

UNIWERSYTET ŚLĄSKI
WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH
INSTYTUT FILOZOFII

Marlena Starostecka

nr albumu 276 245

**ETYKA MEDIÓW A PRZYPADEK
MICHAELA JACKSONA**

PRACA DYPLOMOWA
LICENCJACKA

dr hab. prof. UŚ Tomasz Czakon

Katowice 2014

Słowa kluczowe: etyka mediów, Michael Jackson.

Świadoma odpowiedzialności prawnej oświadczam, że niniejsza praca została napisana przeze mnie samodzielnie i nie zawiera treści uzyskanych w sposób niezgodny z obowiązującymi przepisami.

Oświadczam również, że przedstawiona praca nie była wcześniej przedmiotem procedur związanych z uzyskaniem tytułu zawodowego w wyższej uczelni.

Oświadczam ponadto, że niniejsza wersja pracy jest identyczna z załączoną wersją elektroniczną.

MARLENA STAROSTECKA
ETYKA MEDIÓW A PRZYPADEK MICHAELA JACKSONA

PLAN PRACY DYPLOMOWEJ

1. Wstęp.....	3
Etyka mediów.....	7
2. Medialny wizerunek Michaela Jacksona.....	10
2.1. Gwiazda doskonała (1958-1978).....	12
2.2. Solowa kariera (1979-1999).....	13
2.3. Upadek Króla Popu (2000-2009).....	15
3. Prawda w mediach.....	17
3.1. Koncepcje prawdy.....	18
3.2. Ile jest prawdy w mediach?.....	21
3.3. Niewiarygodność tabloidów – zjawisko tabloizacji mediów.....	24
4. Prywatność osoby publicznej.....	26
4.1. Pojęcie prywatności i osoby publicznej.....	27
4.2. Prawo do prywatności a wolność mediów.....	29
5. Śmierć Michaela Jacksona jako widowisko medialne.....	32
5.1. Publiczny charakter śmierci.....	33
5.2. Pseudo – event.....	36
6. Analiza i etyczna ocena przypadku Michaela Jacksona w oparciu o godność człowieka.....	38
Zakończenie.....	42
Bibliografia.....	45

1. WSTĘP

*Ojciec zawsze powtarzał, że nie będę miał łatwego życia
Bo gonię za szczęściem i sławą
Czuję coraz większe napięcie, żyję tylko dla wygranej
Jestem sam w swoim bólu, nie czujesz tego?
To cena sławy, tak smakuje cena sławy
Więc nie skarż się na cierpienie!
To cena sławy, taka jest cena sławy
Więc nigdy nie narzekaj! ¹*

Świat środków przekazu, czyni z ludzkości „światową wioskę”, jednocześnie ją jednocząc, ale także dzieląc na wrogie obozy. Media osiągnęły imponujące znaczenie dla wielu stając się są głównym przewodnikiem czy natchnieniem w różnych zachowaniach, np. indywidualnych czy społecznych. Ich potęga jest ogromna, o czym może świadczyć fakt, że wpływają nie tylko na to, co ludzie myślą, ale – o czym myślą. Dla części odbiorców przekazów medialnych rzeczywistością jest właśnie to, co środki przekazu uznają za tyle istotne, aby o tym napisać czy pokazać; wszystko, czemu nie poświęcają uwagi, wydaje się mało istotne².

Zajmując się analizą mediów, trzeba odróżnić ich cel właściwy, czyli powinnościowy, od celu faktycznego, który jest realizowany. Celami właściwymi (powinnościowymi) zajmują się przede wszystkim filozofowie. Muszą jednak pamiętać o tym, aby ich refleksja odnosiła się do realnie działających mediów, a nie idealnych wyobrażeń na ich temat³.

Paweł VI zwrócił uwagę na fakt, że „środki przekazu odzwierciedlają życie i zwyczaje ludzi współczesnych i stanowią jakby publiczne forum, na którym ludzie wymieniają poglądy i prowadzą ze sobą dialog⁴”.

¹ M. Jackson: *Price Of Fame*. Bad 25 [Dysk CD]. Epic Records, 2012.

Tłumaczenie na język polski: <http://mjtranslate.com/pl/songs/1506> [Czas dostępu: 14.12.2013].

² A. Szewczyk: *Problemy moralne w świecie informacji*. Warszawa 2008, s. 32.

³ Ibidem, s. 60.

⁴ Paweł IV, za: A. Szewczyk: *Problemy moralne w świecie informacji...*, s. 32.

W ostatnich latach pojawiło się wiele nowinek technologicznych i w związku z tym, zaczęto mówić o „nowych mediach”. Niektórzy uważają, że termin ten przysługuje jedynie mediom, które opierają swoje działanie na elektronice⁵.

Dzięki mediom żyjemy w tzw. „kulturze informacyjnej”. Informacja stała się towarem. Jakościowo poprawna informacja jest: bieżąca, ważna dla odbiorcy, precyzyjna, efektownie zredagowana itd. To dziennikarze oraz ludzie pracujący w branży medialnej są dostarczycielami informacji. Natomiast środki masowego przekazu je sprzedają. Ze względu na wieloaspektowe konsekwencje jakości informacji jest trwale związana z etyką⁶.

Warto też zwrócić uwagę nie tylko na jakość informacji, ale także na jej ilość. Bardzo szkodliwy może być jej nadmiar, określany mianem „smogu informacyjnego”. Dlatego ważnym elementem edukacji odbiorców środków masowego przekazu powinna być krytyczna selekcja informacji⁷.

Media poprzez publikację mogą naruszyć czyjeś dobro. Może nim być wizerunek lub dobre imię. Środki masowego przekazu mogą go naruszyć poprzez upowszechnienie informacji z życia prywatnego bądź opublikowanie informacji fałszywych. Dlatego postuluje się ograniczenia wolności mediów w tych obszarach⁸.

Jak zauważa T. Kononiuk: „prywatność jest dobrem, którego nie można wyraźnie określić, ale i zarazem dobrem, bez którego życie ludzkie byłoby nie do zniesienia”⁹. Mimo to są wyjątki od reguły – naruszenie prywatności osób publicznych jest uzasadnione dobrem wspólnym¹⁰.

Trudność w etycznej ocenie pojawia się wówczas, gdy media rozpowszechniają informacje o życiu osób publicznie znanych (m.in. o gwiazdach show – biznesu), które nie wykonują żadnych funkcji publicznych. Zdaniem Z. Sareło takie publikacje stanowią naruszenie godności osoby, są więc moralnie złe. Ponadto, autor ten winą obciąża również odbiorców, którzy interesują się życiem celebrytów, aktorów, znanych dziennikarzy itd., ponieważ to od nich zależy, czy media będą publikować informacje tego typu¹¹.

W swojej pracy, przeprowadzę analizę przypadku Michaela Jacksona. Jest on osobą publiczną, nie pełniącą funkcji publicznych, ale budzącą wiele kontrowersji. Jego życie

⁵ A. Szewczyk: *Problemy moralne w świecie informacji...*, s. 33.

⁶ J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska...*, s. 152.

⁷ A. Szewczyk: *Problemy moralne w świecie informacji...*, s. 16.

⁸ P. Czarnecki: *Etyka mediów*, Warszawa 2008, s. 51.

⁹ T. Kononiuk, za: P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 51.

¹⁰ P. Czarnecki: *Etyka mediów*, Warszawa 2008, s. 51.

¹¹ Z. Sareło, za: P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 52.

prywatne zarówno rodzi, jak i budzi ogromną lawinę niejednoznacznych informacji – zarówno tych prawdziwych jak i fałszywych.

Środki masowego przekazu chciały posiadać o Jacksonie wszystkie kontrowersyjne informacje, toteż go nękały. Nie jest jasne z jakiego powodu go nękały; czy dlatego, że chciały osiąść informacje, czy dlatego, że je miały. Paparazzi chcieli zrobić zdjęcia Michaelowi Jacksonowi w ośmieszającej go sytuacji. To wszystko potęgowały również doniesienia o podupadającym stanie zdrowia artysty i podobno rozpadającej się twarzy. Zaś kwestia koloru skóry Michaela Jacksona spowodowała swoisty podział u odbiorców przekazów medialnych. Jedni uważali, że był to skutek choroby, natomiast drudzy przypisywali ten stan poddawaniu się zabiegom wybielającym¹².

Praca składa się z sześciu rozdziałów: w rozdziale pierwszym zdefiniowane jest pojęcie etyki mediów. Rozdział drugi to biografia Michaela Jacksona – kariera muzyczna oraz życie prywatne. W rozdziale trzecim poruszony zostaje problem prawdy w środkach masowego przekazu oraz zjawisko tabloizacji mediów. Czwarty rozdział przedstawia wyjaśnienie pojęcia prywatności i osoby publicznej oraz tego, na ile w przypadku osób medialnych można mówić o prywatności. Rozdział piąty to reakcja fanów, a przede wszystkim środków masowego przekazu na śmierć Michaela Jacksona i zarazem uczynienie z tego tematu widowiska medialnego. W rozdziale szóstym zawarta jest analiza oraz etyczna ocena przypadku Michaela Jacksona w oparciu o godność człowieka (następują w niej odwołania m.in. do ujęcia tej kwestii przez Kanta). W zakończeniu zawarłam sugestie dotyczące tego, jak powinno się odczytywać przekaz medialny, ale także jak uchronić odbiorców mediów przed np. manipulacją z ich strony. Ujęta jest w nim również teza, że życia prywatnego Michaela Jacksona nie powinno zrównywać się z jego dorobkiem muzycznym.

Zajęłam się czterema głównymi problemami (prawdą, prywatnością, śmiercią oraz godnością człowieka) i tego też dotyczą pytania badawcze:

1. Dlaczego media podają fałszywe informacje do opinii publicznej, mimo iż takie publikacje najczęściej godzą w dobre imię lub wizerunek osoby publicznej?
2. Dlaczego piszą o życiu prywatnym, pomimo że jest to zachowanie nieetyczne?
3. Dlaczego uczyniono ze śmierci widowisko medialne, a nie prywatną ceremonię pożegnalną?

¹² http://www.wiadomosci24.pl/artykul/zaszczuty_nawet_po_smierci_102953.html [Czas dostępu: 14.12.2013].

4. Czy we wszystkich przekazach medialnych godność człowieka jest szanowana?

1.1. ETYKA MEDIÓW

Słowo „etyka” wywodzi się z greckiego pojęcia „etos”, które oznacza obyczaj¹³.

Jest to pojęcie niezwykle złożone. Niektórzy uważają, że sama etyka jest umową opierającą się na egoizmie. Tak było w przypadku T. Hobbesa, który uważał, że jej początkiem jest umowa społeczna¹⁴. Taka koncepcja jest w gruncie rzeczy bardzo prosta, ale mało realistyczna, by oddać problematyczność oraz złożoność samej etyki¹⁵.

Inni zaś są zdania, że cechy społeczne takie jak np. opieka rodzicielska czy współpraca przy zdobywaniu pożywienia jasno pokazują związek człowieka ze zwierzętami. Tak było w przypadku Kanta¹⁶.

Wiele jest koncepcji na temat pochodzenia oraz znaczenia samej etyki. Każda z tych refleksji jest mniej lub bardziej akceptowalna, nie brakuje wobec nich również zarzutów.

Ludzie potrzebują etyki mediów, ponieważ środki masowego przekazu swym istnieniem oraz działaniami stwarzają poważne konsekwencje zarówno w życiu jednostek, jak i społeczeństw. Często są drogowskazem, w oparciu o który odbiorcy mediów podejmują decyzję, nierzadko bardzo ważne dla ich dalszych losów. Decyzje te mają często wymiar etyczny¹⁷.

Niezależnie jednak od tego, czy media mają na nas pozytywny czy negatywny wpływ, nie jesteśmy wobec tego wpływu kompletnie bezbronni. Najbardziej banalnym sposobem byłaby rezygnacja z użytkowania środków masowego przekazu. Jednak taka izolacja oznaczałaby, rezygnację nie tylko z tego, co w środkach masowego przekazu jest złe, ale także z tego co dobre, czyli wartościowe. Toteż wielu etyków zwraca uwagę na właściwą edukację medialną, nie tylko dla osób zajmujących się działaniem środków masowego przekazu, ale również odbiorców¹⁸.

Motywuując potrzebę etyki mediów amerykańscy badacze odwołują się do wartości demokracji. Amerykańskie społeczeństwo znane jest z tego, że niebywale ceni wolność słowa, a ona jest jedną z fundamentów demokracji. Obowiązki etyczne spoczywają na mediach z dwóch zasadniczych motywów:

¹³ J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska...*, s. 43.

¹⁴ M. Midgley: *Pochodzenie etyki*. W: P. Singer: *Przewodnik po etyce*. Warszawa 1998, s. 30.

¹⁵ M. Midgley: *Pochodzenie etyki*. W: P. Singer: *Przewodnik po etyce...*, s. 30 – 31.

¹⁶ Ibidem, s. 34.

¹⁷ J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska...*, s. 21.

¹⁸ P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 26 – 27.

1. W demokracji to media są bardzo często pierwszym źródłem informacji, a wiarygodna i precyzyjna informacja jest filarem trwania demokracji.
2. Media wpływają na opinię społeczną - mają więc moc perswazyjną. Nadużywanie wolności słowa np. aby niszczyć ludzi, narzucać ludziom poglądy – jest tak samo stare jak zasada wolności.

T. Jefferson, współtwórca tzw. I Poprawki do Konstytucji Stanów Zjednoczonych, zaznaczył, że wolność słowa będąca dobrem, może być jednocześnie zła¹⁹. Oto fragment wypowiedzi dotyczącej tego problemu, wygłosił ją w czasie gdy był już prezydentem: „Ubolewam nad zgnilizną, opanowującą gazety i nad zjadliwością, wulgarnością i zakłamaniem ludzi, którzy w nich piszą... To łajno w szybkim tempie deprawuje opinię publiczną. Jest to jednak zło, na które nie ma lekarstwa: warunkiem naszych swobód jest wolność prasy, a tej nie można ograniczyć nie niszcząc jej”²⁰.

Jefferson nie widział wyjścia z tej sytuacji. Jednak takie wyjście istnieje: wolność słowa musi być związana z odpowiedzialnością za nie. Ponad to, większość znawców sądzi, że wolność pozbawiona odpowiedzialności nie jest wolnością w ogóle²¹.

Wydaje się, że w odniesieniu do środków masowego przekazu oraz dziennikarzy należy wyróżnić co najmniej trzy główne wartości:

- Wiarygodność – jako podstawa wzajemnego zaufania (ono jest fundamentem ustroju demokratycznego).
- Prawość – umiejętność odróżniania dobra od zła i stosowanie tego w praktyce (jest wartością świadczącą o etycznej i moralnej dojrzałości).
- Szacunek dla siebie i innych – uwyrażnia godność człowieka. W niektórych mediach, godność ludzi o których jest dana publikacja, stanowi jedną z najważniejszych wartości²².

Kodeksy etyczne są praktycznym „wyrazem” obowiązywania etyki środków masowego przekazu. Mnogość oraz rozbieżności pomiędzy kodeksami skłania do wnikliwej refleksji. Jednym z najważniejszych punktów, który wymaga omówienia jest stworzenie uniwersalnej etyki, odnoszącej się do wszystkich mediów i akceptowanej przez wszystkie

¹⁹ Za: M. Iłowiecki: *Dekalog dziennikarza. Powinności i grzechy mediów*. W: *Etyka w mediach w dobie globalizacji. Wyzwania i zagrożenia*. Red. E. Laskowska, ks. M. Kuciński. Bydgoszcz 2008, s. 66.

²⁰ T. Jefferson, za: M. Iłowiecki: *Dekalog dziennikarza. Powinności i grzechy mediów*. W: *Etyka w mediach w dobie globalizacji. Wyzwania i zagrożenia...*, s. 66.

²¹ Ibidem, s. 66.

²² J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska...*, s. 50.

media. Zdania na ten temat są rozbieżne²³. Zdaniem U. Saxera, z uwagi na pluralizm światopoglądowy i związek każdej etyki zawodowej ze światopoglądem, nie ma możliwości i sensu formułowania jednolitej etyki środków masowego przekazu²⁴.

Należy pamiętać, że odbiorcy treści przekazu medialnego oprócz praw, posiadają także obowiązki. Przykładowo, obowiązkiem nabywcy sprzętu elektronicznego jest korzystanie ze sprzętu zgodnie z instrukcją. Natomiast obowiązkiem odbiorcy środków masowego przekazu jest np. uniemożliwienie dzieciom oglądania treści przeznaczonych dla dorosłych lub świadomy wybór rozrywek i informacji w mediach²⁵.

²³ P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 113.

²⁴ U. Saxer, za: P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 113.

²⁵ Ibidem, s. 28

2. MEDIALNY WIZERUNEK MICHAELA JACKSONA

To oszczerstwo!

Przez słowa, których używacie

Jesteście pasożytami w czerni i bieli

Zrobicie wszystko dla newsu

I nie pójdziesz i nie kupisz tego?

A oni nie będą tego podziwiać?

Nakład uświęca środki

Więc dlaczego tak się ogłupiamy?²⁶

²⁶ M. Jackson: *Tabloid Junkie*. HIStory: Past, Present and Future, Book I [Dysk CD]. Epic Records, 1995. Tłumaczenie na język polski: <http://mjtranslate.com/pl/songs/43> [Czas dostępu: 14.12.2013].

2.1. GWIAZDA DOSKONAŁA (1958 – 1978)

Michael Joseph Jackson urodził się 29 sierpnia 1958 roku w miejscowości Gary, w stanie Indiana. Był siódmym z dziewięciorga dzieci Katherine i Joe’go Jacksonów.

W wieku pięciu lat Michael Jackson wziął udział w szkolnym przedstawieniu - był to jego pierwszy publiczny występ. Rok później, w roku 1964, razem z braćmi występował już w zespole *Jackson 5*, prowadzonym przez Joe’go Jacksona, ich ojca. Michael Jackson negatywnie wspominał początki *Jackson 5*. Uważał, że wypełnione były zbyt „ciężką pracą” jak dla dziecka²⁷.

Jak Michael Jackson wspomina w swojej jedynej autobiografii:

*Pamiętam, że dzieciństwo upłynęło mi głównie na pracy, chociaż ubóstwiałem śpiewać. Nie byłem, jak Judy Garland, zmuszany do tej pracy przez rodziców – artystów. Robiłem to, ponieważ znajdowałem w tym przyjemność i było to dla mnie tak naturalne, jak oddychanie. Robiłem to, bo byłem zmuszany do tego nie przez rodziców czy rodzinę, lecz przez moje wewnętrzne życie w świecie muzyki*²⁸.

Czy negatywne odczucie swojego dzieciństwa jest dokładne, tego nie dowiemy się już nigdy; sam Jackson często mieszał fakty i fikcje. Jednak jedno pozostaje pewne – przez całe swoje życie próbował wykreować świat dziecięcej magii, który mu odebrano²⁹.

Pierwsze nagrania zespołu Michaela Jacksona oraz jego braci, *Jackson 5*, („Big Boy” i „We Don’t Have To Be Over 21”) wydała wytwórnia *Steeltown* w Gary w 1968 roku. Zespół najpierw występował przed publicznością w rodzinnym mieście, a później w Chicago i Nowym Jorku. W tym samym roku Jacksonowie odbyli przesłuchanie w wytwórni *Motown*, czego implikacją był kontrakt i przeprowadzka do Kalifornii. Pierwszym singlem stała się piosenka „I Want You Back”, która ukazała się w 1969 roku i osiągnęła najwyższą pozycję na amerykańskiej liście przebojów „Billboard”³⁰.

W 1970 roku *Jackson 5* wydali trzy albumy: „ABC”, „Thrld Album” oraz „The Jackson 5 Christmas Album”.

Solowa kariera Michaela Jacksona, która rozpoczęła się kiedy występował jeszcze z zespołem, bardzo szybko zaprowadziła go na szczyt. W 1972 roku podbił amerykańską listę

²⁷ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 73 – 74.

²⁸ M. Jackson: *Moonwalk*. Warszawa 2009, s. 26 – 27.

²⁹ J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach*. Chiny 2010, s. 27.

³⁰ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 74 – 75.

przebojów nominowanym do Oscara „Benem”. Kolejne ballady, jak „Ain’t No Sunshine” i „Got To Be There” również stały się hitami.

Do 1976 roku, do czasu zakończenia współpracy z *Motown*, *Jackson 5* wydali 12 płyt, w tym czasie odbyli również światowe tournée. Od 1976 roku nagrywali dla wytwórni *Epic*. Zmienili także nazwę zespołu – z *Jackson 5* na *The Jacksons*. Przeobrażaniu uległ też skład grupy: do zespołu dołączył najmłodszy z braci, Randy, zajmując miejsce Jermaine’a. Grupa oficjalnie istniała do 1984 roku, kiedy ukazał się ich ostatni album „Victory”. Uprzednio odbyli pożegnalną trasę koncertową³¹.

W 1977 roku Jackson dostał rolę Stracha na Wróble w „The Wiz”. Była to afroamerykańska adaptacja filmowa „Czarnoksiężnika z Oz”. Występ z Dianą Ross, pokazał, że Michael Jackson chciał odnieść sukces nie tylko w dziedzinie muzyki, ale również filmu. Jednak krytycy nie ocenili tej adaptacji zbyt dobrze, a soundtrack dotarł tylko na czternaste miejsce w Stanach Zjednoczonych. Mimo to, nowe doświadczenie okazało się niebywale istotne dla samego Jacksona – na planie poznał Quincy’ego Jonsa i nawiązał z nim współpracę³².

³¹ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 75 – 76.

³² M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 38 – 42.

2.2. SOŁOWA KARIERA (1979-1999)

Premiera płyty „Off The Wall” odbyła się 5 sierpnia 1979. Cztery single z płyty znalazły się w dziesiątce amerykańskiej listy przebojów³³.

Po „Off The Wall” Michael Jackson wraz z Quincy Jones’em rozpoczęli trzymiesięczną sesję nagraniową drugiego albumu Jacksona w *Epic*. „Thriller” był mieszanką różnych stylów muzycznych: pop, rock, soft rock, R&B oraz innych. Po wydaniu albumu w grudniu 1982 roku aż siedem z dziewięciu singli wzbilo się na szczyty list przebojów³⁴.

Teledysk do tytułowej piosenki to tak naprawdę czternastominutowy film. Ten klip stał się również najlepiej sprzedającym się muzycznym video wszechczasów³⁵.

W szczytowym okresie sprzedawało się ponad 600 000 egzemplarzy „Thrillera” tygodniowo. Stał się on najlepiej sprzedającym się albumem wszechczasów, słuchacze kupili blisko 50 milionów jego kopii. Na listach przebojów pozostał przez dwa lata. Natomiast sam Jackson zdobył aż siedem nagród *Grammy*³⁶.

W styczniu 1984 roku Michael Jackson kręcąc reklamę dla firmy Pepsi uległ wypadkowi. Iskra z materiałów pirotechnicznych zapaliła włosy na jego głowie. Doznał oparzeń drugiego i trzeciego stopnia. Prawdopodobnie to wydarzenie zapoczątkowało u Jacksona lęk przed problemami zdrowotnymi oraz uzależnienie od środków przeciwbólowych³⁷.

W tym okresie zwielokrotniły się mity na temat zmieniającej się twarzy Michaela Jacksona oraz jego coraz jaśniejszego odcienia skóry. W kwietniu 1984 roku „Sun” zadał pytanie: „Is Jacko Wacko?” („Czy Jackson jest wariatem?”). To przezwisko przyjęło się w opinii publicznej³⁸.

Po pięciu latach od wydania kultowego już albumu „Thriller”, pojawił się jego następca. Album „Bad” od razu zadebiutował na pierwszym miejscu amerykańskiej listy przebojów we wrześniu 1987 roku³⁹.

³³ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 76 – 77.

³⁴ J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach...*, s. 70.

³⁵ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 58.

³⁶ J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach...*, s. 74.

³⁷ Ibidem, s. 85.

³⁸ Ibidem, s. 91.

³⁹ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 76.

Album ten również przeszedł do historii muzyki. Stał się drugą (po „Thrillerze”) najlepiej sprzedającą się płytą wszechczasów⁴⁰.

Następny album Michaela Jacksona został wydany w 1991 roku⁴¹.

Album „Dangerous” zadebiutował na pierwszym miejscu listy sprzedaży w Wielkiej Brytanii i dotarł na szczyt „Billboard 100” w USA, gdzie pozostał przez cztery tygodnie do stycznia 1992⁴².

W okresie promocji albumu „Dangerous” w mediach zaczęły pojawiać się informacje o tym, iż policja z Los Angeles przesłuchuje Jacksona. Oskarżenia dotyczyły seksualnego wykorzystania dzieci⁴³.

Sam Michael Jackson wielokrotnie zachęcał dzieci, aby przebywały w jego posiadłości w Neverland. Większości rodziców ta propozycja bardzo imponowała, jednak jego przyjaźń z trzynastoletnim Jordanem Chandlerem skończyła się w sądzie, oskarżeniami o molestowanie⁴⁴.

W 1993 roku, Jackson wziął ślub z wnuczką Elvisa Presleya, Lisą Marie Presley⁴⁵.

Następny album ukazał się 16 czerwca 1995 roku i nazywał się „HIStory: Past, Present and Future Book I”. Składał się z dwóch płyt: zestawu 15 największych hitów Jacksona (poddanych ponownemu masteringowi) oraz 15 nowych utworów. Płyta ta okazała się najlepiej sprzedającym się podwójnym albumem wszechczasów. W 1996 Michael Jackson podczas trasy koncertowej odwiedził po raz pierwszy Polskę. Rok później znowu odwiedził Polskę, tym razem zaprezentował pomysł budowy parku rozrywki w okolicach Warszawy. Interesowało go również nabycie posiadłości⁴⁶.

Małżeństwo Jacksona z wnuczką Elvisa Presleya zakończyło się w 1996 roku. Kilka miesięcy później Michael Jackson wziął drugi ślub z pielęgniarką Debbie Rowe, z którą miał dwójkę dzieci – Prince’a Michaela i Paris Michael Katherine⁴⁷.

W 1997 roku ukazał się ostatni album Jacksona w tym tysiącleciu, „Blood On The Dance Floor: History In The Mix”. Było na nim tylko pięć nowych piosenek i osiem remiksów⁴⁸.

⁴⁰ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 81 – 82.

⁴¹ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 87.

⁴² Ibidem, s. 87 – 88.

⁴³ J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach...*, s. 128.

⁴⁴ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 95.

⁴⁵ Ibidem, s. 96.

⁴⁶ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 84 – 85.

⁴⁷ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 97.

2.3. UPADEK KRÓLA POPU (2000 – 2009)

W 2001 roku ukazała się płyta „Invincible”. Mimo ogromnych kosztów, jakie pochłonęła produkcja tego albumu (ponad 20 milionów dolarów), nie odniosła oczekiwanego sukcesu komercyjnego⁴⁹.

We wrześniu 2002 roku media ogłosiły, że Jackson został po raz kolejny ojcem chłopca o imieniu Prince Michael II, nazywany Blanketem. Podczas pobytu w Berlinie, Michael Jackson chcąc pokazać syna zgromadzonym przy hotelu, z kawałkiem tkaniny na twarzy, trzymał Blanketa wychylając się z balkonu. Incydent ten spowodował wybuch ogromnego skandalu, potępiając Jacksona jako ojca za to niebezpieczne zachowanie. Nagranie z tego wydarzenia powtórzono w wiadomościach na całym świecie⁵⁰.

W odpowiedzi na kolejny atak medialny, Jackson postanowił zaprosić do swojej posiadłości dziennikarza Martina Bashira, a następstwem tego spotkania stał się program „Living with Michael Jackson”⁵¹.

Program wywołał największe kontrowersje, z chwilą kiedy Jackson bronił swoich deklaracji, dotyczących spania w łóżku z niepełnosprawnymi chłopcami. W pewnej chwili wystąpił z trzynastoletnim chłopcem leczącym się na raka, Gavinem Arvizo. Chłopak powiedział, że uważa Michaela Jacksona za swojego przyjaciela i położył swoją głowę na ramieniu Jacksona. Po wyemitowaniu tego dokumentu wybuchł kolejny medialny skandal z udziałem Jacksona⁵².

Michael Jackson próbował bezskutecznie bronić się i upublicznił niewykorzystane fragmenty, na których dziennikarz chwali go jako rodzica. Jednak to nie pomogło. Śledztwo kalifornijskiej policji zakończyło się postawieniem zarzutów o molestowanie nieletnich. Proces ten zaczął się w styczniu 2005 roku w Santa Monica i trwał sześćdziesiąt dni, podczas których wezwano stu trzydziestu pięciu świadków i zbadano ponad 10 tysięcy dowodów⁵³.

⁴⁸ Ibidem, s. 97

⁴⁹ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 85.

⁵⁰ J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach...*, s. 153.

⁵¹ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 123.

⁵² J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach...*, s. 156.

⁵³ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 125.

Michaela Jacksona określano wówczas: samozwańczy, zdetronizowany Król Popu. Z Króla Popu stał się „obalonym idolem”. Przedstawiany był jako osoba, która żyła w odosobnionym i wyimaginowanym świecie. Widocznie lekceważono jego status gwiazdy⁵⁴.

13 czerwca 2005 roku ława przysięgłych wydała werdykt o niewinności we wszystkich częściach oskarżenia⁵⁵.

Kolejne lata minęły pod znakiem ruiny finansowej. W 2006 roku Sony spłaciła część jego ogromnych długów, aby uchronić go przed bankructwem⁵⁶.

W 2009 roku ogłoszono, że Michael Jackson wystąpi w cyklu koncertów w londyńskiej O2 Arena. Nawet sam Jackson potwierdził, że tego dokona. W okularach i czarnej kurtce ozdobionej cekinami wyszedł na prowizoryczną scenę i tym samym potwierdził te doniesienia⁵⁷.

*To będą moje ostatnie występy (...) w Londynie. Kiedy mówię, że to koniec, to będzie koniec. Zaśpiewam piosenki, które moi fani chcą usłyszeć. To koniec, tak naprawdę będzie, to ostatni dzwonek. Do zobaczenia w lipcu*⁵⁸.

Następnie zszedł ze sceny. Był tam bardzo krótko, ale napisały o nim gazety na całym świecie⁵⁹.

Jego wygląd podczas wystąpienia budził niepokój. W wieku pięćdziesięciu lat był blady, bardzo chudy, a szczeka stała się całkowicie kwadratowa. 25 czerwca zmarł na atak serca⁶⁰.

⁵⁴ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 121 – 122.

⁵⁵ J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach...*, s. 159.

⁵⁶ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 126.

⁵⁷ Ibidem, s. 126

⁵⁸ M. Jackson, za: M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 126.

⁵⁹ Ibidem, s. 126.

⁶⁰ J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach...*, s. 167.

3. PRAWDA W MEDIACH

To, że przeczytasz to w gazecie

Albo zobaczysz w telewizji

Nie dowodzi, że to prawda

Choć wszyscy chcą o tym czytać jak najwięcej

To, że przeczytasz to w gazecie

Albo zobaczysz w telewizji

*Nie dowodzi, że to prawda, rzeczywistość*⁶¹

⁶¹ M. Jackson: *Tabloid Junkie*. HIStory: Past, Present and Future, Book I [Dysk CD]. Epic Records, 1995.
Tłumaczenie na język polski: <http://mjtranslate.com/pl/songs/43> [Czas dostępu: 14.12.2013].

3.1. KONCEPCJE PRAWDY

Prawda jest wartością filozofów, ale także jest wartością pożądaną codziennie przez wielu ludzi (przynajmniej tych, którzy nie chcą być oszukiwani). Zatem tym bardziej powinna interesować dziennikarzy (zwłaszcza reportażystów i publicystów, a także dla dziennikarzy gromadzących i upowszechniających informacje) ponieważ są filozofami objaśniającymi otaczający nas świat. Mogą to robić w różny sposób: dobrze lub źle, głęboko lub płytko, mądrze lub głupio. Zatem dziennikarz musi rozumieć, na czym polegają trudności związane z pojęciem prawdy. Prawda rozumiana klasycznie, jako zgodność myśli z rzeczywistością, jest uznawana za wzorzec, do którego należy dążyć. Jednak nigdy nie można być przeświadczonym, że ten ideał się uzyskało. Brakuje bowiem pewnych kryteriów (jednak brak tych kryteriów nie może oznaczać lekceważenia prawdy materialnej), które pozwalają stwierdzić, że myśl i rzeczywistość są niesprzeczne. Definicje prawdy, które odwołują się do umownych kryteriów, nazywane są nieklasycznymi⁶².

G.W.F. Hegel uważa, że prawda związana jest z wolnością, ponieważ jest ona jej warunkiem. Tutaj chodzi jednak o wolność wewnętrzną – otwarcie na prawdę. Ten niemiecki filozof, uważał, że człowiek rozwijając się, dojrzewa do prawdy - dopiero na pewnym etapie swojego życia jest w stanie prawdę zrozumieć i ją zaakceptować⁶³.

Wypowiedzi Jana Pawła II wiele razy traktowały o prawdzie w środkach masowego przekazu. Zdaniem papieża Jana Pawła II wzorcem dziennikarstwa jest służba prawdzie. Dziennikarz musi być „człowiekiem prawdy”, w dodatku odważnym, który nie będzie bał się publicznie rozpowszechniać, że fałsz i manipulacja są niezgodne z założeniami dziennikarstwa⁶⁴.

W poglądach Jana Pawła II można odnaleźć zdanie: „(...) starać się będziecie w waszych tekstach zawsze nazywać dobro – dobrem, a zło – złem”⁶⁵. Jest to przykazanie bardzo konkretne i będące najlepszą wytyczną na drodze dziennikarza⁶⁶.

⁶² J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska*. Warszawa 2007, s. 173 – 174.

⁶³ Ibidem, s. 175.

⁶⁴ M. Hłowiecki: *Dekalog dziennikarza. Powinności i grzechy mediów*. W: *Etyka w mediach w dobie globalizacji. Wyzwania i zagrożenia...*, s. 67-68.

⁶⁵ Jan Paweł II, za: M. Hłowiecki: *Dekalog dziennikarza. Powinności i grzechy mediów*. W: *Etyka w mediach w dobie globalizacji. Wyzwania i zagrożenia...*, s. 68

⁶⁶ M. Hłowiecki: *Dekalog dziennikarza. Powinności i grzechy mediów*. W: *Etyka w mediach w dobie globalizacji. Wyzwania i zagrożenia...*, s. 68.

Kościół katolicki zaleca, aby treść przekazu była autentyczna oraz pełna. Natomiast sama informacja powinna być przekazywana w sposób „godziwy i odpowiedni”⁶⁷.

Dziennikarze muszą pamiętać o tym, że prawda ma cały szereg postaci. Pracy dziennikarza powinno służyć za wzór klasyczne rozumienie prawdy. Zostało ono oddane przez grecki termin *aletheia*, co oznacza nie – skrytość. Świadczy to o tym, że autor danej publikacji nie manipuluje, nie fałszuje – jest po prostu prawdomówny⁶⁸.

Zadane przez Piłata pytanie: „Cóż to jest prawda?”, nie jest przedawnione. Jedynie ze względu na tragiczną sytuację, w której owo pytanie zostało postawione, nietaktownie jest je przytaczać. Jednak każdy, kto chce być prawdziwym i rzetelnym dziennikarzem, powinien zawsze pamiętać o tym, aby kwestie prawdy i jej rozumienia sobie rozważyć⁶⁹.

Dziennikarz, który chce wiernie i prawdziwie przedstawić dane wydarzenie powinien pamiętać o:

- Obiektywizmie,
- Oddzieleniu informacji od komentarza,
- Uczciwości,
- Szacunku oraz tolerancji,
- Pierwszeństwie dobra odbiorcy,
- Wolności i odpowiedzialności.

Te wytyczne znajdują się w polskiej Karcie Etycznej Mediów, podpisanej w dniu 29 marca 1995 przez prezesów największych spółek medialnych⁷⁰.

Istnieje problem dotyczący kryteriów prawdy. Stanisław Judycki zauważa:

„Już starożytni sceptycy podnosili problem niemożliwości sformułowania kryterium prawdy, twierdzili mianowicie, że w odniesieniu do każdego kryterium prawdy, które ktoś mógłby sformułować, można zadać pytanie o prawdziwość tego kryterium, a wtedy potrzebne byłoby podanie następnego kryterium prawdziwości dla pierwszego kryterium – i tak w nieskończoność”⁷¹.

Sceptycy mieli na uwadze niewykonalność zdefiniowania powszechnego i niezawodnego kryterium prawdy (istotnego dla wszystkich wariantów wiedzy czy poznania). Można jednak

⁶⁷ A. Szewczyk: *Problemy moralne w świecie informacji...*, s. 178 – 179.

⁶⁸ J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska*. Warszawa 2007, s. 176.

⁶⁹ Ibidem, s. 167.

⁷⁰ http://www.radaetykimediow.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3. [Czas dostępu: 09.04.2014].

⁷¹ <http://www.kul.pl/files/108/Prawda%20transcendentalna%20i%20kategorialna.pdf>. [Czas dostępu: 12.04.2014].

stwierdzić, że w poszczególnych obszarach wiedzy posiadamy częściowe kryteria prawdy. Nie są one pewne, ale istnieją⁷². Stanisław Judycki wymienia, np.:

- Potwierdzenie przez doświadczenie,
- Koherencja danego systemu twierdzeń (ich ważność i prognozowanie zjawisk),
- Zgodność ze świadectwami i źródłami⁷³.

Przedstawione w tym rozdziale koncepcje prawdy, moim zdaniem, najtrafniej określają postępowanie dziennikarza w swojej pracy. Pojęcie prawdy w środkach masowego przekazu pojmuję właśnie przez grecki termin *aletheia*, czyli nie – skrytość utożsamiana z prawdomównością. Owa prawdomówność jest podstawą wiarygodności i zaufania odbiorców do mediów. Dlatego niezwykle ważny jest sens pojęcia prawdy w etyce mediów ponieważ bez tego terminu nie możemy mówić o rzetelnej informacji. Gdy przekaz medialny jest zakłamany odbiorcy tych treści otrzymują nieprawdziwy obraz rzeczywistości i wydarzeń.

⁷² <http://www.kul.pl/files/108/Prawda%20transcendentalna%20i%20kategorialna.pdf>. [Czas dostępu: 12.04.2014].

⁷³ Ibidem.

3.2 ILE JEST PRAWDY W MEDIACH?

Warto zastanowić się czy aby media zawsze wiernie i uczciwie prezentują swoim odbiorcom rzeczywistość. Być może twórcy przekazów kształtują je tak, aby zostały zinterpretowane w konkretny, z góry już ustalony sposób i aby wywołały pewne reakcje? To pytanie należy odnieść do bardzo poważnego zjawiska, jakie występuje w mediach, a którym jest manipulacja. Pojęcie to pochodzi od łacińskiego *manipulus* i oznacza przekształcenie przekonań oraz postaw ludzi, a które dokonywane jest niezależnie od ich wiedzy. Przekaz jest skonstruowany tak, aby wywołać zamierzone przez nadawcę reakcje odbiorców zmanipulowanych treści⁷⁴.

Jako przykład manipulacji w mediach, mogą posłużyć krytyczne opinie na temat operacji plastycznych Michaela Jacksona:

Od czasu do czasu, nawet jeśli się o to nie staram, docierają do mnie różne uwagi krytyczne skierowane pod moim adresem. Dziennikarze najwyraźniej gotowi są pisać cokolwiek, byleby sprzedać swoją gazetę. Twierdzą, że kazalem poszerzyć sobie oczy, bo chcę wyglądać jak biały człowiek. Biały? Cóż to właściwie znaczy? To nie ja wynalazłem chirurgię plastyczną. Istnieje ona już od dłuższego czasu. Wielu bardzo miłych i bardzo wartościowych ludzi przechodziło operacje plastyczne. Nikt o tym nie pisze w gazetach ani ich za to nie krytykuje. To niesprawiedliwe. Kiedy człowiek to czyta, ma ochotę spytać: >>>Co stało się z prawdą? Czyżby wyszła w mody?<<<⁷⁵.

Można odnieść wrażenie, że Jacksona zaczęto oceniać właśnie za to, co uczynił ze swoją twarzą. Nie tylko osądza się jego zachowanie poprzez zwracanie uwagi na wygląd, ale wymusza się wymierzenia kary za ten wygląd (np. umalowana, biała twarz)⁷⁶.

W Internecie można znaleźć porównania twarzy Jacksona do monstrum. Na jednej z nich, „The Wacko Jacko Mask”, została zaprezentowana „maska” na Halloween przedstawiająca twarz Michaela Jacksona. Zatem był osobą, która dokonała procesu swoistej autokreacji. Stał się tym, co wyrażała jego twarz. Aż w końcu jego twarz zaczęła

⁷⁴ M. Klimek: *Manipulacja w mediach*. W: *Prawda w mediach*. Red. M. Rewera, Tychy, 2008, s. 53.

⁷⁵ M. Jackson: *Moonwalk...*, s. 261 – 262.

⁷⁶ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 150.

funkcjonować jako maska. Zasadniczym pytaniem jest jednak: co tak naprawdę ukazywała, a co zasłaniała⁷⁷?

Środki masowego przekazu bez przerwy kształtują i wpływają na nasze postawy, odczucia oraz decyzje narzucając gotowe, zamierzone ideały postrzegania i oceniania, posługując się w tym celu właśnie manipulacją. Sama manipulacja może być różna: albo natarczywa, albo niemal niedostrzegalna. Dlatego jest bardzo często identyfikowana z ujemnymi określeniami jak np. intryga, oszustwo czy matactwo⁷⁸.

Kolejnym częstym zjawiskiem, obok manipulacji, jest bardzo duża ilość informacji o wojnach, katastrofach, nieporozumieniach i wszelkich konfliktach. „Jest źle i będzie coraz gorzej” – zdają się mówić media⁷⁹.

Nie można zaprzeczyć, że przekazy tego typu są jednym z zadań mediów, a odbiorcy chcą o nich być poinformowani i mają do tego prawo. Jednak wątpliwości etyczne pojawiają się w chwili, gdy środki masowego przekazu informują o tego typu wydarzeniach: wojnach, kataklizmach, wypadkach itd. czyniąc to tylko z obowiązku samego informowania⁸⁰.

Instytucje państwa demokratycznego nie mogą zakazać mediom informowania o tego typu nieszczęśliwych wydarzeniach. Moralną powinnością mediów jest godziwy sposób informowania oraz zapewnienie ochrony ofiarom tego typu zdarzeń np. nie pokazywanie z bliska ludzkich zwłok czy zbliżeń osób, które właśnie dowiedziały się o śmierci swoich najbliższych. Jeśli środki masowego przekazu tego nie uszanują, wówczas powinno być możliwe wystąpienie na drogę prawną przeciw mediom, które w pogodni za sensacją nie uszanowały godności i prawa do intymności⁸¹.

Mówi się, że w telewizji o „faktach decyduje opłacalność, a bardziej opłacalne są sensacje i emocje”. Dlatego też czasem pokazywane są materiały kontrowersyjne, obrażające uczucia moralne, religijne czy estetyczne wielu odbiorców⁸².

Przykładem takiego sensacyjnego wydarzenia był proces sądowy Michaela Jacksona, transmitowany przez media na całym świecie. Miał on za zadanie ukazać upadek Króla Popu.

Miał on również na celu dostarczenie odbiorcom tego przekazu rozrywki. Aneta Ostaszewska wymienia kilka elementów, które przemawiały za tą oceną:

⁷⁷ Ibidem, s. 152.

⁷⁸ M. Klimek: *Manipulacja w mediach*. W: *Prawda w mediach...*, s. 53.

⁷⁹ A. Szewczyk: *Problemy moralne w świecie informacji...*, s. 176 – 177.

⁸⁰ P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 99 – 100.

⁸¹ Ibidem, 100 – 101.

⁸² A. Szewczyk: *Problemy moralne w świecie informacji...*, s. 175.

- Komentarze wyglądu Jacksona (m.in. pojawienie się Michaela Jacksona na jednej z rozpraw w spodniach od pizamy.)
- Wielokrotne powtarzanie sceny, w której Jackson ma na przegubach dłoni kajdanki, czy skupianie się na momencie aresztowania – tj. epifania upadku idola;
- Aktywny udział mediów w procesie sądowym, np. gonitwa fotoreporterów za autem Jacksona, czy nagrywanie jego prywatnych rozmów z prawnikiem;
- Posługiwanie się frazami typu: „współczesna forma linczu”⁸³.

Kolejnym, bardzo ważnym zagadnieniem i jednocześnie najczęściej zapominanym, jest fakt, że żadne informacyjne medium nie jest w stanie przekazać nam wszystkich zdarzeń. Nie da się stworzyć takiego źródła informacji, które byłoby swoistym zwierciadłem i odbijało wszystko to, co się dzieje i będziemy mogli wówczas stwierdzić, że widzimy wszystko tak, jak jest w rzeczywistości. To jest wykluczone, z tego powodu, że zawsze będziemy mieć do czynienia z niewątpliwym skrótem⁸⁴.

Nawet jeśli mamy myśli Internet, który wydaje nam się niewyczerpalnym źródłem informacji. Jednak wszystko co się tam pojawi, jest ograniczone plikiem w komputerze. Nawet tam, nie udaje się skopiować rzeczywistości na ekran naszego monitora⁸⁵.

⁸³ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 159 – 160.

⁸⁴ P. Lisicki: *Ile jest prawdy w mediach? W: Etyka w mediach w dobie globalizacji. Wzywania i zagrożenia...*, s. 89.

⁸⁵ Ibidem, s. 90

3.3. NIEWIARYGODNOŚĆ TABLOIDÓW – ZJAWISKO TABLOIZACJI MEDIÓW

Dziś pod pojęciem tabloizacji rozumie się jakość mediów, ale wcześniej ukazywała wymiary i *layout* gazety.

W Polsce tabloidem jest „Fakt”, w Wielkiej Brytanii „Sun”, a w Niemczech „Bild”⁸⁶.

Jednak tabloidy są rozmaite. Należy odróżniać stosunkowo niewinne „bulwarówki” od prymitywnych „brukowców”.

Przekaz tabloidów jest oparty głównie na eksponowaniu sensacji kosztem rzetelności danej informacji⁸⁷.

Dlatego nie można być zdzwionym, że Michael Jackson, a w głównej mierze jego życie prywatne, stało się obiektem ustawicznego zainteresowania tego typu gazet. Mimo to, trzeba też zwrócić uwagę, że nie można samego Jacksona zredukować do tego poziomu. Był on bowiem artystą, który wniósł bardzo wiele do świata muzyki⁸⁸.

Michael Jackson skupiał uwagę mediów za sprawą swojego zachowania, które środki masowego przekazu nazywały kontrowersyjnym, dziwacznym czy oburzającym. Każde wydarzenie z jego życia, było upubliczniane, ale również przeżywane przez publiczność na całym świecie⁸⁹.

Tabloidy są odpowiedzialne za oczekiwania społeczne wobec mediów. Jednak problemem etycznym, jest to, że odbiorcy takich treści coraz bardziej im ufają. Czytelnicy nie zdają sobie sprawy, że tabloidy nie są wiarygodnym źródłem informacji⁹⁰.

Jak Michael Jackson podkreślał w swojej jedynej biografii:

Wyobraźcie sobie, jak czuje się człowiek krytykowany za jakąś cechę, która jest naturalna i otrzymana od Boga. Wyobraźcie sobie, jaki ból sprawiają mu kłamstwa rozpowszechniane przez gazety albo kontakty z ludźmi, którzy wątpią, czy mówi prawdę. Musi się bronić, ponieważ ktoś uznał, że jego życie może być dobrym tematem na artykuł, i zmusił go do sprostowania, które staje się tłem następnej publikacji.

⁸⁶ J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska...*, s. 79.

⁸⁷ Ibidem, s. 79 – 80.

⁸⁸ <http://www.newsweek.pl/polska/krol-michael-i,40807,1,1.html>.

⁸⁹ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 86 – 87.

⁹⁰ J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska...*, s. 80.

W przeszłości starałem się nie odpowiadać na takie idiotyczne zarzuty, bo oznaczałoby to, że poważnie traktuję te artykuły i ich autorów. Pamiętajcie, że prasa to wielki biznes. Gazety i czasopisma starają się zarabiać pieniądze, niekiedy za cenę dokładności, rzetelności, a nawet prawdy⁹¹.

Zajmując się i omawiając zjawisko tabloizacji mediów, nie można zapominać o kłamliwych treściach, jakie w większości ze sobą niosą.

Należy pamiętać też o bardzo ważnej kwestii: kłamstwo, nie jest jeszcze kłamstwem, o ile nie zawierało intencji wprowadzenia kogoś w błąd. Jeśli ktoś podaje np. datę panowania króla i jest o tym przekonany, wówczas nie mówimy o kłamstwie. Jednak ktoś kto był świadkiem np. wypadku samochodowego i potem, aby uniknąć pobytu w sądzie, temu zaprzecza - wówczas w tym przypadku mówimy o kłamstwie⁹².

Już Platon chciał z państwa wyrzucić poetów, którzy nie mówili prawdy o otaczającej nas rzeczywistości. Mimo to, popierał legendy, które oparte na kłamstwach, posiadały wpływ wychowawczy.

Tylko Kant potępiał kłamstwo w każdej postaci. Podawał nawet przykład szaleńca, który biegał z nożem w ręku i pytał w którą stronę udała się jego ofiara – potępiał tego, kto dawał fałszywą informację temu obłąkanemu człowiekowi. Wprowadzenie w błąd szaleńca wydaje się być uargumentowane ponieważ nie tylko chronimy własne życie, ale i cudze⁹³.

Istnieją jednak zawody, w których występują treści nieprawdziwe. Tak dzieje się np. w dyplomacji czy w reklamie. Kłamstwo jest w tych przypadkach, traktowane z większym pobłażaniem⁹⁴.

Tabloidy uzmysławiają znaczenie edukacji medialnej społeczeństwa, o której wspomniałam w rozdziale „Etyka mediów”. Aby właściwie i dobrze odbierać przekaz medialny, należy go przede wszystkim rozumieć. Bez wiedzy, czym są media i jaki przekaz ze sobą niosą, wiedza zdobywana za ich pośrednictwem staje się nic nie warta, a nawet szkodliwa⁹⁵.

⁹¹ M. Jackson: *Moonwalk...*, s. 205 – 206.

⁹² M. Ossowska: *Normy moralne*. Warszawa 2000, s. 109.

⁹³ Ibidem, s. 109 – 110.

⁹⁴ Ibidem, s. 111.

⁹⁵ J. Pleszczyński: *Etyka dziennikarska...*, s. 81.

4. PRYWATNOŚĆ OSOBY PUBLICZNEJ

I ciągle mnie prześladujesz, naruszasz moją prywatność

Dlaczego nie pozwolisz mi po prostu żyć?

Lecz twoje kamery i tak nie mogą kontrolować umysłów tych, którzy wiedzą

Że sprzedasz własną duszę, dla artykułu, który ktoś kupi

Chcę mojej prywatności

Potrzebuję mojej prywatności

Więc paparazzi

*Odczepcie się!*⁹⁶

⁹⁶ M. Jackson: *Privacy. Invincible* [Dysk CD]. Epic Records, 2001.

Tłumaczenie na język polski: <http://mjtranslate.com/pl/songs/163> [Czas dostępu: 14.12.2013].

4.1. POJĘCIE PRYWATNOŚCI I OSOBY PUBLICZNEJ

Termin prywatność etymologicznie pochodzi od łacińskiego słowa *privatus*, który oznacza wolny od, własny, pojedynczy. Od niego powstał przymiotnik *privatus*, służący do określenia prywatnej własności. Wskazuje się również na literackie oraz filozoficzne początki pojęcia prywatności. Arystoteles rozdzielił sferę publiczną od prywatnej, a w późniejszych koncepcjach prywatność występuje u Locke’a, Rousseau oraz Monteskiusza⁹⁷.

Prywatność jako niebagatelne dobro człowieka, ukazuje się dopiero w koncepcjach uznających indywidualność za jego wyróżnik. Ten krok został sformułowany w epoce średniowiecza w refleksji nad kategorią „osoby”. Średniowieczna koncepcja, a przede wszystkim refleksja Św. Tomasza z Akwinu, miała – w konfrontacji ze starożytnymi koncepcjami człowieka – charakter całkiem odmienny. Wówczas największą doskonałością stała się indywidualność i jednostkowość, a nie jak to było w poprzednich refleksjach, rozumność⁹⁸.

W przypadku jawnych form wkraczania na teren prywatności, podmiot może sprawdzać to, co pozostaje w sferze prywatnej, a co trafia do sfery publicznej. Niejawne wkraczanie na teren prywatności, można zakwalifikować jako naruszenie prywatności danego podmiotu np. poprzez podsłuch. Takie naruszenie jest istotne ze względu na pewien cel, np. uzyskanie pewnych informacji, których podmiot nie chce upublicznić. Wnioskując, podmiot nie może już sprawdzić, co trafia do sfery publicznej⁹⁹.

Możemy zatem posłużyć się metaforą: prywatność jest niczym „powietrze – zaczynamy odczuwać ją dopiero wtedy, gdy jej brakuje¹⁰⁰”.

Pisząc o prywatności, nie można zapominać o pojęciu osoby publicznej. Jest to kolejne nieookreślone pojęcie, którego definicja sprawia szereg problemów¹⁰¹.

⁹⁷ M. Puwalski: *Prawo do prywatności osób publicznych*. Toruń 2003, s. 14.

⁹⁸ M. Piechowiak: *Co osobie po prywatności? W: Prywatność w dobie globalizacji*. Red. B. Chyrowicz .Lublin 2009, s. 65.

⁹⁹ M. Piechowiak: *Co osobie po prywatności? W: Prywatność w dobie globalizacji...*, s. 41 – 42.

¹⁰⁰ M. Puwalski: *Prawo do prywatności osób publicznych...*, s. 23 – 24.

¹⁰¹ Ibidem, s. 27.

Osoby publiczne to nie tylko politycy czy funkcjonariusze społeczni. Do osób publicznych zaliczamy osoby, które dzięki swojej pozycji, dokonaniom, czy nawet w efekcie popełnionych zbrodni odznaczają się na tle członków społeczeństwa.

Zgodnie z prawem niemieckim tzw. absolutnymi osobami w historii współczesnej są:

- Członkowie arystokracji,
- Czołowi przemysłowcy,
- Wynalazcy,
- Słynni naukowcy,
- Artyści,
- Sportowcy,
- Osoby o znanych nazwiskach.

Zbliżone stanowisko w tej kwestii zajmuje prawo amerykańskie, zaliczając do tego grona osoby, które przez swoje dokonania wyróżniają się spośród innych członków społeczeństwa¹⁰².

Na koniec trzeba wspomnieć jeszcze o bardzo ważnej kwestii, czyli o sytuacjach, w których usprawiedliwione jest przekroczenie prywatności i to nie tylko osoby publicznej, ale i zwykłego obywatela. Magdalena Bajer wymienia dwie sytuacje:

1. Poważne zagrożenie społeczne, np. podsłuchana rozmowa o planowanym napadzie,
2. Nadrzędne dobro, do którego wkroczenie w sferę prywatności może się przyczynić, np. ogłoszenie zbiórki dla osoby chorej czy ubogiej.

W pierwszym przypadku należy pamiętać, że zadaniem mediów jest tylko informacja o tego typu zdarzeniach, a nie jakiegokolwiek działanie. Działanie należy pozostawić w kwestii odpowiednich służb¹⁰³.

¹⁰² Ibidem, s. 28 – 29.

¹⁰³ M. Bajer: *Między prawem a przyzwoitością*. W: *Prywatność w dobie globalizacji...*, s. 140.

4.2. PRAWO DO PRYWATNOŚCI A WOLNOŚĆ MEDIÓW

Kiedy pojawił się problem prywatności osób publicznych? Wszystko zaczęło się wraz z początkiem fotografii prasowej. Paparazzi, czyli fotoreporterzy polujący z ukrycia na znane osobistości, to profesja mająca swoje korzenie już w XIX wieku¹⁰⁴.

Narodziny kina, a następnie telewizji sprawiły, że lista osób sławnych sukcesywnie się powiększała. Te osobistości stały się rodzajem społecznej kasty, o nazwie *celebrities*, czyli celebrytami. Daniel J. Boorstin w wydanej w 1961 roku książce „The Image: A Guide to Pseudo – Events in America”, stworzył dla nich definicję, która zachowała się do dzisiaj: „znani z tego, że są znani”.

Zainteresowanie tymi bohaterami masowej wyobraźni sprawiło, że powstała ogromna ilość tytułów prasowych, które szczegółowo referowały życie prywatne sławnych osób. Są wśród nich dwa typy pism. Jedna (zwana *people*) opisuje wyidealizowany świat osób znanych. Natomiast druga (czyli tabloidy), pisze o skandalach i plotkach z udziałem gwiazd, aby szyderczo i złośliwie je omówić¹⁰⁵.

Dlatego osoby sławne w większym stopniu niż zwykli obywatele muszą znosić nadmierne zainteresowanie ze strony mediów. W wielu krajach obowiązują tzw. ustawy antykorupcyjne, pozwalające na ujawnienie dochodów, osiągniętych przez osoby znane. Jest to działanie, które wkracza na teren prywatności osób znanych, ale jest to zarazem działanie, które przeważa nad dobrem prywatnym¹⁰⁶.

Z. Sareło sądzi, że publikacje na temat osób publicznych są naruszeniem ich godności, a więc jest to działanie moralnie naganne. Uważa również, że wina leży w odbiorcach, którzy interesując się życiem prywatnym gwiazd, powodują, że media podają tego typu informacje¹⁰⁷.

¹⁰⁴ <http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/artykuly/1502297,1,celebryta-kontra-prywatnosc.read>.

¹⁰⁵ Ibidem.

¹⁰⁶ M. Puwalski: *Prawo do prywatności osób publicznych...*, s. 32.

¹⁰⁷ Z. Sareło, za: P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 52.

„Zachowanie takie – pisze Sereło – jest swego rodzajem podglądaniem i podsłuchiwaniami. (...) Co więcej, jest on [odbiorca] w pewnej mierze przyczyną inspirującą dziennikarzy do wykradania informacji, których ludzie słusznie nie chcą ujawniać”¹⁰⁸.

Dobrem osoby publicznej, które może zostać nadszarpnięte przez publikacje w środkach masowego przekazu, jest wizerunek. Problem ten, z racji braku klarownej definicji tego pojęcia, nie jest nieistotny, ponieważ można odnieść wrażenie, że przekazy medialne, wraz z upływem lat stają się coraz bardziej pogardliwe i prześmiewcze w stosunku do gwiazd. Dlatego sformułowanie zasad prawnych i etycznych, chroniących prawo do wizerunku wydaje się tym bardziej ważniejsze¹⁰⁹.

Jak pisze Michael Jackson w autobiografii:

Uważam, że mój wizerunek jest w oczach opinii publicznej zniekształcony. Pomimo tych wszystkich artykułów prasowych ludzie w gruncie rzeczy nie wiedzą, jaki dokładnie jestem. Często publikuje się wymysły lub pomija część wydarzeń, gdyż ujawnienie całości uczyniłoby relację mniej sensacyjną i wyjaśniłoby tło danego epizodu. Mam wrażenie, że w rezultacie część ludzi nie uważa mnie za artystę, który sam decydowałby o przebiegu swojej kariery. Pogląd taki jest jak najbardziej daleki od prawdy.

*Zarzucono mi też, że jestem człowiekiem obsesyjnie domagającym się nienaruszalności swego życia prywatnego. Zarzut ten jest słuszny. Kiedy człowiek jest sławny, wszyscy ciągle mu się przyglądają. Obserwują go, i jest to zrozumiałe, ale nie zawsze łatwe do zniesienia*¹¹⁰.

Próba sformułowania prawidłowej i zarazem trafnej definicji pojęcia wizerunek, wykracza poza ramy niniejszej pracy, warto jednakże nadmienić, iż wizerunek medialny nie jest tym samym co realna wiedza o danej osobie. Wizerunek można porównać do reklamy, a przynajmniej do opakowania zwyczajnych produktów czy usług. Jest sposobem istnienia osoby publicznej w środkach masowego przekazu w pewnej roli, np. piosenkarza¹¹¹.

Duże trudności sprawia ustalenie zasad dla dopuszczalności ingerencji w życie prywatne osób znanych, czyli piosenkarzy, celebrytów, aktorów itd. Samo zainteresowanie nie może być czymś, co daje możliwość naruszenia tejże sfery. Należy jednak zauważyć, że gwiazdy show – biznesu nierzadko same zabiegają o tego typu popularność np. udzielając wywiadów i w nich opowiadając o szczegółach ze swojego życia prywatnego. Zatem popularność jest pewnym elementem, zapewniającym im korzyść materialną. Takie osoby

¹⁰⁸ Z. Sareło, za: P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 52.

¹⁰⁹ Ibidem, s. 54.

¹¹⁰ M. Jackson: *Moonwalk...*, s. 276.

¹¹¹ P. Czarnecki: *Etyka mediów...*, s. 55.

wyrażają niemal zgodę na przekazywanie o sobie informacji ze sfery prywatnej. Jednak zgoda ta, nie oznacza publikacji na temat wszystkich faktów z życia prywatnego¹¹².

Współczesne media ulegają zjawisku tabloizacji. Dla tego typu przekazu najważniejszy jest obraz, liczą się emocje. Fakty zaczynają mieszać się z fikcją, a często nawet informacje podawane przez media, nie mają z faktem nic wspólnego¹¹³.

¹¹² M. Puwalski: *Prawo do prywatności osób publicznych...*, s. 35.

¹¹³ <http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/artykuly/1502297,1,celebryta-kontra-prywatnosc.read>.

5. ŚMIERĆ MICHAELA JACKSONA JAKO WIDOWISKO MEDIALNE

Ktoś z was pewno wciąż zastanawia się dlaczego

Moja przyjaciółka musiała umrzeć

Żebyście dostali historię, jakiej jeszcze nie było

Była ścigana i zagubiona,

Zupełnie jak wielu innych, których znam

I tej zimowej nocy, moja duma została zdeptana ¹¹⁴

¹¹⁴ M. Jackson: *Privacy. Invincible* [Dysk CD]. Epic Records, 2001.

Tłumaczenie na język polski: <http://mjtranslate.com/pl/songs/163> [Czas dostępu: 14.12.2013].

5.1. PUBLICZNY CHARAKTER ŚMIERCI

Ogromne zainteresowanie, z jakim spotkała się śmierć Michaela Jacksona, wprawiła media w stan zaskoczenia oraz zdziwienia. Głównym zagadnieniem, na które należy zwrócić uwagę to pytanie o przyczynę globalnej, powszechnej uwagi dotyczącej śmierci Jacksona, które środki masowego przekazu same tworzyły. Michael Jackson, zdaniem wielu komentatorów, odszedł zdecydowanie za wcześnie. I jest to jedna z głównych przyczyn zainteresowania mediów na całym świecie. Drugą przyczyną jest publiczny aspekt śmierci, która przeżywana była zbiorowo. Na ten aspekt śmierci zwraca uwagę Philippe Aries¹¹⁵: „Każdy nie tylko umierał publicznie, jak Ludwik XIV, ale w dwojakim znaczeniu tego słowa, całą społeczność; umierała nie tylko jednostka, śmierć godziła w całą społeczność i rana musiała się zabiżnić”¹¹⁶.

W chwili opublikowania informacji o śmierci Michaela Jacksona, ludzie zaczęli gromadzić się w różnych miejscach.

I tak przed drzwiami teatru Apollo przy 125 ulicy w Harlemie, gdzie ojciec Jacksona po raz pierwszy w 1967 roku przyprowadził swoich synów na Wieczór Amatorów, ludzie wykonywali *moonwalk* i śpiewali „Billie Jean” oraz „Wanna Be Startin’ Somethin’”. W radiach na całym świecie grano znane przeboje Jacksona oraz te mniej popularne, np. „Stranger In Moscow” czy „Another Part Of Me”¹¹⁷.

Na stronie internetowej *New York Timesa* pojawił się artykuł, który tłumaczy spontaniczne zgromadzenia po śmierci Michaela Jacksona. Jego tytuł to „After Jackson, Fame May Never Be the Same” („Po Jacksonie sława nigdy nie będzie taka sama”). Autor sądzi, że Jackson był jednym z ostatnich artystów, którzy tworzyli w latach, w których media nie były tak różnorodne, a ich przekaz nie docierał na tak szeroką skalę. Współcześnie decydujemy, co chcemy słuchać i co chcemy oglądać w dowolnym miejscu i o dowolnej porze. Dzisiejsi artyści muszą rywalizować z tysiącem innych artystów. To nieskończone menu wyborów ma jednak swoją negatywną stronę. Oznacza koniec prawdziwej megagwiazdy, a wraz z nią

¹¹⁵ A. Ostaszewska: *Post scriptum po śmierci Michaela Jacksona*. Warszawa 2010, s. 72 – 73.

¹¹⁶ P. Ares, za: A. Ostaszewska: *Post scriptum po śmierci Michaela Jacksona*. Warszawa 2010, s. 73.

¹¹⁷ J. King: *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach...*, s. 171.

koniec podobnych zgromadzeń. Kiedy inna osobistość popkultury będzie znaczyć tak wiele dla tylu ludzi¹¹⁸?

Polskie media od długiego czasu formułowały bardzo negatywne opinie na temat Michaela Jacksona. Ataki na jego osobę pojawiły się po pierwszym oskarżeniu o molestowanie nieletniego w 1993, a nasiliły po drugim procesie sądowym. Mimo, że Jackson został oczyszczony ze wszystkich zarzutów w oczach opinii publicznej już na zawsze pozostał pedofilem¹¹⁹.

Doskonałą kwintesencją tego, jaki był stosunek mediów do Michaela Jacksona i jak ogromny wpływ miały na jego losy, stanowi wypowiedź Zbigniewa Hołdysa udzielona portalowi Wirtualna Polska:

*Powiem Pani taką rzecz: kiedy Michael Jackson miał proces, który właściwie był relacjonowany telewizyjnie, kiedy Jackson pojawił się w sądzie. Podczas procesu „Gazeta Wyborcza”, czyli nie tabloid, a jeden z najpotężniejszych polskich dzienników społeczno-politycznych, wydała werdykt: zamieściła wielkie zdjęcie Michaela Jacksona i wielki podpis, stworzony najgrubszą i najbardziej rzucającą się w oczy czcionką, na pierwszej stronie „Hańba króla”. A potem uniewinnili Michaela. Gazeta nigdy nie napisała o tym, że się pomyliła i wydała wyrok na niewinnego człowieka. To nie są tabloidy. To była powszechna opinia. Miałem o to do „Gazety Wyborczej” ogromny żal. Gazeta wydała werdykt. Gazeta, która robi tyle akcji społecznych, walczy o to, żeby młodzi ludzie nie poszli złą drogą, żeby małżeństwa się nie rozpadały, żeby rodzić po ludzku, nagle, podczas okresu pogardy wobec jednego z najwybitniejszych artystów świata, poddała się właśnie Pudłowi czy innym tego typu portalom (...)*¹²⁰.

Po śmierci wypowiedzi negatywne wobec Jacksona niezaprzeczenie i wyraźnie ucichły. W tekstach na jego temat wyliczano zasługi dla przemysłu muzycznego, dokonywano podsumowań działalności artystycznej i wpływu jaki wywarł na kulturę popularną. Zatem, można zauważyć występowanie w tym okresie dwóch postaw: naprawy winy czy też szkody (domniemanej lub rzeczywistej) oraz idealizacji zmarłego. Dlatego

¹¹⁸ http://www.nytimes.com/2009/06/28/weekinreview/28segal.html?ref=michaeljackson&_r=0. [Czas dostępu: 11.04.2014].

¹¹⁹ E. Mróz: *Oczami fanów Michaela Jacksona*. Gdynia 2012, s. 80 – 81.

¹²⁰ <http://wiadomosci.wp.pl/page,2,title,Zbigniew-Holdys-to-media-zabily-Jacksona,wid,11257946,wiadomosc.html>

wszystkie pozytywne komentarze na temat Michaela Jacksona tuż po jego śmierci, wynikają z poczucia winy wobec zmarłego¹²¹.

Różnego rodzaju środki masowego przekazu prześcigały się w podawaniu następnych informacji o zmarłym Jacksonie. W tym ciągu informacyjnym było coś nieuporządkowanego – jeden, dopiero co przedstawiony news, natychmiast ustępował miejsca kolejnym. Media zainteresowane były wszystkim, co dotyczyło Michaela Jacksona: jego ciałem, przedmiotami osobistymi, relacjami z rodziną, współpracownikami itd. Po podaniu informacji o śmierci, niezwłocznie pojawiły się dociekania o przyczynach zgonu i co najbardziej zastanawiające – media zaczęły mówić o duchu nawiedzającym posiadłość *Neverland*. W tej informacyjnej lawinie newsów nie było już miejsca na ciszę – stała się bowiem wrogiem wszelkich środków masowego przekazu¹²².

Pozytywne opinie na temat dorobku muzycznego, jaki pozostawił Jackson, sprawiły, że wzrosła liczba osób nim zainteresowanych. Część z nich stała się tzw. fanami pośmiertnymi. Jednak ten przychylny okres dla fanów Jacksona nie trwał zbyt długo. Fani, choć nie tak często jak kiedyś, nadal spotykają się z nieprzychylną opinią środowiska medialnego¹²³.

Nowi fani (tzw. fani pośmiertni), którzy zaczęli interesować się twórczością Michaela Jacksona po jego śmierci, już na początku zajęli najniższy status w fanowskim świecie¹²⁴.

Nieuniknioną konsekwencją śmierci Jacksona była świetna sprzedaż jego płyt. „Number Ones”, powróciło na szczyt brytyjskich list. W Stanach Zjednoczonych „Number Ones”, z wynikiem 108 tysięcy egzemplarzy został najlepiej sprzedającą się płytą tygodnia¹²⁵.

¹²¹ A. Ostaszewska: *Post scriptum po śmierci Michaela Jacksona...*, s. 85.

¹²² Ibidem, s. 90 – 91.

¹²³ E. Mróz: *Oczami fanów Michaela Jacksona...*, s. 88 – 89.

¹²⁴ Ibidem, s. 59

¹²⁵ M. Heatley: *Michael Jackson 1958 – 2009. Życie legendy...*, s. 128.

5.2. PSEUDO – EVENT

Dziełem stricte medialnym okazał się spektakl o śmierci Michaela Jacksona. To, czego odbiorcy mediów doświadczyli między 25 czerwca, a 7 lipca 2009 wpisuje się w kategorię tzw. *pseudo – event*, wg. rozumienia Daniela Boorstin’a.

Pseudo – event to synonim pojęcia *synthetic novelty* – sztucznej i wykreowanej nowości. To on ma wpływ na to, co odbiorcy środków masowego przekazu uznają za prawdziwe, realne, rzeczywiste wydarzenie¹²⁶.

Według Boorstina, *pseudo – event* ma swój początek z nadmiernych oczekiwań odbiorców, „z żądania nowości”¹²⁷.

Nie tylko życie Michaela Jacksona stało się spektaklem medialnym, ale także jego śmierć. W jego przypadku śmierć przestała być wydarzeniem prywatnym, intymnym, o czym świadczyć mogą np.: liczne komentarze fanów (także ich łzy), wypowiedzi dziennikarzy, współpracowników, znanych osób ze środowiska show – biznesu¹²⁸.

Ważny udział w kreacji *pseudo – event* przypada komentatorom. Zadaniem komentatora, którymi są nie tylko dziennikarze i publicyści, ale też naukowcy (posiadający co najmniej stopień doktora), jest analiza (pseudo) wydarzenia. Rzeczywiste zdarzenie, jakim była śmierć Michaela Jacksona, posłużyła środkom masowego przekazu do kreacji newsów, czyli pseudo – wydarzeń¹²⁹.

Częstym komentatorem wydarzeń śmierci Michaela Jacksona był polski muzyk Zbigniew Hołdys, który w wywiadzie udzielonym portalowi Wirtualna Polska, wypowiedział się o wpływie mediów na życie Jacksona:

Wie Pani, państwo jako media macie dzisiaj swój czarny dzień. Nie wiem jeszcze, jaka jest przyczyna śmierci Michaela Jacksona, gdyż informacje dochodzą do nas z Ameryki różne, ale moja teza jest tutaj bezduszna – to media go zabiły. To media uczyniły jego życie życiem nienormalnym. On nie zawarł z mediami kontraktu na to, że nie wolno mu żyć. On zawarł

¹²⁶ A. Ostaszewska: *Post scriptum po śmierci Michaela Jacksona...*, s. 129 – 130.

¹²⁷ D. Boorstin, za: A. Ostaszewska: *Post scriptum po śmierci Michaela Jacksona...*, s. 130.

¹²⁸ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 250.

¹²⁹ A. Ostaszewska: *Post scriptum po śmierci Michaela Jacksona...*, s. 130.

kontrakt na to, że będzie tworzył i wykonywał piosenki. To był człowiek, który poprzez sposób w jaki żył wywołał zainteresowanie mediów. On nie biegał za mediami, jak Doda biega za nimi w Polsce. To media biegały za nim, chcąc się dowiedzieć wszystkiego. To media nie pozwoliły mu chorować. Nie reagują, jak kobiety farbują sobie włosy, golą je, strzygą, zmieniają makijaże, czy kiedy Murzyni prostują sobie włosy, zajmowały się za to Michaeliem Jacksonem. Nie zdając sobie sprawy z tego, że zajmują się żywym człowiekiem¹³⁰.

Środki masowego przekazu uczyniły z publicznego pogrzebu Jacksona widowisko, o którym można było dyskutować i które zdominowało uwagę samych mediów i ich odbiorców. Wydarzenie to miało być szeroko komentowane i oceniane. W ten sposób, uroczystość pożegnalna Michaela Jacksona stała się, w pewnym względzie, ważniejsza medialnie niż jego śmierć¹³¹.

To, czym stał się pogrzeb Michaela Jacksona jest konsekwencją życia w społeczeństwie spektaklu. Za sprawą mediów, w takim społeczeństwie, to co prywatne staje się publiczne, a stąd dzieli nas już tylko cienka granica do teatralizacji rzeczywistości¹³²

Uroczystość upamiętniająca Jacksona zgromadziła przed telewizorami 2,5 miliarda ludzi na świecie – w tym, 31 milionów Amerykanów oraz 2,5 miliona Polaków. Prawdziwa liczba widzów oglądających pogrzeb Michaela Jacksona, była z pewnością większa, biorąc pod uwagę transmisje prowadzone za pośrednictwem Internetu. Jednak, już sama 2,5 miliardowa liczba odbiorców świadczy o ogromnej sile tego zdarzenia¹³³.

Analizując wydarzenia, jakie miały miejsce po śmierci Michaela Jacksona, można dojść do wniosku, że ceremonia na cześć Jacksona, zdaniem Anety Ostaszewskiej, była:

- Wydarzeniem publicznym o cechach rytuału społecznego (miała na celu pogodzenie się z odejściem zmarłego i jego pożegnaniem),
- Widowiskiem medialnym (akt upamiętniający publiczny kult Michaela Jacksona, a także próba świeckiej kanonizacji)¹³⁴.

¹³⁰ <http://wiadomosci.wp.pl/title,Zbigniew-Holdys-to-media-zabily-Jacksona,wid,11257946,wiadomosc.html>

¹³¹ A. Ostaszewska: *Post scriptum po śmierci Michaela Jacksona...*, s. 131 - 132.

¹³² Ibidem, s. 133.

¹³³ Ibidem, s. 134.

¹³⁴ Ibidem, s. 143.

6. ANALIZA I ETYCZNA OCENA PRZYPADKU MICHAELA JACKSONA W OPARCIU O GODNOŚĆ CZŁOWIEKA

Dokonując analizy i podsumowania wszystkich działań środków masowego przekazu dotyczących prawdy, prywatności oraz śmierci, szczególną uwagę zwróciłam na postrzeganie godności człowieka w przekazie medialnym.

Po wszystkich przedstawionym przeze mnie kwestiach, uważam, że w odwołaniu się do przypadku Michaela Jacksona, najbardziej w przekazach medialnych ucierpiała jego godność.

Dlatego w tym ostatnim rozdziale, kończąc swoją pracę, chciałabym postawić pytanie: czy w mediach można mówić o godności człowieka? To pytanie jest niejako zwieńczeniem tego wszystkiego, co zawarłam w swoich poprzednich rozdziałach i ich jednoczesnym podsumowaniem.

Pojęcie godności posiada dwie odmiany. Według pierwszej, są tacy ludzie, którzy mają godność oraz tacy, którzy jej nie posiadają. Według drugiej, wszystkim ludziom przysługuje godność ponieważ człowiek ma wyróżnione miejsce w naturze.

O godności człowieka decyduje:

- Dla ludzi wierzących – fakt posiadania tylko przez człowieka nieśmiertelnej duszy,
- Możliwość powściągnięcia swoich popędów przez rozum,
- Według uznanej przez siebie hierarchii wartości, kształtowanie swojego życia, istnienia¹³⁵.

Maria Ossowska w książce „Normy moralne” wymienia dwanaście przykładów sytuacji, w których godność człowieka została ubliżona:

1. Schlebienie komuś zamożnemu aby uzyskać osobiste korzyści.

¹³⁵ M. Ossowska: *Normy moralne...*, s. 50

2. Narzucanie się osobie, która nie chce utrzymywać z nami kontaktu i nie pragnie naszego towarzystwa.
3. Okazywanie uległości oraz rezygnacja z własnego zdania przez osobę pełnoletnią.
4. Oportunista, który postępuje zgodnie z normami danej grupy, przy ich równoczesnym wewnętrznym sprzeciwie. Czyni tak ze względu np. na otrzymanie osobistych korzyści czy po prostu dla „świętego spokoju.”
5. Zgoda na to, aby jakaś osoba przedstawiła „w gorszym świetle” nasze działania przez przeliczanie ich na pieniądze, wówczas gdy ta kalkulacja wydaje się niemożliwa. Warto też zwrócić uwagę na to, co można przeliczyć, a gdzie takie działanie odebrane zostałoby za niedopuszczalne. W Stanach Zjednoczonych niejednokrotnie wyraża się wdzięczność za pomocą pieniędzy – u nas byłoby to naganne.
6. Przykładowo, nieumiejętność opanowania nałogu czy też osoba, która woli żebrać, niż pracować. U ludzi w podeszłym wieku możemy zaobserwować zanik powściągliwości, np. nie potrafią powstrzymać się od łakomstwa.
7. Brak godności u młodych dziewczyn, np. podczas konkursów piękności pozwalają amatorom wyceniać swoje przysłonięte, w małym stopniu, wdzięki.
8. Pokażna liczba pogardliwych słów w językach europejskich pod adresem kobiet, które nie są wybredne w kontaktach seksualnych. To nieposzanowanie omija mężczyzn, którzy chwalą się ilością zdobytych kobiet.
9. Napiwki jako archaizm relacji pana do sługi, stosunku, w których jałmużna zależała od humorzastej łaski pana.
10. Człowiek czuje się upokorzony, gdy daje się oszukać, nawet jeśli ten czyn nie pociągnął za sobą poważnych konsekwencji¹³⁶.
11. Najważniejszym punktem, dla niniejszej pracy, wydaje się być punkt jedenasty:

Za ubliżanie godności człowieka poczytywało się zawsze traktowanie człowieka jako towaru, wyzyskiwanie go jako środka do swoich celów, podejmowanie poza nim decyzji w sprawach, gdzie decyzja winna była należeć do niego, bo on właśnie był tu kompetentny¹³⁷.

¹³⁶ Ibidem, s. 52-53.

12. Społeczeństwo, które demonstracyjnie pozbawia uprawnień należących do danej osoby, bądź to dlatego, że jest obywatelem danego państwa, albo, że wykonuje zawód cieszący się zaufaniem społecznym, np. adwokat, notariusz¹³⁸.

O tym samym zjawisku, o którym pisze Maria Ossowska w punkcie jedenastym, pisał już Immanuel Kant. Sformułował imperatyw kategoryczny, który żąda abyśmy traktowali: *Człowieczeństwo zarówno we własnej osobie, jak i w osobie każdego innego zawsze zarazem jako cel, nigdy tylko jako środek*¹³⁹.

Jest to wyraźny nakaz szacunku do innych osób. Ta formuła celu samego w sobie, ma na celu uniemożliwienie traktowania kogoś jako narzędzia lub rzeczy, a nie jako podmiotu działającego¹⁴⁰.

Nie uznanie tej zasady lub postępowanie wbrew niej, Kant uważa za sprzeniewierzenie się cnocie, czyli powinności niedoskonałej. Natomiast powinności niedoskonałe nie mogą oznaczać tego, że każdy człowiek będzie je spełniał. Przyjmując powyższą zasadę, okazujemy szacunek dla osób, a przede wszystkim dla godności człowieka¹⁴¹.

Odnosząc powyższe sformułowania do przypadku Michaela Jacksona, można odnieść wrażenie, że środki masowego przekazu nie zawsze brały pod uwagę te maksymy. Mówię tutaj o przypadkach, w których ważniejsza była sensacja aby sprzedać większy nakład gazet, zwiększyć poczytalność danej strony internetowej itd.

Należy pamiętać o jeszcze jednej, bardzo istotnej sprawie – w obu przypadkach, kiedy Michael Jackson został oskarżony o molestowanie nieletnich – obowiązkiem mediów, było poinformowanie opinii publicznej o tych sprawach. W tym przypadku możemy mówić o poważnym zagrożeniu społecznym, jakim mogła być pedofilia (Jackson został oczyszczony z zarzutów). O wkraczaniu na teren prywatności, pisałam już w rozdziale „Pojęcie prywatności i osoby publicznej”. Jednak czy informując o tych sprawach czyniły to w odpowiedni, dobry, moralny sposób? Na to pytanie trudno jest udzielić odpowiedzi. W tej sytuacji należałoby zanalizować jak największą ilość materiałów i wziąć pod uwagę jakiego typu media

¹³⁷ Ibidem, s. 53.

¹³⁸ Ibidem, s. 53.

¹³⁹ I. Kant, za: O. O' Neill: *Etyka Kantowska*. W: P. Singer: *Przewodnik po etyce...*, s. 218.

¹⁴⁰ O. O' Neill: *Etyka Kantowska*. W: P. Singer: *Przewodnik po etyce...*, s. 218

¹⁴¹ Ibidem, s. 219.

informowały o tych oskarżeniach. To zagadnienie jednak wykracza poza ramy niniejszej pracy.

Zatem, odpowiadając na zadane pytanie, które postawiłam na początku rozdziału: „czy w mediach można mówić o godności człowieka?”, uważam, że nie należy generalizować i stwierdzać, że w przypadku środków masowego przekazu nie można mówić o godności człowieka. Dobrze byłoby, gdyby każdy dziennikarz piszący chociażby najmniejszy artykuł na temat danej osoby, nieważne czy publicznej czy zupełnie nieznanej, miał na uwadze to bardzo istotne pojęcie.

Formułując ocenę etyczną, oceniam zachowanie mediów wobec Michaela Jacksona jako niejednoznaczne. Artysta, zarówno za życia jak i po śmierci pozostał osobą kontrowersyjną. A takie osoby zawsze będą budzić zainteresowanie ze strony opinii publicznej, która to będzie domagać się ze strony mediów informacji o jego prywatnym życiu oraz karierze. Różnorodność i dostępność środków masowego przekazu pozwala na dostęp do informacji o Michaelu Jacksonie - zarówno tych o charakterze prywatnym, jak i przebiegu jego muzycznej kariery oraz dokonań. Jednak tylko od odbiorców zależy jakiego typu środki będą nas o tym informować. A zatem czy będą to robić rzetelnie czy też często mijając się z prawdą. Niektóre media zwracały uwagę na kwestie poruszone przeze mnie w pracy, czyli na: prawdę (rzetelność informowania), prawo do prywatności (i jej granicach) czy pamiętając o godności człowieka. Niektóre wyraźnie te kwestie naruszały. Wynika to z ich wielości i odmienności oraz tematów, których się podejmują. Innego typu informacje interesują tabloidy, a inne np. miesięczniki muzyczne czy dzienniki opiniotwórcze. Jednak coraz więcej mediów dotyka zjawisko tabloizacji mediów, o którym wspomniałam w podrozdziale „Niewiarygodność tabloidów – zjawisko tabloizacji mediów”. Ten fakt był widoczny zwłaszcza przy informowaniu odbiorców mediów o śmierci Michaela Jacksona i coraz to nowszymi informacjami związanymi z tym wydarzeniem. Owe informacje pojawiały się bardzo szybko i chaotycznie.

ZAKOŃCZENIE

Ojciec zawsze mi powtarzał, że

Nie będę miał łatwego życia

Zaczynają się zastanawiać, gdzie się podziewałem?

Czuję na sobie ich zazdrosne spojrzenia

Widzę ich chorą zazdrość

Więc proszę bardzo – zamień się ze mną miejscami

I przekonaj się jak smakuje mój los!¹⁴²

Środki masowego przekazu wprowadzają swoich odbiorców w krąg wykreowanej rzeczywistości, tworząc imaginację uczestnictwa w sprawach ważnych dla ludzkości. Zamiast poświęcić czas dla przyjaciół czy iść do teatru, człowiek z perspektywy wygodnego fotela ogląda rzeczywistość. David Lavery, brytyjski naukowiec, uważa, że jesteśmy skuci łańcuchami, podobnie jak w jaskini Platona. Coraz mniej realne wydaje się, aby mieszkaniec jaskini, sprawdził co dzieje się na zewnątrz¹⁴³.

Zwykło się mówić, że media stanowią „okno na świat”, dzięki któremu wszyscy mogą wiedzieć wszystko o wszystkich. Telewizor zastąpił współcześnie okno, mając tę przewagę, że nadaje wiadomości nie tylko z najbliższego otoczenia, ale z całego świata. W dodatku, najczęściej transmisja następuje na bieżąco. Mając coraz większą wiedzę o bieżących wydarzeniach, powinniśmy odnajdywać się w świecie. To zarazem powinno czynić go dla nas bardziej zrozumiałym. Jednak tak nie jest – to jedynie pusta teoria. Okazuje się, że świat, który oferują nam media, jest częścią złożonej materii rzeczywistości¹⁴⁴.

¹⁴² M. Jackson: *Price Of Fame*. Bad 25 [Dysk CD]. Epic Records, 2012.

Tłumaczenie na język polski: <http://mjtranslate.com/pl/songs/1506> [Czas dostępu: 14.12.2013].

¹⁴³ D. Lavery za: P.T. Nowakowski: *Mity na temat mediów*. W: *Prawda w mediach...*, s. 36.

¹⁴⁴ Ibidem, s. 31.

Współczesny człowiek tak naprawdę skazany jest na wiedzę „z drugiej ręki”. Dlatego tak ważna jest analiza otrzymywanych przekazów oraz posiadanie własnego zdania. Jednak nawet widz świadomy, może z czasem stracić rozeznanie na wskutek długoletniego kontaktu z medialną manipulacją. Aby tego uniknąć trzeba pamiętać o zasadzie: „Poznaj samego siebie”, którą sformułował Sokrates. Należy stale analizować to, co dzieje się wewnątrz nas i rozpoznawać źródła pojawiających się w nas myśli oraz obrazów, aby wykluczyć te, które pojawiły się z zewnątrz oraz te, które sumienie rozpozna jako szkodliwe, negatywne¹⁴⁵.

Dlatego tak ważna jest również krytyczna postawa wobec środków masowego przekazu. Ta postawa angażuje intelekt, do którego należy poznawanie rzeczywistości oraz formułowanie własnych opinii. Dlatego wiedza czerpana z literatury przedmiotu, kontakt z innymi oraz prywatne przemyślenia należy wykorzystywać w kontakcie z mediami. Jest to warunek dojrzałej postawy krytycznej wobec nich¹⁴⁶.

Przechodząc natomiast do samego Michaela Jacksona, należy zwrócić uwagę na fakt, że od jego śmierci zalewa nas fala newsów na jego temat. Wielu dziennikarzy doszukuje się sensacji z nim związanych, które często nie wnoszą nic dla odbiorców tych treści. W tym przypadku, bardzo trudno jest rozgraniczyć prawdę od fałszu¹⁴⁷.

Większość odbiorców mediów miała z Jacksonem kontakt wyłącznie pośredni, np. poprzez oglądanie telewizji, czytając na jego temat w Internecie czy prasie, słuchając jego piosenek. Dlatego też, przez taki kontakt, doszło do odrealnienia podmiotu. Jackson, wydawał się przez to bardziej zjawiskiem niż „prawdziwym” człowiekiem¹⁴⁸.

Jednak nieustanny napływ informacji o kolejnych ekstrawagancjach Jacksona, nie może zaprzeczyć jego osiągnięciom. Z chłopca występującego w zespole wraz z braćmi, wyrósł na jedną z największych współczesnych gwiazd¹⁴⁹.

Zrównanie na jednym poziomie życia prywatnego Michaela Jacksona z jego dorobkiem muzycznym, nie ma sensu. Jak zauważa dziennikarz muzyczny Roman Rogowiecki¹⁵⁰:

¹⁴⁵ P.T. Nowakowski: *Mity na temat mediów*. W: *Prawda w mediach...*, s. 37.

¹⁴⁶ Ibidem, s. 38.

¹⁴⁷ http://www.wiadomosci24.pl/artukul/prawdziwe_oblicze_michaela_jacksona_103604.html [Czas dostępu: 14.12.2013].

¹⁴⁸ A. Ostaszewska: *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna...*, s. 249.

¹⁴⁹ http://www.wiadomosci24.pl/artukul/zaszczuty_nawet_po_smierci_102953.html [Czas dostępu: 14.12.2013].

Ci którzy to robią popełniają kardynalny błąd. Jako artysta jest niedościgniony. Wielu chciałoby powtórzyć jego sukces, ale bądźmy szczerzy, mało kto byłby w stanie tego dokonać. Kiedyś można było przypuszczać, że Prince będzie tak dobry jak on. Ale on z kolei ma swój specyficzny styl, który nie mieści się w stricte popowej konwencji i wychodzi poza jej ramy. Myślę więc, że „Thriller” Jacksona zostanie na piedestale i nikt go z niego nie strąci¹⁵¹.

Co to znaczy pisać etycznie? Na to pytanie powinien odpowiadać każdy dziennikarz, przy pisaniu każdego tekstu, bez względu na jego objętość. Jedyny problem tkwi w tym, czy podejmując pracę w pewnym typie telewizji czy gazety zgodzi się na jej zasady. Jednak tę kwestię, musi już rozważyć, tylko i wyłącznie w swoim sumieniu¹⁵².

Przedmiotem rozważań w pracy było skonfrontowanie etyki mediów z działaniami podejmowanymi przez media wobec Michaela Jacksona.

Etyczna ocena zachowania mediów wobec Michaela Jacksona nie jest jednoznaczna, ponieważ sam zainteresowany nieraz zachowywał się niejednoznacznie, a także różne media w zróżnicowanym stopniu zachowywały się nieetycznie.

¹⁵⁰ <http://muzyka.newsweek.pl/-thriller--michaela-jacksona--czyli-fenomen-krola-popu-trwa-od-30-lat,99073,1,1.html> [Czas dostępu: 14.12.2013].

¹⁵¹ Roman Rogowiecki: <http://muzyka.newsweek.pl/-thriller--michaela-jacksona--czyli-fenomen-krola-popu-trwa-od-30-lat,99073,1,1.html> [Czas dostępu: 14.12.2013].

¹⁵² A. Polewska: *Co to znaczy – pisać etycznie?* W: *Etyka w mediach w dobie globalizacji. Wyzwania i zagrożenia...*, s. 148.

BIBLIOGRAFIA

I. Opracowania książkowe

1. **Chyrowicz Barbara (red.), 2009, *Prywatność w dobie globalizacji*.** Lublin : Towarzystwo Naukowe KUL & Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II. ISBN 978-83-7306-463-8, 978-83-7363-993-5.
2. **Czarnecki Paweł, 2008, *Etyka mediów*.** Warszawa : Centrum Doradztwa i Informacji Difin. ISBN 978-83-7251-865-1.
3. **Laskowska Elżbieta i Ks. Kuciński Mariusz (red.), 2008, *Etyka w mediach w dobie globalizacji. Wyzwania i zagrożenia*.** Bydgoszcz : Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego. ISBN 978-83-7096-6.
4. **Mróz Ewa, 2012, *Oczami fanów Michaela Jacksona*.** Gdynia : Novae Res. ISBN 978-83-7722-375-8.
5. **Ossowska Maria, 2000, *Normy moralne. Próba systematyzacji*.** Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, strony 49 – 55 i 108 – 119. ISBN 83-01-13278-7.
6. **Ostaszewska Aneta, 2009, *Michael Jackson jako bohater mityczny. Perspektywa antropologiczna*.** Warszawa : Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. ISBN 978-83-60501-33-7.
7. **Ostaszewska Aneta, 2010, *Post scriptum po śmierci Michaela Jacksona*.** Warszawa : Tauro. ISBN 978-83-931004-0-8.
8. **Pleszczyński Jan, 2007, *Etyka dziennikarska*.** Warszawa : Centrum Doradztwa i Informacji Difin. ISBN 978-83-7251-776-0.
9. **Rewera Mirosław (red.), 2008, *Prawda w mediach*.** Kraków : Maternus Media. ISBN 978-83-89701-09-1.

10. **Puwalski Marek, 2003, *Prawo do prywatności osób publicznych*. Toruń : Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa, Stowarzyszenie Wyższej Użyteczności "Dom Organizatora", strony 13-38. ISBN 83-7285-162-X.**
11. **Szewczyk Agnieszka, 2008, *Problemy moralne w świecie informacji*. Warszawa : Centrum Doradztwa i Informacji Difin, 2008. ISBN 978-83-7251-906-1.**
12. **Singer Peter (red.), 1998, *Przewodnik po etyce*. Warszawa : Książka i wiedza, strony 29 – 39 i 214 – 224. ISBN 83-05-12927-6.**

II. **Inne źródła**

1. **Heatley Michael, 2009, *Michael Jackson 1958-2009. Życie legendy*.** Warszawa : Wydawnictwo Amber, 2009. ISBN 978-83-241-3465-6.
2. **Jackson Michael, 2001, *Privacy. Invincible*** [Dysk CD]. Epic Records, 2001.
3. **Jackson Michael, 2009, *Moonwalk*.** Warszawa : Buchmann, 2009. ISBN 978-83-7670-024-3.
4. **Jackson Michael, 2012, *Price of Fame. Bad 25*** [Dysk CD]. Epic Records, 2012.
5. **Jackson Michael, 1995, *Tabloid Junkie. HIStory: Past, Present and Future, Book I*** [Dysk CD]. Epic Records, 1995.
6. **Jason King, 2010, *Legenda Michael Jackson. Król Popu w dokumentach i fotografiach*.** Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2932-6.

III. Źródła internetowe

1. **MJ Translate.** *Internetowa baza tłumaczeń tekstów Michaela Jacksona.* [Online]
Tłumaczenie na język polski piosenki Michaela Jacksona "Privacy".
<http://mjtranslate.com/pl/songs/163>
[Czas dostępu: 14.12.2013].
2. **MJ Translate.** *Internetowa baza tłumaczeń tekstów Michaela Jacksona.* [Online]
Tłumaczenie na język polski piosenki Michaela Jacksona "Tabloid Junkie".
<http://mjtranslate.com/pl/songs/43>
[Czas dostępu: 14.12.2013].
3. **MJ Translate.** *Internetowa baza tłumaczeń tekstów Michaela Jacksona.* [Online]
Tłumaczenie na język polski piosenki Michaela Jacksona "Price of Fame".
<http://mjtranslate.com/pl/songs/1506>
[Czas dostępu: 14.12.2013].
4. **Asman Weronika, 2009,** [Online: 08.07.2009]
http://www.wiadomosci24.pl/artukul/zaszczuty_nawet_po_smierci_102953.html
[Czas dostępu: 14.12.2013].
5. **Bartulewicz Piotr, 2012,** [Online: 30.11. 2012]
<http://muzyka.newsweek.pl/-thriller--michaela-jacksona--czyli-fenomen-krola-popu-trwa-od-30-lat,99073,1,1.html>
[Czas dostępu: 14.12.2013].
6. **Bugajski Leszek, 2009,** [Online: 28.06. 2009]
<http://www.newsweek.pl/polska/krol-michael-i,40807,1,1.html>
[Czas dostępu: 14.12.2013].
7. **Grzeszak Teresa, 2010,** [Online: 20.01.2010]
<http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/artykuly/1502297,1,celebryta-kontra-prywatnosc.read>

[Czas dostępu: 14.12.2013].

8. **Holdys Zbigniew, 2009**, [Online: 28.06.2009]

<http://wiadomosci.wp.pl/kat,9411,title,Zbigniew-Holdys-to-media-zabily-Jacksona,wid,11257946,wiadomosc.html?ticaid=1116f8>

[Czas dostępu: 14.12.2013].

9. **Judycki Stanisław, 2006**, [Online: 14.07.2006]

<http://www.kul.pl/files/108/Prawda%20transcendentalna%20i%20kategorialna.pdf>

[Czas dostępu: 12.04.2014]

10. **Rada Etyki Mediów (Karta Etyczna Mediów)**, [Online]

http://www.radaetykimediow.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3

[Czas dostępu: 09.04.2014].

11. **Segal David, 2009**, [Online: 27.06.2009].

http://www.nytimes.com/2009/06/28/weekinreview/28segal.html?ref=michaeljackson&_r=0

[Czas dostępu: 11.04.2014].

12. **Zagalska Anna, 2009**, [Online: 17.07.2009]

http://www.wiadomosci24.pl/artykul/prawdziwe_oblicze_michaela_jacksona_103604.html

[Czas dostępu: 14.12.2013].