

Agata Borońska
Olsztyn

Warunki możliwości komunikowania wartości

Tradycja pytania o warunki konieczne i wystarczające do czegokolwiek ma długą, sięgającą starożytności, historię. Jednym z pierwszych odnotowanych pytań tego typu było pytanie o to, czym jest wiedza, postawione przez Platona w dialogu *Teajtet*. Słynne jest także Kantowskie pytanie transcendentálne: W jaki sposób są możliwe sądy syntetyczne *a priori*? (Kant 2001, s. 64) i pytania dalsze, o możliwość czystego przyrodoznawstwa i czystej matematyki, poznania *a priori*, jego wartości i zakresu obowiązywalności. (Kant 2001, s. 57) Ten sam nurt dociekań reprezentuje Roman Ingarden w *Sporze o istnienie świata*, gdzie zadanie ontologii filozof ten formułuje poprzez odwołanie do analizy możliwości:

Rozważanie ontologiczne polega na apriorycznej analizie zawartości idei. Najistotniejsze swe uzasadnienie posiada ono w czystym uchwyceniu ostatecznych jakości idealnych („czystych istot”) i zachodzących między nimi związków koniecznych. Z drugiej strony przedłuża się w analizę czystych możliwości, jakie dla indywidualnego bytu wynikają z tego, co stwierdzono w zawartości idei. Badanie ontologiczne nie zakłada żadnego przedmiotowego faktu w szerszym tego słowa znaczeniu, a więc w szczególności ani istnienia świata realnego, ani przedmiotów w jego obrębie, ani też istnienia jakiegokolwiek dziedziny przedmiotowej określonej przez pewien układ aksjomatów. (Ingarden 1962, s. 45)

Procedurę tę próbował zastosować m.in. Władysław Cichoń w obszarze teorii wychowania:

Wgląd w ontyczną budowę procesu wychowania jako jednego z wielu oddziaływań międzyludzkich wymaga więc zrozumienia jego aksjologicznego charakteru i antropologicznych warunków możliwości jego realizowania. To bowiem decyduje o swoistości procesu wychowania moralnego. (Cichoń 1993, s. 120)

Ingardenowski program badań ontologicznych jest maksymalistyczny, czyli ukierunkowany na uzyskanie ostatecznych, niepowątpiewalnych (przynajmniej

tymczasowo) rozstrzygnąć. Ale badanie warunków możliwości komunikowania, w tym komunikowania wartości, można prowadzić na wielu poziomach. Punktem wyjścia może być dana (mająca miejsce w przeszłości, czyli już zaszła bądź mająca mieć miejsce w przyszłości, czyli projektowana) sytuacja komunikacyjna, którą współtworzą konkretne osoby A i B o ustalonych osobowościach, temperamentach, wieku, zainteresowaniach, umiejętnościach itp. oraz okoliczność, w której się obie te osoby znalazły. Na tej podstawie można spróbować wyznaczyć zestaw warunków, opisanych w języku empirycznym, dość dokładnie określających jak osoby te komunikują się ze sobą, kiedy komunikacja między nimi jest utrudniona, nieefektywna czy niemożliwa. Takie analizy *post factum* i *ante factum* przeprowadzają np. terapeuci i mediatorzy. Punktem wyjścia może też być pewien konkretny typ sytuacji komunikacyjnej, np. komunikacja w rodzinie, miejscu pracy, szkole, środowisku naukowym, komunikacja podczas terapii czy w sytuacji zagrożenia. Wyjściowe założenia, które z konieczności przyjmuje się przy tego typu badaniach, ułatwiają poszukiwanie zrelatywizowanych do danej sytuacji warunków komunikowania, częściowo wyznaczonych przez typ komunikacji interpersonalnej i rolę, jaką ona pełni. Warunki możliwości komunikowania można również próbować zestawiać, biorąc pod uwagę ogół zaobserwowanych zależności pomiędzy osobami komunikującymi się, formułując wnioski z tych obserwacji w języku empirycznym. Wymienione perspektywy badań mają istotne znaczenie praktyczne, mogą bowiem pomóc w rozwiązaniu niektórych problemów, głównie tych wynikających z braku rozumienia innych, choć przybiera to czasem kontrowersyjną formę programowania neurolingwistycznego [NLP]. Niemniej nie są to jedyne możliwe perspektywy badawcze w tym obszarze, choćby dlatego, że każdą z nich można prowadzić na różnych poziomach złożoności i abstrakcji. W niniejszym tekście odwołuję się do badań Romana Ingardena, jednak – z uwagi na szkicowy jego charakter – otrzymane wyniki są niepełne.

Ustalenie warunków możliwości komunikowania wartości wymaga choćby pobieżnego omówienia pojęcia komunikowania i pokrewnych mu – komunikatu, komunikacji, gdyż są to pojęcia nieostre. Spór o zakres tych pojęć potęguje zapewne wyodrębnienie względnie autonomicznej dziedziny badawczej – komunikacji społecznej, którą niektórzy, np. Aleksander Szteinberg, nazywają nawet nauką „o procesach porozumiewania się ludzi” (Szteinberg 2001, s. 15). Komunikację najczęściej pojmuje się jako zjawisko społeczne, podkreślając, że komunikacja zawsze kierowana jest przez kogoś do kogoś. „Komunikacja społeczna to przekaz informacji pomiędzy jednostkami lub grupami zajmującymi w danej hierarchii społecznej czy strukturze organizacyjnej takie same albo podobne pozycje [...]” (Olechnicki, Załęcki 1998; cyt. za: Szteinberg 2001, s. 16). Jednak na pytanie, czy komunikują się tylko osoby wypada odpowiedzieć negatywnie. Pojęcie komunikacji jest na tyle wieloznaczne, że można używać go w znaczeniu interakcyjnym, bodźcowym, czyli akcentującym specyficzną wrażliwość (jedno- lub wielostronną)

na przebywanie w bezpośrednim sąsiedztwie dwu przedmiotów, osób czy organizmów tego samego lub różnych gatunków.

Pomieszczenia znaczeń pojęć komunikacji i interakcji można uniknąć, wskazując, że to pierwsze pochodzi od innego pojęcia – komunikowania, które jest czynnością, procesem, działaniem. Komunikacja jest w tym sensie interakcją, jest stałym – powtarzającym się oddziaływaniem poprzez komunikowanie czy też jednorazowym (ale dokonany) przekazem komunikatu, informacji (pomijając inne znaczenia komunikacji jako przekazu czegoś fizycznego – transportu). Zwyczaj językowy sprawia, że komunikacja i komunikowanie są wyrazami bliskoznacznymi. Istotna różnica zachodząca pomiędzy komunikacją i komunikowaniem polega na tym, że pierwsze z tych pojęć określa pewien stan, natomiast drugie – czynność, proces.

Komunikowanie należy rozumieć jako specyficzny rodzaj bytu, rozgrywający się w czasie, na podłożu przedmiotów i innych procesów. Biorąc to pod uwagę, można by uznać, że komunikowanie nie jest bytowo autonomicznym istnieniem, lecz swoistą wypadkową, obserwowalnym lub tylko wyczuwalnym efektem koegzystencji innych bytów, a zatem czymś, co tylko wynika z zastanej sytuacji, stanowi jej odbłask czy też po prostu nazwę jakiejś złożonej sekwencji faktów, zdarzeń. Takie znaczenie można przypisać interakcji, jednak doświadczenie przeczy możliwości utożsamienia tej charakterystyki z komunikowaniem, gdyż komunikowanie nie jest po prostu sekwencją następujących po sobie skutków. Komunikowanie samo wywołuje skutki. Należą do nich nie tylko komunikacja jako zjawisko potwierdzające zajście komunikowania i komunikat, czyli ogół tego, co zostało odebrane czy też wyrażone werbalnie i pozawerbalnie, ale także rzeczywiste skutki w postaci określonych reakcji nadawcy i otoczenia, przede wszystkim adresata komunikatu. Te językowe nieścisłości poniekąd ujawniają złożoność podjętego tu zagadnienia, mimo że intuicyjnie wyczuwalna jest różnica między komunikowaniem wartości a komunikacją wartości (choć to ostatnie wyrażenie zwykle błędnie utożsamia się z pierwszym). Dalsze analizy mogą pomóc udzielić odpowiedź m.in. na pytanie o to, czy warunki możliwości komunikowania wartości są takie same jak warunki możliwości komunikacji wartości. Jedną z kontrowersji, która towarzyszy temu zagadnieniu, polega na tym, że komunikacja jako pewien układ, stan, ma charakter niepersonalny, niepodmiotowy czy odpodmiotowiony (zob. Retter 2005, s. 170), natomiast komunikacja wartości może już wymagać istnienia podmiotów (rozstrzygnięcie tej kwestii zależy od przyjętych założeń aksjologicznych i antropologicznych), podobnie jak komunikowanie.

Komunikowanie wymaga istnienia prostszych bytów, które R. Ingarden nazywał przedmiotami trwającymi w czasie i zdarzeniami, czyli podłoża, które warunkuje zaistnienie każdego procesu (Ingarden 1962, s. 194). Komunikowanie, jako że zachodzi pomiędzy podmiotami, wymaga istnienia człowieka. Czy człowiek musi być jakoś szczególnie uzdolniony, przygotowany do tego, by brać udział w komunikacji? Odpowiedź na to pytanie zależy od tego, w jakiej roli występuje

podmiot w procesie komunikacji. *Sensu largo* (gdy komunikowanie utożsamia się z oddziaływaniem) komunikacja ma miejsce także pomiędzy podmiotami, które nie są do siebie intencyjnie zwrócone. Osoby siedzące obok siebie w pociągu nie muszą się znać, aby w synchroniczny sposób reagować zarówno na swoją obecność nawzajem, jak i na zdarzenia zachodzące w przestrzeni, w jakiej się znajdują. Osoby te jednak muszą być zdolne do rozpoznawania – w obecności mebli, urządzeń itp., człowiek czuje się, reaguje, zachowuje inaczej niż w obecności drugiego człowieka. Z tego, jak ktoś się w takiej standaryzowanej sytuacji zachowuje można odczytać, czy ktoś jest zmęczony, znużony, pobudzony, niespokojny, w dobrym czy złym nastroju, a czasem, nawet mimo woli, znacznie więcej. Czy to jednak wystarcza do tego, by miało miejsce komunikowanie? Behawiorystyczne rozumienie człowieka sugeruje pozytywną odpowiedź na to pytanie. Behawiorystyczna perspektywa sprowadza komunikowanie do komunikacji-interakcji. W tym nurcie uznaje się, że przekazywanie pewnych treści (komunikowanie) ma miejsce nieustannie, a uzasadnione jest dynamiką życia i koniecznością przetrwania w zmiennych okolicznościach środowiskowych. Co zaskakujące, podobnie można odczytać wykładnię personalistyczną czy dialogiczną, które – opierając się na innych założeniach – odmiennie uzasadniają tę odpowiedź. Stanowiska te akcentują, że człowiek jest istotą mającą coś do powiedzenia, przekazania, a sama obecność drugiego człowieka tworzy specyficzną rzeczywistość nakazującą określone zachowanie. „Twarz innego” zobowiązuje człowieka do uszanowania jego osobowości i boskości, a więc także poskromienia posiadanej wolności. Według tych teorii komunikowanie zachodzi równoległe i równocześnie pomiędzy podmiotami, jak też pomiędzy każdym z nich a Bogiem. Dlatego trudno ustalić, czy w tym wypadku komunikowanie jest stałym procesem skierowanym do Boga czy do człowieka. „Twarz innego” otwiera bowiem człowieka na transcendencję, ale jej czasowa nieobecność więzi z nią nie zrywa, wobec czego komunikatywność nie jest tylko dyspozycją czy konstytutywną cechą człowieka, ale rzeczywiście ciągłym komunikowaniem. Taki jest też pierwszy z pięciu aksjomatów komunikacji społecznej wyodrębniony przez Paula Watzlawicka i jego współpracowników (zob.: Szteinberg 2001, s. 21 i n.; Retter 2005, s. 131-132). Między stanowiskami personalistycznym, *resp.* dialogicznym oraz behawiorystycznym istnieje jednak istotna różnica. W znacznym uproszczeniu można powiedzieć, że behawioryzm kładzie akcent na ludzką zdolność pozyskiwania informacji i reagowania na nie, czyli umiejętności „odbiorcze”. Dialogika i personalizm przeciwnie – podkreślają „nadawcze” predyspozycje człowieka.

Można zatem wysnuć wniosek, że jednym z koniecznych warunków komunikowania jest to, by chociaż jeden z podmiotów komunikacji był intencjonalnie zwrócony do drugiej osoby. Dla zaistnienia sytuacji komunikacyjnej nie ma znaczenia, czy taki intencjonalny zwrot wykonuje odbiorca, czy nadawca komunikatu. W sytuacji idealnej ich intencje się pokrywają i zanika różnica pomiędzy komunikowaniem czegoś a komunikowaniem się. Natomiast odbiorca nie musi

być adresatem, a nadawca nie musi chcieć coś przekazać. Komunikowanie zatem zachodzi zawsze, gdy istnieje ktoś, kto z istnienia drugiego człowieka czerpie określoną treść. Pojawia się jednak pytanie, czy komunikowanie jest procesem rozgrywającym się tylko w przestrzeni międzyludzkiej? Wcześniej przytoczono personalistyczną koncepcję stałej relacji do Boga, który nie jest człowiekiem, ale można przytoczyć prostszy przykład. Gdy obserwuję psa merdającego ogonem na widok swojego opiekuna, czy opiekuna wydającego polecenia swojemu psu mam wrażenie, że oni całkiem sprawnie wymieniają pewne informacje i reagują na nie: wydają komunikaty i odczytują je. Z tej perspektywy wydaje się, iż byłoby błędem uznać, że komunikowanie między gatunkami nie ma miejsca. Nawet więcej, w świetle tego, co powiedziano wcześniej, komunikowanie zachodzi wówczas, gdy co najmniej sam nadawca lub sam odbiorca intencjonalnie ustosunkowuje się do drugiego podmiotu komunikacji, odczytując pewną treść z komunikatu niezależnie od tego, czy został on wydany mimowolnie, czy celowo. Dlatego nie tylko nadawca czy odbiorca mają charakter intencjonalny, ale samo komunikowanie ma także charakter intencjonalny – jest komunikowaniem czegoś.

Biorąc pod uwagę zarówno intencjonalny charakter komunikowania, jak też wcześniejsze trudności z określeniem zakresów pojęć komunikacji i komunikowania, można rozróżnić „komunikowanie się” oraz „komunikowanie czegoś”. Komunikowanie się polega na utrzymywanej przez pewien czas wymianie informacji, która jest kontrolowana przez oba podmioty biorące w niej udział. Przestrzeń komunikacji jest w tym wypadku wyznaczona przez treść rozmowy, ale się do niej nie ogranicza. Natomiast komunikowanie czegoś ma charakter jednostronny – to oznajmianie czegoś, wydawanie komunikatu lub odczytywanie komunikatu. „Komunikowanie czegoś” jest warunkiem komunikacji, czyli komunikowania się, a więc wymiany informacji, dialogu. Wynika z tego ta oczywistość, że można komunikować coś, nie zdając sobie z tego sprawy, ale także komunikować coś, co wcale nie będzie jako komunikat odebrane – trafi w pustkę lub zostanie niewłaściwie odczytane. Tak szerokie rozumienie „komunikowania czegoś” uzasadnione jest tym, że komunikowanie może być mimowolne. Oznacza to, że z czyjejs obecności (przeszłej, teraźniejszej czy nawet przyszłej) odczytujemy jakieś treści, które potencjalnie modyfikują naszą wyjściową postawę. Jednak w sensie ścisłym komunikowanie ma miejsce wówczas, gdy nadawca chce przekazać jakąś znaczącą treść. Może ona zostać niezauważona lub niezgodnie z oczekiwaniami nadawcy zinterpretowana, ale musi wystąpić wola przekazu. Natomiast istotną cechą komunikowania w obu zaprezentowanych znaczeniach jest to, że komunikat niewydany i nieodczytany nie jest komunikatem. Komunikat w ten czy inny sposób musi być zarejestrowany przez czyjąś świadomość. Komunikowanie nie ma miejsca wówczas, gdy co prawda mogły zostać jakieś treści odczytane (bo istniał jakiś podmiot w jakiś sposób zachowujący się), ale nie zostały (bo podmiot ten nie chciał nic wyrazić i nie znalazł się nikt, kto mimo to z jego istnienia odczytałby jakąś informację). Można powiedzieć, że jeśli to, co nie znajduje się w polu

czyjejs uwagi, nie wysyła jakiejś treści w czyimś kierunku, komunikowanie nie zachodzi. Przykładem takiej sytuacji jest „ślepe widzenie”.

Generalnie jednak „komunikowanie czegoś” w ścisłym znaczeniu istotnie różni się od „komunikowania się”. „Komunikowanie czegoś” ma charakter jednostronny, wynikający z tego, że nadawca nie musi oczekiwać jakiejś informacji zwrotnej od tego, do kogo lub czego komunikat wydaje. Odbiorca komunikatu może być bierny, może, ale nie musi być świadomy tego, co stanowi przedmiot komunikatu. W szczególnych okolicznościach, wyznaczonych przez rodzaj kanału komunikacyjnego, którym posłużył się nadawca, odbiorca nie musi być znany osobie, która komunikuje. Wreszcie odbiorcą nie musi być pojedyncza i konkretna osoba; może to być ktoś anonimowy, grupa społeczna czy zbiorowość. Nie stoi też nic na przeszkodzie, aby odbiorcą komunikatu w specyficznych okolicznościach był jego nadawca. Ktoś, kto ma słabą pamięć albo zmuszony jest do operowania znaczną ilością informacji może zapisać je na kartce i po pewnym czasie do nich wrócić.

Komunikowanie, jak to już stwierdzono, nie daje się pojmować inaczej niż proces, czynność, która kierowana jest do odbiorcy. Bardziej problematyczne jest to, czy nadawca i odbiorca mogą być tą samą osobą jednocześnie, jak np. wówczas, gdy zdajemy sobie sprawę z aktualnie odbieranych bodźców, wrażeń, stanu organizmu, bólu, radości, głodu, sytości, zmęczenia, rozkojarzenia. Jest to problematyczne dlatego, że komunikowanie ma charakter aktywny, a odbieranie – bierny. Jednak zgoda na to, że wobec jednej i tej samej treści można jednocześnie przejawiać logicznie wykluczające się postawy byłaby czymś paradoksalnym. Tymczasowo można przyjąć, że stosunek człowieka do samego siebie jest szczególny, przez co być może wymaga odrębnej analizy. To znaczenie komunikowania zakłada także, że nadawca ma coś do oznajmienia i przynajmniej próbuje to komuś przekazać. Musi zatem być nadawcą świadomym tego, co ma zamiar zrobić. Oznacza to także, że komunikowanie nie odbywa się tylko na podłożu zdarzeń i przedmiotów trwających w czasie, lecz również pewnych procesów, w szczególności tych, które konstytuują podmiotowość nadawcy: uświadamiania sobie czegoś, myślenia, przeżywania, kreowania, czucia. „Komunikowanie czegoś” będzie miało miejsce bez względu na to, czy komunikat zostanie w ogóle kiedykolwiek odebrany. Musi być jednak spełniony jeszcze jeden warunek, mianowicie – musi zostać podjęta próba sformułowania komunikatu. Komunikat nie jest czystą treścią, lecz czymś, co posiada formę. Forma komunikatu jest znacząca, bo brak określonej formy może wpływać na to, czy komunikat zostanie właściwie odczytany. Inne czynniki, takie jak: treść komunikatu, osobowość odbiorcy i autorytet nadawcy, okoliczności komunikowania czy modyfikowanie sposobu komunikowania, także wpływają na to, czy komunikat zostanie w sposób niezakłócony odebrany.

„Komunikowanie się” w przeciwieństwie do „komunikowania czegoś” ma charakter dwustronny i dynamiczny. „Komunikowanie się” nie jest możliwe bez „komunikowania czegoś”, jest jednak strukturą wyższego rzędu, nadbudowaną

na pojedynczych czynnościach komunikacyjnych. Dlatego wszystko, co składa się na „komunikowanie czegoś” ma znaczenie dla „komunikowania się”. Jednocześnie jednak „komunikowanie się” charakteryzują pewne specyficzne cechy. Rolę nadawcy i odbiorcy uczestnicy komunikacji sobie przekazują, zatem oboje muszą zająć postawę aktywną.¹ Dlatego można stwierdzić, że „komunikowanie się” jest czynnością bardziej wymagającą, chociaż w skrajnym przypadku, mimo wyraźnych oznak wymiany informacji, może w rzeczywistości do niej nie dochodzić – uczestnicy dialogu mogą zachowywać się tak, jakby się rozumieli, być przekonanym o tym, że się rozumieją, podczas gdy pogłębiona analiza wykazałaby brak tego zrozumienia. Niepewność związaną z tym, czy „komunikowanie się” faktycznie miało miejsce ilustruje teoria gier językowych Ludwiga Wittgensteina (zob.: Wittgenstein 2000, np. s. 86-87). Zwrócił on uwagę na to, że nawet jeśli bierzemy udział w wymianie informacji i otrzymujemy potwierdzenie tego, że zostaliśmy zrozumiani zgodnie z naszym oczekiwaniem, nasze komunikaty mogły zostać błędnie odebrane, gdyż komunikacja jest rodzajem gry, której reguły nie są z góry znane, a ponadto – ulegają notorycznym modyfikacjom. Z drugiej strony, w reakcji na radykalny sceptycyzm Wittgensteina pojawiła się teoria nieprawdopodobnej komunikacji Niklasa Luhmanna, która akcentuje właśnie to, że mimo dużego prawdopodobieństwa nieporozumienia komunikacja faktycznie zachodzi, bo przynajmniej czasem przekonujemy się, że zostaliśmy właściwie zrozumiani.²

Dla Luhmanna – pisze Hein Retter – komunikacja z teoretycznego punktu widzenia jest wydarzeniem nieprawdopodobnym, którego prawdopodobieństwo powodzenia rośnie ze względu na umieszczanie w nim kolejnych zjawisk nieprawdopodobnych (kontyngencje i różnice) i które właśnie dlatego staje się możliwe w praktyce. (Retter 2005, s. 167)

Niemniej jest to teoria, która pomija podmiotowy charakter komunikacji, tzn. ktuje komunikowanie jako pewien, w dużym stopniu niezależny od świadomości ludzi, proces podtrzymujący istnienie systemu społecznego (zob.: Retter 2005, s. 167).

W związku z zaproponowanym rozróżnieniem dwu znaczeń komunikowania warto wspomnieć o modelach komunikacji przytoczonych przez Barbarę Harwas-Napierałę. Przedstawiła ona trzy takie modele: jednostronny, dwustronny i relacyjny. Jednostronny model komunikacji:

[...] występuje na ogół w rodzinach, w których realizuje się typ rodzicielstwa autorytarnego z dużym naciskiem na kontrolę. Tego typu systemy rodzinne charakteryzują się sztywnością granic w podsystemach, a pełnienie roli rodzicielskiej sprrowadza się często do wydawania poleceń, nakazów i zakazów oraz kontrolo-

¹ Por. trzeci aksjomat komunikacji społecznej P. Watzlawicka.

² Np. prosząc w sklepie o bochenek chleba, otrzymaliśmy chleb i nie mamy powodu podejrzewać, że sprzedawca jest np. obcokrajowcem, który nie zna języka polskiego i tylko przypadkiem zrobił to, czego się spodziewaliśmy.

wania zakresu ich przestrzegania, nierzadko dotyczy to również współmałżonka. (Harwas-Napierała, 2008, s. 22)

W modelu tym dominuje zatem tendencja do „komunikowania czegoś”, która, jak zauważył Thomas Gordon, buduje raczej blokadę komunikacyjną niż porozumienie. Znamieniem dwustronnego modelu komunikacji jest „komunikowanie się”:

Komunikacja jest tu ujęta jako interakcja i rozpatrywana jako „seria przyczyn i skutków, bodźców i reakcji”. Model ten nadal zniekształca rozumienie komunikacji, zwłaszcza w sferze „lokowania winy” i odpowiedzialności za określone zakłócenia w komunikacji, którą tutaj obarcza się partnera jako przyczyny zakłóceń w komunikowaniu się. (Harwas-Napierała 2008, s. 22-23).

Ostatni model – relacyjny jest:

Zbliżony do modelu dwustronnego komunikowania się różni się jednak od niego tym, że nadawca i odbiorca bardziej niż na sobie skoncentrowani są na przedmiocie komunikacji, na tym, co robią lub mogą robić razem. W tym modelu możliwe jest przekraczanie posiadanych już zachowań i właściwości i tworzenie (kreowanie) nowych, sprzyjających rozwiązaniu tego, co stanowi przedmiot komunikacji, ma zatem potencjalną moc stymulacji nowych zachowań i relacji wzbogacających obu partnerów. (Harwas-Napierała, 2008, s. 23)

Temu trzeciemu modelowi odpowiadałoby znaczenie komunikowania się poprzez współdziałanie.

Niezależnie od tego, czy komunikowanie ma postać najprostszą czy rozwiniętą w formie dialogu, może przebiegać w dwojaki sposób, nazywany kanałami komunikacyjnymi lub formami komunikacji: werbalnie i niewerbalnie.³ Kryterium tego rozróżnienia jest nośnik treści, którą nadawca ma do przekazania, przy czym kryterium to nie jest ściśle. Werbalny sposób komunikowania może być ustny i pisemny. W obu przypadkach pojawia się wątpliwość co do tego, w jaki sposób traktować niektóre dzieła sztuki. Muzyczne dzieło sztuki, przynajmniej w klasycznym jego rozumieniu, ma formę symboliczną w postaci zapisu nutowego, który częściowo, ale wyraźnie określa sposób jego wykonania. Zapis nutowy jest komunikatem pisemnym, a wykonanie komunikatem niewerbalnym. Przykład ten obrazuje także złożoność samego komunikowania, gdyż wykonawcy dzieła muzycznego są zarazem nadawcami, jak i odbiorcami kreowanego przez siebie komunikatu. Podobny problem pojawia się w związku z dziełem sztuki, w którym występuje partia śpiewana, gdy głos jest nośnikiem komunikatu zarówno werbalnego, jak też niewerbalnego. Szczególnym przypadkiem jest natomiast sytuacja, w której treść opery czy piosenki wyśpiewana jest w języku niezrozumiałym dla śpiewaka czy odbiorcy, który mimo to reaguje na zawarte w tym przekazie treści. Tak samo trudno w tej klasyfikacji umieścić filmowe dzieło sztuki czy nośnik treści o charakterze symbolicznym, a jednocześnie niewerbalnym, np. znak drogowy. Tak czy inaczej, najczęściej przez niewerbalny kanał komunikacyjny rozumie się mimikę, postawę ciała i wykonywane ruchy, np. wskazanie, spojrzenie, dźwięki

³ Por. czwarty aksjomat komunikacji społecznej P. Watzlawicka.

niebędące wyrazami, gesty. Z trudnych do zrozumienia względów pomijane są inne sposoby komunikowania niewerbalnego, np. za pośrednictwem malarskiego dzieła sztuki, zachowania, postępowanie czy pokazywanie, jak coś co należy zrobić. Nie jest także jasne, w jaki sposób rozumieć komunikaty typu performance.

W rzeczywistości społecznej rzadko występują czyste formy komunikowania, powszechnie natomiast wymienione formy są ze sobą łączone, mieszane i jako takie odbierane. Badania Alberta Mehrabiana potwierdziły, że nawet wówczas, gdy komunikat jest wydawany ustnie, stanowi on tylko 7% przekazu. Na pozostałe treści składają się: w 38% sposób mówienia oraz w 55% przekaz niewerbalny (Szteinberg 2001, s. 25). To jednak, który z kanałów komunikacyjnych jest wykorzystywany, zależy od wielu czynników. Jednym z nich jest posiadanie umiejętności posługiwania się określonym nośnikiem komunikatu, przy czym należy zauważyć, że nie każda treść może być wyrażona w dowolny sposób. Stąd wynika, że jeżeli ktoś nie zdobył umiejętności posługiwania się językiem, nie jest zdolny do przekazywania komunikatów o treści ogólnej, abstrakcyjnej, gdyż są one pojęciowe.

Do podmiotowych warunków komunikowania należą filogenetyczne i ontogenetyczne dyspozycje komunikacyjne. Filogenetyczne czynniki warunkujące komunikację obejmują biologiczne przystosowanie organizmu człowieka do poznawania i artykułowania – przede wszystkim struny głosowe, układ nerwowy i narządy zmysłów. Szczególne zasługi dla uświadomienia istnienia wrodzonych nieorganicznych struktur poznawczych odpowiedzialnych za kompetencje językowe należy przypisać Noamowi Chomskiemu, który wykazał, że uczenie się języka nie polega na indukcyjnym wiązaniu słów według ustalonych reguł ich użycia, lecz zawsze ma charakter kreatywny. Oznacza to, że nauka języka już w najwcześniejszej fazie polega na rozwijaniu kompetencji językowej, która sprawia, że użytkownik języka potrafi zrozumieć zdanie, którego wcześniej nie usłyszał, nie znał więc odniesienia przedmiotowego tego zdania (Lechte 1999, s. 94).

Ontogenetyczne kompetencje komunikacyjne są stymulowane przez społeczność, w jakiej dziecko dorasta i w znacznym stopniu wyuczone. Problem kompetencji komunikacyjnej w wymiarze ontogenetycznym (w nawiązaniu do teorii Chomskiego) rozwijał m.in. Jürgen Habermas (Habermas 1999, s. 145-190), który zwrócił uwagę na to, że komunikowanie się warunkowane jest nie tylko postawą nadawcy, ale i odbiorcy.

Habermas odkrywa, że sama natura języka jako komunikacji implikuje, że zarówno mówiący, jak i odbiorca wypowiedzi mają aprioryczny interes we wzajemnym rozumieniu. Rozumienie implikuje, że mówiący i odbiorca doszli do porozumienia; porozumienie pociąga za sobą „intersubiektywne uznanie” ważności wypowiedzi innego. W toku tego procesu każdy z jego uczestników zostaje wciągnięty w refleksję nad swoją własną pozycją w procesie komunikacyjnym. Według Habermasa oznacza to, że struktura języka jest w istocie hermeneutyczna: wymaga on uczestników, którzy podejmują interpretację na wszystkich poziomach, co podnosi tym samym

stopień rozumienia samego siebie przez każdego z nich, będący pochodną interakcji każdego z innymi. (Lechte 1999, s. 325)

Stąd kolejnym warunkiem podmiotowym, który umożliwia komunikowanie się, jest, jak podkreśla wielu psychologów, szczególnie z nurtu humanistycznego, empatia, niezależnie od tego, w jaki sposób jest ona rozumiana (jako „współbrzmienie-współodczuwanie”, jako umiejętność rozpoznawania i rozumienia przeżyć innych osób czy jako umiejętność komunikowania i reagowania na emocje innych). Stephen R. Covey pisał o „słuchaniu empatycznym”, a Thomas Gordon o „słuchaniu aktywnym”, jako jednym z warunków prawidłowo przebiegającej komunikacji. Wraz z empatią wymieniana jest otwartość, czyli postawa ułatwiająca partnerowi rozmowy uzyskanie pewnych informacji na nasz temat (Harwas-Napierała 2008, s. 41), szczerłość, autentyczność. itp. Brak tych cech u nadawcy sprawia, że powstała „lukę informacyjną” odbiorca musi sobie sam wypełnić, „dopowiedzieć” to, czego się nie dowiedział w trakcie przekazu. Możliwość dotarcia do treści komunikatu wymaga natomiast uznania przezroczystości nośnika komunikacji; w przypadku komunikacji werbalnej – słów, zaś niewerbalnej – znaków zastępujących słowa. Gdyby nośnik informacji nie był przezroczysty komunikowanie albo w ogóle nie miałoby miejsca, albo byłoby czymś w rodzaju „harmonii wprzód ustanowionej” Leibniza, albo wspomnianą grą językową. Odczytywanie komunikatów natomiast warunkuje postawa odbiorcy. Przypomina o tym Józef Tischner:

Chodzi o to, czy sam hermeneuta jest dostatecznie szczery w postawie słuchania mowy tekstu, czy może w sposób mniej lub bardziej zamaskowany daje się powodować wewnętrzną lub zewnętrzną „cenzurą”, która przede wszystkim dla niego samego zniekształca mowę słowa. (Tischner 1993, s. 110)

Stosowanie różnych kanałów komunikacyjnych przekazu powoduje, że często nie jest on jednoznaczny. W codziennych sytuacjach komunikacyjnych zazwyczaj nie mamy problemu z komunikowaniem tego, o co nam chodzi, a odbiorcy, którzy znają zarówno nas, jak i nasz sposób ekspresji, nie mają problemu z rozumieniem tego, co chcemy przekazać. To, czy ktoś jest w stanie zrozumieć każdy poprawnie sformułowany komunikat zależy od typu kodu językowego, którym się posługuje. Dysponowanie kodem ograniczonym sprawia, że w nowej sytuacji komunikacyjnej porozumienie z nieznanym partnerem komunikacji jest niemożliwe lub znacznie utrudnione, przez co – nawet jeśli udaje się nawiązać kontakt i uzyskać potrzebną informację – pozostaje wrażenie cząstkowości takiego porozumienia, zgrzytu czy niedomówienia. Elastyczność kodu rozwiniętego sprawia co prawda, że z wypowiedzi kogoś, kto posługuje się kodem ograniczonym, można uzyskać pewne informacje, nie uzyskuje się natomiast porozumienia pełnego, to znaczy takiego, jakie występuje między osobami posługującymi się tym samym ograniczonym kodem językowym lub osobami posługującymi się kodem rozwiniętym. Dzieje się tak dlatego, że rozwinięty kod językowy jest uniwersalny, daje możliwość lepszej i pełniejszej artykulacji treści i przekazu werbalnego, podczas gdy kodem ograniczonym posługują się osoby dzielące wspólną przestrzeń

zyciową, posługując się mniej zasobnym i sztywnym słownikiem, częściej wyrażające komunikaty w sposób niewerbalny (Harwas-Napierała 2008, s. 29-32).

Uwzględniając rozwój – trudnych do jednoznacznej oceny – studiów genderowych, jako jeden z czynników, który może wpływać na przebieg komunikacji można wymienić także płęć, bez wskazywania, czy należy ona do filogenetycznych, czy, jak niektórzy twierdzą, do ontogenetycznych warunków. Można jednak mieć wątpliwości co do roli, jaką ten warunek pełni, z uwagi na to, że komunikacja przebiega także między płciami, mimo że obserwowane są płciowo zdeterminowane różnice w znaczeniu, jakie przypisuje się relacjom społecznym, emocjom, bliskości. Generalnie uznaje się, że kobiety lepiej niż mężczyźni komunikują, zarówno werbalnie, jak i niewerbalnie (Harwas-Napierała 2008, s. 44-53).

Podmiotowe warunki możliwości komunikowania dotyczą także psychicznego wymiaru człowieka. Niektórzy psychologowie, jak np. Antoni Kępiński, Virginia Stair (w pracy *Selbstwert und Kommunikation. Familientherapie für Berater und zur Selbsthilfe*), czy współcześnie Lidia Grzesiuk, zwracają w tym kontekście uwagę na to, iż komunikowanie warunkowane jest przez obraz własnej osoby i samoocenę, które kształtowane są m.in. przez stosunek „Ja” realnego (jaki jestem) do „Ja” (jaki powinienem być) idealnego. „Im większa jest rozbieżność pomiędzy ‘Ja’ realnym a ‘Ja’ idealnym, czyli w im mniejszym stopniu człowiek spełnia wymagania, jakie sam sobie stawia, tym większe jest zagrożenie poczucia własnej wartości” (Harwas-Napierała 2008, s. 39). Podobnie jak w przypadku filo- i ontogenetycznych warunków możliwości komunikowania, psychiczne predyspozycje, ich rozwój i względnie stabilna, dojrzała postać wpływa na jakość komunikacji.

Pozapodmiotowe warunki możliwości komunikowania związane są m.in. z określoną sytuacją, w której znajdują się nadawca i odbiorca. Niektóre typy komunikowania w pewnych okolicznościach są niemożliwe. Ale przede wszystkim, aby jakaś treść mogła być elementem komunikatu, musi być przynajmniej częściowo, w jakiś sposób wyrażalna. Warunek ten dotyczy oczywiście także wartości i tych innych bytów, o których nieprecyzyjnie twierdzi się, że są niewyrażalne. Chodzi tu głównie o treści wyrażane poprzez symbole. Władysław Stróżewski scharakteryzował je następująco:

1. symbol jest znakiem odnoszącym się do czegoś w istocie swej niewyrażalnego,
2. między symbolem a tym, co symbolizuje (symbolizującym – symbolizowanym), zachodzi relacja szczególnego „pokrewieństwa”, z jaką nie spotykamy się w żadnej innej strukturze semantycznej. (Stróżewski 2005, s. 481)

Podobnie rozpatrywał ten problem Józef Tischner, dostrzegając, że:

Symbol [...] odznacza się szczególnym rysem refleksyjnym: on symbolizuje coś dla mnie, mówi coś do mnie, mnie daje do myślenia, nie wspominając już o tym, że mówi między innymi na mój temat. (Tischner 1993a, s. 108-109)

Zatem symbole nie wyrażają treści w ogóle niewyrażalnych. Należy raczej powiedzieć, że symboliczna forma wyrazu jest jedyną, za pomocą której jest moż-

liwe wyrażanie niektórych treści. Dlatego w kontekście podjętego tematu istotne jest pytanie, czy istnieje jakaś jedna określona forma komunikowania wartości? Czy wartości można komunikować tylko werbalnie, czy też tylko niewerbalnie? Przy tym pytając o warunki możliwości komunikowania wartości zakładamy, że komunikowanie tego typu rzeczywiście przynajmniej czasem ma miejsce. Przekonujemy się, że ma w ogóle miejsce choćby wówczas, gdy mamy do czynienia (tak, jak w tym tekście) z wydawaniem pewnych sądów na temat wartości, które przecież są także komunikatami. Aksjologiczne sądy o wartościach, dotyczące np. ich struktury, rodzajów, hierarchii, trwałości itp., nie są jednak typowymi werbalnymi komunikatami. Wydawanie aksjologicznych sądów o wartościach ma sens jedynie wtedy, gdy na podstawie typowych komunikatów o wartości czegoś zauważamy, że są one niespójne, jak np. wówczas, gdy różne osoby różnie oceniają estetyczność jakiegoś przedmiotu, przypisując mu jakąś wartość, odkrywając ją w nim czy też odmawiając mu jej.

Wracając do pytania o formę komunikowania wartości, patrząc z szerokiej perspektywy pluralizmu aksjologicznego, wydaje się, że forma komunikowania wartości zależy od tego, z jaką wartością mamy do czynienia. Przy czym istnieją – jak się zdaje – wartości, które można komunikować w różny sposób. Wartości estetyczne w literackim dziele sztuki zasadzają się na tym, co dzieło sobą reprezentuje, zarówno w aspekcie treściowym, jak i kompozycyjnym, i są komunikowane werbalnie. Ale wartości estetyczne mogą być komunikowane także i przede wszystkim niewerbalnie, poprzez sztuki plastyczne. Istotnym zagadnieniem jest to, czy w ogóle w tym wypadku mamy do czynienia z komunikowaniem, czy tylko partycypacją odbiorcy w dziele. To, że malarz chce coś zakomunikować, że treść tę stara się wyrazić, wystarcza do tego, by stwierdzić, że on coś komunikuje. Ale jak długo? Czy tylko w tym czasie, gdy tworzy swoje dzieło, czy także wówczas, gdy dzieło to jest odbierane. Komunikowanie jest bowiem postawą aktywną nadawcy, a podczas nieobecności artysty dzieło-komunikat (przynajmniej obraz i rzeźba) wydają się biernie. Inaczej problem ten rozpatrywał Władysław Stróżewski:

Przez „sens” dzieła sztuki rozumiem – najogólniej – to, co ma ono „do powiedzenia”. Twierdzenie to zakłada, że dzieło sztuki coś „mówi”, komunikuje, a więc, że jest pewnego rodzaju komunikatem [...]. Dzieło sztuki „mówi” przede wszystkim o sobie samym: że jest dziełem. [...] Od strony odbiorcy sens dzieła jest tym, co jest w nim „zadane” do zrozumienia. Odbiorca nie musi zachowywać się biernie wobec dzieła: ma prawo, a nawet obowiązek stawiania mu pytań, jeśli istotnie chce je zrozumieć. (Stróżewski 2002, s. 21)

Pytania te dotyczą tak tego, co dzieło przedstawia, jak i tego, dlaczego akurat tak przedstawia. Co dla nas jednak istotniejsze:

Dzieło komunikuje o swojej strukturze, ale jego struktura komunikatem nie jest. Podobnie: komunikuje o swoich wartościach, które konstytuują jego sens aksjologiczny, ale i ten – wbrew temu, co sądzą niektórzy semiotycy – nie jest komunikatem. Jako komunikat dzieło sztuki jest natomiast szczególnego rodzaju znakiem, a wobec tego rozpatrywane być może w tych aspektach, które wyzna-

czyła nowoczesna semiotyka: semantycznym, syntaktycznym i pragmatycznym. (Stróżewski 2002, s. 22)

Już na podstawie tych drobnych uwag i stanowiska W. Stróżewskiego możemy się przekonać, że ogólnie postawione pytanie o warunki możliwości komunikowania wartości jest niezwykle złożone. Po pobieżnym rozpatrzeniu niektórych tylko warunków komunikowania oraz próby otrzymania odpowiedzi na pytanie o sposoby komunikowania wartości okazuje się, że jej sformułowanie wymaga uwzględnienia znacznej ilości czynników. Nie ma zgody co do tego, czy każdą wartość można komunikować w dowolny sposób, a jeśli nawet już ktoś możliwość taką dostrzega, może uznać, że nie należy tego robić, gdyż prowadzić to może do zgrzytu czy konfliktu wartości. Szczególne kontrowersje od wieków towarzyszą relacji wartości estetycznych do moralnych. Czy mianowicie „niemoralne” treści powinny być „pięknie” prezentowane?

Można jednak spróbować spojrzeć na to zagadnienie z innej perspektywy. Pierwszy z aksjomatów systemowej teorii komunikacji Paula Watzlawicka głosi, że nie można nie komunikować. Nawiązując do tej tezy, można postawić pytanie, czy kiedykolwiek wartości nie są komunikowane. Bez zakładania z góry żadnej aksjologicznej ontologii może się wydawać, że każda czynność, przedmiot, wytwór, człowiek, każdy byt potencjalnie jest wartościowy. Potencjał wartościowości oznacza w tym momencie, że każdemu bytowi ktoś może jakąś wartość przypisać, wartość, której być może ktoś inny temu samemu bytowi by nie nadał lub w tym samym przedmiocie by jej nie dostrzegł bądź też dostrzegłby zupełnie inną wartość tego przedmiotu. Podsumowując: czy każdy byt (jako że jest potencjalnie wartościowy) komunikuje swoją wartość? Pozytywnej odpowiedzi na to pytanie udziela nam Maria Gołaszewska, podążająca tropem sugestii Romana Ingardena.

W klasyfikacji Marii Gołaszewskiej wartością jest wszystko, co stanowi przedmiot czyjejś troski, szacunku, wobec czego ktoś przyjmuje pozycję obronną. Człowiek tworzy wartości, reaguje na nie, uaktualnia, modyfikuje ich intensywność, zmienia jedną wartość w inną, czyli niszczy jakąś wartość, by stworzyć inną. Człowiek, według Gołaszewskiej, sam jest wartością i swoją wartość osobową kreuje (Gołaszewska 1978, s. 85). Wartości są odkrywane i przeżywane i to na tym doświadczeniu budowany jest późniejszy stosunek do wartości, tzn. osobiste preferencje, wybory, oceny. Inspiracja do wartościowania pochodzi z zewnątrz i wynika z obfitości wartości, które zmuszają do dokonywania wyborów między nimi.⁴ Zdaniem M. Gołaszewskiej odbywa się to stopniowo. Internalizacja wartości jest w fazie początkowej nieuświadomiona, ale wraz z doświadczeniem i uczeniem się wzrasta wiedza na temat wartości i ich funkcjonowaniu w kulturze, ich akceptacja czy odrzucenie oraz urzeczywistnienie (Gołaszewska 1986, s. 66).

⁴ Por.: J. Tischner 1993c. W artykule tym Tischner inaczej niż Gołaszewska twierdzi, że aksjologiczna świadomość budzi się na skutek przeżycia tragiczności, doświadczenia agatologicznego, niemniej wynikłego ze zderzenia dwu wartości, które stają się przedmiotem preferencji.

Komunikowanie wartości, jak się okazuje na podstawie przytoczonych poglądów, jest tego typu, że człowiek w relacji komunikacyjnej jest – pierwotnie i przede wszystkim – odbiorcą komunikatu o wartości, komunikatu, którego nadawcą jest wartość sama. W tym kontekście pisał R. Ingarden, nawiązując do badeńskiej szkoły neokantyzmu, że wartości charakteryzuje powinnościowość istnienia, która przejawia się m.in. w tym, że „wartości proszą się, by były zrealizowane” (głównie estetyczne) czy wręcz domagają się, apeluja, by je urzeczywistnić (wartości moralne).⁵ Komunikowanie wartości jest zatem pierwotnie komunikowaniem przez wartości. Wydaje się, że jakość tego komunikatu, jak w każdym innym wypadku jest stopniowalna i uzyskuje najwyższą intensywność w tym, co Ingarden nazwał doświadczeniem metafizycznym, które jest jakby olśnieniem – bezpośrednim widzeniem wartości, zarówno pozytywnej, jak negatywnej.

Nie jest tak, że człowiek jest zawsze tylko i wyłącznie odbiorcą komunikatów o wartości, jednak jego reakcja na wartość (werbalna lub niewerbalna) mogąca być nośnikiem informacji o wartości czegoś, jest wtórna. Taka konsekwencja wynika ze stanowiska, jakie zajął R. Ingarden i wielu fenomenologów. W szczególności zaś wtórny jest werbalny komunikat, który może przybrać postać ustną lub pisemną, wykrzyknika, pojedynczego słowa zachwyty lub dezaprobaty, rozkazu, pytania, sugestii, perswazji, argumentacji (w szczególności, gdy do głosu dochodzą wartości poznawcze), normy (w szczególności, gdy nadawcą komunikatu jest reprezentacja społeczeństwa), ostrzeżenia, groźby, recenzji, oceny. Niewerbalne sposoby wydawania komunikatów o wartości przyjmują postać dzieł sztuki (np.: muzycznych, filmowych, teatralnych, literackich, malarskich). Sposoby komunikowania wartości poprzez cielesne reakcje dotyczą zarówno tego, co doznawane wewnętrznie (ból, sytość, znużenie), jak też postawy ciała, wyrazu twarzy, milczenia, spojrzenia, ruchu i gestu. Komunikaty te jednak, ze względu na ich nietrwałość, można by określić raczej mianem symptomów czy oznak wartościowości, które dopiero w czasie, w powiązaniu z innymi „danym” tworzą pewien komunikat. Dużą trwałość wykazują wartości eksplikowane symbolicznie, głównie o charakterze religijnym.

Komunikowanie wartości ma charakter przede wszystkim niewerbalny. To sytuacja wyjątkowa, gdy wydajemy sąd o wartości. „Komunikowanie się” co do wartości jest raczej metanarracją i wyrazem poszukiwania wyjaśnienia ontologicznego statusu wartości. Jest to zupełnie coś innego niż komunikowanie wartości. Skróty werbalne typu „to jest dobre” bez osobistego doświadczenia wartości, w tym wypadku dobra, nic nie znaczą, choć mogą i stają się przedmiotem bezrefleksyjnej internalizacji stereotypów, ocen, norm, czy po prostu wyrażeniami zwyczajowo używanymi w pewnych sytuacjach tak jak „dzień dobry” czy „cześć”. To sprawia, że edukacja moralna, gdy polega tylko na przekazywaniu encyklo-

⁵ Twierdzenie to podtrzymywali zgodnie „uczniowie” Romana Ingardena, na których się w tym artykule powołuję: J. Tischner, M. Gołaszewska, W. Stróżewski.

pedycznej wiedzy, nie pełni roli, do której została powołana. Zwraca się uwagę na nieskuteczność moralizatorstwa oderwanego od rzeczywistości aprobowanych i przestrzeganych przez nadawcę komunikatu, zasad moralnych. Werbalne komunikowanie wartości z wiekiem odgrywa coraz większą rolę, ale gdy zastępuje inne kanały ich przekazu czy nawet pozostaje z nimi w sprzeczności, powoduje rozwój umiejętności językowych, niekoniecznie adekwatnych do, ujmowanej jako wartościowa, sytuacji. Ilustruje to przewrotnie podtytuł artykułu Rogera Straughana „Jak osiągnąć poziom szósty i pozostać draniem” (Straughan 1986), będący krytycznym omówieniem poglądów L. Kohlberga, szacującego zaawansowanie rozwoju moralnego metodą „dylematów”.

Wartości komunikowane bezpośrednio – czyt. komunikujące bezpośrednio, „apelujące” czy „proszące się” – umożliwiają lepszy przekaz. Komunikowanie wartości przez kogoś, w sytuacji, gdy wartość ta nie jest po prostu jego własną wartością osobową sprawia, że przekaz może być zaburzony; informacja o wartości pochodzi wówczas niejako „z drugiej ręki”, co zazwyczaj nie jest korzystne, gdyż zaczynają nakładać się na siebie różne komunikaty, które niekoniecznie synchronizują ze sobą. Komunikat o wartości może być tu (poprzez czy na skutek zapośredniczenia) łatwo zakłócony. Nieco inaczej sprawa ta wygląda w odniesieniu do osób uczących się postrzegania i rozmienia świata. Możliwe jest, że wychowanie „do wartości” w zależności od sposobu, rozwija różne zdolności – werbalizowanie wartości sprzyja rozwojowi zdolności pojęciowego wyrażania wartości, kontakt z przedmiotami wartościowymi rozwija aksjologiczną wrażliwość, a współrealizacja wartości – umiejętność ich wprowadzania w życie, kultywowania (zob.: Gołaszewska 1978, s. 90-91). Najpełniejszą i najskuteczniejszą formą wdrażania w świat wartości jest ich realizacja, forma werbalna komunikowania i wychowywania „do wartości”, zwłaszcza jeśli zastąpić ma pozostałe, nie pozwala na rozwinięcie aksjologicznej wrażliwości. Uwagę na to zwracał Stefan Konstańczak:

Dopiero poczucie własnej wartości umożliwia odkrywanie innych wartości. W miarę wzrostu poczucia swej wartości nie tylko stajemy się lepsi, ale przede wszystkim pole naszego odczuwania wartości niepomierne wzrasta. (Konstańczak 2001, s. 217)

Tak jak komunikowanie nie byłoby możliwe bez kompetencji komunikacyjnych, tak dostrzeganie i kierowanie się wartościami nie byłoby możliwe bez aksjologicznej wrażliwości, zmysłu aksjologicznego, aksjologicznej intuicji, aksjologicznej świadomości. I tak jak kompetencje komunikacyjne można wygaszać, hamować, wypaczać, tak też intuicja wartości nierozwijana czy zaniedbana prowadzi do wykształcenia patologicznych form preferencji, a nawet zaburzeń psychicznych. Rozwój „zmysłu wartości”, przebiegający głównie na płaszczyźnie emocjonalnej, jak stwierdził Józef Tischner, nawiązując do Antoniego Kępińskiego, pozwala na ukształtowanie adekwatnego obrazu samego siebie i umiejętności rozpoznawania wartości, czego nie przejawiają np. schizofrenicy (Tischner 1993b, s. 429).

Struktura procesu komunikowania wartości jest bardzo złożona. Poza trudnościami, wynikającymi z procesualnego charakteru komunikowania czasowej rozciągłości i fazowości, istnieje kwestia długości oddziaływania komunikatu na odbiorcę i tego, czy czas ten także można nazywać ciągle komunikowaniem. Możliwość retrospekcyjnego kontaktu z komunikatem sprawia, że jego oddziaływanie wykracza poza aktualność (teraźniejszość) i wykazuje wpływ na przyszłe postępowanie, myślenie czy postawy odbiorcy. W związku z tym komunikowanie wartości może nie wywoływać skutków natychmiastowych. Ta okoliczność sprawia, że nie jest łatwo odpowiedzieć na pytanie, czy wartości są zawsze komunikowane bądź też – czy wartości komunikują nam coś zawsze. Być może, pytanie to jest niewłaściwie postawione, bo wartości jako pewne ideały lokują się poza czasem, komunikowanie zaś jest procesem rozgrywającym się w czasie. Niemniej komunikowanie wartości, jako czynność dokonywana celowo i świadomie, jako rodzaj „działania komunikacyjnego”, np. w procesie wychowania, niewątpliwie wymaga wiedzy o wartościach, które zamierza się przekazać, zdobytej na podłożu rozwiniętej wrażliwości i świadomości aksjologicznej, przejawiającej się w postawie wychowawcy wobec wychowanka. Świadomość ta obejmuje także wiedzę o odbiorcy komunikatu, komunikacyjnym partnerze, który sam także jest wartością (zob.: Cichoń 1993, s. 120).

Literatura

- Cichoń W., 1993, *Aksjologiczne ujęcie procesu wychowania*, [w:] F. Adamski (red.), Człowiek – wychowanie – kultura. Wybór tekstów, Wydawnictwo WAM, Kraków, s. 114-130.
- Gołaszewska M., 1978, *Internalizacja wartości*, „Etyka”, nr 16, s. 81-102.
- 1986, *O naturze wartości estetycznych na tle sytuacji aksjologicznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Habermas J., 1999, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1.: *Racjonalność działania a racjonalność społeczna*, przeł. A.M. Kaniowski, Wydawnictwo PWN, Warszawa.
- Harwas-Napierała B., 2008, *Komunikacja interpersonalna w rodzinie*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Ingarden R., 1962, *Spór o istnienie świata*, t. 1.: *Ontologia egzystencjalna*, PWN, Warszawa.
- Jedynak S. (red.), 2002, *Mala encyklopedia filozofii. Pojęcia, problemy, kierunki, szkoly*, Branta, Bydgoszcz-Lublin.
- Kant I., 2001, *Krytyka czystego rozumu*, przeł. R. Ingarden, Antyk, Kęty.
- Konstańczak S., 2001, *Internalizacja wartości moralnych*, Wydawnictwo Pomorskiej Akademii Pedagogicznej, Słupsk.

- Lechte J., 1999, *Panorama współczesnej myśli humanistycznej. Od strukturalizmu do poststrukturalizmu*, przeł. T. Baszniak, Książka i Wiedza, Warszawa.
- Olechnicki K., Załęcki P., 1998, *Słownik socjologiczny*, Graffiti BC, Toruń.
- Retter H., 2005, *Komunikacja codzienna w pedagogice*, przeł. M. Wojdak-Piątkowska, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Straughan R., 1986, *Why act on Kohlberg's moral judgments (Or how to reach stage sixth and remain a bastard)*, [w:] S. Modgil, C. Modgil (eds.), Lawrence Kohlberg. Consensus and controversy, Falmer Press, Filadelfia, s. 149-161.
- Stróżewski W., 2002, *Wokół piękna. Szkice z estetyki*, Znak, Kraków.
- 2005, *Istnienie i sens*, Znak, Kraków.
- Sztejnberg A., 2001, *Podstawy komunikacji społecznej w edukacji*, Astrum, Wrocław.
- Tischner J., 1993a, *Perspektywy hermeneutyki*, [w:] J. Tischner, Myślenie według wartości, Znak, Kraków, s. 92-124.
- 1993b, *Filozofia wypróbowanej nadziei*, [w:] J. Tischner, Myślenie według wartości, Znak, Kraków, s. 418-436.
- 1993c, *Myślenie według wartości*, [w:] J. Tischner, Myślenie według wartości, Znak, Kraków, s. 506-523.
- Wittgenstein L., 2000, *Dociekania filozoficzne*, przeł. B. Wolniewicz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Agata Borońska

Conditions for the Possibility of Communicating Values

Abstract

Interpersonal communication is a complicated process. Jürgen Habermas's seminal *Theory of communicative action* provoked a great deal of discussion concerning social communication. Studies on social communication enable us to understand information exchange and the processes of reaching agreement or compromise. The results of that research bear on the problem of communicating values, which is the subject matter of the present article. A thorough description of the process and its conditioning factors is impossible without precisely enumerating the values in question and clarifying their ontological status. In order to discuss these issues and to get some research perspective, Polish phenomenological axiology will be referred to.

Keywords: communication, communicate values, axiological consciousness, axiological intuition, Polish phenomenology.