

ALEXANDER FILIPOVIĆ, ANNIKA FRANZETTI, SUSANNA ENDRES (red.), *Grundbegriffe der Medienethik für Studium, Wissenschaft und Praxis*, Tübingen: UVK Verlag/UTB, 2026, ss. 442. ISBN 978-3-8252-6605-9, eISBN 978-3-8385-6605-4.  
DOI: <https://doi.org/10.18290/rns2026.0022>

Recenzowana publikacja *Grundbegriffe der Medienethik für Studium, Wissenschaft und Praxis* pod redakcją Alexandra Filipovića, Anniki Franzetti i Susanny Endres stanowi jedno z najbardziej kompleksowych współczesnych opracowań z zakresu etyki mediów. Już na pierwszy rzut oka widać, że nie jest to klasyczna monografia ani linearna rozprawa teoretyczna, lecz systematycznie skonstruowany leksykon 48 pojęć fundamentalnych dla współczesnej etyki mediów, który ma ambicję uporządkowania całego pola badawczego. Ten wybór formy nie jest przypadkowy, gdyż wynika z przekonania redaktorów, że podstawą każdej refleksji etycznej jest język, którym się ona posługuje, a precyzja pojęciowa warunkuje sensowność dyskursu.

We wstępie autorzy wyraźnie sytuują książkę w kontekście współczesnych przemian społecznych i technologicznych. Podkreślają rosnące znaczenie mediów w funkcjonowaniu demokracji oraz jednocześnie zagrożenia wynikające z ich instrumentalizacji, zwłaszcza w kontekście manipulacji informacyjnej, populizmu i autorytaryzmu. Media jawią się tu jako ambiwalentny fenomen: z jednej strony jako strażnik życia publicznego, umożliwiający kontrolę nad władzą i pluralizm opinii, z drugiej zaś jako narzędzie wpływu, które może destabilizować porządek demokratyczny. Ta podwójność nie jest jednak traktowana jako paradoks do rozwiązania, lecz jako trwałe napięcie wpisane w naturę komunikacji publicznej.

Szczególnie istotne jest zwrócenie uwagi na kontekst technologiczny, który autorzy uznają za jeden z głównych czynników redefiniujących współczesną etykę mediów. Rozwój cyfrowych platform, algorytmów oraz sztucznej inteligencji prowadzi do sytuacji, w której selekcja informacji przestaje być transparentna, a użytkownicy tracą kontrolę nad tym, jakie treści do nich docierają i dlaczego. Jak podkreślono we wprowadzeniu, nadmiar informacji nie oznacza większej wolności poznawczej – przeciwnie, może prowadzić do jej ograniczenia

poprzez mechanizmy filtrowania, których logika pozostaje często nieczytelna. W tym sensie książka wpisuje się w najnowsze debaty nad etyką infrastruktury medialnej, a nie tylko jej treści.

Jednym z ważnych aspektów całego dzieła jest konsekwentne rozróżnienie między moralnością a etyką. Moralność rozumiana jest jako zbiór norm, wartości i praktyk społecznych regulujących zachowanie jednostek i zbiorowości. Etyka natomiast oznacza refleksję nad tym zbiorem, jego ocenę, uzasadnienie oraz krytykę. Tym samym wprowadzają klasyczne rozróżnienie między poziomem deskryptywnym a normatywnym. Autorzy zaznaczają, że etyka nie ogranicza się do opisu tego, co jest, lecz formułuje sądy dotyczące tego, co powinno być. To podejście ma istotne konsekwencje dla całej książki, ponieważ przesuwając ciężar analizy z opisu praktyk medialnych na ich ocenę i uzasadnienie.

W tym kontekście szczególnie ważne jest odrzucenie redukcji etyki do subiektywnych opinii czy indywidualnych przekonań. Autorzy wyraźnie podkreślają, że sądy etyczne muszą być uzasadnione w sposób racjonalny i intersubiektywnie komunikowalny. Etyka nie jest więc zbiorem prywatnych intuicji, lecz dyscypliną naukową, która operuje argumentacją i dąży do rozstrzygnięcia o uniwersalnym charakterze.

Istotną cechą publikacji jest jej pluralizm teoretyczny. W analizach pojawiają się odniesienia do różnych tradycji etycznych, od teleologii i utilitaryzmu, przez deontologię, po podejścia pragmatyczne i kontekstualne. Autorzy podkreślają, że żadna pojedyncza teoria nie jest w stanie w pełni uchwycić złożoności problemów etycznych w mediach, dlatego konieczne jest korzystanie z wielu perspektyw jednocześnie. Taka strategia pozwala uniknąć dogmatyzmu, ale jednocześnie prowadzi do pewnego rozproszenia teoretycznego, które może być odczuwalne dla czytelnika poszukującego spójnej koncepcji.

Struktura książki została zaprojektowana w sposób dobrze przemyślany i odzwierciedla logikę stopniowego przechodzenia od kategorii ogólnych do konkretnych. Początkowe rozdziały są poświęcone podstawowym pojęciom etycznym, takim jak normy, wartości, odpowiedzialność czy cnota. Stanowią one fundament dla dalszych analiz i umożliwiają zrozumienie bardziej złożonych kategorii. Następnie autorzy przechodzą do pojęć normatywnych o centralnym znaczeniu dla życia społecznego, np. wolność, godność, sprawiedliwość czy prawa człowieka. W kolejnych częściach uwaga przesuwa się na struktury i procesy medialne, a więc na konkretne konteksty, w których realizują się wartości i normy. Ostatecznie książka koncentruje się na aktualnych problemach i wyzwaniach etycznych, takich jak manipulacja, populizm, przemoc czy emocjonalizacja przekazu.

Taka kompozycja pozwala nie tylko na systematyczne poznanie dziedziny, lecz również na elastyczne korzystanie z książki jako narzędzia referencyjnego. Każde hasło można czytać niezależnie, co czyni publikację bardzo użyteczną w dydaktyce. Jednocześnie zachowana zostaje pewna spójność, wynikająca z powtarzających się odniesień między pojęciami i konsekwentnej metodologii.

Warto docenić sposób, w jaki autorzy łączą teorię z praktyką. Poszczególne pojęcia nie są analizowane wyłącznie na poziomie abstrakcyjnym, lecz odnoszą się do konkretnych zjawisk medialnych. Dzięki temu czytelnik może zobaczyć, jak wybrane pojęcia, m.in. prawda, odpowiedzialność czy autonomia, funkcjonują w realnych kontekstach: w dziennikarstwie, reklamie, komunikacji politycznej i mediach społecznościowych. To podejście sprawia, że książka nie jest jedynie teoretycznym kompendium, lecz praktycznym narzędziem analizy rzeczywistości.

Jednocześnie jednak forma tego tomu niesie ze sobą pewne ograniczenia. Jako praca zbiorowa książka charakteryzuje się zróżnicowaniem poszczególnych tekstów przygotowanych przez 43 autorów oraz odmiennymi stylami argumentacji. Niektóre hasła są bardziej pogłębione i analityczne, inne mają charakter bardziej przeglądowy. Brakuje także jednej nadrzędnej koncepcji, która integrowałaby wszystkie przedstawione ujęcia w spójną teorię etyki mediów. Przy tym można odnieść wrażenie, że jest to zabieg celowy, a książka w zamierzony sposób unika takiej syntezy, pozostawiając ją czytelnikowi.

Pewnym ograniczeniem tej publikacji jest również dominacja perspektywy europejskiej, a zwłaszcza niemieckojęzycznej. Choć pojawiają się odniesienia do różnych tradycji, to jednak główne ramy analizy zakorzenione są w kontekście zachodniej, a zwłaszcza europejskiej rzeczywistości społecznej.

Mimo tych niewielkich ograniczeń książka stanowi niezwykle wartościowe opracowanie, które w znaczący sposób przyczynia się do uporządkowania dyscypliny. Jej największą siłą nie jest oryginalność pojedynczych tez, lecz systematyzacja rozproszonej wiedzy i stworzenie wspólnego aparatu pojęciowego. W tym sensie pełni funkcję podobną do klasycznych leksykonów naukowych, które nie tyle rozwiązują problemy, ile umożliwiają ich precyzyjne formułowanie.

Warto również podkreślić jej znaczenie dydaktyczne. Jasny język, struktura modułowa oraz obecność pytań do dyskusji sprawiają, że książka doskonale nadaje się do wykorzystania w nauczaniu akademickim. Jednocześnie jej poziom merytoryczny sprawia, że może być użyteczna również dla badaczy i praktyków mediów, którzy poszukują narzędzi do refleksji nad własną działalnością.

Ostatecznie *Grundbegriffe der Medienethik* jest publikacją o dużym znaczeniu dla zrozumienia współczesnej etyki mediów. Nie oferuje prostych odpowiedzi ani zamkniętej teorii, lecz tworzy przestrzeń do refleksji, w której kluczową rolę odgrywa precyzja pojęciowa i argumentacja. W świecie zdominowanym przez szybki przepływ informacji, uproszczenia i emocjonalizację dyskursu publicznego, taka propozycja wydaje się szczególnie cenna. Książka uczy bowiem nie tyle, co myśleć o mediach, ile jak o nich myśleć, a to czyni ją jednym z ważniejszych punktów odniesienia we współczesnej refleksji nad komunikacją i jej etycznymi fundamentami. Jej znaczenie jest nie do przecenienia dla zrozumienia etycznych podstaw komunikacji publicznej w epoce dezinformacji, algorytmizacji komunikacji i kryzysu zaufania do mediów.

*dr hab. Stanisław Fel, prof. KUL*  
*Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II*  
*e-mail: stanislaw.fel@kul.pl*  
*ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3975-665X>*