

# ZARYS ASONANSOWEGO MODELU PIĘKNA W KOMUNIKACJI LUDZKIEJ

STANISŁAW PUPPEL

Choćbyśmy cały świat przemierzyli w poszukiwaniu Piękna,  
nie znajdziemy go nigdzie, jeśli nie nosimy go w sobie.

RALPH WALDO EMERSON

## 1. Wstęp

Piękno stanowi jeden z podstawowych wymiarów istnienia człowieka. Jest też ważnym elementem komunikacji w obrębie gatunku ludzkiego. Jego realizacja wymaga wszakże świadomości co do jego istnienia u jej uczestników. Istnienie u człowieka mniej lub bardziej rozwiniętej świadomości odnośnie własnych zasobów komunikacyjnych, ich jakości i wielkości oraz własnego do nich dostępu, a także uruchamiania tychże nie tylko zgodnie z zasadą ekonomiczności zachowania, ale także zgodnie z zasadą estetyczności, wymaga pewnego wysiłku ze strony danego komunikatora zarówno w zakresie (z)gromadzenia odpowiednich zasobów piękna, jak i ich realizacji. Zakłada się, że kategoria piękna stosowana świadomie w komunikacji człowieka z innym człowiekiem pozwala na utrzymywanie komunikacji na biegunie asonansowym, definiowanym tutaj wstępnie jako biegun oparty na obecności elementów pozytywnych. Elementami pozytywnymi w komunikacji człowiek–człowiek są, na przykład, elementy nieimperatywności komunikacji (tj. jej otwartego i nieinwazyjnego charakteru), w takich wymiarach jak: dawanie/darowanie, wybór i porównywanie oraz wszelkie tego konsekwencje na płaszczyźnie przestrzeni publicznej. Natomiast na drugim biegunie, biegunie dysonansowym, mamy do czynienia z imperatywnością komunikacji (tj. jej zamkniętym i ogólnie inwazyjnym charakterem), w

takich wymiarach jak: wymiana, zabór i wreszcie najbardziej wyrazista cecha dominacji wraz z wszelkimi konsekwencjami tejże. Ogólny model piękna w komunikacji ludzkiej zarysowany poniżej oparty jest na trzech uzupełniających się sferach: sferze wcielenia (ucieleśnienia), zwanej sferą imperialnego tetragonu wcielenia, sferze komunikacji jako takiej i sferze ekonomii, która nieodłącznie towarzyszy wszelkim zachowaniom komunikacyjnym człowieka.

W kwestii piękna, kategorii bodaj najbardziej rozmytej treściowo, zatem najbardziej nieuchwytniej i poddanej wielorakości interpretacji w przekroju historycznym, autor niniejszego opracowania stoi na stanowisku, że doskonale oddają tę kategorię takie klasyczne pojęcia zaczerpnięte z ogólnoludzkiego bogactwa myśli jak: proporcje, symetria, harmonia, subiektywne odczucie tychże (percepcja i przeżycie) dostępne każdemu człowiekowi i umożliwiające odpowiedni zestaw zachowań, w tym zachowań komunikacyjnych, które można określić jako zachowania wynikające ze stosowania powyższych pojęć i jednocześnie jako stanowiące wyposażenie kompetencji estetycznej każdego przedstawiciela gatunku *Homo sapiens*.

W kwestii natomiast zasady estetyczności, a w węższym znaczeniu zastosowania zasady estetyczności w komunikacji ludzkiej, rozumie się tę ostatnią jako zestaw zachowań poszczególnych komunikatorów (tj. zestaw dyskursowych możliwości komunikatorów rozumiany jako amalgamat zasobów komunikacyjnych, językowych i niejęzykowych, jak i emocji<sup>1</sup>, które wynikają bezpośrednio z kategorii piękna. Jest to zatem zestaw czynności skierowanych w stronę odbiorcy celem wywołania u tegoż pozytywnego przeżycia estetycznego, poczucia przyjemności, czy też wzbudzenia pozytywnego stanu emocjonalnego i intelektualnego (tj. dobrostanu) w nieuniknionych uwarunkowaniach kontekstowych (środowiskowych). Zasadę estetyczności w komunikacji należy także powiązać z trójdzielnym charakterem środowiska komunikacyjnego obejmującego takie elementy jak: sztuka – działanie – uczestnictwo. Pełne zbadanie ich roli w komunikacji ludzkiej wymaga zastosowania wysokiego stopnia interdyscyplinarności obejmującej takie dziedziny jak: filozofia, szeroko rozumiane nauki społeczne i tzw. nauki „twarde”<sup>2</sup>.

Stanowisko ogólne względem komunikacji ludzkiej (tj. w środowisku wyłącznie ludzkim), które przedstawione jest w niniejszym szkicu, skupia się na

---

<sup>1</sup> Zob. N. Bourriaud, *Relational aesthetics*, Les Presses du reel, Dijon 2002.; *Emotions and the arts*, red. M. Hjort, S. Laver, Oxford University Press, Oxford 1997.

<sup>2</sup> Zob. F. Popper, *Art, action and participation*, New York University Press, New York 1975; Idem, *Art, action et participation*, Klincksieck, Paris 1980; F. Forest, *For an aesthetics of communication*, Web Net Museum 1984; H. Parret, *The aesthetics of communication: pragmatics and beyond*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht 1993; R. Shusterman, *Pragmatic aesthetics: living beauty, rethinking art*, Rowan and Littlefield Publishers, New York 2000.

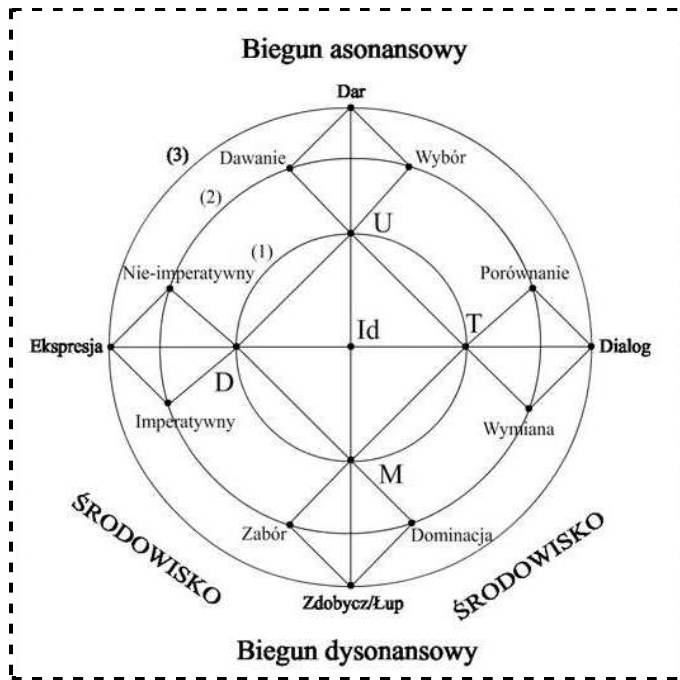
podkreśleniu, że komunikacja, w szczególności wybór komunikacji za pomocą środków typu asonansowego lub dysonansowego, może w istotny sposób, pozytywny lub negatywny, wpłynąć na jakość przestrzeni publicznej, także współtworzących ją jak i współuczestniczących w niej komunikatorów. Estetyczność komunikacji za pomocą zastosowania środków asonansowych, zawarta w całościowym asonansowym programie komunikacyjnym człowieka, zwanym tutaj *asonansową panarchią komunikacyjną*<sup>3</sup> jest więc częścią tego, co składa się na zakres znaczeniowy pojęcia dobrej jakości przestrzeni publicznej w wymiarze czysto komunikacyjnym. Zakłada się zatem, że asonansowa panarchia komunikacyjna człowieka, stojąca w dynamicznej relacji-opozycji do *dysonansowej panarchii komunikacyjnej* (tj. z nią konkurująca), ma szczególną rolę do odegrania w procesie generowania i utrzymywania dobrej jakości przestrzeni publicznej w odniesieniu do zachowań komunikacyjnych człowieka. By ten cel osiągnąć człowiek powinien, w oparciu o posiadaną świadomość, starać się wybierać asonansowy biegun panarchii komunikacyjnej.

## 2. Asonansowo-dysonansowa biegunowość komunikacji ludzkiej

Jak już zaznaczono powyżej pozytywna estetyzacja przestrzeni komunikacyjnej człowieka może nastąpić wtedy, gdy jest ona oparta na klasycznych pojęciach proporcji, symetrii, harmonii oraz ich jednostkowego (subiektywnego) przeżycia wchodzących w skład kompetencji estetycznej człowieka. Niemniej pamiętać przy tym należy, że człowiek dysponuje dwubiegunowym polem działań, polem asonansowo-dysonansowym. W konkretnym przypadku zachowań komunikacyjnych, tj. z użyciem zasobów językowych (werbalnych) i niejęzykowych (niewerbalnych) ta dwubiegunowość przejawia się w możliwości dokonania wyboru pomiędzy tymi zasobami w wymiarach: komunikacji dawania/darowania, komunikacji wyboru i komunikacji porównania, jak to ma miejsce w komunikacji typu asonansowego, oraz w wymiarach: komunikacji wymiany, komunikacji zaboru i wreszcie komunikacji dominacji, jak ma to miejsce w komunikacji typu dysonansowego. Dwubiegunowość powyższą ilustruje następujący schemat:

---

<sup>3</sup> Zob. pojęcie „panarchii” wprowadzone przez Paula Emile de Puydt’a w 1860 roku na określenie zarządzania wszystkim dla dobra wszystkich: P.E de Puydt, *Panarchie*, Revue Trimestrielle, Bruksela 1860, s. 222–245; M. Głowiński, T. Kostkiewiczowa, A. Okopień-Sławińska, J. Sławiński, *Podręczny słownik terminów literackich*, Open. Wydawnictwo Naukowe i Literackie, Warszawa 1996/2005.



**Rys. 1.** Trój-sferyczny model piękna w ekspresji asonansowej

(1) – sfera Imperialnego Tetragonu Wcielenia (ITW), (2) – sfera komunikacji, (3) – sfera ekonomii

Jak można zauważyć, zaprezentowany powyżej trój-sferyczny model piękna w ekspresji o charakterze komunikacyjnym, tj. nastawionej na interakcyjność i dzielenie się komunikatorów zasobami, jest układem architektonicznym, który opiera się na synergii trzech sfer, tj. (1) sfery Imperialnego Tetragonu Wcielenia (ITW), odpowiedzialnego zarówno za ogólną, jednostkową jak i zmienną tożsamość uczestniczących w komunikacji komunikatorów ludzkich jako gatunkowo zdeterminowanych ucieleśnień (gatunek *Homo sapiens*) poprzez współgranie w zachowaniach komunikacyjnych takich parametrów jak: ‘bojowość’ (M), ‘wymiana’ (T), ‘użyteczność’ (U) i ‘pokaz’ (D), (2) sfery dwubiegunowej komunikacji, tj. komunikacji rozpiętej na biegunach: nie-imperatywno-asonansowym (dodatnim) oraz imperatywno-dysonansowym (ujemnym), oraz (3) sfery ekonomii rozpiętej pomiędzy ‘ekonomią daru’ (tj. ekonomią asonansową, dodatnią) i ‘ekonomią zdobyczy/łupu’ (tj. ekonomią dysonansową, ujemną). Istotną jest również zawarta w modelu pionowa lokalizacja biegunów, z biegunem dysonansowym znajdującym się u dołu, co wynika ze zjawiska grawitacji ziemskiej, ku któremu bliżej jest dysonansowej panarchii komunikacyjnej, bardziej inercyjnej w swoim charakterze, i biegunem asonansowym umieszczonym u góry modelu sferycznego. Biegun ten skupia asonansową panarchię komuni-

kacyjną jako wymagającą większej świadomości jak i większego i bardziej skupionego wysiłku komunikatorów w jej stosowaniu. Można powiedzieć, że biegun górny jest negentropijny i bardziej nacechowany, podczas gdy biegun dolny ma charakter entropijny i mniej nacechowany.

### **2.1. Konsekwencje obecności bieguna asonansowego w komunikacji ludzkiej**

Obecność bieguna asonansowego w komunikacji ludzkiej, a więc bieguna nieinercyjno-negentropijnego, który wymaga istnienia wysokiej świadomości komunikatorów odnośnie jakości zasobów komunikacyjnych, pociąga za sobą możliwość generowania i utrzymywania asonansowej panarchii komunikacyjnej w obrębie *ekonomii asonansowej*, o której była mowa powyżej. Ten typ ekonomii pozwala na generowanie i utrzymywanie ekspresji asonansowej o charakterze pielęgnacyjno-terapeutyczno-relaksacyjno-odżywczym i dekoracyjnym zarazem, związanej z takimi cechami asonansu jak: harmonia, współpraca, pokój, łagodność, porozumienie, współczucie, pomoc, altruizm, zachwyty, rozkosz, światło, szczęście, pełnia, afirmacja życia. Zatem przyjmuje się, że obecność bieguna asonansowego ma podstawowe znaczenie dla zachowania asonansowego charakteru komunikacji ludzkiej i, w konsekwencji, rozwoju zjawiska dobrostanu w ogólnej ekonomii życia człowieka. Słowem, bierze on zdecydowany udział w kształtowaniu ludzkiego środowiska komunikacyjnego jako *środowiska eutopijnego*.

### **2.2. Konsekwencje obecności bieguna dysonansowego w komunikacji ludzkiej**

Z kolei obecność bieguna dysonansowego w komunikacyjnych zachowaniach człowieka, który w swoim charakterze inercyjno-entropijnym jest bardziej nienacechowany, zatem bardziej naturalny, statystycznie bardziej przeważający i bardziej spodziewany, pociąga za sobą możliwość generowania i utrzymywania *dysonansowej panarchii komunikacyjnej* w obrębie *ekonomii dysonansowej*. Ten typ ekonomii pozwala na generowanie i utrzymywanie ekspresji dysonansowej o charakterze zaborczo-inercyjnym, związanej z takimi cechami dysonansu jak: agresja, kolizja, konflikt, zniszczenie, krzywda, cierpienie, wymuszenie, przemoc, wykluczenie, zabór, konkurencja, mrok, strach, zgrzyt, zazdrość, kradzież, niekompletność, śmierć. Przyjmuje się zatem, że obecność bieguna dysonansowego w zachowaniach komunikacyjnych człowieka przeciwdziała powstawaniu zjawiska dobrostanu w ogólnej ekonomii życia człowieka. Słowem, bierze on zdecydowany udział w kształtowaniu ludzkiego środowiska komunikacyjnego jako środowiska o charakterze *dystopijnym*.

### 3. Wnioski

Obecność obydwu biegunów w komunikacji oraz zjawisko przenikania się obydwu biegunów i generowanych przez nie panarchii komunikacyjnych mają niezwykle istotne konsekwencje dla kształtu ogólnej ekonomii komunikacji ludzkiej, wymagają one bowiem dokonywania przez komunikatorów odpowiednich wyborów w obrębie szerszej dychotomii *środowisko eutopijne – środowisko dystopijne* oraz wykonywania wysiłków na rzecz wzrostu świadomości co do jakości zasobów komunikacyjnych. W konsekwencji, działania komunikacyjne człowieka świadomie oparte na biegunie asonansowym mogą przeciwdziałać spychaniu zasobów komunikacyjnych w stronę bieguna dysonansowego i zapobiegać degeneracji tychże zasobów oraz przyczyniać się do stopniowego, zarówno ogólnego, jak i jednostkowego, wzrostu eutopijności ludzkiego środowiska komunikacyjnego. W ten sposób Baconowska *Nowa Atlantyda*, a w naszym przypadku Nowa Atlantyda komunikacji ludzkiej, oparta na świadomych działaniach użytecznych człowieka w obrębie trójdzielnego środowiska komunikacyjnego „sztuka – działanie – uczestnictwo”, podbudowanych odpowiednią wiedzą komunikatorów o jakości zasobów komunikacyjnych, mogłaby stać się w przyszłości właściwym środowiskiem komunikacyjnym człowieka. Byłoby to środowisko o zredukowanym do minimum udziale w nim elementów dystopijnych.