

Retoryka i etyka, red. Barbara Sobczak, Halina Zgółkowa,
Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2009, ss. 253.

Przedłożone tu zapiski są pobieżną recenzją książki opatrzoną komentarzem. Rozgraniczenie obu elementów jest, jak sędzę, w miarę wyraźne, choć nie kładłem na to zbyt wielkiego nacisku. Kto przeczyta książkę, pozna dobrze opinie autorów, kto poprzestanie na tym artykule, otrzyma zapewne impuls do zastanowienia się nad tematyką poruszoną w książce i w niniejszym tekście. Zagadnienia dotyczące relacji między retoryką i etyką są zarówno ważne, jak i niemożliwe do jednoznacznego opisu i prostej oceny. Związki te były wielorakie już w starożytności, a współcześnie wydatnie się rozszerzyły z powodu pojawienia się nowych możliwości i technik retorycznych oraz nowych problemów etycznych. Sędzę, że w dzisiejszych czasach, gdy jesteśmy zewsząd atakowani zabiegami retorycznymi, perswazyjnymi i manipulacyjnymi, warto byłoby też przemyśleć stosowanie odpowiedniej retoryki w filozofii, teologii czy w kaznodziejstwie.

Retoryka to sztuka pięknego przekonywania, etyka to wybór dobra i konsekwencja w jego czynieniu. Czy retoryka ma jakieś znaczenie dla etyki? Wydaje się to niewątpliwe, ale zanim zaczniemy zastanawiać się nad tymi związkami, warto sobie uświadomić, że nie należy z nimi przesadzać. Uznajemy pewien system wartości etycznych i mamy się tego systemu trzymać, pogłębiając wiedzę na jego temat i nabierając sprawności w realizacji tych wartości. Zachęty, przekonywanie, retoryczne upiększenia mogą być drugorzędną pomocą, ale nie powinniśmy od nich uzależniać swojej postawy etycznej. Są bez wątpienia dziedziny, w których słusznie oczekujemy, by nas przekonywano do przyjmowania nowych zdań i poglądów, ale są też i takie, w których winniśmy być pewni swoich przekonań i ani nie ulegać retoryce, jeśli nas od tych poglądów odciąga, ani nie szukać w niej za wiele pomocy, żeby te poglądy utwierdziła. Filozofowie w większości zabiegali o retoryczną sprawność w przekonywaniu do swoich poglądów, ale warto zauważać i tych, którym takie pragnienie było obce. Choćby Diogenesa, który poprosił kogoś bogatego o jałmużnę, a ten mu powiedział: „Dam, jeśli mnie przekonasz” Na to Diogenes: „Gdybym umiał cię przekonać, to bym cię przekonał, żebyś się powiesił” To bardzo zdecydowane odrzucenie sztuki przekonywania w sytuacji etycznej. Popatrzmy też na przykazania Boże, które stanowią jeden z najważniejszych kodeksów etycznych w ludzkiej kulturze. Trudno się w Dekalogu dopatrzeć elementów retorycznych, przynajmniej w samym jego tekście, bo kontekst jego ogłoszenia jakieś elementy retoryczne z pewnością zawiera.

Z drugiej strony możemy pytać też, czy retoryka może być rozważana niezależnie od etyki. I tu wydaje się, że związek sztuki przekonywania z dobrem jest nierozzerwalny. Jednak zanim popatrzymy z różnych stron na te relacje, musimy sobie uświadomić, że w jakimś stopniu retoryka jest sztuką samodzielną. Owszem, z punktu widzenia etyki należy przekonywać

i zachęcać tylko do tego, co dobre, ale retoryka jako sztuka ma też swój żywot własny, niezależny od etyki. *Pochwała Heleny Gorgiasza* jest z pewnością ważnym dziełkiem retorycznym, natomiast od strony etycznej jest, jak sam autor napisał, „eksperymentem”. Tym niemniej retoryka została użyta w tej mowie w – deklarowanym przez Gorgiasza – dobrym celu uwolnienia niewinnej niewiasty od zarzutów. Gdy sięgniemy do drugiego ważnego kręgu kulturowego, do środowiska Biblii, znajdziemy tam przykład retoryki użytej w złym celu. Oto zabiegi retoryczne kusiciela z biblijnego raju doprowadziły Ewę do przekonania, że owoce z drzewa zakazanego są ładne, smaczne i „nadają się do zdobycia wiedzy”. Trzeba zwrócić uwagę na istotny aspekt tej historii: gdy Ewa była kuszona przez osobliwego węża, nie pojawił się żaden anioł, aby jakąś anty-retoryką odeprzeć podstępny szatański. Przypomina to o tym, że sami musimy nabyć umiejętności właściwego reagowania na środki retoryczne. Jeśli służą dobru, dajmy się im porwać, jeśli złu, potraktujmy ją co najwyżej jak ciekawe świecidełko, które mogą ucieszyć zmysły, zachwycić urodą słowa, ale umysłu ani serca nie odmieniają.

Nie możemy ufać każdej retoryce ani całej etyki pozostawić sztuce retorycznej, ale oczywiście retoryka może się przysłużyć etyce, gdy trafi ona na kwestie sporne, albo na ludzi, którzy chcieliby być dobrzy, ale za mało im się chce. A takich jest wielu. Redaktorzy książki *Retoryka i etyka* związek obu dziedzin uważają za oczywisty. Podają na poparcie tego stwierdzenia racje historyczne i nawiązujące do istoty klasycznej retoryki, której zadaniem było *docere, movere* i *delectare*, czyli uczyć, zachęcać i zachwycać. Retoryka połączona z erystyką i niedbająca o szerzenie cnoty była nazywana czarną retoryką, czasami też retoryką zdeprawowaną. Związki retoryki i etyki są wielorakie i bardzo ciekawe, dlatego przejrzyjmy artykuły zawarte w recenzowanej książce, aby lepiej uświadomić sobie wszechobecność jednej i drugiej w naszym życiu osobistym i społecznym.

Jakub Z. Lichański pisze o etycznych korzeniach retoryki. Posiada ona dziś wiele znaczeń, ale wśród nich dawni autorzy, jak na przykład Kwintilian, podkreślali w retoryce porządek oparty na sprawności artystycznego mówienia zgodnie z zasadami etyki. Wbrew pozorom, retoryka nie służy zaciemnieniu istoty rzeczy, ale ułatwia „odkrycie tego, co znajduje się za piękną zasłoną słów”. Kant odróżnia retorykę od oratorstwa, które lekceważy etykę. Tomasz Mann podkreślał w retoryce rzeczowość i piękno. Ta uwaga wraz z innymi każe nam oczekiwać kunsztu retorycznego również tam, gdzie zwykle się go nie spodziewamy, na przykład w pracach filozoficznych, w których nie ma zbędnych słów ani niepotrzebnej perswazji. Dobra retoryka nie służy temu, żeby tworzyć Norwidowskie „cacka”, ale by otwierać umysły na prawdę.

Luiza Rzymowska relację między retoryką i etyką wiąże z pojęciem osoby i jej wartości. Ponieważ osoba ma prawo do prawdy i wolności, autorka zwraca uwagę na retorykę personalistyczną i szuka jej korzeni w personalizmie, egzystencjalizmie i filozofii dialogu. Można by do tego dołożyć

filozofię analityczną, która najbardziej rzetelnymi środkami podejmuje zagadnienia ważne dla człowieka jako osoby. Jeśli analityk wyjaśnia ważne kwestie w sposób maksymalnie ścisły, rozumowy, odróżnia argumenty niezawodne od zawodnych i od poglądów będących przedmiotem wolnego wyboru, to w jego analizie może być więcej personalizmu niż w personalizmie deklarowanym nazwą. Tym niemniej podkreślenie specyfiki człowieka, jego losu, a szczególnie doświadczenie wolności, akcentowane choćby przez Karola Wojtyłę, ma ogromne znaczenie dla rozumienia osoby i wartości słowa, które posiada znaczący wpływ na kształtowanie człowieka.

O tzw. etyce sytuacyjnej pisze Marek Skwara. Zaczyna od sofistów i zwraca uwagę na argumenty dowodzące potęgi słowa sformułowane przez Gorgiasza, wskazując jednocześnie na jego trzecią tezę: „jeśli nawet coś byłoby poznawalne, to i tak nie można by tego przekazać innym ludziom” W tym kontekście potęga i niezależność słowa od rzeczy nabierają jeszcze większej mocy. Sofiści zapoczątkowali proceder manipulacji semantycznej, która znajduje wielu zwolenników także w naszych czasach. Przykładem tego jest język propagandy komunistycznej. Autor dość szeroko i zajmująco przedstawia dzieje retoryki i sposobów jej oceniania. Między innymi przytacza autorów dowodzących, że dzisiejsze czasy przypominają czasy sofistów, którzy zwrócili swoje zainteresowanie w kierunku człowieka i kultury. Opozycja między prawdą a sztuką tylko pięknego mówienia staje się bardzo widoczna we współczesnym neopragmatyzmie.

Problemy poruszane w artykule Skwary zachęcają do przyjrzenia się relacji między królestwem rzeczy i królestwem języka. Niemało było w filozofii ostrzeżeń przed uleganiem presji języka, zaczarowaniu przez język (Wittgenstein), odrywaniem słów od rzeczy (Sartre) itp. Jednak nie można tej kwestii rozwiązać jednoznacznie. Przecież nawet fizyki, nauki o świecie najbliższym zmysłom, nie daje się uprawiać w ten sposób, żeby język był tylko narzędziem. Język matematyki w fizyce jest także tworzywem, o czym często przypomina m.in. ks. Michał Heller. Gdy sięgamy do dziedzin, które w punkcie wyjścia posiadają pojęcia abstrakcyjne, nieuchwytnie zmysłowo, również musimy się liczyć z tym, że język zyska duże znaczenie, szczególnie jeśli będziemy chcieli otrzymać jakiś spójny system twierdzeń lub norm. Można by nieco metaforycznie powiedzieć, że matematyka jest retoryką fizyki, a retoryka (wraz z logiką) jest matematyką etyki. W istocie więcej jest w tym porównaniu prawdziwego podobieństwa niż metafory. Nawet tak skrajny empirysta jak Hume, dla którego etyka jest fizyką uczucia, uznawał (w *Traktacie o naturze ludzkiej*), że logika ma ujawniać naturę naszych idei etycznych.

Michał Rusinek pisze o retoryce poza dobrem i złem i m.in. wspomina o marzeniach realistów, którzy chcieliby połączyć gramatykę z logiką i taką naukę uczynić narzędziem najlepszego poznania i opisu rzeczywistości. Trzeba jednak pamiętać o tym, jak wiele pułapek retorycznych tworzy logika, gdy jest używana niewłaściwie, a jak trudna, gdy jest stosowana popraw-

nie. Ponadto ścisłość logiczna brzmi jak ideał, ale w rzeczywistości w logice jest nierzadko tylko jednoznaczność, ale nie ścisłość w sensie na przykład jasności pojęć (czyli dokładności treściowej) czy też izomorficzności w odwzorowaniu argumentów. W związku z tym uważam, że sprowadzenie gramatyki do logiki byłoby poważnym błędem, natomiast za słuszną uważam analizę pojęć i związków gramatycznych przy pomocy logiki. Autor zaś za ciekawsze od związków retoryki z etyką uznaje związki między retorycznością i moralnością.

W następnym artykule Edward Jeleński pisze o odpowiedzialności za słowo u progu XXI wieku. Opis współczesnego związku etyki z retoryką autor podsumowuje słowami Artura Sandauera sprzed 50 lat: „Odwaga staniała, rozum podrożał”. Sytuacja polityczna, społeczna, gospodarcza, współczesne prądy filozoficzne, wszystko to ma wpływ na obniżenie poczucia odpowiedzialności. Jeleński nie proponuje środków zaradczych, ale czytelnik na pewno o nich pomyśli, bo trudno nie uznać słuszności oceny obecnej sytuacji, jak i nie chcieć jej zmienić. Adam Skibiński, przywołując koncepcję semantyki ogólnej Korzybskiego, pokazuje, w jaki sposób komunikacja niesie ze sobą próbę nadawania wartości sobie i tego, co nas otacza. To podejście w połączeniu z innymi koncepcjami psychologicznymi i socjologicznymi wpłynęło na stworzenie tzw. neurolingwistycznego programowania (NLP), które wiąże się z technikami „modelowania strategii skuteczności działania przez odtworzenie struktury skutecznego zachowania” Po ciekawej prezentacji elementów NLP autor zwraca uwagę na to, że jeśli nawet sama perswazja może być uznana za etycznie obojętną, to nie jest już obojętny w ten sam sposób wybór ram naszego dyskursu. To z pewnością słuszne stwierdzenie, bo chociaż możemy rozważać czy też ćwiczyć techniki przekonywania bez związku z sytuacją etyczną, to jednak praktyczne zastosowanie tych technik rodzi zobowiązania etyczne.

Artykuł Jolanty Antas *O kłamstwie i zakłamaniu* rozpoczyna bajka o cesarzu chińskim, który chcąc wybrać następcę tronu, zebrał grupę dzieci ze swojego królestwa i każdemu z nich dał nasionko do wyhodowania. Następcą został chłopiec imieniem Ling, któremu nic nie wyrosło z otrzymanego nasionka. Okazało się, że nasionka były ugotowane i żeby coś z nich wyhodować, trzeba było je podmienić, co uczynili pozostali. Ling został nagrodzony za unikanie oszustwa. Oczywiście w innej bajce Ling równie dobrze mógłby być uznany za niezdolnego do sprawowania władzy, dlatego warto dowiedzieć się, jakie niebezpieczeństwa zakłamania wskazuje autorka. Okazuje się, że cienka linia dzieli okłamywanie innych od okłamywania samych siebie.

W tym, żeby nie ulegać złudzeniu, iż kłamstwo i prawda są proste i łatwe do odróżnienia, i że prawda zawsze przynosi korzyści, a kłamstwo ma krótkie nogi itp., pomaga artykuł Katarzyny Drogowskiej i Jacka Wasilewskiego *Kiedy kłamstwo uwiarygodnia, a prawda dyskredytuje*. Artykuł odnosi się do życia politycznego, które jest w pewien sposób paradoksalne: dokonuje się na oczach najszerzej publiczności (czyli na pozór podlega ciągłej

kontroli społecznej), a jednocześnie potrafi dopuszczać się nieustannych manipulacji, w których rola mediów bywa mocno niejednoznaczna. Jednym z wehikułów tego paradoksu jest tzw. mit polityczny, który zachęca do podtrzymywania marzeń o doskonałości. A że mit nie ma uzasadnienia racjonalnego, to nie można go racjonalnie obalić. Nic dziwnego, że mity utrzymują się tak długo, skoro ludzie ulegają nawet zabobonom, chociaż te (przy znaczeniu przyjętym przez Bocheńskiego) łatwo mogą być obalone. Przykłady z życia politycznego mają pokazywać, że prawda i fałsz nie są często istotą przekazu, ale figurami retorycznymi wtedy, gdy są umieszczone w odpowiednich ramach interpretacyjnych. Liczne przykłady z „komunikacji” politycznej czynią ten artykuł ciekawym nie tylko z powodu wykładanych teorii, ale także jako rodzaj zajmującego opowiadania. Są też przykłady z reklam, choćby tej, która wiąże się z dowcipnym sformułowaniem: „piwo mocno bezalkoholowe”

Następne dwa artykuły wiążą się z nauczaniem kościelnym. Pierwszy, autorstwa Wiesława Przyczyny, dotyczy etyki przepowiadania. Artykuł zawiera bez wątpienia ważne i słuszne uwagi dotyczące ewangelicznego wzoru przepowiadania etycznego, osobowości dojrzałego mówcy, jego zdrowej religijności, kompetencji i właściwego posługiwania się metodyką przepowiadania. Z drugiej strony katolik znający zarówno Biblię, jak i sytuację kaznodziejstwa czuje pokusę polemiki z niektórymi stwierdzeniami czy stawianiami bardziej dociekliwych pytań. Wydaje się na przykład, że wymyślanie alternatywnych zakończeń dla historii czy przypowieści ewangelicznych (jak proponuje autor) jest często mniej interesujące niż dogłębna egzegetyczna analiza rozważanego tekstu. Z drugiej jednak strony retorycznie bardziej skuteczne może być to pierwsze podejście. Autor pisze też: „Podstawowym środkiem oddziaływania na innych jest dojrzała osobowość” Proste i ważne stwierdzenie, ale czy prawdziwe? W zasadzie tak, ale przecież na innych potrafią oddziaływać też ludzie niedojrzali. Według cech podanych w artykule nie był dojrzały ani Hitler, ani Michael Jackson, ani wielu innych, którym wpływu na tłumy nikt nie odmówi. Zapewne autorowi chodzi o oddziaływanie etyczne. Jednak Jezus powiedział o ówczesnych kapłanach: „Czyńcie, co wam nakazują, ale czynków ich nie naśladujcie”, a więc liczył się z niedoskonałością mówców religijnych. Wydaje się, że niektóre cechy mówcy podane przez autora ważniejsze są nie u mówcy, ale u rozmówcy. Oczywiście cechy mówcy podane przez autora są ważne i cenne, ale chciałbym ująć nieco oczywistości zamieszczonym tam stwierdzeniom. Na przykład warto przypomnieć, że Jezus wtedy, gdy Jego popularność sięgała szczytu, usuwał się na pustkowie, by uczyć na osobności tych, którzy mogli Go zrozumieć. Z mówcy stawał się rozmówcą, aby ocalić maksymalną prawdę.

Agnieszka Kulik-Jęsień pisze o etyce i retoryce u Jana Pawła II, który z pewnością łączy w sobie cechy idealnego mówcy z poprzedniego artykułu. Ważne są uwagi na temat filozoficznego zakorzenienia etyki Karola Wojtyły oraz związków retoryki z poezją. Istotne też są związki obu tych dziedzin

z Biblią, która prowadzi nas do początków Przymierza oraz związki z kulturą ojczystą. Mamy też wzmianki o papieskim poczuciu humoru, jak również o jego umiejętności korzystania z milczenia. Autorka stwierdza też, że w retoryce papieża znajdujemy „figury argumentacji racjonalnej, aby krok po kroku wnioskować, uzasadniać przesłanki, pokazywać alternatywy, analogie, a tym samym w sposób wiarygodny, udokumentowany nieść światu orędzie miłości, wiary i nadziei na lepsze jutro”. Jest to, jak sądzę, bardzo ciekawe stwierdzenie, gdyż wskazuje na to, że Karol Wojtyła potrafił w twórczy sposób łączyć metodę fenomenologiczną, z zasady dystansującą się od logiki, z logiczną argumentacją rodem z filozofii analitycznej. Połączenie zalet obu tych metod jest bez wątpienia dużą nadzieją filozofii, teologii i retoryki.

Agnieszka Mikołajczyk porusza problemy etyki badań naukowych dotyczących głównie psychologii społecznej. Wskazuje najpierw na trudność jednoznacznego określenia dobra i zła w sytuacji, gdy na postawy i wybory moralne ma znaczący wpływ środowisko i sytuacja. Wiele różnych czynników może też być źródłem pytań etycznych w kontekście badań naukowych. Problemem jest na przykład konieczność okłamywania badanych poprzez ukrywanie przed nimi celu badania, bo tylko w ten sposób badanie nie będzie zaburzone celową zmianą postaw badanych. Tutaj sam badający musi rozstrzygnąć, czy spodziewane korzyści usprawiedliwiają takie kłamstwo. Inne ważne kwestie to prawo badanego do odmowy udziału w badaniu w dowolnym momencie oraz prawo do anonimowości i prywatności. Autorka podaje przykłady głośnych kontrowersyjnych badań, artykuł zaś kończy pytaniami dotyczącymi sensowności zbyt daleko idących badań nad możliwością kontrolowania zjawisk społecznych. Istnieje pewna możliwość (to już moja myśl), trudno powiedzieć na ile realna, aby po eksperymencie nad zachowaniem uczony prezentował jego wyniki badanym i prosił o zgodę na wykorzystanie tych wyników w określonej formie. Tym sposobem łatwo byłoby chronić dobra badanych, a ponadto byłaby to dla nich okazja do wyniesienia pewnych korzyści z badania, w jakim uczestniczyli.

Agnieszka Kamińska opisuje retoryczny aspekt rozmowy lekarza z rodziną potencjalnego dawcy narządów. Zwraca uwagę na to, że w obliczu bólu, jaki sprawia nadchodząca śmierć kogoś bliskiego, argumenty rozumowe mają małe znaczenie, nawet jeśli są rozumiane i uznawane. Skuteczniejsze bywają inne sposoby, które nie naruszają prawa do prawdy, ale pomagają lepiej radzić sobie z uczuciem straty kogoś bliskiego. Badania wykazały na przykład, że o człowieku, którego funkcje życiowe są podtrzymywane sztucznie po tzw. śmierci pnia mózgu, nie należy mówić „pacjent” czy „chory”, ale „zmarły” lub „zwłoki”, aby rodzina miała świadomość, że po odłączeniu aparatury nastąpi zgon „ciała w całości”. Retoryka rozmowy o pobraniu organów ma z jednej strony doprowadzić do ratowania życia biorcy, a z drugiej strony ma się wiązać z wrażliwością na cierpienie bliskich domniemanego dawcy.

Paweł Krzysiek i Rafał Miszczuk piszą o relacjach między etyką, kulturą i mediami w krajach muzułmańskich. Media mają ogromny, wręcz zasadniczy wpływ na to, jak postrzegamy nie tylko świat, ale i nas samych i nasze miejsce w tym świecie. Świat zachodni z racji wyższego zaawansowania technologicznego sam siebie uważa się za lepszy od reszty świata, co wiąże się z „jednostronnym przepływem informacji”: od Stanów Zjednoczonych i Europy w kierunku tej „reszty”. W samych krajach arabskich zjawiskiem, które wpływa hamująco na rozwijanie dialogu i postaw etycznych, jest m. in. niezdrowa konkurencja między przedsięwzięciami medialnymi państw zachodnich. Brak zaufania, wzajemne oskarżenia, w które włączają się też media arabskie, prowadzą do „dialogu głuchych”, gdzie każdy mówi, a nikt nikogo nie słucha. Wśród wielu etycznych problemów mediów arabskich jest pytanie o to, w którym momencie kończy się dziennikarskie prawo do *scoop* (wiadomość opublikowana wcześniej od innych) i prawo do materiałów na wyłączność, a zaczyna się popieranie terroryzmu. Autorzy zwracają też uwagę na zmianę paradygmatu obiektywizmu dziennikarskiego, obiektywizm ten nie wyklucza bowiem własnej interpretacji zdarzeń, których znajomość wszakże musi być oparta na rzetelnych źródłach. W konkluzji artykułu zaznaczony jest brak prawdziwego komunikowania i zrozumienia świata arabskiego; dopóki zrozumienie się nie pojawi, trudno mówić o jakiegokolwiek etyce komunikacji z tym światem.

Tomasz Naganowski porusza kwestię plagiatu w cyberprzestrzeni. Plagiaty zawsze się pojawiały, ale dzisiejszy dostęp do publikacji internetowych sprawia, że plagiat stał się zjawiskiem szczególnie niepokojącym. Autor wskazuje na osobliwą nieświadomość prawną społeczeństwa dotyczącą praw autorskich – wielu ludzi zakup książki czy opłacenie korzystania z portalu internetowego traktuje jako nabycie prawa własności zamieszczonych tam tekstów. Przypomina on m.in.: „Nie możemy też wygłaszać wyuczonych na pamięć fragmentów cudzych utworów, np. w trakcie wykładu, odczytu, przemówienia, kazania czy homilii, nie podając przy tym autora tych słów i chcąc uchodzić za ich twórcę”. Nawet wola autora nie ma tu znaczenia – nie może on np. sprzedać swojego utworu, tak aby kupujący mógł go traktować jako swoje dzieło. Właściwa postawa wobec tego zjawiska jest stanowczo zalecana w obecnej sytuacji, gdy nawet uczelnie nie zawsze umieją dopilnować rzetelności w tym zakresie, a nawet niechętnie patrzą na recenzenta, który wykryje plagiat.

Barbara Sobczak pisze o (nie)etycznym informowaniu w mediach. Zapoznajemy się z „Kartą etyczną mediów” i uwagami na temat manipulacji, która okazuje się skomplikowana etycznie. Jeśli zrozumiemy ją jako skłanianie odbiorcy do tego, by robił coś, czego by nie uczynił, gdyby nie był zmanipulowany, manipulator zawsze może się zastaniać domniemanym (lub zmyślonym przez siebie) dobrem odbiorcy. Autorka zamieszcza kilka ciekawych historii prasowych, jak „informację” o wielorybie w Wiśle zmierzającym w kierunku Warszawy zamieszczoną przez „Fakt”. Tego rodzaju fan-

tazje powinny być łatwo rozpoznawane przez odbiorców, jednak okazuje się, że przeciętny czytelnik nie potrafi łatwo odróżnić fakt od faktoиду. Zwraca się uwagę na to, że polski czytelnik nie potrafi jeszcze sprawnie rozróżnić poważnego dziennikarstwa od prasy rozrywkowej, do której należy „Fakt” Należałoby tę umiejętność upowszechnić. Autorka przytacza zasady wspomagające obiektywizm dziennikarski i przytacza kilka przykładów łamania tych zasad. Innym błędem jest tzw. przekaz bezalternatywny, który zwalnia odbiorcę z interpretacji, bo ta już jest narzucona przez nadawcę. Poznając mnogość technik manipulacji, można też zapytać, czy są one w mediach częściej stosowane w celu wsparcia konkretnej opcji, zwłaszcza politycznej, czy raczej w celu uchwycenia ulotnej uwagi odbiorców.

Po licznych, i jakże słusznych, narzekaniach na różnego rodzaju nieetyczność mediów przyszła pora na pochwały. Joanna Smól analizuje pod względem etycznym porady prasowe zawarte w „Przyjaciółce” Autorka przytacza wiele przykładów porad, które istotnie starają się wskazać skuteczne środki w trudnych sytuacjach tak, aby nieść pomoc pytającemu i nie naruszać dóbr osób trzecich. Na przykład odnośnie do spraw dotyczących relacji damsko-męskich gazeta nigdy nie radzi stawiać hedonizmu czy egoizmu ponad obowiązek moralny: „Nigdy bowiem nie są to porady typu – usuń tę ciężę czy pomścij swą krzywdę i rozbij małżeństwo” Redakcja ostro też gani postawy amoralne. Porady, o których mowa w artykule, pochodzą z lat 1948-1953. Trudno w tej sytuacji nie postawić pytania, czy jednak nie jest trochę sensu w wątpliwościach dotyczących stwierdzenia, że etyka czasów komunizmu była wyłącznie niska i zła.

Kolejny artykuł autorstwa Katarzyny Sobstyl mówi o atrakcyjności negatywnych wzorców zachowań na podstawie tekstów nadsyłanych do czasopism młodzieżowych. Artykuł ten dotyczy czasów obecnych i zgodnie z tytułem przedstawia zdecydowane obniżenie postaw etycznych zarówno u redakcji, jak i u czytelników. Zamiast należytych ocen etycznych pojawia się tzw. *obciachometr*, a miłe i nieszkodliwe *bajerowanie* zniechęca do tego, by kłamstwo nazywać kłamstwem. Przygnębiające, ale słuszne, jest podsumowanie autorki: „Szkoda, iż redaktorzy analizowanych czasopism nie zwracają większej uwagi na propagowanie wartości wyższych i nie czują się odpowiedzialni za etyczny wymiar treści tekstów nadsyłanych przez młodzież. Czytając je wraz z komentarzami redakcyjnymi, odnosi się przykre wrażenie, iż godność osoby ludzkiej staje się pustostowiem”

Lidia Pokrzycka na przykładzie lubelskiego rynku prasowego porusza problem etyki mediów. Przytacza jeden z kodeksów etycznych opracowanych przez koncern medialny Orkla Press Polska. Wskazuje również na przyczyny problemów z etyką u dziennikarzy, którym czasami brakuje obiektywności czy odwagi mówienia prawdy. Nierzadko też naciski zewnętrzne odbierają im możliwość działania zgodnie z dziennikarskim sumieniem, zdarzają się nawet groźby ze strony polityków, których dziennikarz przedstawił w niekorzystnym świetle. Jak widać, wiele jeszcze jest do

zrobienia w tej dziedzinie i należy o tym mówić oraz w miarę możliwości działać na rzecz poprawy sytuacji, a nie tylko czekać, aż sama się zmieni.

Agata Małyska zajęła się etyką i retoryką w dyskusjach politycznych. Przytacza zasady komunikacji publicznej u Habermasa (zasada: prawdziwości, szczerości, zrozumiałości, stosowności relacji interpersonalnej), a następnie przytacza przykłady dyskusji politycznych i skrupulatnie je analizuje. Zwraca przy tym uwagę na powszechne przekonanie o spójności poglądów u ludzi, którzy je wygłaszają, podczas gdy pełną spójność trudno jest osiągnąć. W rzeczywistości aspektowość naszego myślenia, bogactwo doświadczeń, „próbkiwanie” hipotez i domysłów sprawia, że często „szukanie dziury w całym” nie jest dobrym sposobem poznawania prawdy o sprawach i poglądach. W dyskusjach politycznych pojawiają się nieraz zupełnie niedozwolone chwytły, wśród których pojawia się też zwykłe lub zakamuflowane kłamstwo. Można się zastanawiać, czy należałoby położyć nacisk raczej na etykę takich dyskusji, czy też bardziej skupić się na wyrabianiu w społeczeństwie wymogu porządnej argumentacji i poszanowania dla prawdy oraz żądania z jego strony, aby osoby publiczne i media również ten szacunek okazywały. Może to wyeliminowałoby krętaczy i manipulatorów skuteczniej niż samo tylko liczenie na etos mediów i polityków.

Rafał Zimny podejmuje problem etycznego statusu fikcji reklamowej. O zagrożeniach reklamy pisze się i mówi wiele, Kathleen Taylor stosuje do niej nawet kategorię „prania mózgu”. Różne gremia, komitety i kościoły wypowiadają się na temat dopuszczalnych i zalecanych sposobów i wartości obecnych w reklamie. Są w niej w sposób oczywisty zawarte elementy perswazji, a czasami też manipulacji. Oba te pojęcia są dość wieloznaczne, a rozważane przez autora znaczenia obu pojęć i relacji między nimi są bardzo ciekawym fragmentem artykułu. Mamy tu też rozważania z pogranicza ontologii dzieła sztuki dotyczące nowego rodzaju fikcji pojawiającej się w reklamach. Jest taki dowcip, że ludzie jedzą kurze jajka, a nie kaczki, bo kura jak zniesie jajko, to gdacze, a kaczka się nie chwali. Reklama ma zapewne duże znaczenie ekonomiczne, ale chciałbym zwrócić uwagę na jej walory rozrywkowe. Ponieważ sam wiele lat temu pozbyłem się telewizora, rzadko mam okazję kontaktu z tym medium, a kiedy mi się to zdarzy, lubię oglądać właśnie reklamy, które bywają nieraz bardzo pomysłowe czy dowcipne. Oczywiście nie pamiętam, co konkretnie było reklamowane, ale radość z obejrzenia dobrej reklamy zostaje. Myślę, że dobrze by nam zrobiło trochę „niewdzięczności” wobec reklam – docenić, co w nich ciekawe, a nie przejmować się znanadto tym, co chcą nam sprzedać.

W ostatnim artykule Piotr Pirecki analizuje retoryczną perswazję obecną w eseistyce literackiej „Tygodnika Powszechnego”. Odnajduje tam realizację klasycznych zadań retoryki, która przy pomocy najlepiej dobranych środków prezentuje dobrze przemyślaną argumentację nie tyle w celu perswazyjnym, ile dla pobudzenia dyskusji na ważne tematy. Jako przykład Pirecki podaje rozważania osnute wokół „Traktatu teologicznego” Czesława Miłosza. Trochę

tajemniczo brzmi przypisywanie niektórym autorom argumentów indukcyjnych i traktowanie indukcji jako „argumentowania bezdyskusyjnego” Za to jasno i prosto Pirecki podkreśla rolę „argumentacyjnego przekonywania” w krytyce literackiej (nawiązuje do eseju o twórczości Mirona Białoszewskiego), takie podejście z pewnością może być dobrym lekarstwem przeciwko zawikłanym dywagacjom na temat, co autor miał na myśli i co miał na myśli ten, który sądził, że autor miał coś na myśli. Autor artykułu zwraca też uwagę na esej o poezji Wisławy Szymborskiej i zawarte w nim sylogizmy dialektyczne (wykorzystujące przesłanki oparte na powszechnym mniemaniu).

Na koniec możemy pytać, czy w kontekście tego, co o niej powiedziano, retoryka jest dobra czy zła. Jeśli służy dobru, jest dobra, jeśli złu, może stać się zła, ale nie jest to przecież jedyna kategoryzacja, jakiej może ona podlegać, trzeba pamiętać, że retoryka na najwyższym poziomie jest też piękna. Jeśli mamy powody, aby podtrzymywać tzw. Wielką Teorię o jedności prawdy, dobra i piękna, to dobrze rozumiana i odpowiednio uprawiana retoryka z pewnością może być doskonałym przykładem zastosowania tej teorii.

Ks. Zbigniew Wolak