

ks. Michał Drożdż

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

ŚWIADOMOŚĆ DZIAŁANIA JAKO PODSTAWA ETYCZNEGO WARTOŚCIOWANIA

Abstract **Awareness of acting as the basis of ethical valuation.** The rationality of the human being is the foundation of media ethics, both as a starting point and as the basic criterion of valuation. If ethical valuation is to be true, authentic, right and responsible, then it must be based on a sure and lasting foundation of the truth about man. The human act is a conscious and free act. Therefore, the moral dimension of the media and the media ethos are grounded and conditioned by the consciousness and freedom of human action. This article is an attempt to show awareness of acting as the basis and context of the ethical evaluation of human media activities.

Świadomość działania jako podstawa etycznego wartościowania. Racjonalność człowieka jest fundamentem etyki mediów, zarówno jako punkt wyjścia, jak i jako podstawowe kryterium wartościowania. Jeśli wartościowanie etyczne ma być prawdziwe, autentyczne, słuszne i odpowiedzialne, to musi się oprzeć na pewnym i trwałym fundamencie prawdy o człowieku. Czyn człowieka jest działaniem świadomym i wolnym. Dlatego też wymiar moralny mediów oraz etos medialny są ugruntowane i uwarunkowane świadomością i wolnością działania człowieka. Artykuł niniejszy jest próbą pokazania świadomości działania jako podstawy i kontekstu etycznego wartościowania ludzkich działań medialnych.

Keywords media ethics, personalism, awareness of acting, motivation, human rationality
etyka mediów, personalizm, świadomość działania, motywacja, racjonalność człowieka

Podstawowym zadaniem etyki w kulturze technologicznej i cywilizacji informatycznej jest pokazanie i kształtowanie etosu ludzkich działań komunikacyjno-medialnych. Etyka personalistyczna ukazuje medialny etos jako właściwy przejaw ludzkiej racjonalności. Racjonalność człowieka jest fundamentem etyki mediów, zarówno jako punkt wyjścia, jak i jako podstawowe kryterium wartościowania. Trudno bowiem mówić o świadomości działania i odpowiedzialności etycznej, odrzucając platformę racjonalności. Jeśli wartościowanie etyczne ma być prawdziwe, autentyczne, słuszne i odpowiedzialne, to musi się oprzeć na pewnym i trwałym fundamencie prawdy o człowieku. Prawda o człowieku dostarcza obiektywnych informacji o jego duchowej naturze, o jego racjonalności, otwiera drogę poznania jego wnętrza, ale także stanowi podstawę czynów i działań człowieka. Czyn człowieka jest działaniem świadomym i wolnym¹. Dlatego też wymiar moralny mediów oraz etos medialny są ugruntowane i uwarunkowane świadomością i wolnością działania człowieka. Niniejszy artykuł jest próbą pokazania świadomości działania jako podstawy i kontekstu etycznego wartościowania ludzkich działań medialnych.

1. ŚWIADOMOŚĆ MORALNOŚCI DZIAŁANIA

W sposobach bycia człowiekiem zawiera się całokształt ludzkich działań, postaw, intencji, zamiarów, celów, motywacji, argumentów, wartości i powinności, myślenia i bezmyślności – słowem: całość ekspresji wewnętrznej prawdy o człowieku, manifestującej się w konkretnych uwarunkowaniach ludzkiego bycia i działania. Od sposobu bycia człowiekiem zależy też jakość i wartość procesów komunikacji i działań medialnych (tworzenia, nadawania, odbioru), które jako czyny świadome i wolne odsłaniają rzeczywistość osób w nich uczestniczących². Sposoby bycia łączą ludzi ze sobą albo ich rozdzielają, pozwalają na łatwość komunikacji albo ją utrudniają. Sposób bycia zależy od sposobu urzeczywistniania człowieczeństwa, czyli od wolności i racjonalności. Z tego wynika, że tylko ludzie mają sposoby bycia – maszyny, komputery, sieci, środki nadawczo-odbiorcze – albo działają, albo „stoją”. Na sposoby bycia wskazują takie chociażby określenia, jak: „człowiek wolny”, „człowiek świadomy”, „człowiek zdecydowany”, „człowiek umotywowany” – za pomocą których określamy doświadczenie człowieka. To doświadczenie człowieka leży u podstaw etyki. Moralność ludzkich działań medialnych, osadzona na wartości ontycznej i godności człowieka, zależy przede wszystkim od stanu ludzkiej świadomości i sposobu urzeczywistniania wolności.

¹ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, Kraków 1969, s. 32.

² Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 32–33.

2. PRAWDA W ŚWIADOMOŚCI DZIAŁANIA

Dla etyki mediów ważne znaczenie ma nie tylko działanie świadome, ale świadomość działania³. Bez uwzględnienia tego podwójnego aspektu świadomości działania nie może funkcjonować właściwe wartościowanie etyczne mediów. Media są postrzegane coraz częściej w kontekście technicyzacji życia jako pole zmagania o kształt świadomości, obszar walki o „zawładnięcie ludzką świadomością”. Oddziaływanie medialne jest coraz skuteczniejsze i zdaje się obejmować całą sferę ludzkiego myślenia i wartościowania. Procesy te stanowią więc jedno z najważniejszych wyzwań dla etyki mediów. Cywilizacja informacyjna stwarza nowe uwarunkowania dla ludzkiego myślenia. Myślenie w kategoriach technologiczno-informacyjnych izoluje czasem medialny etos od osobowej głębi człowieka. Zadaniem etyki jest przywrócić człowiekowi należne mu miejsce w przedmiotowym świecie techniki i mediów, podkreślić jego osobową odpowiedzialność za kształt tego świata, za kulturę medialną i cywilizację informacyjną. Człowiek działa odpowiedzialnie wtedy, gdy jego czyn nosi miano *actus humanus*. „Wyrażenie *actus humanus* – pisze Karol Wojtyła – zakłada określoną interpretację czynu. [...] Jest to interpretacja realistyczna i obiektywistyczna, a zarazem metafizyczna. Wynika ona z samej koncepcji bytu [...]. Można też stwierdzić, że koncepcja ta zakłada człowieka-osobę jako źródło czynu, a także i to, że czyn ów jest równocześnie źródłem poznania osoby”⁴. Działanie ludzkie jest działaniem świadomym. Wyrażenie „działanie świadome” naprowadza nas na aspekt świadomości w czynie, ale aspektu tego jeszcze nie wyodrębnia. Trzeba więc dokonać rozróżnienia pomiędzy działaniem świadomym a świadomością działania, ażeby w pełni ukazała się rola świadomości w ludzkim działaniu. Człowiek nie tylko działa świadomie, ale winien mieć świadomość tego, że działa świadomie. Tak więc wyrażenie „działanie świadome” nie mówi tylko o świadomości działania. Mówi ono także o pełnym, dynamicznym całokształcie czynu spełnianego przez osobę w sposób świadomy.

Etyka personalistyczna łączy świadomość działania świadomego z całym dynamizmem wolności i sprawczości osoby. Świadomość jest uprzednim warunkiem działania ludzkiego. Czyn człowieka realizuje się dzięki świadomości i przemija, zostawiając w niej ślad swej obecności. Świadomość towarzyszy czynowi i odzwierciedla go, ale oczywiście nie musi się to dziać w sposób ciągły i pełny. Ta obecność świadomości stanowi nie tyle o tym, że działanie jest „bez przerwy” świadome, ile raczej o tym, że człowiek jest świadomy sam siebie i swego działania, że działa świadomie jako świadoma tego osoba. Moralność działań medialnych wymaga takiej właśnie świadomości działania osoby⁵. Właściwa funkcja świadomości – to funkcja poznawcza. Świadomość jest odbiciem, a zwłaszcza odzwierciedleniem tego, co „dzieje się” w człowieku i co „dzieje się z człowiekiem”. Zostawiając nieco na boku szczegółową analizę procesów poznawczych człowieka, warto podkreślić fakt, że świadomość połączona z intencjonalnością

³ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 33–38.

⁴ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 29–31.

⁵ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 30–35.

prowadzi do zrozumienia działania. „Akty świadomości nie posiadają same z siebie charakteru intencjonalnego, chociaż to, co jest przedmiotem naszego poznania, istnieje również w świadomości poprzez intelektualny obraz – tylko intelektualne ukształtowanie tego obrazu, cała dynamiczna strona poznawania, nie jest ani zadaniem, ani dziełem tylko samej świadomości. Do niej należy tylko odzwierciedlanie. Na tym także polega świadomościowy charakter poznania, zarówno, gdy chodzi o poszczególne akty świadomości, jak i o ich całościowy kształt. Trzeba dodać, że ta suma czy też wypadkowa aktów świadomości decyduje o aktualnym stanie świadomości. Podmiotem jednak tego stanu nie jest świadomość, ale człowiek”⁶. Dla podstaw etyki mediów ważne znaczenie ma nie tylko poznawcza funkcja świadomości, dzięki której człowiek odkrywa prawdę o rzeczywistości, ale także funkcja odzwierciedlania świadomościowego wszelkich czynów, działań i ich wartościowania. Świadomość bowiem – jak konkluduje Wojtyła – nie tylko odzwierciedla, ale i „uwewnętrznia”, czyli interioryzuje to, co odzwierciedla, dając temu wszystkiemu miejsce we własnym „ja” osoby. Świadomość interioryzuje również wszelkie treści medialne. Przekazywane lub komunikowane przez media treści dzięki świadomości ich odbioru w sposób szczególny „uwewnętrzniają się” w osobie odbiorcy, osadzając się we wnętrzu człowieka⁷. Najważniejszą funkcją świadomości jest jednak poznawanie prawdy. „Ujmowanie bowiem prawdy nie jest jakimś statycznym porządkiem umysłu, ale jest swoistym dążeniem. Prawda jest dla niego celem. Człowiek dąży do prawdy, a umysł łączy w sobie zdolność jej ujmowania (poprzez odróżnianie od nieprawdy) oraz potrzebę jej dociekania. Już w tym zaznacza się jego dynamiczne podporządkowanie względem prawdy, która jest równocześnie jakby własnym światem umysłu ludzkiego. Podporządkowanie to warunkuje nadrzędność, czyli transcendencję osoby. Człowiek nie jest tylko biernym zwierciadłem odbijającym przedmioty, ale zachowuje w stosunku do nich jakby dystans przez prawdę czy też wyższość prawdy”⁸. Prawda moralności odkrywana jest przede wszystkim w prawdziwym sumieniu, to znaczy takim, które interioryzuje prawdę o świecie wartości, odkrywa w nich powinności i nadaje im moc zobowiązań. Sumienie wnosi w ocenianie i wszelkiego rodzaju uświadamianie moc normatywną prawdy, która warunkuje nie tylko spełnianie czynu przez osobę, ale i też spełnianie się osoby przez czyn⁹. Moc normatywna prawdy odkrywana w sumieniu stanowi jakby zwornik dla świadomości i wolności działania. Bez odniesienia do prawdy, poza nią lub w oderwaniu od niej, nie sposób właściwie pojąć czy też zinterpretować zarówno samego sumienia, jak i dokonywanych w nim wyborów – a szerzej biorąc, całej specyfiki porządku aksjologiczno-normatywnego. Dlatego też moc normatywna

⁶ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 36–37.

⁷ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 38. Media przekazują również takie treści, które manipulują ludzkim umysłem. Por. D. Winn, *Manipulowanie umysłem. Pranie mózgu, warunkowanie, indoktrynacja*, Wrocław 2003, s. 17–54.

⁸ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 166–167.

⁹ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 167–169. W niektórych teoriach mediów bardzo dużo mówi się o opanowaniu ludzkiej świadomości przez treści medialne. Problemem nie jest tylko sam proces medialnego wpływu na świadomość, ale przede wszystkim prawdziwość przekazywanych człowiekowi treści. Największym zagrożeniem dla człowieka wydaje się podważenie „prawdziwości”, jaką powinna się kierować w działaniu wolna, świadoma osoba. Por. m.in.: G. Losito, *Il potere dei media*, Roma 1994, s. 237n.

prawdy jako właściwa osobowemu sumieniu nie może być niczym innym zastąpiona czy też w jakikolwiek sposób ograniczona¹⁰.

3. SAMOWIEDZA PODSTAWĄ WARTOŚCIOWANIA ETYCZNEGO

Nie może być prawdziwej komunikacji bez świadomości komunikowania lub przekazywania określonych treści. Co więcej, żeby coś komunikować, musi się to mieć lub wiedzieć oraz być tego świadomym. Ze świadomością współdziała całe ludzkie poznanie. Możemy je określić jako zdolność oraz sprawność czynnego rozumienia. „Dzięki tej zdolności – pisze Wojtyła – odkrywamy znaczenie poszczególnych rzeczy i postępujemy w umysłowym opanowaniu tych rzeczy, jako też związków między nimi zachodzących. Zrozumieć bowiem to nic innego jak intelektualnie opanować znaczenie rzeczy i związków pomiędzy rzeczami. Cały proces czynnego zrozumienia nie dokonuje się w świadomości, ale w człowieku. Znaczenia rzeczy lub związków są dawane świadomości «z zewnątrz», jako owoc szerokiej informacji i wiedzy, którą człowiek zdobywa i którą posiada w różny sposób i w różnych stopniach”¹¹. Rozumienie jest aktem całej, integralnej osoby ludzkiej. Ma ono wpływ na wartościowanie etyczne, na stan ludzkiego sumienia, na same fundamenty etyki. Rozumienie rzeczywistości wychodzi z doświadczenia samowiedzy. Jest ona bardziej niż jakakolwiek inna wiedza spójna ze świadomością i tożsamością osoby. Jej przedmiotem jej bowiem własne „ja”, z którym świadomość pozostaje w najściślejszej jedności podmiotowej. Samowiedza jest świadomością samego siebie w sobie. Człowieka jako indywidualnej osoby nikt w tym poznaniu siebie od wewnątrz nie może zastąpić ani wyręczyć. Akty, które obiektywizują świadomość własnego „ja”, są właśnie aktami samowiedzy. Świadomość odzwierciedla działania człowieka oraz ich relacje do własnego „ja” jako podmiotowego sprawcy, dzięki samowiedzy. Mówiąc o świadomości czynu, mamy na myśli nie tylko odzwierciedlenie tego czynu w świadomości, ale również intencjonalną samowiedzę o nim. Mieć świadomość czynu to znaczy mieć jego samowiedzę, dzięki której człowiek niejako obiektywizuje swój czyn w relacji do siebie jako jego osobowego podmiotu. Jeżeli zaś człowiek przestaje być świadomym, w mniejszym czy większym stopniu, własnego działania lub wręcz zrezygnuje z wewnętrznej samowiedzy, poddając się biernie procesom manipulacji medialnej, wówczas jego działanie, mimo tego, że może być działaniem świadomym, nie będzie działaniem uświadomionym, a więc nie będzie w pełni rozumiane i nie będzie obiektywizować zarówno działania człowieka, jak i rzeczywistości, w której się ono dokonuje¹².

¹⁰ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 168–169. Por. także: A. Szostek, *Wolność, prawda, sumienie*, w: A. Szostek, *Wokół godności prawdy i miłości*, Lublin 1995, s. 160–178.

¹¹ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 39.

¹² Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 41–42. „Istnieje przeto np. samowiedza moralna, coś z gruntu innego niż wiedza o moralności czy tym bardziej etyka – samowiedza religijna, niezależnie od wszelkich form wiedzy o religii, wiedzy religijnej czy teologii – samowiedza społeczna – niezależna od jakiegokolwiek wiedzy o społeczeństwie itp. Samowiedza bowiem, skoncentrowana na własnym «ja» jako na swoim właściwym

Przedmiotem samowiedzy jest konkretne i własne, podmiotowe „ja” i stan jego sumienia. Zarówno samowiedza, jak i podmiotowe, własne „ja” niejako spotykają się w sumieniu. Samo łacińskie określenie sumienia jako *conscientia* – znaczy dosłownie „współ-wiedza”, choć tłumaczone bywa często także jako „współ-świadomość” – wskazuje na wiedzę o sobie w sobie, jaka jest odkrywana właśnie w sumieniu. Określenie to uwydatnia poznawczy charakter aktów sumienia¹³ i świadczy o intelektualnym wymiarze sumienia oraz jego łączności ze świadomością działania człowieka¹⁴.

Konsekwencją samowiedzy lub jej przejawem jest określona „filozofia sensu”, jaką ma człowiek. Trzeba powiedzieć, że media mają ogromny wpływ na kształtowanie się poglądów, ocen, przekonań i sposobów wartościowania etycznego, tworzących fundamenty tej filozofii. Funkcjonowanie mediów sięga aż do samego wnętrza człowieka. Mówi się nawet o tym, że to media kreują i produkują sens¹⁵. Personalistyczna etyka mediów wskazuje na swoisty mechanizm obronny przed skutkami takiego oddziaływania. Człowiek będzie dysponował możliwością obrony siebie, swoich poglądów i samowiedzy tylko wówczas, jeśli jej podstawową, niepodważalną treścią będzie prawda, wsparta przeświadczeniem o wartości siebie samego jako osoby, o wartości swojej osobowej godności.

4. PROBLEM EMOCJONALIZACJI ŚWIADOMOŚCI

We współczesnych analizach psychologicznych mówi się często o tzw. inteligencji czy świadomości emocjonalnej¹⁶. W etyce mówi się też o emocjonalizacji wartościowania etycznego. Podkreśla się w ten sposób znaczenie i wpływ emocji na działanie człowieka i jego etyczną wartość. Emocje traktowane są przy tym jako jakaś niezależna siła, opanowująca człowieka i realizująca niemal jakby we własnym imieniu określone skutki. Takie ujęcie roli emocji stanowi istotę wszelkich mechanizmów usprawiedliwiających czy zwalniających człowieka od odpowiedzialności etycznej, a być może także innej, za swoje czyny. Taki kształt etosu emocjonalnego kreowany jest również przez wiele przekazów medialnych.

Zatrzymując się nad tym zagadnieniem, trzeba mocno podkreślić, że sfera emocji jest integralnym elementem człowieczeństwa i odgrywa pozytywną i niezastąpioną rolę w jego urzeczywistnianiu się. Emocje stanowią również ważny faktor, wpływający na ludzkie czyny. Nie jest to jednak element najważniejszy, chociaż niejednokrotnie

przedmiocie, wchodzi wraz z nim we wszystkie dziedziny, do których to własne «ja» się rozprzestrzenia” (K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 43).

¹³ Por. J. Woroniecki, *Katolicka etyka wychowawcza*, Lublin 1986, t. 1, s. 113–114.

¹⁴ Ten intelektualny charakter aktów sumienia bywa dziś często podważany, wprost lub pośrednio, co ma niezwykle daleko idące konsekwencje dla rozumienia całej moralności i etyki. Najgroźniejszym następstwem takiej negacji jest przede wszystkim podważenie racjonalnych kryteriów i wyznaczników moralności. Por. S. Rosik, *Wezwania i wybory moralne*, Lublin 1992, s. 90n.

¹⁵ Por. S. Babolin, *Produzione di senso*, Roma 1999, s. 39n.

¹⁶ Por. G. Zukav, L. Francis, *Serce duszy. Świadomość emocjonalna*, przeł. M. Gajdzińska, Z. Płoszczyca, Gdańsk 2003; D. Goleman, *Inteligencja emocjonalna*, przeł. A. Jankowski, Poznań 1997.

bardzo silnie warunkujący jakość moralną czynu ludzkiego. Człowiek dokonuje wyborów i spełnia określone działania jako osoba świadoma, wolna i pełna emocji. Moralność działania domaga się poddania sfery emocji kierownictwu intelektu i włączenia jej w sferę ludzkiej intencjonalności. „Świadomość odzwierciedla – pisze Wojtyła – własne «ja» człowieka i jego czyny i równocześnie pozwala mu przeżywać siebie i swoje czyny, [...] podobnie jak własną zmysłowość czy uczuciowość. Przeżycia te idą w parze ze świadomościowym odzwierciedleniem – i dlatego kieruje nimi także samowiedza”¹⁷. Integralne patrzenie na człowieka ukazuje wszystko to, co „tworzy” człowieczeństwo: osobowość, duchowość, cielesność, zmysłowość, uczuciowość itp. Świadomość odzwierciedla każdy z tych elementów w tym celu, aby je integrować w osobie. Ludzkie działanie nie ogranicza się i nie może też być zredukowane do jednej tylko sfery ludzkiego ducha, czy to intelektu, emocji, czy wolności działania. Działanie ludzkie jest aktem całego człowieka jako osoby integrującej wszystkie sfery ducha. Dlatego też etyka personalistyczna, ujmując człowieka jako integralny podmiot działania i wartościowania, nie przeciwstawia sobie wzajemnie różnych sfer poznania, doświadczania, wyboru, ale ukazuje ich harmonijną obecność w całości procesów realizowania się ludzkich działań.

Zbudowanie integralnej etyki mediów nie jest możliwe bez uwzględnienia znaczenia sfery emocjonalnej człowieka. „Świat czuć – pisze Wojtyła – posiada swoje obiektywne bogactwo w człowieku, który jest istotą czującą – nie tylko myślącą. Bogactwo to odpowiada do pewnego stopnia strukturze człowieka, a także i świata istniejącego poza nim. Czucia są zróżnicowane nie tylko ilościowo, ale i jakościowo – pod tym względem tworzą pewną hierarchię. Czucia jakościowo wyższe uczestniczą w życiu duchowym człowieka. Wiadomo nie od dziś, że całe życie emocjonalne człowieka posiada wielkie znaczenie dla kształtowania ludzkich czynów. Wiadomo – fakt ten stwierdzają liczne podręczniki etyki – że uczucia pod pewnym względem intensyfikują nasze działania, pod innym jednakże względem wpływają ograniczająco, czasem wręcz paraliżująco, na to, co w tym działaniu jest istotne, a mianowicie na «voluntarium». «Voluntarium» oznacza udział wolnej woli w działaniu, które równocześnie jest też działaniem świadomym”¹⁸. Idąc tym samym tokiem myślenia, trzeba podkreślić, że w różnych formach komunikacji medialnej emocje i uczucia stają się formą i metodą modelowania czy intensyfikacji przekazu, prowadząc do określonych pozytywnych skutków. Wiele przekazów medialnych celowo oddziałuje, niestety, tylko na sferę emocji, manipulując w ten sposób ludźmi i realizując określone negatywne cele. Emocjonalizacja świadomości zaczyna się wówczas, kiedy pod wpływem uczuć człowiek nie rozumie tego, co czyni. To samo dotyczy odbioru czy uczestnictwa w mediach: jeżeli człowiek pod wpływem przeżywanych i sterowanych medialnie emocji nie jest w stanie zrozumieć tego, co czyni lub powinien zrobić, wówczas mamy do czynienia z silnym uczuciowym manipulowaniem medialnym.

¹⁷ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 51. Warto wspomnieć, że w teoriach mediów o różnej orientacji wiele uwagi poświęca się roli i znaczeniu emocji w komunikowaniu. I tak na przykład Habermas każe je interpretować w kluczu „akcji perswazyjnej”, Searle w stylu „ekspresji nieuświadomianych”, Jakobson widzi je jako „dynamizmy nielingwistyczne”, Blumler traktuje je jako „tworzywo dla symboli”, Postman uważa, że „emocje są najważniejszym tworzywem dla zabawy-gry”. Por. P. Malizia, *Forme del comunicare. Teoria e sociologia dell'azione comunicativa*, Roma 2002, s. 33–60.

¹⁸ K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 52.

W silnym zaangażowaniu uczuciowym, niewspółmiernym do potrzeb i sytuacji, jakie zostaje w ten sposób wywołane, następuje swoiste załamanie się intelektualnej kontroli czuć i uczuć, jakie „dzieją się” w człowieku¹⁹. Etyka mediów, opierając się na racjonalności osoby ludzkiej, wskazuje potrzebę nieustannego, świadomościowego panowania nad tym spontanicznym lub manipulowanym medialnie dynamizmem emocjonalnym, który ogranicza ludzką wolność.

5. MORALNY WYMIAR MOTYWACJI WYBORU

Urzeczywistnieniem wolności, jej manifestowaniem się są ludzkie wybory określonych działań medialnych. Człowiek wybiera jednak konkretne działania mediów w kontekście wielu uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych. Media również dostarczają nieustannie „argumentów” za takimi lub innymi wyborami. W wielu współczesnych teoriach mediów ujmuje się ich funkcjonowanie w kategoriach bezpośrednich lub pośrednich oddziaływań motywacyjnych na ludzkie wybory²⁰. Wybór jest związany ściśle z motywacją działania. Motywacja, w szerokim znaczeniu, jest pewnym sposobem oddziaływania na ludzką wolność. Jest to, mówiąc nieco inaczej, rodzaj swoistej argumentacji, wpływającej na człowieka i jego osobiste wybory. Można również przez motywację rozumieć oddziaływanie argumentów wspomagających wolę i jej intencjonalność. Z moralnego punktu widzenia istotne dla motywacji jest poznanie wartości. Interioryzacja prawdy o wartościach stanowi podstawę motywacji etycznych. Jeżeli poznane wartości są prawdziwe – motywacja będzie rzetelna i prawdziwa. Jeżeli natomiast dokona się jakiś rodzaj zafałszowania lub błędnego poznania wartości, wówczas motywacja nie będzie oparta na prawdzie i może wpływać na wybór i realizację moralnego zła²¹.

Motywacja ma przede wszystkim charakter etyczny i w sposób najwłaściwszy dokonuje się na płaszczyźnie moralnej. Ludzie dokonują wyborów pod wpływem różnych motywacji, ale zawsze ich wybór i działanie dokonuje się w przestrzeni moralności. Dlatego ich motywacje mają wymiar etyczny, inspirując dobro lub zło moralne. Proces motywacyjny odsłania zarówno przedmiot i cel motywacji, jak i wartość oraz ważność ludzkiego wyboru. Proces motywacyjny interpretowany bywa jako wewnętrzne zmaganie się różnych motywów²². Etyczny wymiar motywacji ujawnia się jednak dopiero wtedy, kiedy jeden z motywów zdaje się dominować i wpływać na podjęcie wyboru.

¹⁹ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 52–53.

²⁰ Problematyka motywacji jest szeroko analizowana w wielu współczesnych naukach i teoriach, badających podstawy ludzkich działań, np. w teoriach zarządzania zasobami ludzkimi. Dotyczy to również obszaru mediów. Najczęściej wykorzystywanymi czynnikami motywacyjnymi są: skryta perswazja, budzenie nadziei na szybkie zaspokajanie potrzeb, budzenie satysfakcji, powierzanie odpowiedzialności, zwalnianie z odpowiedzialności przy zatrzymywaniu zysków, premie motywacyjne, niszczenie konkurencji, myślenie pozytywne itp. Por. m.in.: J. Allan, *Motywowanie*, tłum. W. R. Kowalski, Warszawa 1998, s. 19, 33, 48, 68, 105.

²¹ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 135n.

²² Natura i struktura procesów motywacyjnych jest przede wszystkim przedmiotem analiz psychologicznych. Istnieje bardzo bogata literatura na temat różnych aspektów motywacji i motywowania. Por. np.: D. Catanazaro, *Motywacje i emocje*, tłum. A. Wojciechowski, Warszawa 2003.

Wybór pieczętuje ten motyw, włączając go w strukturę wartościowania etycznego rozpoczętego działania. W całym procesie motywacyjnym, zarówno prostym, jak i złożonym, mamy do czynienia z wzajemnym warunkowaniem się świadomości ludzkiej i ludzkiego chcenia. I jeden, i drugi element wpływa na kształt i umiejętność ludzkiego wyboru. Wybór jest zawsze pozostawieniem innych przedmiotów czy też wartości możliwych na rzecz jednego przedmiotu, za jakim opowiada się wola. Wybór jest niejako podmiotową odpowiedzią na przedstawiane wartości. Wybór jest też odsunięciem innych potencjalnych dążeń i chceń na rzecz jednego, aktualnie wybieranego. Każdy wybór jest manifestowaniem się osoby jako osoby, to znaczy, że wolny wybór jest zdolnością i możliwością tylko człowieka, i nikt oraz nic, nawet wspomagająca człowieka maszyna, nie może go zastąpić²³. Maszyna może dokonać selekcji motywów, może wspomagać w ich weryfikacji, ale ostateczną decyzję wyboru podejmuje sam człowiek pod wpływem przez siebie zaakceptowanej motywacji. W tym się właśnie ujawnia jej etyczny charakter. Zmieniający się ciągle w odzwierciedlającej świadomości strumień medialnych obrazów rzeczywistości, ukazywane coraz to nowsze i atrakcyjniejsze obszary realizowania wolności, prezentowane różne punkty widzenia i wartościowania sprawiają, że człowiek jest nieustannie mobilizowany czy wręcz prowokowany do nowych wyborów. Nikt i nic nie jest w stanie zwolnić człowieka z tego podstawowego obowiązku. Tu tkwi jego wielkość i źródło jego tragedii, ponieważ dopiero w świecie ludzkich decyzji i działań ujawnia się nie tylko dobro, ale także i zło. Dają one początek przeciwstawnym siłom i dążeniom ludzkim. Każdy więc wybór, niezależnie od jakości wspomagających go motywacji, wprowadza człowieka w przestrzeń moralności. Stąd też wymiar etyczny wyborów i motywacji ma ważne znaczenie dla całokształtu wartościowań etycznych, dlatego też personalistyczna etyka mediów włącza go do podstawowej struktury wartościowania moralnego działań medialnych.

ZAKOŃCZENIE

W analizie wymiaru etycznego działań medialnych dwa czynniki: świadomość i wolność działania, leżą u podstaw wartościowania etycznego. Warto więc zwrócić uwagę na to, w jakim sensie i zakresie ocena etyczna działań medialnych zależy od świadomego „bycia człowiekiem”. Bycie człowiekiem stanowi podstawowe kryterium wartościowania, ale także główny cel ludzkich pragnień i działań. Mimo iż są one różne, a czasem nawet ze sobą sprzeczne, to jednak mają jedno źródło: wolne i świadome decyzje człowieka. Osoba ludzka jawi się więc jako podmiot integrujący różne pola medialnej aktywności człowieka, ale również różne wymiary ludzkiej duchowości i materialności, ukazujące się w tym działaniu. Jednym z ważnych rodzajów wewnętrznej integracji człowieka

²³ Por. K. Wojtyła, *Osoba i czyn*, dz. cyt., s. 137–138. W niektórych teoriach mediów akcentuje się mocno determinizm technologiczny, podważający wolność wyboru człowieka. Teorie te pokazują deterministyczne mechanizmy oddziaływania mediów na człowieka. Por. M. McLuhan, *Zrozumieć media*, przeł. N. Szczucka, Warszawa 2004.

jest integracja człowieka na poziomie wartości. Uwydatnia ona potrzebę i rolę etyki mediów w tym względzie. Dlatego też personalistyczna etyka mediów inspiruje, wspomaga i reguluje wszelkie procesy integracyjne na poziomie etycznym, który wydaje się najbardziej fundamentalnym dla integracji wewnętrznej człowieka, dla jego duchowego rozwoju i urzeczywistniania się człowieczeństwa. W ten sposób tworzy i powinna tworzyć personalistyczny etos medialny.

LITERATURA

- Allan J., *Motywowanie*, tłum. W. R. Kowalski, Warszawa 1998.
- Babolin S., *Produzione di senso*, Roma 1999.
- de Catanzaro D., *Motywacje i emocje*, tłum. A. Wojciechowski, Warszawa 2003.
- Goleman D., *Inteligencja emocjonalna*, przeł. A. Jankowski, Poznań 1997.
- Losito G., *Il potere dei media*, Roma 1994.
- Malizia P., *Forme del comunicare. Teoria e sociologia dell'azione comunicativa*, Roma 2002.
- McLuhan M., *Zrozumieć media*, przeł. N. Szczucka, Warszawa 2004.
- Rosik S., *Wezwania i wybory moralne*, Lublin 1992.
- Szostek A., *Wolność, prawda, sumienie*, w: A. Szostek, *Wokół godności prawdy i miłości*, Lublin 1995, s. 160–178.
- Winn D., *Manipulowanie umysłem. Pranie mózgu, warunkowanie, indoktrynacja*, przeł. A. Sosenko, Wrocław 2003.
- Wojtyła K., *Osoba i czyn*, Kraków 1969.
- Woroniecki J., *Katolicka etyka wychowawcza*, t. 1, Lublin 1986.
- Zukav G., Francis L., *Serce duszy. Świadomość emocjonalna*, przeł. M. Gajdzińska, Z. Płoszczyca, Gdańsk 2003.