

Etyka mediów – utopia czy powinność, red. Michał Drożdż, Katarzyna Drąg, Wydawnictwo Diecezji Tarnowskiej Biblos, Tarnów 2018, ISBN: 978-83-7793-482-1, ss. 316.

Etyka mediów – subdyscyplina etyki stosowanej ma stałe miejsce w kanonie nauk akademickich. Stoi przed niełatwym zadaniem wypracowania kompleksowych zasad i standardów praktyk dziennikarskich w erze globalnych mediów cyfrowych. Nietrudno dostrzec, że środowisko dziennikarskie jawi się jako złożone, heterogenne i ulegające ciągłym przemianom, zazwyczaj inspirowanym rozwojem technologicznym. Wymienione aspekty utrudniają sformułowanie kanonicznego i jednoznacznego kodeksu etycznego odnoszącego się do aktywności w środowisku mediów. Dodatkowo można wskazać kilka poziomów napięć towarzyszących refleksjom nad kondycją twórców i pracowników mediów. Po pierwsze, jest to napięcie między tradycyjnym dziennikarstwem a dziennikarstwem internetowym. Kultura tradycyjnego dziennikarstwa, z jego wartościami, takimi jak: dokładność, staranność, weryfikacja przed publikacją, równowaga, bezstronność, spotyka i konfrontuje się z kulturą dziennikarstwa internetowego, która kładzie nacisk na interaktywność, bezpośredniość, stronniczość i niestaranność dziennikarzy nieprofesjonalnych. Po drugie, pojawia się napięcie między dziennikarstwem lokalnym a globalnym. Jeśli dziennikarstwo ma zasięg globalny, to jakie są jego wyznaczniki i zobowiązania? Czy etyka mediów powinna przeformułować swoje cele i normy tak, aby kierować dziennikarstwem, które obecnie ma zasięg ogólnoswiatowy? Na ile istniejąca etyka mediów jest wystarczająca oraz odpowiednia i czy można wyróżnić wspólny, uniwersalny rdzeń wartości dla obecnych i przyszłych mediów? Oto kilka pytań, które wyraźnie pokazują, jak społecznie ważna jest naukowa eksploracja tematów łączących się z etyką mediów

Wieloautorska monografia pt. *Etyka mediów – utopia czy powinność* pod redakcją Michała Drożdża i Katarzyny Drąg jest czternastą pozycją cieszącą się popularnością w środowiskach akademickich serii: *Etyka mediów*. Tematyka książki wpisuje się w badawcze obszary aksjologii współczesnej mediosfery, co w perspektywie współczesnej aksjologicznej „wichrowatości” rzeczywistości jest problematyką aktualną, o wysokim znaczeniu poznawczym. Pozycja jest syntetycznym opracowaniem, ukazującym rolę etyki mediów w jej różnorodnych odślonach, a zwłaszcza w praktyce aktywności dziennikarskiej i medialnej. Zasadniczym pytaniem jest zagadnienie praktycznej efektywności etyki mediów. Redaktorzy i autorzy wprowadzenia zauważają, że głównym problemem

współczesnej mediosfery nie jest brak odpowiednich kodeksów etyki dziennikarskiej i etyki mediów w różnych obszarach komunikowania społecznego, ale raczej trudność w praktycznej realizacji zasad tych etyk oraz problem jakości etyki w mediach oraz jej realnego wpływu na działania człowieka. Praktyka działań medialnych pokazuje daleko idącą banalizację, marginalizację czy wręcz ironizujące lekceważenie etyki mediów.

Struktura książki jest spójna, przejrzysta i dobrze przemyślana. W pierwszej ogólnej części zatytułowanej: *Medialny dyskurs etyczny* zgromadzono artykuły autorstwa Michała Drożdża, Marty Bolińskiej, Wacława Branickiego i Jerzego Jastrzębskiego. M. Drożdż stawia *Pytania o jakość etyki dziennikarskiej* – wskazuje na pomieszenie wartości etycznych, warsztatowych i biznesowych w praktycznych działaniach dziennikarskich; choć istnieje wiele kodeksów dziennikarskich i wewnątrzredakcyjnych regulaminów, dostrzega konieczność formacji sumienia dziennikarzy. M. Bolińska jest autorką tekstu pt. *Konteksty – gatunki – wartości. W stronę deontologii mediów*. Jest to wnikliwe studium refleksji nad aksjologicznymi i deontologicznymi aspektami mediów w kontekście ewaluowania dziennikarskich form gatunkowych. W kolejnym tekście zatytułowanym: *Etyczne aspekty prywatności w wybranych dyskursach medialnych* autor, W. Branicki, bada etyczne aspekty prywatności w dyskursach medialnych związanych z firmą Apple; analizuje wartości, takie jak: prywatność, życie, godność osobowa, wolność i autonomia podmiotu. *Etyka dziennikarska jako ideologia* J. Jastrzębskiego to kolejny tekst z pierwszej części monografii, w którym autor wymienia i poddaje refleksji negatywne opinie o dziennikarzach, pojawiające się w przestrzeni publicznej. Zebrane zostały w następujący katalog: korupcja, konformizm, cynizm, sprzeniewierzenie zasadom profesjonalnej etyki, uwikłania polityczne i biznesowe, brak przyzwoitości w dążeniu do kariery. Ostatni tekst w pierwszej części *Media w świetle Tomaszowej troski o racjonalność* M. Drożdża ma odmienny charakter. Poświęcony jest wybranym zjawiskom mediosfery w świetle cech racjonalności św. Tomasza.

Część druga książki zawiera teksty, które łączy tematyka chrześcijańskich inspiracji w etyce mediów. Pierwszy, zatytułowany *Misja mediów w świetle nauczania papieża Franciszka* Wojciecha Misztala, charakteryzuje rolę mediów na podstawie orędzia papieskiego na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Refleksje nad personalizmem jako łącznikiem integrującym różne etyki mediów są przedmiotem tekstu M. Drożdża: *Deontologiczny charakter etyki zawodowej – inspiracje personalistyczne*. Klaudia Cymanów-Sasin jest autorką opracowania *Etyczny wymiar kreowania sytuacji kryzysowej w procesie przygotowań do Światowych Dni Młodzieży* i poszukuje w nim odpowiedzi na pytanie o źródła ewentualnego kryzysu, który mogą wywołać media w relacjonowaniu wielkich wydarzeń. Kolejny tekst Tomasza Gobana-Klasa: *Blisko – bliżej – najbliżej. Zasady i styl komunikacji papieża Franciszka* ukazuje papieża Franciszka jako wzór

prawdziwej i dobrej komunikacji społecznej, która tworzy przestrzeń wzajemnego zrozumienia, pojednania, dialogu międzyludzkiego i społecznego, spotkania z drugim człowiekiem. Opracowanie „*Jak żyć? pytaniem o dziennikarską (współ)pracę*” Pauliny Biegaj zamyka tę część książki. Odnosi postawione pytanie do dziennikarskiej pracy i współpracy w dążeniu człowieka do dobra.

Kolejna, trzecia część omawianej pozycji prezentuje różnorodne odsłony etyczności w przekazach medialnych. Przeczytamy w niej tekst Sławomira Soczyńskiego: *Wpływ zarządzania na proces tworzenia etycznego przekazu medialnego*, w którym autor ukazuje osoby zarządzające jako posiadające wpływ na etyczność przekazu medialnego, pewne zaś ich cechy jako przyczyniające się do poprawy etyczności produktów medialnych. „Antywatości” w *przekazie medialnym* to temat opracowany przez Tomasza Korneckiego, a do tytułowych „antywartości” zalicza m.in. manipulację, propagowanie przemocy, rozseksualizowanie, laicyzację. Magdalena Idzikowska jest autorką tekstu o *Rodzinnosci w przekazie medialnym*, w którym skupia się na wybranych komunikacyjnych aspektach i sposobach ujmowania wartości rodzinnych przez pryzmat słownictwa oraz skojarzeń. Agnieszka Katarzyńska w tekście *Wartości i pozytywne postawy w najnowszych filmach animowanych* analizuje filmy pod kątem pozytywnych relacji społecznych i cennych wartości. Tę część kończy opracowanie Kamila Rączego: *Sytuacje graniczne i ich etyczny wymiar w serialu „Breaking Bad”*. W serialu ukazana jest rola etyki w sytuacjach granicznych na przykładzie losów głównego bohatera amerykańskiego serialu.

Ostatnia, czwarta część książki nosi tytuł: *Etyczność w mediach w kontekście dziennikarskim* i otwiera ją tekst Karola Klauzy: *Zasadność „Dekalogu retora” dla dziennikarza*. Zaprezentowano tu autorski zestaw wskazań dla mówców, przydatny w etycznej formacji dziennikarzy. W tej części przeczytamy teksty M. Drożdża o *Klauzuli sumienia w działaniach dziennikarskich* i K. Drąg *Etyka dziennikarska według „króla reporterów”*. „*Rady dla dziennikarzy*” Feliksa Fryzego oraz *Limity wolności mediów: kultura i profesjonalizm dziennikarski*. W ostatniej pracy Marek Chyliński udowadnia odważną tezę, że źródeł upadku jakości dyskursu medialnego nie należy upatrywać w niechęci środowiska dziennikarskiego do zawodowej deontologii, lecz w erozji profesjonalizmu dziennikarskiego i kultury dziennikarskiej. Tę część zamyka tekst Mileny Kindziuk *Polska antynagroda „Hiena Roku” – problem naruszania zasad etyki dziennikarskiej*, ukazujący przykłady naruszeń zasad etyki dziennikarskiej na podstawie analiz treści uzasadnień antynagrody.

Zalet wieloautorskiej monografii można wymienić co najmniej kilka. Książka ma spory potencjał poznawczy, wnosi nowe elementy do wiedzy o etyce mediów. Dzięki interdyscyplinarnemu podejściu pojawia się kilka nowych ustaleń i ciekawych wniosków. Można je zamknąć w stwierdzeniu, że etyka mediów potrzebuje stabilnych, teoretycznych

podstaw, precyzyjnego określenia pola praktycznych działań, dostosowywania się do zmian w obszarze funkcjonowania mediów oraz zrozumiałego sposobu wyrażania i argumentowania obowiązujących zasad. Autorzy poszczególnych rozdziałów nie koncentrują się wyłącznie na opisie badawczym statusu i roli etyki mediów w jej teoretycznych i praktycznych kontekstach, ale próbują dostarczyć argumentów za przewyższeniem niespójności i niekonsekwencji między etyką mediów w teorii i praktyce. Pozycja może być zaliczona do kanonu pozycji wielowątkowych i wielorefleksyjnych, które motywują do podejmowania refleksji teoretycznych i badań eksploracyjnych na temat jakościowego i aksjologicznie zorientowanego dziennikarstwa.

*Dr hab. Justyna Szulich-Kaluża, prof. KUL
Instytut Dziennikarstwa i Zarządzania KUL
Al. Racławickie 14, 20-950 Lublin
e-mail: justyna.szulich-kaluza@kul.pl*