc bowiem w relacji do innych osób prawda nie polega na bezprawnym wdzieraniu się do cudzych spraw. Intencją komunikacji jest wchodzenie w prawdę, a nie wkraczanie w czyjeś życie, zwłaszcza z zamiarem zła.

Znajomość zasad ujawniania i przekazywania informacji w mediosferze jest kluczowa, zwłaszcza wobec negatywnych zjawisk, takich jak: fake news, deepfake, cheapfake, trolling, clickbait, dezinformacja, postprawda, bańka informacyjna, komora echa, efekt potwierdzenia (ang. *confirmation bias*) czy brak weryfikacji źródeł. Prawda stanowi istotę komunikacji i porządkuje chaos informacyjny.

## Bibliografia

- Baranowska L., *«Przemilczane strefy»: Mickiewicz Miłosza jako nieznany geniusz*, „Rocznik Towarzystwa Literackiego imienia Adama Mickiewicza” 2010, nr 3(45), s. 50–63.
- Benedykt XVI, *Poznanie prawdy. Wykłady papieskie*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2017.
- Bonhoeffer D., *Paragraf aryjski w kościele*, przek. A. Morawska [w:] *idem, Wybór pism*, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa 1970, s. 68–73.
- Carr N., *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, W.W. Norton & Company, New York 2010.
- Goban-Klas T., *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005.
- Heschel A.J., *Bóg szukający człowieka. Podstawy filozofii judaizmu*, przek. A. Gorzkowski, Wydawnictwo Esprit, Kraków 2007.

<sup>33</sup> Les Évêques de Belgique, *Livre de la foi...*, s. 187. Najnowsze wznowione wydanie jest z 2003 r.

- Heschel A.J., *Szabat i jego znaczenie dla współczesnego człowieka*, przeł. H. Halkowski, Wydawnictwo Austeria, Kraków 2009.
- Jan Paweł II, *Pielgrzymki do Ojczyzny 1979•1983•1987•1991•1995•1997. Przemówienia, homilie*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1997.
- Jougan A., *Słownik kościelny łacińsko-polski*, wyd. 3, Księgarnia Św. Wojciecha, Poznań–Warszawa–Lublin 1957
- Katechizm Kościoła Katolickiego*, Pallottinum, Poznań 1994.
- Kołąkowski L., *Mini wykłady o maxi sprawach*, Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2004.
- Les Évêques de Belgique, Livre de la foi*, Casterman, Tournai 1987; wyd. wznowione 2003.
- McLuhan M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, przeł. N. Szczucka, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
- Merton T., *Nikt nie jest samotną wyspą*, przeł. M. Morstin-Górska, Wydawnictwo W drodze, Poznań 2000.
- Mickiewicz A., *Dzieła*, oprac. Cz. Zgorzelski, t. I, Czytelnik, Warszawa 1993.
- Miłosz Cz., *Przemilczane sfery*, Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2000.
- Müller G.L., *Bonhoeffer Dietrich* [w:] *Dizionario di Omiletica, a cura di M. Sodi, A.M. Triacca*, Elledici–Velar, Torino–Bergamo 1998, s. 202–204.
- Peschke K.H., *Christliche Ethik. Spezielle Moraltheologie*, Paulinus Verlag, Trier 1995, s. 400–411.
- Platon, Fedon*, przeł. R. Legutko, Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 1995.
- Schirmacher B., Mousavi N., *Preface* [w:] *Truth Claims Across Media*, red. B. Schirmacher, N. Mousavi, Springer Nature Switzerland AG, Cham 2024, s. V–VI.
- Schlögel H., *Wymiary prawdy*, „Communio” 2000, nr 1(115), s. 79–88.
- Słownik języka polskiego*, <https://sjp.pwn.pl> [dostęp: 4.06.2026].
- Stachewicz K., *Milczenie wobec dobra i zła. W stronę etyki sygetycznej i apofatycznej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2012.
- Tillich P., *Prawda jest w głębi*, przeł. J.A. Łata, Wydawnictwo Wrocławskiej Księgarni Archidiecezjalnej, Wrocław–Oleśnica 1996.
- Trisoglio F., *Basilio di Cesarea* [w:] *Dizionario di Omiletica, a cura di M. Sodi, A.M. Triacca*, Elledici–Velar, Torino–Bergamo 1998, s. 169–174.
- Truth Claims Across Media*, ed. B. Schirmacher, N. Mousavi, Springer Nature Switzerland AG, Cham 2024.
- Whitaker A.J., *Bell Telephone Memorial and Bell Homestead Brantford Canada*, Bell Homestead Committee, Brantford (Ontario) 1944.