

**(RE)DEFINICJA POJĘCIA TABU MEDIALNEGO  
JAKO KATEGORII AKSJONORMATYWNEJ  
Z PERSPEKTYWY TEORETYCZNO-FUNKCJONALNEJ**

Autor książki zasadnie kwestionuje powszechne przekonanie, że „media są przestrzenią bez tabu”. Oczywiście stopień „tabuizacji” zależy od ich rodzaju, gatunku czy kanału, ale ograniczenia wynikające z przyczyn kulturowych, politycznych, ekonomicznych czy prawnych są w środkach przekazu w większym lub mniejszym zakresie obecne. Dotyczy to również (a może zwłaszcza) prasy informacyjno-publicystycznej, która stała się (z niewielkimi odstępstwami) przedmiotem nowatorskich badań Autora. Podkreślam tu nowatorstwo przedsięwzięcia, ponieważ „tabu” w mediach było dotąd nie tylko nie analizowane, ale nawet nie dostrzegane ze względu na absolutną rzekomo wolność wypowiedzi, jeśli nie naruszają one norm prawa karnego lub kodeksu cywilnego. A tymczasem w publikacjach o polityce, gospodarce i kulturze nie brak tematów z różnych (nie tylko jurystycznych, ale też obyczajowych) powodów wyłączonych i pomijanych – w tym tematów tabu.

*prof. dr hab. Jerzy Jastrzębski*

Autor publikacji podjął się ambitnego zadania opracowania interdyscyplinarnych źródłowych podstaw oraz teoretyczno-naukowych ram do badania obecności i funkcjonalności tabu medialnego. Dopiero w takim kontekście badawczym można odpowiedzialnie dokonywać zarówno prób identyfikowania tabu w mediach, ich kategoryzacji i empirycznego pokazywania ich egzemplifikacji. Takie autorskie podejście do problematyki tabu w mediach wymagało solidnego przygotowania i interdyscyplinarnej wiedzy na ten temat, przemyślanej metodologii kwerendalnej, przygotowawczej i badawczej podjętego problemu, a także analityczno-syntetycznych analiz porządkujących pojęcie tabu, jego medialne kategorie i praktyczną funkcjonalność w mediach i poprzez media.

*ks. prof. dr hab. Michał Drożdż*



Uniwersytet Papieski  
Jana Pawła II  
w Krakowie

WYDAWNICTWO | PETRUS



ISBN 978-83-7720-665-2



9 788377 206652

www.WydawnictwoPetrus.pl

**SŁAWOMIR SOCZYŃSKI SDS**

**(RE)DEFINICJA POJĘCIA  
TABU  
MEDIALNEGO**



**JAKO KATEGORII AKSJONORMATYWNEJ  
Z PERSPEKTYWY TEORETYCZNO-FUNKCJONALNEJ**

WYDAWNICTWO | PETRUS