

Katarzyna Drąg

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

O WARTOŚCIACH W MEDIACH **RECENZJA KSIĄŻEK**

Wartości w mediach – z dolin na szczyty, pod red. Andrzeja Baczyńskiego, Michała Drożdża, seria naukowa: *Etyka mediów*, 5, Wydawnictwo Biblos: Tarnów 2012, 378 stron, ISBN 978-83-7793-105-9.

Wartość mediów – od wyzwań do szans, pod red. Andrzeja Baczyńskiego, Michała Drożdża, seria naukowa: *Etyka Mediów*, 6, Wydawnictwo Biblos: Tarnów 2012, 422 strony, ISBN 978-83-7793-110-3.

Prezentowane książki są kolejnymi tomami opublikowanymi w serii *Etyka Mediów*. Tym razem uwaga autorów tych zbiorowych publikacji została skupiona na zagadnieniu wartości w kontekście mediów, a owocem podjętej refleksji są właśnie dwa obszerne ilościowo i bogate tematycznie zbiory.

Z pewnością publikacja stanowi ważny i godny zauważenia wkład w rozważania z zakresu aksjologii mediów. Różnorodność podjętych przez autorów artykułów tematów oraz perspektyw badawczych świadczy o potrzebie naukowej analizy kwestii obecności wartości w świecie mediów.

Świat mediów to świat życia każdego człowieka. Wszyscy żyjemy i działamy w mediosferze. Nie można odizolować się od mediów, gdyż stanowią one integralną część naszego funkcjonowania w społeczeństwie. W związku z tym każdy człowiek staje przed wyzwaniem, jakie stawia przed nim cywilizacja medialna. Są to wyzwania nie tylko o charakterze technicznym, ale także, a może przede wszystkim, etycznym. Taka konstatacja stanowi punkt wyjścia do zawartych w obydwu tomach rozważań.

Każdy z tomów podzielony został na działy, które stanowią jednocześnie zakresy tematyczne, wokół których zgrupowane zostały artykuły. W książce *Wartości w mediach – z dolin na szczyty* podjęte zostały zagadnienia wartości w komunikowaniu społecznym, mediów i komunikowania w kontekście wartości, wychowania i misyjności mediów oraz troski Kościoła o wartości w mediach. Szerzej zaprezentowany został temat społeczeństwa informacyjnego oraz wartości związanej z informacją (np. Maria Miczyńska-Kowalska, *Człowiek i świat wartości w społeczeństwie informacyjnym*;

Andrzej Zwoliński, *Wartość informacji*), podjęta została też próba odpowiedzi na pytania o najważniejsze problemy moralne współczesnej mediosfery i sposoby zaradzenia tym problemom (np. Michał Drożdż, *Media przestrzeni moralności*; Andrzej Baczyński, *Jak uzdrowić media publiczne? O roli wartości chrześcijańskich w mediach publicznych*). W interesujący sposób ukazane zostały również możliwości wykorzystania potencjału mediów w misji Kościoła (np. Wojciech Misztal, *Media jako sprzymierzeniec duchowości*; Hanna Honisz, *Internet jako miejsce ewangelizacji*). W szóstym tomie serii zostały zebrane teksty poświęcone wartości mediów. Znaczna część zamieszczonych tu artykułów dotyka dylematów o charakterze aksjologicznym przejawiających się w konkretnych tekstach medialnych (np. Jacek H. Kołodziej, *System aksjologiczny telewizyjnych wiadomości*; Piotr Lehr-Spławiński, *Figuralność teleexpresowych przekazów w kontekście wartości*) oraz w działalność dziennikarzy i praktyce medialnej (np. Krzysztof Jurek, *Prowokacja dziennikarska w teorii i praktyce*; Lucyna Szot, *Dziennikarstwo śledcze – dylematy zawodowe*).

Godny zainteresowania jest sam zamysł redaktorów naukowych opisywanych tomów, którzy podjęli się realizacji i usystematyzowania wyników złożonego projektu. Do najważniejszych walorów prezentowanych prac zaliczyć należy wieloaspektowość analiz oraz poziom merytoryczny artykułów. Publikacja tworzy ciekawą mozaikę, która widziana w całości daje czytelnikowi ogłąd na szerokie zagadnienie i prowokuje do dalszych poszukiwań wartości mediów i wartości w mediach, zaś czytana częściowo uwypukla wyniki konkretnych badań oraz warsztat badaczy zainteresowanych kwestiami aksjologii mediów.

Prezentowane pozycje, jak wszystkie tomy serii *Etyka Mediów*, są efektem interdyscyplinarnych poszukiwań naukowych. Wśród autorów tekstów odnaleźć można przedstawicieli różnych dziedzin z zakresu szeroko rozumianych nauk humanistycznych. Ta różnorodność i zainteresowanie badaczy zaproponowanym tematem świadczą o wadze zagadnień etycznych oraz wielkiej potrzebie odpowiedzi na pytania o wartości w mediosferze.

Książki są godne polecenia specjalistom z zakresu nauk o mediach, którzy badając media, dostrzegają w nich nie tylko zagrożenia, ale przede wszystkim szanse rozwoju człowieka. Teksty składające się na obydwie tomy mogą stanowić ciekawą lekturę dla wszystkich, którzy uświadamiają sobie rolę mediów w swym życiu i nie pojmują ich wyłącznie w kategoriach technologicznych.

Mediosfera jest przestrzenią życia człowieka, jest środowiskiem rozwoju człowieka. Głównym postulatem bogatej i różnorodnej w swej treści i poruszanych tematach publikacji jest dostrzeżenie w rozwoju mediosfery szansy na promocję wartości służących człowiekowi i społeczeństwu.