

ks. Michał Drożdż

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

GODNOŚĆ OSOBY LUDZKIEJ JAKO FUNDAMENT I CEL KOMUNIKACJI MEDIALNEJ

Abstract

The dignity of the human person as the foundation and purpose of the media communication. The article shows all communication activities from the perspective of “person and his deed.” The author refers in its analysis to the personalistic thinking generated by Karol Wojtyła. In any process of communication is present man as its creator, the recipient or participant. Every communication is the act of a person and in each of them are also involved other persons, according to the nature and character of the communication. The main advantage of and determinant of being a person is its inalienable value and dignity. Respect for the value and dignity of man is thus the foundation of all communication. The author attempts to justify the personalistic vision of human dignity is a good, methodologically and in terms of content, platform for axiological reflection in the context of contemporary problems of communication media.

Godność osoby ludzkiej jako fundament i cel komunikacji medialnej. Autor artykułu pokazuje wszelkie działania komunikacyjne z perspektywy „osoby i jej czynu”. Autor odwołuje się w swoich analizach do personalistycznego kierunku myślenia wypracowanego przez Karola Wojtyłę. W każdym procesie komunikacyjnym obecny jest człowiek jako jego twórca, sprawca czy uczestnik. Każda komunikacja jest czynem osoby i w każdej z nich uczestniczą również inne osoby, zgodnie z naturą i charakterem komunikacji. Podstawowym walorem i wyznacznikiem bycia osobą jest jej niezbywalna wartość i godność. Szacunek dla wartości i godności człowieka stanowi zatem fundament wszelkiej komunikacji. Autor stara się uzasadnić, że personalistyczna wizja godności ludzkiej stanowi dobrą metodologicznie i treściowo platformę dla aksjologicznych refleksji w kontekście współczesnych problemów komunikacji medialnej.

Keywords person, the media, human dignity, the value of the person, media communication, personalism, Karol Wojtyła

osoba, media, godność człowieka, wartość osoby, komunikacja medialna, personalizm, Karol Wojtyła

1. KOMUNIKACJA MEDIALNA JAKO PRZESTRZEŃ DZIAŁANIA OSÓB

Każda komunikacja jest czynem osoby i w każdej z nich uczestniczą również inne osoby, zgodnie z naturą i charakterem komunikacji. Podstawowym walorem i wyznacznikiem bycia osobą są niezbywalna wartość i godność. Szacunek dla wartości i godności człowieka stanowi zatem fundament wszelkiej komunikacji. Celem niniejszego artykułu jest próba uzasadnienia, że personalistyczna wizja godności ludzkiej stanowi dobrą metodologicznie i treściowo platformę dla aksjologicznych refleksji w kontekście współczesnych problemów komunikacji medialnej.

Czynem nazywamy – za Karolem Wojtyłą – wyłącznie świadome i wolne działanie człowieka. W tradycji filozoficznej odpowiednikiem polskiego słowa „czyn” jest *actus humanus*. Należy przy tym podkreślić, że jakakolwiek komunikacja, jeśli ma pozostać dziełem ludzkim, zawsze powinna się mieścić w ramach owego *actus humanus*. Czyn – to tyle co działanie właściwe człowiekowi jako osobie. Jeśli wyrażenie *actus humanus* ukazuje nam to działanie jako pewnego rodzaju „stawanie się” na gruncie potencjalności osobowego podmiotu, to jednocześnie pojęcie czynu wprowadza nas w niezmiernie złożony i bogaty świat komunikowania się człowieka. Można powiedzieć, że czyn, działanie, stawanie się najściślej łączą się z tym wszystkim, co dotyczy człowieka obecnego i działającego w przestrzeni medialnej¹. Punktem wyjścia jakichkolwiek analiz aksjologicznych dotyczących tej przestrzeni winno być fundamentalne doświadczenie człowieka i jego czynu, ukazujące podstawowe wymiary człowieczeństwa. Uogólniając to zagadnienie, można też powiedzieć, że doświadczenie własnego człowieczeństwa poniekąd wyprzedza wszystkie inne twierdzenia, założenia i poglądy dotyczące fundamentów komunikacji. Z tego wynika, że podstawy antropologiczne komunikacji są w punkcie wyjścia epistemologicznie niezależne od wszystkich wtórnych twierdzeń filozoficznych. Oznacza to również, że na płaszczyźnie doświadczenia osobowego człowieka mogą się spotkać wszyscy ludzie, niezależnie od ich – skądinąd różnie konstruowanych – poglądów filozoficznych².

¹ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, Kraków 1969, s. 32. Por. również: B. Smolka, *Narodziny i rozwój personalizmu*, Opole 2002; M. Pokrywka, *Osoba, uczestnictwo, wspólnota*, Lublin 2000; J. Podgórecki, *Moralne aspekty komunikacji społecznej*, w: *Homo communicus. Szkice pedagogiczne*, red. W. Kojs, Ł. Dawid, Katowice 2000, s. 23–29.

² Por. szerzej T. Styczeń, *Być sobą to przekraczać siebie. O antropologii Karola Wojtyły*, w: *Karol Wojtyła – „Osoba i czyn” oraz inne studia antropologiczne*, red. T. Styczeń, Lublin 1994, s. 401–526. Na temat szeroko rozumianego „doświadczenia osoby” w myśli Karola Wojtyły zob. J. Galarowicz, *Człowiek jest osobą. Podstawy antropologii filozoficznej Karola Wojtyły*, Kęty 2001, s. 85–110.

Wydaje się, że koncepcja osoby w czynie, wypracowana przez Wojtyłę, nie została jak dotąd wykorzystana w jakiegokolwiek znanej nam teorii komunikacji. Można z całym przekonaniem powiedzieć, że kierunek badań podjęty przez Wojtyłę stanowi inspirującą badawczo płaszczyznę refleksji nad komunikacją medialną w kontekście wartości i godności osoby. W tradycyjnych ujęciach filozoficznych próbowano wyjaśniać procesy komunikacji, ludzkie *agere* (w tym także *communicare*) poprzez ludzkie *esse*. Wojtyła natomiast, nie przekreślając fundamentu osobowego człowieka, zauważa, że również *esse* człowieka należy odnieść do jego czynu i komunikacyjnego działania. „Czyn zakłada osobę – pisze Wojtyła. Takiego ujęcia trzymano się w różnych dziedzinach wiedzy, które miały za przedmiot działanie ludzkie – w szczególności trzymano się tego ujęcia w etyce. Była ona i jest nauką o czynie, który zakłada osobę, człowieka jako osobę. W studium niniejszym zamierzamy odwrócić to ujęcie [...]. Będzie to zatem studium czynu, który ujawnia osobę, studium osoby przez czyn”³.

Pojęcie czynu zawiera w sobie bogate eksplikacje treściowe dotyczące przestrzeni komunikacji. Ich pokazanie byłoby zarazem stopniowym odsłanianiem się tej bogatej rzeczywistości, jaką jest osoba ludzka. Człowiek nie tylko poznawczo wchodzi w świat komunikacji i siebie samego odnajduje w tym świecie jako jeden z owych koniecznych elementów zachodzących w nim procesów, ale także staje się świadomy własnego aktywnego uczestnictwa w świecie komunikacji i mediów. Można powiedzieć, że *homo communicus* staje się *homo communicans*. Świadomość bowiem nie tylko odzwierciedla, ale także i w szczególny sposób „uwewnętrznia”, czyli interioryzuje to, co odzwierciedla, dając temu wszystkiemu miejsce we własnym „ja” osoby. Zdaniem Wojtyły w człowieku możliwe jest doświadczenie zarówno tego, co wewnętrzne, jak i tego, co zewnętrzne. Jedno i drugie może być świadomie komunikowalne⁴.

Nasze analizy mają właśnie na celu stopniowe wydobywanie, czyli eksplikację czynu człowieka pod kątem odsłaniania rzeczywistości osoby w przestrzeni mediów, by pokazać w ten sposób personalistyczne fundamenty wszelkich aksjologicznych odniesień i wartościowań tej przestrzeni i zachodzących w niej procesów, w których uczestniczy człowiek. Do tak założonego celu zamierzamy dochodzić poprzez analizę poszczególnych aspektów komunikowania, aspektów ludzkiego czynu, mając jednak ciągle pełną metodologiczną świadomość organicznej integralności czynu osobowego. Ponadto zakładamy w analizach komunikacji podstawową prawdę, że człowiek działa nie tylko świadomie i w sposób wolny, ale także autorefleksyjny, to znaczy, że ma świadomość tego, że działa świadomie. Człowiek jest więc świadomy swojego czynu i siebie jako osobowego podmiotu czynu. Jest więc świadomy czynu i jego podmiotu w ich dynamicznej korelacji⁵. W refleksji Wojtyły można zauważyć ciekawe metodologicznie odwracanie perspektyw. Jest ono o tyle ważne, że może stanowić dla nas dobry mechanizm metodologiczny pełniejszego wyjaśnienia aksjologicznego wymiaru procesów komunikacji,

³ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 29–30, 34–35. Por. S. Kowalczyk, *Z refleksji nad człowiekiem. Człowiek – społeczność – wartość*, Lublin 1995, s. 25.

⁴ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 37–38.

⁵ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 33–35. Por. szerzej wybrane typologie aktów komunikacyjnych: J. Stewart, *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, tłum. J. Suchecki, Warszawa 2002, s. 35–161; Z. Nęcki, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 2000, s. 51–89.

rozpatrywanych również z różnych perspektyw. Z jednej strony Wojtyła czyni punktem wyjścia doświadczenie wewnętrzne człowieka, akty świadomości i wolności, które stanowią fundament działania etycznego. Natomiast punktem dojścia w tak prowadzonej refleksji jest metafizyka osoby ludzkiej. Z drugiej jednak strony spotykamy w myśli Wojtyły kierunek odwrotny. Punktem wyjścia jest osoba transcendująca siebie w swoim czynie, natomiast punktem dojścia są różne odmiany więzi i komunikacji między-ludzkiej. Te dwie perspektywy pokazują zawsze w centrum osobę ludzką i jej godność. Jakkolwiek ujmowalibyśmy procesy komunikacji, przestrzeń medialną, zawsze w ich centrum będzie człowiek. Osoba ludzka jawi się nam zatem jako główny fundament i główna zasada etyki komunikacji.

Cywilizacja medialna stawia nas wobec wielu wyzwań, spośród których wyzwania natury etycznej mają podstawowe znaczenie, ponieważ dotyczą człowieka w jego najważniejszych wymiarach, wymiarach człowieczeństwa. Teoretyczne odpowiedzi na te wyzwania są jednak różne. Nie wszystkie z nich dostarczają człowiekowi właściwej orientacji pośród dylematów i problemów, jakie rodzi nowa jakość cywilizacji. Z powodu pluralizmu kulturowego, na który ogromny wpływ mają również media, żyjemy dziś w różnych diasporach aksjologicznych. Zależne są one od patrzenia na człowieka i sposobów jego ujmowania. Chaos poglądów w tej dziedzinie, zwłaszcza tych celowo generowanych przez antyracjonalne kierunki kulturowe, jeszcze bardziej komplikuje poszukiwanie racjonalnych i obiektywnych fundamentów wartościowania etycznego. Dlatego też przyjęcie godności osoby ludzkiej jako głównej zasady etyki może stać się wspólną platformą konstruowania deontologii medialnych dla wielu racjonalnych orientacji aksjologicznych. Zasadę tę należy tutaj rozumieć w potrójnym sensie: jako początek, jako drogę i jako cel. Osoba i jej transcendencja stoją u początku etyki, ponieważ człowiek jako podmiot działający doświadcza fundamentów swojego działania, doświadcza swojej racjonalności i wolności. Człowiek jako osoba jest również drogą respektowania godności każdej innej osoby. W tym sensie także staje się zasadą etycznego wartościowania. I wreszcie człowiek jest celem etyki, ukierunkowanej na jego samorealizację i doskonalenie jego człowieczeństwa.

Można postawić tutaj prostą, ale jakże ważną tezę, iż komunikacja medialna dlatego właśnie jest możliwa, że człowiek jako osoba jest *homo communicus* i równocześnie *homo communicans*. Należy tutaj również podkreślić, iż u podstaw możliwości komunikowania się człowieka leży jego racjonalność, która jest równocześnie fundamentem wartościowania etycznego.

2. POTENCJAŁ KOMUNIKACYJNY GODNOŚCI OSOBY

Poszukiwania antropologiczne oraz refleksja etyczna stanowią nie tylko ważną perspektywę analiz przestrzeni komunikacji i mediów, ale przede wszystkim umożliwiają pełne i właściwe uczestnictwo człowieka w kulturze medialnej. Perspektywa ta pozwala odkrywać w przestrzeni medialnej obszar doświadczeń człowieka, które leżą u podstaw kształtowania się jego integralnej osobowości i ubogacają jego sferę poznawczą i świat

wartości. Nie powinien zatem nikogo dziwić fakt, że w aksjologicznej refleksji medialnej na pierwszy plan wysuwa się zagadnienie **godności ludzkiej**. Jest to także jedno z kluczowych pojęć w teorii osoby Wojtyły⁶. Dzięki godności własnej osoby człowiek poznaje swoją „niepowtarzalność” i ontyczną wyższość, zarówno nad naturą, jak i nad wytworami kultury. Jej wyrazem jest zdolność panowania nad nimi⁷. W tej „wyższości” człowiek poznaje jednocześnie swoją oryginalność. Niepowtarzalność człowieka i jego „wyższość w godności” są prostą konsekwencją jego racjonalności. „Źródłem całej naszej naturalnej «chwały osobowościowej» – pisze Adam Rodziński – jest nasza natura ludzka; jej ranga ontyczna decyduje o tym, że człowiek – jako byt obdarzony zdolnością do rozumowania opartego o intelektualną intuicję – może na gruncie tej rozumności, na którą jest «skazany» w pewnym sensie, okazać się rozumny, czyli zaktualizować ponadto i taką doskonałość, na jaką nie tylko jest skazany, lecz do jakiej w samej swej naturze został wyraźnie «zaproszony»”⁸. To doświadczenie niepowtarzalności i godności toruje poniekąd drogę do rozumienia osoby, gdyż zawiera ono pytanie o rację owej niepowtarzalności i wyższości. Ta racja tkwi w duchowych darach i zdolnościach człowieka. Osoba ludzka jest wartością sama w sobie. Z tej racji jest również źródłem i fundamentem powinności moralnej. Przyczyną normatywnego charakteru osoby są jej godność, dostojność, jej wielkość i szczególna pozycja człowieka w świecie komunikacji. Posiadana godność, stanowiąca źródło powinności, również generuje powinność szacunku dla osoby, jej ochrony i promocji. Ze względu na swoją godność człowiek jako osoba ludzka winien być zasadą, podmiotem i celem wszystkich relacji komunikacyjnych oraz struktur społecznych, w tym także struktur medialnych. Praktyka medialna pokazuje, iż to kryterium osoby ludzkiej bywa zarzucane lub lekceważone. Tym bardziej zatem istnieje potrzeba i konieczność przywrócenia jego fundamentalnego znaczenia, nie tylko w sferze funkcjonalności mediów, ale również, a może przede wszystkim, w kształtowaniu fundamentów etycznego wartościowania, od którego ta praktyka i funkcjonalność medialna w dużej mierze zależy. „Bezmiar ludzkiej słabości i ludzkich nieszczęść zawinionych i niezawinionych bywa przerażający. Okrucieństwo całych grup

⁶ Godność ludzka – *dignitas humana* – jest pojęciem często nadużywanym i dlatego staje się pojęciem wieloznacznym. „Problem godności i jej miejsca w etyce różnie można traktować – pisze A. Szostek. – Można przyjąć perspektywę historyczno-opisową. Można pokazać, jaką rolę odgrywa pojęcie godności w różnych systemach etycznych, wstrzymując się od oceny trafności poszczególnych poglądów. Albo też – bardziej systematycznie – na podstawie krytycznej analizy tych stanowisk pokusić się o zrobienie typologii wszelkich możliwych relacji pomiędzy pojęciem godności a systemem etycznym i scharakteryzować merytorycznie i metodologicznie różne rozwiązania. W końcu jednak chodzi o coś więcej niż o historyczny lub systematyczny rejestr różnych poglądów. Chcielibyśmy wiedzieć, który z nich i dlaczego jest trafny; w tym sensie interesuje nas nade wszystko podejście normatywne. Oczywiście, tak sprawę stawiając, faktycznie wykląda się etykę [...]. Godność stanowi źródło specyficznie moralnej powinności działania oraz kryterium odróżniania dobra i zła moralnego. Sądzę też, że ten, kto nie przypisuje takiej roli godności osoby w etyce, ten bądź to sprowadza *ad aliud genus* moralne dobro i powinność, bądź też radykalnie podważa racjonalność moralnego orzekania o czynach oraz ich podmiotach” (A. Szostek, *Wokół godności, prawdy i miłości*, Lublin 1995, s. 42).

⁷ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 84–85; K. Wojtyła, *Człowiek jest osobą*, „Tygodnik Powszechny” 1984 nr 18, s. 2. Por. także: J. Galarowicz, *Człowiek jest osobą. Podstawy antropologii filozoficznej Karola Wojtyły*, dz. cyt.; W. Granat, *O człowieku dziś*, Warszawa 1974, s. 223–254; T. Ślipko, *Godność osoby ludzkiej*, „Ateneum Kapłańskie” 1970 nr 74, s. 91–104.

⁸ A. Rodziński, *U podstaw kultury moralnej*, Warszawa 1989, s. 87–88.

zawodowych czy też rówieśniczych, obojętność otoczenia, w końcu samotność powodują, że wielu ludzi rezygnuje z walki o swą godność i niezbywalne prawa z niej wynikające. Co możemy temu przeciwstawić? Uświadomić sobie prawdę o swojej niepowtarzalnej godności i dopiero, niejako wtórnie, o swojej sytuacji⁹. Człowiek, będący centralnym elementem przestrzeni medialnej, jest w stanie przezwyciężyć wszelkiego rodzaju problemy, które się w niej rodzą, o ile przyjmie fundament godności osoby jako podstawowe kryterium wartościowania etycznego.

W przestrzeni aksjologicznej wartość osoby ludzkiej jawi się jako wartość „naczelna” na ziemi, zakorzeniona – według transcendentnych aksjologii – w wartości osobowej Transcendencji. Jest ona wartością niezmienną, ontyczną, przysługującą człowiekowi z racji jego człowieczeństwa, a nie z racji jego ludzkich kwalifikacji. Z nią łączą się inne wartości ludzkie i materialne. Poszukując jej właściwego statusu i miejsca, należy dostrzec całą bogatą przestrzeń wartości, w której żyje i działa człowiek. Istnieją w niej wartości zmienne, zależne od sytuacji społeczno-kulturowych i od ich twórców czy nosicieli, wartości kwalifikujące człowieka i jego duchowy i materialny świat. Musi istnieć jednak dla nich niezmienny i uniwersalny fundament aksjologiczny. Jest nim wartość człowieka, godność osoby ludzkiej jako wartość trwała i niezmienna, która – jak to określa Max Scheler – sama jest wartością wartości¹⁰. Jest to wartość uniwersalna i centralna. To nie osoba ludzka, jej samoocena albo opinia społeczna lub relacje interpersonalne, spełniane przez człowieka funkcje, wyrażające jego prestiż i pozycję w kulturze, ani też szacunek okazywany ze strony ludzi decydują o tym, że człowiek jest osobą. Decyduje o tym fakt ontyczny, iż człowiek jest istotą racjonalną, rozumną, wolną, zdolną do wartościowania etycznego poprzez własne sumienie. W tym kontekście aksjologicznym godność osoby ludzkiej rozumie się jako wartość ontyczną, wrodzoną, trwałą, niezbywalną i równocześnie wartość zobowiązującą i powinnościową. Ta właśnie ranga ontyczna przysługuje każdej osobie ludzkiej, niezależnie od tego, co ona czyni i jak postępuje. Tadeusz Styczeń, idąc za myślą Karola Wojtyły, twierdzi, iż godność jest właściwością osoby ludzkiej, która utożsamia się z osobą i odślania w doświadczeniu moralnym oraz jawi się w powinnościowych odniesieniach do osoby własnej, innych osób oraz świata rzeczy. W przestrzeni tych deontologicznych odniesień funkcjonuje również ludzka komunikacja jako szeroko pojęta relacja interpersonalna. Można zatem powiedzieć, że na owe odniesienia deontologiczne nakłada się wszelka komunikacja i przez nie się wyraża¹¹. Mówiąc inaczej, osoba ludzka jest fundamentem wszelkiej komunikacji oraz wszelka komunikacja jest równocześnie „komunikacją” osoby, w tym także medialną „komunikacją” osoby.

Koncepcja osoby, którą możemy zastosować do personalistycznej teorii komunikacji, szczególnie do konstruowania podstaw etyki mediów, opiera się na założeniu, że „człowiek jest samorządnym podmiotem, czyli jest centrum świadomych i wolnych, a zarazem przez prawdę związanych czynów”¹². Dla aksjologii transcendentnej jest to odniesienie do prawdy absolutnej, a więc i Prawdy w rozumieniu osobowym. Człowiek jako

⁹ Por. J. Podgórecki, *Moralne aspekty komunikacji społecznej*, w: *Homo communicus...*, dz. cyt., s. 23.

¹⁰ Por. M. Scheler, *Der Formalismus in der Ethik und die materiale Wertethik*, Bonn 1980, s. 523–524 (*Gesammelte Werke*, 2); F. J. Mazurek, *Godność osoby ludzkiej podstawą praw człowieka*, Lublin 2001, s. 17.

¹¹ Por. T. Styczeń, *W drodze do etyki*, Lublin 1984, s. 269–272.

¹² Por. K. Wojtyła, *Człowiek jest osobą*, art. cyt., s. 2.

osoba jest „samorządnym podmiotem”, to znaczy podmiotem, który rządzi sam sobą. Dla osoby charakterystyczne jest jej samostanowienie. Osoba jest bowiem istotą, która sama do siebie należy, a jako taka również sama sobie panuje. Właśnie owo samoposiadanie i samopanowanie jest podstawą autodeterminacji. Mówiąc krótko, osoba jest podmiotem, który jest rządcą samego siebie¹³. W tym samostanowieniu człowiek jest jednak wewnętrznie związany mocą poznanej uniwersalnej prawdy. To związanie wyzwala człowieka z ograniczeń subiektywności i nadaje ludzkiemu wartościowaniu charakter obiektywny. Stąd też można powiedzieć, że człowiek jest istotą „prawdo-rządną”, czyli rządzoną wewnętrznie poprzez prawdę, oraz że jest istotą „prawdo-żądną”, czyli nieustannie poszukującą i „żądną” prawdy. Odniesienie do prawdy ma nie tylko dla etyki, ale również dla teorii komunikacji i teorii informacji podstawowe znaczenie. Wyraża ono i ujawnia zarazem dwa ściśle ze sobą powiązane warunki. Po pierwsze, człowiek jest panem samego siebie, gdyż – jako wolny podmiot – aby wybrać z wielu możliwości działania, musi posiadać jasne kryterium wyboru. I po drugie, człowiek pozostaje niezależny wobec przedmiotów swojego działania, pozostając, w imię swojego integralnego człowieczeństwa, zależny wobec prawdy. Nie jest to jakaś zależność czysto zewnętrzna, ale zależność najbardziej życiodajna i integrująca człowieka jako człowieka i jego doskonałość osobową. Odniesienie do prawdy ujawnia pełnię ludzkiej wolności oraz gwarantuje człowiekowi niezależność od świata rzeczy, również świata przedmiotowo rozumianych mediów. Godność człowieka wyjaśnia się w swojej istocie odniesieniem człowieka do prawdy, trwałym związaniem z prawdą. Prawdziwa autonomia moralna człowieka nie oznacza bynajmniej odrzucenia normatywności osobowej, ale oznacza wręcz coś przeciwnego, mianowicie autonomiczne i wolne przyjęcie własnego człowieczeństwa, rozumianego jako fundament prawa moralnego. Przyjęcie to dokonuje się w imię prawdy, zawartej w ontycznej i aksjologicznej treści osoby ludzkiej. Ta treść zawiera podstawowe zasady prawa moralnego, stanowiącego fundament wszelkiego wartościowania etycznego. I dlatego można mówić w tym wypadku o „autonomii uczestniczącej”, jako że dobrowolne podporządkowanie się „prawdziwemu” prawu moralnemu, wynikającemu z godności osoby ludzkiej, implikuje rzeczywisty udział rozumu i woli w poznawanej przez człowieka prawdzie.

Osobowy, samorządny podmiot jest źródłem czynów. Podstawowym zaś wymiarem ludzkiego czynu jest jego relacyjność i zorientowanie komunikacyjne. Człowiek jako podmiot czynu jest jednocześnie podmiotem i źródłem wszelkiej komunikacji. Ponieważ człowiek jest panem siebie samego, jego czyny nie odrywają się od niego, lecz stanowią jego wyraz, jego reprezentację. Inaczej mówiąc, człowiek, który sam siebie określa, spełnia się w czynie i poprzez czyn¹⁴. Człowiek odsłania się, ujawnia się i wyraża się poprzez swoje czyny. Kiedy mówimy, iż czyn jest ludzki, to nie znaczy tylko, że pokazuje on zewnętrznie człowieka jako jego podmiotowego sprawcę, ale przede wszystkim w tym określeniu ujawnia się prawda o wewnętrznej wartości i godności podmiotu działającego, ujawnia się prawda, iż każdy czyn, a zatem każdy proces komunikacji jest ludzki, jest *actus humanus*.

¹³ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 120n.

¹⁴ Por. K. Wojtyła, *Elementarz etyczny*, Lublin 1983, s. 39n.

Godność osoby ludzkiej wiąże się również z transcendencją osoby w czynie i poprzez czyn. Z opisem osoby jako „sprawcy czynów” wiążą się więc ściśle pojęcia „transcendencji wertykalnej i horyzontalnej”. Przez transcendencję wertykalną, która wiąże się z samoposiadaniem i samopanowaniem, rozumie Wojtyła sytuację, w której człowiek – poprzez spełniane przez siebie czyny – jest podporządkowany tylko prawdzie. Natomiast transcendencja horyzontalna oznacza zdolność osoby do „przekraczania granicy” w stosunku do jakiegoś przedmiotu albo – odwrotnie – jej zdolność do dystansowania się wobec przedmiotów niepożądanych¹⁵.

Wydaje się, że dla personalistycznej etyki komunikacji fundamentalne znaczenie ma pojęcie „transcendencji” osoby w czynie. „Wyraz transcendencja – tłumaczy Wojtyła – wskazuje etymologicznie na przekraczanie jakiegoś progu czy jakiejś granicy (*trans-scandere*). Może tu chodzić o przekraczanie granicy podmiotu ku przedmiotowi, co zachodzi na różny sposób w tak zwanych aktach intencjonalnych. W inny sposób dokonuje się to przekraczanie granicy podmiotu w aktach poznawczych, w inny w chęciach, które mają charakter dążeń. Przekraczanie granicy podmiotu ku przedmiotowi, czyli intencjonalność, można określić jako transcendencję poziomą [...]. Jest jeszcze transcendencja, którą zawdzięczamy samostanowieniu, transcendencja przez sam akt wolności, bycia wolnym w działaniu, w stronę właściwego przedmiotu – wartości-celu. Można by tę transcendencję, w odróżnieniu od tamtej, którą nazwaliśmy poziomą, określić jako pionową”¹⁶. W każdy rodzaj komunikacji wpisana jest transcendencja. Stanowi ona warunek *sine qua non* komunikacji, również komunikacji medialnej. Wydaje się, że bez uwzględnienia zarówno jednej, jak i drugiej transcendencji niemożliwa byłaby jakakolwiek w pełni sensowna refleksja aksjologiczna nad przestrzenią komunikacji interpersonalnej, refleksja nad fundamentami etyki mediów.

Godność osoby ludzkiej może być również wyjaśniana poprzez pryzmat integracji osoby. Integracja osoby w czynie stanowi płaszczyznę komplementarną w stosunku do transcendencji wertykalnej i horyzontalnej. Pojęcie „integracji” oznacza tę właściwość osoby, poprzez którą złożoność człowieka staje się jednością. Integracja sprawia, że różnorodne dynamizmy psychosomatyczne, różne elementy aktywności człowieka syntetyzują się w czynie w jedność, która nie jest jedynie prostą ich sumą, jak to niekiedy przedstawiają niektóre alternatywne teorie mediów, lecz stanowi integralną platformę osobowego działania. Człowiek dokonuje integracji w sobie i dla siebie. Integracja osoby ma dzisiaj szczególne znaczenie w kontekście rozmaitych negatywnych presji zewnętrznych oraz dynamicznych kulturowych tendencji dezintegrujących. Dzisiejsza kultura medialna charakteryzuje się wielością i zmiennością wzorów postępowania, stylów życia, zasad wartościowania. Cechuje ją nietrwałość, niestabilność i tymczasowość aksjologiczna. Z drugiej jednak strony człowiekowi nie wystarcza takie właśnie niestabilne uwarunkowanie aksjologiczno-antropologiczne. Nieustannie szuka on czegoś „stałego”. Dlatego szeroko rozumiana integracja staje się platformą procesów jednoczących oraz mechanizmem stabilizacji i trwałości istnienia i komunikowania się osoby. Integracja

¹⁵ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 122–124.

¹⁶ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 123–124.

bowiem pozostaje w ścisłym związku z samostanowieniem osoby i z różnymi sposobami jej komunikowania się.

Bezpośrednią konsekwencją godności osoby ludzkiej jest jej podmiotowość działania. Człowiek obdarzony godnością, świadomy tej godności, jest podmiotem działania i komunikowania. Warto w tym miejscu raz jeszcze przypomnieć, iż osoba jest samorządnym podmiotem, czyli centrum świadomych i wolnych, a zarazem przez prawdę związanych czynów. Ponieważ do istoty osoby należą rozumność i wolność, jak i pozostające z nimi w ścisłym związku samoposiadanie i samoświadomość, każdy czyn ludzki jest świadomym i wolnym działaniem, ujawniającym racjonalność osoby ludzkiej. Każdy proces komunikowania jako jeden z rodzajów ludzkiego czynu jest również świadomym i wolnym działaniem człowieka, odsłaniającym jego racjonalność. Czyn człowieka, rozumiany jako komunikacja, bierze swój początek w osobie i znajduje w niej swoje wypełnienie, związane z oceną etyczną wolnego i świadomego działania: ja działam, ponieważ świadomie tego chcę, i ja ponoszę za to odpowiedzialność etyczną¹⁷. Tylko wtedy czyn ludzki może być moralnie dobry lub zły, gdy człowiek, spełniając czyn, poznaje jednocześnie jego znaczenie i chce czyn spełnić. Stąd człowiek w swoim osobowym działaniu staje się punktem wyjścia, zasadą swojego ludzkiego czynu i jako taki jest równocześnie odpowiedzialny za moralność tego czynu. Co więcej, w kontekście zależności człowieka od prawdy i świata wartości każda decyzja dotycząca czynu ludzkiego oraz każdy czyn mają wymiar aksjologiczny, czyli związane są z wartościowaniem etycznym. Człowiek jako podmiot działania staje się podmiotem wartościowania moralnego swoich czynów.

Reasumując, można powiedzieć, że osobowy wymiar człowieka jest nieodzownym warunkiem każdego czynu ludzkiego oraz moralności tego czynu. Dlatego też etyka nie może nigdy traktować czynu ludzkiego, ludzkiego działania, w oderwaniu od osobowego bytu człowieka. Przyjęcie osoby jako zasady etycznej, jako fundamentu etyki medialnej oznacza po prostu, że etyka – jeśli ma pozostać odpowiedzialną platformą racjonalnej refleksji nad wartością etyczną ludzkiego działania, a nie tylko jakąś teorią pragmatycznego działania – musi zawsze w swoich analizach i argumentacji wychodzić od godności człowieka jako osoby, będącej podmiotem procesów komunikacji medialnej i „komunikującej” siebie jako osobę w komunikacji interpersonalnej i komunikacji medialnej.

3. GODNOŚĆ OSOBY W RELACJACH KOMUNIKACYJNYCH

Komunikacja jest procesem interpersonalnym i społecznym. W jej naturze tkwi podstawowe zorientowanie na drugi podmiot. Nie można zatem rozpatrywać człowieka jako *homo communicans* w oderwaniu od społeczności i wspólnoty osób. Mówiąc inaczej, komunikacja urzeczywistnia się tylko tam, gdzie mamy do czynienia z osobą w relacji do innych osób, w relacji do wspólnoty. Godność osoby ludzkiej nabiera swojego nowego wymiaru w kontekście wspólnotowym. Dlatego też dla etyki mediów duże

¹⁷ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 172.

znaczenie ma godność osoby, ujmowana przez pryzmat uczestnictwa człowieka w relacjach wspólnotowych i społecznych. Człowiek doświadcza siebie jako szczególnego „ja”, *suppositum*, a równocześnie jako konkretnego „ja”, za każdym razem jedyne i niepotwarzalnego. W tym doświadczeniu osoby człowiek jawi się jako podmiot istniejący, działający, komunikujący się. W tym polu doświadczeń osobowych odkrywamy również inne podmioty, pozostające w takich samych relacjach osobowych wobec nas¹⁸. Analiza etyczna przestrzeni medialnej, w której funkcjonują podmiotowe procesy komunikacyjne, musi zatem uwzględnić godność osobową wszystkich podmiotów uczestniczących w tych procesach.

W wielu opracowaniach poświęconych etyce mediów dużo mówi się o strukturze relacji społecznych, pomijając ich osobowy charakter. W tych opracowaniach wyraźny wydaje się brak odniesienia etyki do głównych zasad antropologii integralnej. Dlatego w naszych analizach chcemy do tych fundamentów nawiązać.

Komunikacja jako taka jest możliwa tylko dzięki temu, że człowiek jest bytem „relacyjnym”. Działanie człowieka ma charakter relacyjny. Relacyjność można również ujmować przez pryzmat dialogiczności. Człowiek jest „bytem dialogicznym”, działanie człowieka ma zatem również charakter dialogiczny, komunikatywny. Wojtyła szeroko rozwinął tę prawdę w artykule *Osoba: podmiot i wspólnota*¹⁹. Autor postrzega osobę nie tylko w kategoriach jednostkowych i indywidualnych, ale podkreśla wyraźnie, że do istoty osoby należy „powołanie do wspólnoty”. To powołanie realizuje się poprzez samostanowienie osoby oraz przez procesy komunikacji z innymi osobami i światem zewnętrznym. Osoba ludzka, należąc do siebie samej i sobie samej panując, jest w stanie innych „obiektywnie obdarować”, a zarazem może być przyjmowana jako dar i w ten sposób może być przez innych doświadczana²⁰. Prawdziwie osobowa wspólnota, czyli *communio personarum*, jest taką wspólnotą, w której osoby wzajemnie obdarowują się i przyjmują. Dlatego nie można zrozumieć natury komunikacji międzyosobowej i społecznej bez jej odniesienia do *communio personarum*.

Karol Wojtyła odróżnia w tej *communio personarum* dwa wymiary świadczące o godności pojedynczego człowieka – wymiar międzyosobowy i wymiar społeczny. W takiej samej perspektywie możemy również rozpatrywać naturę i strukturę komunikacji.

Wymiar międzyosobowy daje się bliżej scharakteryzować przez pryzmat relacji pomiędzy „ja” i „ty”, w której obydwie osoby uznają się i afirmują swoją godność. „Ja” poznaje najpierw drugiego człowieka jako „ty” i aprobuje go jako drugie „ja”, jako drugą osobę o równej godności. Dlatego również i owemu „ty” należy się afirmacja ze względu na niego samego. Afirmacja jest aktem poznania i wyboru, gdyż oznacza ona potwierdzenie tego, co już jest „uosobione”. Gdy tego zabraknie, nie będzie prawdziwej wspólnoty, która odpowiada godności osoby ludzkiej. W szczegółowych analizach na temat podmiotowości osoby i wzajemnych zależności pomiędzy ludzkim *suppositum* a ludzkim „ja” Wojtyła pisze: „W polu doświadczenia człowiek jawi się jako szczególne

¹⁸ K. Wojtyła, *Elementarz etyczny*, dz. cyt., s. 19. Por. K. Wojtyła, *Osoba: podmiot i wspólnota*, „Roczniki Filozoficzne” 24 (1976) z. 2, s. 7.

¹⁹ K. Wojtyła, *Osoba: podmiot i wspólnota*, art. cyt., s. 5–39.

²⁰ Mamy tutaj do czynienia z poszerzeniem myśli zawartych w pracy K. Wojtyły, *Antropologia encykliki „Humanae vitae”*, „Analecta Cracoviensia” 1978 nr 10, s. 16n.

«suppositum», a równocześnie jako konkretne «ja», za każdym razem jedyne i niepowtarzalne. Jest to doświadczenie człowieka w podwójnym zarazem znaczeniu, tym bowiem, kto doświadcza, jest człowiek, i tym, kogo doświadcza podmiot doświadczenia, jest również człowiek. Człowiek jako podmiot i jako przedmiot zarazem. Do istoty tego doświadczenia należy jego przedmiotowość, jest ono zawsze doświadczeniem «czegoś» lub doświadczeniem «kogoś» (tak właśnie jest w doświadczeniu człowieka). Tendencja do cofania się w stronę «czystej podmiotowości» doświadczenia znamieną jest dla filozofii świadomości. Natomiast do istoty doświadczenia należy jego przedmiotowość, i stąd człowiek-podmiot dany jest nam w doświadczeniu również w sposób przedmiotowy²¹.

Wymiar międzyosobowy *communio personarum* najściślej łączy się z wzajemnym komunikowaniem się osób. W doświadczeniu tym jest nam dany człowiek jako ten, który istnieje i działa. Takim człowiekiem jestem równocześnie „ja” oraz każdy „inny” podmiot poza mną²². Doświadczenie istnienia i działania jest udziałem wszystkich ludzi ze mną łącznie, a równocześnie wszyscy „inni” oraz „ja” są przedmiotem tego doświadczenia. W tym doświadczeniu istnieją jednak różnice pomiędzy doświadczeniem siebie i innych, ponieważ „ja” doświadczam siebie jako istniejącego i działającego inaczej aniżeli wszystkich „innych” ludzi. I to samo można powiedzieć z kolei o każdym „innym” jako konkretnym „ja”. Jest natomiast rzeczą jasną, że w cały ten proces rozumienia doświadczeń siebie i innych człowiek musi włączyć medium, czyli coś pośredniczącego pomiędzy „ja” i wszystkimi „innymi”. Owym elementem pośredniczącym, owym medium mogą stać się wszyscy „inni” i każdy z osobna, jak również medium staje się „ja” w rozumieniu innych ludzi. W tym procesie można wychodzić od „innych”, ale człowiek może wychodzić od własnego „ja”. W analizach procesów komunikacji, a szczególnie w refleksji etycznej nad całokształtem procesów zachodzących w przestrzeni mediów nie można pomijać tego wymiaru interpersonalnego ludzkiego działania. Pozwala on bowiem ujmować relacje komunikacyjne z perspektywy podmiotowości człowieka. Taka perspektywa, oparta o głębię osoby oraz głębię jej doświadczeń, nie pozwala interpretować żadnego medium pomiędzy ludzkim *suppositum* a konkretnym „ja” w sposób czysto zjawiskowy, strukturalny, funkcjonalny, konstruktywistyczny itd., jak to czynią różne koncepcje medialne, analizujące procesy komunikacji medialnej z perspektywy czysto przedmiotowej i deterministycznej.

Drugim wymiarem *communio personarum* jest wymiar społeczny. Chodzi tu o analizę wspólnoty, w której wiele osób zespala się w jeden, nowy jakościowo podmiot, w strukturę „my”, nie tracąc w żaden sposób swojej indywidualnej, osobowej wartości, ale wręcz ubogacając tę wartość poprzez relacje do wspólnoty osób. Wzajemne relacje pomiędzy tymi osobami i jedność tej *communio* opierają się na doświadczeniu dobra wspólnego, które stanowi jeden z mechanizmów regulujących i wartościujących wzajemne relacje osób we wspólnocie. Ze względu na to, że dobro wspólne integruje również wszystkie

²¹ Por. K. Wojtyła, *Osoba: podmiot i wspólnota*, art. cyt., 7. Warto tutaj nadmienić, że zdecydowana większość współczesnych teorii komunikacji zatrzymuje się jedynie na płaszczyźnie rozważań przedmiotowych, marginalizując w analizach przestrzeni medialnej rolę i wartość człowieka jako osoby.

²² W toku naszych analiz przechodzimy czasem zamiennie od opisowej formy (w trzeciej osobie), do formy wyrażającej podmiotowy punkt widzenia (pierwsza osoba). Czynimy to w tym celu, by jeszcze bardziej uwydatnić rolę podmiotu, rolę „ja” w procesach podmiotowej komunikacji.

poszczególne dobra osób, każda osoba urzeczywistnia się w takiej wspólnotcie we właściwy jej sposób. Każda osoba przyczynia się do tego, że przez swój wkład w realizację dobra wspólnego wnosi jednocześnie wkład do rozwoju wszystkich osób, gdyż każda osoba urzeczywistnia się jako osoba poprzez relacje do wspólnoty i relacje wewnątrz niej²³.

Wymiar społeczny *communio personarum* należałoby również rozpatrywać przez pryzmat uczestnictwa lub współdziałania. Pojęcie to ma z kolei dwa znaczenia. Pierwsze z nich pokazuje wymiar bycia, uczestniczenia w doświadczeniach życia i działania drugiego podmiotu. W tym znaczeniu uczestniczenie odnosi się przede wszystkim do wymiaru interpersonalnego wspólnoty osób. W drugim znaczeniu uczestnictwo oznacza aktywne procesy działania, komunikacji osoby, która działa razem z innymi, a więc spełnia czyny prawdziwie ludzkie we wspólnotcie. To drugie znaczenie jest przyporządkowane do wymiaru społecznego wspólnoty osób. Chodzi w nim bowiem o czyny ludzkie spełniane razem dla dobra „my”. Zarówno w pierwszym, jak i w drugim znaczeniu uczestniczenie ma zawsze charakter komunikacji.

W tym miejscu wypada jeszcze raz odwołać się do zagadnienia godności osoby ludzkiej. Warto przypomnieć, iż godność osoby ludzkiej nie urzeczywistnia się dopiero przez wspólnotę i relacje społeczne, poprzez relacje komunikacyjne. Dokonuje się tutaj raczej proces odwrotny. To właśnie osobowa godność wszystkich uczestników procesów komunikacji ujawnia się pełniej w kontekście relacji społecznych, odsłania się w procesach komunikacyjnych, ale się przez nie i w nich nie tworzy. Człowiek nie rozpoznaje i nie doświadcza swojej godności dopiero i przede wszystkim w kontekście swojego środowiska relacji komunikacyjnych, ale wnosi swoje uprzednie doświadczenie godności w tę przestrzeń. Człowiek doświadcza jej i poznaje ją przede wszystkim poprzez bezpośredni wgląd w siebie samego. Tylko samego siebie człowiek doświadcza w pełni jako tego, kto sobie panuje, i jako tego, komu panuje. Doświadcza on siebie jako istotę niezależną, związaną tylko z prawdą. Dopiero dzięki temu doświadczeniu może dokonywać porównań komunikacyjnych z innymi osobami. Siła tego porównania i jakość komunikacji zależą w najgłębszych wymiarach od świadomości własnej i cudzej godności.

4. GODNOŚĆ OSOBY JAKO ŹRÓDŁO I ISTOTA NORMY PERSONALISTYCZNEJ

Personalistyczna etyka mediów, poszukując fundamentów wartościowania etycznego, wskazuje na człowieka, na jego osobową wartość i godność jako na podstawową zasadę aksjologiczną, którą nazywamy normą personalistyczną. Stanowić ona może podstawę wartościowania wszelkich relacji komunikacyjnych człowieka. W kontekście wszelkich procesów komunikacji człowiek ze swoją osobową godnością staje się jednocześnie fundamentem i kryterium wartościowania etycznego.

„Osoba ludzka jest takim dobrem – pisze Wojtyła – które nie może być traktowane jako przedmiot użycia, a właściwe i pełnowartościowe odniesienie do niej stanowi tylko

²³ Por. szerzej: K. Wojtyła, *Człowiek jest osobą*, art. cyt., s. 2.

miłość, która może stanowić dopełnienie faktu bycia osobą²⁴. Osoba ludzka stanowi punkt wyjścia, centrum oraz wewnętrzną celowość, czyli punkt dojścia, normy personalistycznej, która swoim zasięgiem obejmuje wszystkie relacje i działania człowieka. Obejmuje ona także wszelkie procesy komunikacji, w których uczestniczy człowiek²⁵.

Pojęcie normy personalistycznej, aczkolwiek było znane wcześniej w etyce i występowało w różnych dziedzinach kultury, w czasach nowożytnych zostało wyraźnie przypomniane przez Kanta²⁶. Koncepcja normy personalistycznej Wojtyły nie powiela ani nie poszerza Kantowskiego schematu myślenia, ale jest oryginalna i nowa. Jej wykładnia została przedstawiona we wspomnianym już przez nas artykule *Osoba: podmiot i wspólnota* oraz w książce *Miłość i odpowiedzialność*²⁷. Rozumienie normy personalistycznej u Wojtyły łączy się wprawdzie z próbą nowego spojrzenia na całość życia rodzinnego, ale ma ona jednak dużo szerszy wymiar pod względem metodologicznym i treściowym, jako swoista metoda uzasadnienia norm moralnych i wartościowania ludzkich działań. W wielu tekstach Wojtyły znajdujemy wyraźne wskazówki, iż należy ją rozumieć jako „naczelną zasadę ludzkich czynów, wedle której całe działanie człowieka, w jakiegokolwiek dziedzinie, musi być do niej dorównywane i według niej oceniane”²⁸. Norma personalistyczna pokazuje, iż człowiek jest fundamentalnie kimś innym wobec świata przedmiotowego, że bycie racjonalną osobą wyróżnia go spośród świata rzeczy, które są przedmiotowo zawsze tylko czymś. To proste, elementarne rozróżnienie ujawnia głęboką przepaść, jaka dzieli świat osób od świata rzeczy. Przestrzeń medialna, w której człowiek uczestniczy i która stanowi przestrzeń jego wszystkich relacji komunikacyjnych, składa się wprawdzie z osób i rzeczy, ale człowiek odgrywa w niej dominującą rolę, jako twórca, uczestnik i podmiot wszelkich procesów komunikacyjnych. „Wyraz «osoba» został ukuty w tym celu, aby zaznaczyć, że człowiek nie pozwala się sprowadzać do tego, co mieści się w pojęciu «jednostka gatunku», ale ma w sobie coś więcej, jakąś szczególną pełnię i doskonałość bytowania, dla uwydatnienia której trzeba koniecznie użyć słowa «osoba»”²⁹.

Norma personalistyczna, ugruntowana w antropologii personalistycznej, stanowi kryterium wartościowania wszelkich kontaktów człowieka ze światem, które możemy ujmować jako relacje komunikacyjne. Kontakt osoby z obiektywnym światem, ze światem osobowych podmiotów i rzeczywistością przedmiotową, ma charakter nie tylko materialny, przyrodniczy, fizyczny, psychiczny, społeczny, kulturowy czy też zmysłowy, odpowiedni do bycia człowieka istotą przyrodniczą i zmysłową, ale przede wszystkim ma charakter podmiotowy. Osoba ludzka jako wyraźnie określony podmiot nawiązuje kontakt z resztą bytów przede wszystkim poprzez swoje wnętrze, poprzez swoją

²⁴ K. Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, Lublin 1982, s. 48.

²⁵ Normę personalistyczną rozumiemy tu nie tylko w znaczeniu „powinnościowym”, ale przede wszystkim w kontekście „wartościującym”. Por. B. Smolka, *Narodziny i rozwój personalizmu*, dz. cyt., s. 287n.

²⁶ W ujęciu Kanta „norma personalistyczna” ma charakter formalnego, autonomicznego imperatywu kategorycznego i brzmi: „Postępuj tak, aby osoba nigdy nie była tylko środkiem (medium) twego działania, ale zawsze celem” (I. Kant, *Uzasadnienie metafizyki moralności*, Warszawa 1953, s. 60–62).

²⁷ Por. K. Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, dz. cyt. Por. S. Smoleński, *Norma personalistyczna*, „Analecta Cracoviensia” 1971 nr 3, s. 310–319.

²⁸ Por. m.in. K. Wojtyła, *Człowiek w polu odpowiedzialności*, Rzym–Lublin 1991, s. 83–85.

²⁹ Por. K. Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, dz. cyt., s. 24.

racjonalność, nie przekreślając przy tym roli elementów materialnych i przedmiotowych, koniecznych również w procesach komunikacji medialnej. Łączność osoby ludzkiej ze światem zaczyna się wprawdzie na gruncie materialnym i zmysłowym, ale swój właściwy wymiar uzyskuje dopiero w przestrzeni ludzkiej racjonalności. Tutaj też zarysowuje się moment znamieny dla komunikacji osoby: człowiek nie tylko przyjmuje treści docierające do niego z zewnętrznego świata i reaguje na nie w sposób spontaniczny, czy nawet wręcz mechaniczny (jak to przedstawiają niektóre funkcjonalne i psychoanalityczne teorie komunikacji czy szczegółowe dyscypliny, np. psychologia komunikacji), ale w całości kształci swoich relacji do świata, do rzeczywistości, człowiek ujawnia swoją podmiotowość, wolność, niezależność, zaznaczając swoje osobowe „ja”, „gdyż natura jego bytu tego się domaga”³⁰.

Ważnym wymiarem normy personalistycznej jest jej obiektywność. Człowiek jako osoba ma rozum i wolną wolę, jest też panem samego siebie, o czym mówi łaciński zwrot stwierdzający, że osoba jest *sui iuris*. Norma personalistyczna, mimo iż jest subiektywnie doświadczana, odzwierciedla obiektywną naturę osoby ludzkiej. Podkreślając podmiotowość ludzkiego wartościowania etycznego, nie można odrzucić obiektywnego zakorzenienia normy personalistycznej. Wojtyła dosyć szeroko rozwija myśl, że ważnym rysem osoby pozostaje jeszcze inna ważna jej właściwość. „Łacina filozofów ujmowała ją w stwierdzeniu, że osoba jest «*alteri incommunicabilis*» – nieprzekazywalna, niedostępna. Nie chodzi w tym przypadku o zaznaczenie, że osoba jest zawsze jakimś bytem jedynym i niepowtarzalnym – to można twierdzić o każdym innym bycie: o zwierzęciu, roślinie czy kamieniu. Owa nieprzekazywalność czy niedostępność osoby jest najściślej związana z jej wnętrzem, z samostanowieniem, z wolną wolą. Nikt inny nie może za mnie chcieć. Nikt inny nie może podstawić swojego aktu woli za mój. Zdarza się czasem, że ktoś bardzo chce, ażebym ja chciał tego, czego on chce. Wówczas najlepiej wydatnia się granica pomiędzy nim a mną, o której stanowi właśnie wolna wola. Ja mogę nie chcieć tego, czego on chce, abym ja chciał – i właśnie w tym jest «*incommunicabilis*». Jestem i powinienem być samodzielny w swoich poczynaniach”³¹. Samodzielność ta oznacza nie samowolność, ale raczej dowartościowanie ludzkiej racjonalności, która potrafi dostrzec w normie personalistycznej obiektywne zakorzenienie. Na takim rozumieniu normatywności osoby ludzkiej winna się oprzeć etyka mediów, dostarczająca szczegółowych zasad kształtujących i wartościujących kulturę medialną.

Antropologiczne zakorzenienie wartości i normatywności etycznej ma fundamentalne znaczenie nie tylko dla zrozumienia normy personalistycznej, ale również dla zrozumienia personalistycznej etyki komunikacji. Norma personalistyczna, rozumiana z perspektywy negatywnej, odrzuca wszelki redukcjonizm, twierdząc, iż osoba ludzka jest takim dobrem, które nie może być traktowane jako przedmiot użycia i w takiej przedmiotowej formie jako środek do celu. Perspektywa pozytywna wskazuje na to, że osoba ludzka jest takim dobrem, iż właściwe i pełnowartościowe odniesienie się do niej dokonuje się tylko przez miłość i odpowiedzialność. Bez nich nie może istnieć i funkcjonować żadna sensowna etyka komunikacji czy etyka mediów.

³⁰ Por. K. Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, dz. cyt., s. 25.

³¹ Por. K. Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, dz. cyt., s. 26.

Odpowiedzialność stanowi jeden z pierwszych wyznaczników normy personalistycznej. Odpowiedzialność ma również wymiar relacyjny, a więc także wymiar komunikacyjny. Relacja odpowiedzialności wskazuje na podstawową prawdę, iż człowiek jako byt osobowy jest szczególną wartością, którą należy szanować i chronić. Odpowiedzialność staje się platformą i źródłem powinności etycznych, dotyczących szacunku oraz obrony godności i wartości człowieka. Norma personalistyczna, będąca równocześnie wartością wartości i źródłem powinności, określa i zaleca sposoby odniesienia się człowieka do innych osób i świata przedmiotowego. Ten sposób odniesienia winien być zgodny z tym, kim jest osoba ludzka, oraz z ontycznym światem wartości, które człowiek reprezentuje. Wynikająca z niej godziwość działania przewyższa samą tylko użyteczność, którą jedynie dostrzega zasada utylitaryzmu. Norma personalistyczna nie przekreśla jednak użyteczności i funkcjonalności ludzkiego działania, ale je podporządkowuje godziwości, czyli szacunkowi dla godności osobowej człowieka. „Właściwym odniesieniem do osoby jest wzięcie na siebie wszystkich konsekwencji i skutków działań”³². Taka interpretacja odpowiedzialności oznacza, iż odpowiedzialność za osobę pojawia się wszędzie tam, gdzie „wciąga się” osobę w najściślejszą wspólnotę życia i działania. Istnieje wiele relacji komunikacyjnych mających taki właśnie charakter. Wtedy czyni się poniekąd inną osobę „swoją własnością”, korzystając z jej oddania. „Oddając siebie, ta inna osoba nie traci własnej «duszy», ale wręcz przeciwnie: odnajduje tym większą pełnię istnienia. Odpowiedzialność za wszystkie działania i dziania się w świecie naprawdę ludzkim sprowadza się, jak widać, do odpowiedzialności za siebie, z niej wypływa i do niej powraca. Dlatego właśnie jest to odpowiedzialność ogromna. Ale ogrom jej rozumie tylko ten, kto ma gruntowe poczucie wartości osoby. Ten, kto ma tylko zdolność reagowania na wartości utylitarne związane z osobą i w niej tkwiące, ale wartości samej osoby nie widzi, ten będzie mieszał to, co osobowe, z tym, co rzeczowe, i nigdy nie będzie w pełni komunikowalny”³³.

Norma personalistyczna zabrania więc posługiwania się osobą jako środkiem do celu, jako jakimś bezosobowym narzędziem, czyli traktowania drugiego człowieka w taki sposób, który zaprzeczałby jego osobowemu charakterowi. Osoba ma charakter ponadużytkowy i w tym duchu powinna się dokonywać jej afirmacja, która domaga się przy tym zachowania właściwych granic. Z punktu widzenia normy personalistycznej niedopuszczalne jest jakiegokolwiek usiłowanie podporządkowania człowieka i zredukowania jego wartości osobowych, czy to przez strukturę komunikacji, czy też przez technologie informacyjne, czy też przez sztuczny świat fantomów medialnych. W etyce komunikacji redukcja taka przejawiałaby się w przedmiotowym traktowaniu człowieka, w traktowaniu osoby na równi ze światem rzeczy i dysponowaniu nią podobnie jak dysponujemy rzeczami, mediami, komputerami, programami. Taka orientacja wartościowania przedmiotowego prowadziłaby w konsekwencji do przekreślenia praw, przysługujących osobie ludzkiej ze względu na nią samą. W tym kontekście jeszcze bardziej uwydatnia

³² K. Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, dz. cyt., s. 114.

³³ Por. K. Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, dz. cyt., s. 114. Autor wielokrotnie powraca w swych analizach etycznych do tego problemu, szczególnie w związku z krytyką utylitaryzmu. Por. także: K. Wojtyła, *Nowożytny utylitaryzm i próby jego przewyżcienia*, w: K. Wojtyła, *Wykłady lubelskie. Człowiek i moralność*, t. 3, Lublin 1986, s. 215–291.

się potrzeba poznawania człowieka, jego osobowości, jego znaczenia i wartości w świecie mediów. Fundamentem wszelkich sensownych i zasadnych analiz etycznych winno być najpierw poznanie miejsca i roli człowieka w przestrzeni medialnej. „Człowiek jest tego wart. [...] Poznanie, aby wiedzieć, kim człowiek jest, bezinteresowne, nie dla korzyści, nie dla innych celów – jest fundamentem i warunkiem rzetelnej, realistycznej wiedzy o człowieku w każdym innym wymiarze. Człowiek jest podmiotem naznaczonym godnością, mającym znaczenie i wartość sam w sobie [...]. Dlatego odpowiednim sposobem działania i odnoszenia się człowieka do człowieka jest zaangażowanie swoich sił w stosunku do każdego, dla niego samego, dla jego dobra. Każde inne działanie jest niezgodne z jego godnością, jest zniewoleniem, używaniem jako narzędzia i środka, a więc niezgodne z tym, kim jest”³⁴. Norma personalistyczna oparta jest zatem na fundamencie racjonalnego poznania człowieka i jego osobowej wartości.

5. GODNOŚĆ OSOBY FUNDAMENTEM WARTOŚCIOWANIA ETYCZNEGO

Z naszych dotychczasowych refleksji wynika jasno, iż człowiek jako osoba jest wartością ontyczną i fundamentalną, jest wartością wartości. Samostanowienie osoby nie dokonuje się w próżni aksjologicznej, ale musi się oprzeć na trwałym fundamencie wartości i godności osoby ludzkiej, wynikającej z samego faktu bycia człowiekiem. Urzeczywistnianie ontycznej wartości człowieka dokonuje się zawsze w świecie innych wartości ontycznych i kwalitatywnych. Z moralnego punktu widzenia dokonuje się albo w świecie wartości, albo w świecie im przeciwnym – w świecie antywartości. Chcemy teraz parę myśli poświęcić aksjologicznej przestrzeni urzeczywistniania się człowieka jako osoby w relacjach komunikacyjnych.

Problematyka wartości staje się coraz wyraźniejsza we współczesnym pluralizmie kulturowym i aksjologicznym. Wydaje się, iż współczesne wyzwania cywilizacji medialnej jeszcze bardziej uświadamiają nam potrzebę uporządkowania fundamentów wartościowania w przestrzeni mediów. Media uświadamiają nam coraz dosadniej sytuację pluralizmu aksjologicznego, w którym dokonuje się nieustanne zmaganie o wartości i cele, stanowiące podstawy urzeczywistnianego człowieczeństwa. Niezależnie od jawnych deklaracji czy ukrywanych założeń zdecydowana większość koncepcji mediów odwołuje się w swoich refleksjach etycznych lub w ich zwyczajnym marginalizowaniu albo kompletnym zaniechaniu do paradygmatycznych elementów światopoglądowych, do założeń antropologicznych i koncepcji aksjologicznych. Chodzi w nich przede wszystkim o kształt etosu, a więc o podstawowe wymiary ludzkiego życia społeczno-kulturowego, związanego z określonymi wartościami, oraz o przyszły kształt ludzkiego etosu. Wartości bowiem stają się ze swej natury celami ludzkich działań medialnych. Wybór tych celów jest jednocześnie wyborem wartości lub antywartości, jest realizacją jakiegoś etosu.

³⁴ Por. K. Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, dz. cyt., s. 42–43.

Analizując procesy komunikacji medialnej, staraliśmy się pokazać ich osobowe zakorzenienie. Człowiek jest źródłem komunikacji, to znaczy, że w samą naturę komunikacji wpisana jest ludzka racjonalność. Konieczna obecność człowieka w przestrzeni komunikacji sprawia, iż podstawowym wymiarem wszystkich procesów w niej zachodzących powinien być wymiar ludzki, wymiar człowieczeństwa. Stąd możemy już wyprowadzić prosty, ale jakże fundamentalny wniosek, iż wymiar ten domaga się wartościowania etycznego. Obecność człowieka w przestrzeni mediów z jednej strony implikuje potrzebę etyki, a drugiej strony wskazuje na samego człowieka, na jego godność i wartość, jako na podstawową normę wartościowania etycznego. Pojęcie godności ludzkiej jest pojęciem stosowanym w różnych obszarach. Mówi się o nim w perspektywie antropologicznej, psychologicznej, socjologicznej i moralnej. Czasem łatwiej godności doświadczać i ją czuć, niż poznawać i opisywać. Zawiera ona bowiem w sobie takie treści, jak: cześć, szacunek, dobra sława, dobre imię, poważanie, prestiż, honor, wartość człowieka itp. Człowiek jako osoba ma godność, która określa jego osobową wartość, nieporównywalną z niczym innym. Z perspektywy etycznej ważną rzeczą staje się nie tylko jej świadomość, nie tylko wewnętrzne i indywidualne jej doświadczenie, ale przede wszystkim przyjęcie i uznanie jej za fundament wartościowania etycznego, również w przestrzeni medialnej. Kształt etyki mediów zależy przede wszystkim od tego, na ile uwzględni ona godność ludzką jako fundament wartościowania etycznego wszelkich procesów i działań medialnych. Dla jakiegokolwiek etyki mediów fundamentalne znaczenie ma to, czy i w jakim stopniu bierze ona pod uwagę ów konstytutywny i niezbywalny fundament godności ludzkiej. Od tego bowiem zależy zarówno jej kształt, jak i skuteczność, czyli na ile pozwala ona człowiekowi orientować się i działać w przestrzeni mediów w sposób racjonalny, a więc wolny, rozumny i odpowiedzialny za świat posiadanych i komunikowanych wartości.

W naszych analizach staraliśmy się pokazać i uzasadnić fundamenty personalistycznego wartościowania etycznego, opartego nie tylko na subiektywnych przeżyciach i doświadczeniach aksjologicznych – które są niestałe i przelotne, chociażby nawet były szlachetne i wzniosłe – ale przede wszystkim na fundamencie wartości trwałej, jaką jest **osobowa godność człowieka**, możliwa przecież do zaakceptowania przez szeroką gamę orientacji aksjologicznych i antropologicznych. Jest ona podstawą rozwoju człowieka jako osoby. Jest również filarem, na którym opiera się życie społeczne. Podstawowe zachowania ludzkie są przez nią motywowane i regulowane. Stanowi ona podstawowe „tworzywo” ludzkich postaw i całej komunikacji interpersonalnej oraz komunikacji medialnej. W ramach tej ostatniej tylko uwewnętrzniona wartość godności osobowej człowieka – zarówno u twórców, nadawców, jak i odbiorców mediów – może i powinna stać się wewnętrznym regulatorem dobrego funkcjonowania komunikacji i gwarantem pozytywnych jej owoców.

LITERATURA

- Galarowicz J., *Człowiek jest osobą. Podstawy antropologii filozoficznej Karola Wojtyły*, Kęty 2001.
Granat W., *O człowieku dziś*, Warszawa 1974.
Kant I., *Uzasadnienie metafizyki moralności*, przeł. M. Wartenberg, Warszawa 1953.

- Kowalczyk S., *Z refleksji nad człowiekiem. Człowiek – społeczność – wartość*, Lublin 1995.
- Mazurek F. J., *Godność osoby ludzkiej podstawą praw człowieka*, Lublin 2001.
- Nęcki Z., *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 2000.
- Podgórecki J., *Moralne aspekty komunikacji społecznej*, w: *Homo communicus. Szkice pedagogiczne*, red. W. Kojs, Ł. Dawid, Katowice 2000, s. 23–29.
- Pokrywka M., *Osoba, uczestnictwo, wspólnota*, Lublin 2000.
- Rodziński A., *U podstaw kultury moralnej*, Warszawa 1989.
- Scheler M., *Der Formalismus in der Ethik und die materiale Wertethik*, Bonn 1980 (Gesammelte Werke, 2).
- Smoleński S., *Norma personalistyczna*, „*Analecta Cracoviensia*” 1971 nr 3, s. 310–319.
- Smolka B., *Narodziny i rozwój personalizmu*, Opole 2002.
- Stewart J., *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, tłum. J. Suchecki, Warszawa 2002.
- Styczeń T., *Być sobą to przekraczać siebie. O antropologii Karola Wojtyły*, w: *Karol Wojtyła – „Osoba i czyn” oraz inne studia antropologiczne*, red. T. Styczeń, Lublin 1994, s. 401–526.
- Styczeń T., *W drodze do etyki*, Lublin 1984.
- Szostek A., *Wokół godności, prawdy i miłości*, Lublin 1995.
- Ślipko T., *Godność osoby ludzkiej*, „*Ateneum Kapłańskie*” 1970 nr 74, s. 91–104.
- Wojtyła K., *Antropologia encykliki „Humanae vitae”*, „*Analecta Cracoviensia*” 1978 nr 10, s. 12–25.
- Wojtyła K., *Człowiek jest osobą*, „*Tygodnik Powszechny*” 1984 nr 18, s. 2.
- Wojtyła K., *Człowiek w polu odpowiedzialności*, Rzym–Lublin 1991.
- Wojtyła K., *Elementarz etyczny*, Lublin 1983.
- Wojtyła K., *Miłość i odpowiedzialność*, Lublin 1982.
- Wojtyła K., *Nowożytny utilitaryzm i próby jego przewyciężenia*, w: K. Wojtyła, *Wykłady lubelskie. Człowiek i moralność*, t. 3, Lublin 1986, s. 215–291.
- Wojtyła K., *Osoba i czyn*, Kraków 1969.
- Wojtyła K., *Osoba: podmiot i wspólnota*, „*Roczniki Filozoficzne*” 24 (1976) z. 2, s. 5–39.