

**Joanna Sosnowska**

*Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II*

## **O CZŁOWIEKU W ŚWIECIE MEDIÓW** **RECENZJA KSIĄŻKI**

**Michał Drożdż, Ignacy S. Fiut i inni, *Człowiek w świecie mediów*, Wydawnictwo Jedność: Kraków–Kielce 2012, 294 strony, ISBN 978-83-7660-75-80.**

W 2012 roku wydana została książka *Człowiek w świecie mediów* autorstwa Michała Drożdża, Ignacego S. Fiuta ze współautorstwem Andrzeja Baczyńskiego, Magdaleny Górnej, Rafała Ilnickiego, Bartłomieja Knosala, Marty Kosińskiej, Grażyny Osiki, Katarzyny Pawlak i Jana Pleszczyńskiego. Monografię wydało Wydawnictwo „Jedność”, a patronat naukowy objęło Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej. Jest to już druga publikacja Michała Drożdża i Ignacego S. Fiuta, która zajmuje się problematyką mediów z perspektywy filozofii i aksjologii mediów. Pierwsza ukazała się w 2009 roku: *Media światem człowieka*, Wydawnictwo Jedność: Kraków–Kielce 2009.

We wstępie do monografii czytamy złowieszcze, aczkolwiek pełne prawdy spostrzeżenie: „Losy współczesnego człowieka zależą coraz bardziej od mediów, od tego, co one komunikują i przekazują, do jakich wyborów motywują i jaki obraz świata prezentują”. Lektura książki w sposób bardzo szeroki pozwala przyjrzeć się kilku perspektywom obecności człowieka w świecie mediów. Wyraźnie ukazuje to sama struktura monografii podzielona na dwie części. Część pierwsza nosi tytuł *Rozumieć media*, część druga *Być człowiekiem w mediach*.

*Rozumieć media* to według autorów nie tylko nadążać za technologicznym rozwojem mediów, dynamiką struktur dziennikarskich czy procesami globalizacji, ale również mieć spojrzenie na głębsze znaczenie mediów w kontekście filozofii czy historii mediów. Bardzo ciekawe są badania językoznawcze Magdaleny Górnej i Marty Kosińskiej, które podkreślają bardzo silny związek wpływu mediów na komunikację międzyludzką z perspektywy kultury. Właściwe rozumienie mediów jest niezbędne do tworzenia i korzystania z mediów, na co wyraźnie wskazują autorzy. Bardzo bogaty materiał badawczy odnosi się do nowych mediów, najbardziej dynamicznych i wpływających na człowieka

w ostatnim czasie. Rozważania ujęte w pierwszej części monografii wyznaczają dość ciekawe tezy do dalszej dyskusji nad zjawiskiem krytyki mediów.

Część druga – *Być człowiekiem w mediach* jest interesującym dopełnieniem części pierwszej. Autorzy próbują odpowiedzieć na pytanie: Kim jest współczesny człowiek kontekście mediów? Jaki obraz człowieczeństwa ze współczesnych mediów można odczytać? I na ile człowieczeństwo ma w mediach wartość? Aksjologiczna perspektywa rozważań Michała Drożdża stawia człowieka – osobę jako fundament powinności moralnych. Natomiast Ignacy S. Fiut i Jan Pleszczyński pochylają się nad stale dyskutowanym tematem etyki dziennikarskiej. Druzgocącym spojrzeniem na człowieka w świecie mediów jest artykuł Andrzeja Baczyńskiego *Kanibalizm, materializm i konsumpcja. Mass media i ludzkie postawy*, do napisania którego inspiracją był holenderski reality show *Króliki doświadczalne*, w którym prowadzący program zjedli fragmenty swoich ciał.

Zawarte w książce rozważania mają, mimo gorzkich wniosków autorów, niezwykle wartość krytycznego spojrzenia na media z jednoznacznym wskazaniem negatywnych, ale też pozytywnych stron mediów. Zakorzenie analiz recenzowanej publikacji w antropologii, filozofii i aksjologii mediów pozwala ujrzeć człowieka w świecie mediów w bardzo szerokim kontekście. Taki też cel przyświecał autorom, gdy we *Wstępie* pisali, iż warto podejmować racjonalny dyskurs nad obecnością człowieka w świecie mediów i wielorakimi tego konsekwencjami. Autorzy uzasadniają tytuł swojej publikacji w ten sposób: „Tytuł niniejszej publikacji *Człowiek w świecie mediów* pokazuje, że relacja «człowiek – media» jest sprzężona i zwrotna, i dlatego potrzebuje kompleksowego spojrzenia zarówno od strony mediów, jak i od strony człowieka, który jest ich odbiorcą, a właściwie od strony ludzi, obecnych po jednej lub drugiej stronie medialnego przekazu. Nasze analizy wpisują się pozytywnie w ten dyskurs nad istotą i szerokim kontekstem medialnych działań człowieka z perspektywy filozofii, antropologii i aksjologii komunikowania, ukazując także, kolejny już raz, potrzebę odkrywania filozoficznego wymiaru współczesnych mediów” (s. 7–8).

Można mieć nadzieję – zgodnie z życzeniem autorów publikacji, „że prezentowane w niniejszej książce owoce [...] przemyśleń i twórczych badań będą pomocne w urzeczywistnianiu się takiej wizji oddziaływania i użytkowania współczesnych mediów, które w oparciu o racjonalność myślenia, uczciwość w działaniu, otwartość na prawdę o człowieku i jego godności, będą służyć integralnemu rozwojowi człowieka i społeczności” (s. 9).