

LESZEK KOPCIUCH

(Lublin)

WARTOŚĆ HEDONICZNA – PROBLEMY AKSJOLOGICZNE I ONTOLOGICZNE

W fenomenologicznych typologiach wartości wymienia się zwykle jako specjalną, ale za to zwykle jako najniższą – grupę wartości hedonicznych. Jest tak w podziałach M. Schelera, N. Hartmanna, J. Hessena. R. Ingarden, w tekście *Czego nie wiemy o wartościach?*, nie zaoferował wprawdzie żadnej systematycznej wykładni takiej typologii, ale również jego stanowisko skłaniało się ku takiemu ujęciu, gdyż wartości hedoniczne wymieniał jako usytuowane na tym samym poziomie, co wartości użyteczne. Podobny pogląd sformułował Ingarden w *Wykładach z etyki*, gdzie streścił główne tezy wysunięte w tej sprawie przez M. Schelera¹. Wyraźnie odmienne stanowisko zajął natomiast D. von Hildebrand, argumentując, iż to, co przyjemne, nie jest w ogóle wartością. W aksjologii fenomenologicznej mamy zatem dwa różne stanowiska. Pierwsze, uznając wartościowość tego, co przyjemne, przypisuje mu jednakże niską rangę, podczas gdy drugie temu, co przyjemne, odmawia w ogóle charakteru wartościowego. Ale również w tym drugim stanowisku mówi się, iż ranga siły motywacyjnej wychodzącej od przyjemności (mimo że nie jest ona „aksjotyczna”) jest niska. Spór między stanowiskami nie dotyczy rangi wartości przyjemności; w tej sprawie panuje zgoda – ranga ta jest niska. Spór rozgrywa się raczej na poziomie kwestii, czy to, co przyjemne jest w ogóle wartością, a dokładnie, czy ten rodzaj atrakcyjności, który mu przysługuje, jest taki, jaki mają inne – niekwestionowalne – wartości (np. estetyczne, etyczne, religijne

¹ Por. R. Ingarden, *Wykłady z etyki*, wyb., opr. i wstęp A. Węgrzecki, *Pisma Filozoficzne*, PWN, Warszawa 1989, s. 52–53, 67–68.

itd.). Niezgoda ta nie pociągnęła jednak za sobą – na gruncie ujęć fenomenologicznych – bardziej rozbudowanych analiz, które by doprowadziły do precyzyjnych ustaleń na temat budowy wartości hedonicznych. Zainteresowania badaczy skierowały się raczej w stronę innych, wyższych wartości, a wartości hedoniczne pozostały na uboczu i – by tak rzec – na ogół zadowalano się ogólnym stwierdzeniem, iż idzie w nich o przyjemność (i jej odmiany). O powodach tego za chwilę powiemy bardziej szczegółowo. Co prawda, szczegółowe badania nad wartościami hedonicznymi, zarówno w kontekście jednostkowym, jak też (i to przede wszystkim) w społecznym prowadzono i prowadzi się nadal w różnych odmianach utylitaryzmu. Tego typu analizy pozostają jednakże często oparte na założeniu redukcjonistycznym, które istotę wszystkich wartości sprowadza do wartości hedonicznych².

Aby bowiem precyzyjnie określić interesujący nas problem, musimy od razu zastrzec, iż nie idzie nam o zasadność tzw. hedonizmu (rozumianego jako stanowisko utożsamiające wszystkie wartości z wartościami przyjemnościowymi albo utożsamiające dobro najwyższe z przyjemnością). Monistyczny hedonizm jest nie do utrzymania. Po pierwsze dlatego, że w aksjologicznym doświadczeniu pojawiają się przypadki wartościowań przypisujących wysoką cenność działaniom, w których – po stronie intencji działającego – wartość hedoniczna jest jedynie wartością towarzyszącą lub drugoplanową, np. w poświęceniu, na jakie osoba zdobywa się dla drugiej osoby. Po drugie dlatego – co jeszcze bardziej zrozumiałe – że istnieją przypadki wartości (np. estetycznych lub użytecznościowych), w których przyjemność, jako element, w ogóle się nie pojawia i co najwyżej występuje po stronie przeżycia wobec wartości (lecz nie w niej samej). Odrzucając zasadność hedonizmu, nie chcemy jednak zarzucić cenności tego, co przyjemne. Zła sława hedonizmu, zawiniona przez utożsamienie go z tą skrajną wersją, jaką nadawał mu Arystyp (i wrogie hedonizmowi interpretacje), powiększyła się jeszcze w świetle krytyk prowadzonych z perspektywy etyk chrześcijańskich. W rezultacie, refutacja skrajnego, wąsko rozumianego hedonizmu, mogła za sobą pociągnąć ogólniejszą refutację wartościowości tego, co przyjemne. Mogła też rodzić brak głębszego zainteresowania tymi wartościami, mimo że w wymiarze zwyczajnego, przedteoretycznego odnoszenia się do świata perspektywa

² Co rzecz jasna nie dotyczy wszystkich odmian utylitaryzmu, np. tzw. utylitaryzmu preferencji.

zbudowana na tym, co przyjemne i nieprzyjemne, jest i powszechna, i częstokroć źródłowa.

Dopiero świadomość, iż utożsamienie stanowiska uznającego wartościowość tego, co przyjemne z wąsko pojętym hedonizmem jest błędne, a ponadto uwzględnienie wyeksponowanego zwłaszcza w aksjologiach fenomenologicznych motywu pluralistycznego, wytwarza korystną sytuację do uchwylenia wartości hedonicznej.

Ściśle biorąc, problemy, które chcemy zarysować, obejmują dwie kwestie. Pierwsza to pytanie, czy cenność tego, co przyjemne, można w ogóle nazywać pełnoprawną wartościowością i czy w konsekwencji tego wartości hedoniczne są „prawdziwymi” wartościami. Druga kwestia to pytanie, jakie dokładniej momenty określają specyfikę tej grupy wartości. Oba te zagadnienia angażują jednak różnorakie konteksty, zarówno czysto aksjologiczne, jak i ontologiczne i epistemologiczne. Pierwsze dotyczą specyfiki tej grupy wartości w odróżnieniu od innych ich rodzajów. Drugie dotyczą sposobu istnienia tych wartości: a więc ich stosunku do przeżycia, ich formy (są własnością czy relacją?), ich samodzielności lub niesamodzielności, wreszcie ich realności, idealności lub intencjonalności. Trzecie obejmują pytania o sposób ich rozpoznawania i ujmowania. Wysunięcie wszystkich tych kwestii w odniesieniu do wartości hedonicznych jest zadaniem, które w gruncie rzeczy do dzisiaj leży odłogiem. W konsekwencji tego, idzie nam raczej o zarysowanie możliwych dróg i obarczających je kłopotów, niż o sformułowanie gotowych już rozwiązań. Poniekąd można powiedzieć, iż to właśnie do wartości hedonicznych można zastosować tytuł pracy R. Ingardena *Czego nie wiemy o wartościach?* Aby jednak nie popaść w skrajny i przesadny kwietystyczny negatywizm, trzeba już na wstępie powiedzieć, iż przynajmniej kilka zależności można będzie tutaj ustalić.

Ponieważ argumentacja kwestionująca aksjotyczny charakter tego, co przyjemne pochodzi w fenomenologicznej aksjologii od Hildebranda, rozpoczniemy od jej przypomnienia. Najpierw będzie ona stanowiła przedmiot krytyki, a następnie – punkt wyjścia dla dalszych rozważań.

Główny argument Hildebranda to twierdzenie, iż sposób motywacji wychodzący od tego, co zadowalające, różni się zasadniczo od sposobu motywacji wychodzącego od wartości witalnych, estetycznych czy moralnych. Z tymi drugimi wiąże się powinność bycia, czasami też powinność realizacji. Z pierwszymi taka powinność już się nie łączy. Zwracają się one raczej do pożądlivosti osoby. Jeżeli więc drugim odpowiada po stronie osoby przeżycie powinności, to pierwszym – pobu-

dzenie, pokusa, pożądlliwość lub podniecenie. Następnie, jeżeli spojrzeć na różne odmiany tego, co przyjemne, to widać, że różnią się między sobą większą lub mniejszą intensywnością. Tymczasem tego typu różnice nie zachodzą już między *prawdziwymi* wartościami. Na przykład wartość zaufania nie jest mniej intensywna od wartości prawdomówności (czy na odwrót), zaś wartość wdzięku od wartości tragiczności. Jeżeli między odmianami tego, co przyjemne, zachodzą różnice pod względem intensywności, to poszczególne wartości różnią się wysokością (nie zaś intensywnością). I wreszcie, formułuje Hildebrand jeszcze jeden argument. Gdyby to, co przyjemne było jakąś klasą wartości, to urzeczywistnienie skrajnej wartości hedonicznej musiałoby nas przybliżać do sąsiadującej z nią innej, wyższej od niej wartości. Taka sytuacja nigdy jednak nie zachodzi, gdyż typ cenności intensywnej przyjemności jest równie daleki od rodzaju cenności wartości moralnej, co cenność przyjemności nieintensywnej³. Taką argumentację można dodatkowo zilustrować osobliwymi okolicznościami, w jakich Hildebrand miał odkrywać te prawidłowości. Oto jego przyszła pierwsza żona Gretchen robi zakupy w sklepie spożywczym, on zaś – stojąc przed oknem wystawowym sklepu – uświadamia sobie, iż sposób, w jaki pobudzają go wystawione na wystawie towary, jest różny od siły wychodzącej od dobra, piękna i innych tego typu wartości⁴.

Powyższe argumenty nie oznaczają jednak, że Hildebrand odmawia temu, co przyjemne wszelkiej cenności. Ale nie jest to cenność wartości. Wartość jest bowiem tylko jednym z rodzajów czynników motywujących. Są zaś ich trzy typy: 1) to, co subiektywnie zadowalające; 2) to, co jest dla osoby obiektywnym dobrem oraz 3) wartości (czyli to, co ma ważność samo przez się). Kluczowe zatem w stanowisku Hildebranda jest stwierdzenie, że to, co przyjemne, jest wprawdzie cenne, ale jest cenne inaczej niż wartość, oraz że to, co przyjemne, motywuje wolę i uczucia, ale motywuje je inaczej niż wartość.

Jeśli zapytamy o powody takiego *odwartościowania* tego, co przyjemne, to nasuwa się jednak jeszcze jeden, chyba ogólniejszy argument. Aksjologia Hildebranda jest obiektywistyczna i absolutystyczna. Nie jest to dla całego problemu obojętne. Absolutyzm bowiem (choć także relacjonizm), chcąc odeprzeć argumenty relatywistów, wskazywał, iż wartość czegoś nie może być sprowadzona do przeżycia, gdyż takie

³ Por. D. von Hildebrand, *Ethik*, wyd. 2, *Gesammelte Werke*, t. II, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart 1973, s. 39–68.

⁴ Por. A. von Hildebrand, *Dusza Iwa. Biografia Dietricha von Hildebranda (1889–1977)*, tłum. J. Franczak, Fronda–Apostolicum, Warszawa–Ząbki 2008, s. 35–36.

przeżycie podlega zmienności, jest każdorazowo (jakościowo i numerycznie) inne, podczas gdy wartość tego czegoś już taka nie jest. Ingarden pisał wprost, iż pogląd, jakoby wartość była redukowalna do przeżycia, dzisiaj jest już *przestarzały*⁵. O tyle rozumowanie Hildebranda jest klarowne: jeśli cenna jest ta, co zadowalające, jest ufundowana w przeżyciu, to musimy ją odróżnić od cenności przysługującej wartościom moralnym, gdyż inaczej owe wartości poddawałyby się krytyce relatywistów.

Argumentacja Hildebranda, zwłaszcza gdy ją połączyć z tym specyficznym przykładem, początkowo zdaje się przekonywać – wszak nie zgodzilibyśmy się na to, iż sposób motywacji wychodzący od tego, co przyjemne, jest podobny do tego, który wychodzi od np. cnotliwości⁶. Stąd można zrozumieć, iż w wielu opracowaniach podkreśla się zwykle wagę tych odróżnień (dzieje się tak na przykład w pracach S. T. Zarzyckiego i J. Seiferta⁷). Jednakże nie usuwa to pewnych wątpliwości, które rodzi taka klasyfikacja. Są one dwojakiego typu – *wewnętrzne* i *zewnętrzne*. Pierwsze obejmują immanentne kłopoty, w jakie popada konsekwentne rozwinięcie tej myśli na gruncie poglądów samego Hildebranda⁸. Są one ważne tym bardziej, że w jednym ze swoich późniejszych tekstów Hildebrand dopuszczał podział według skali wysoki-niski również w obrębie tego, co subiektywnie zadowalające⁹. Najważniejszy jednak z tych *wewnętrznych* kłopotów to wprowadzone przez Hildebranda założenie, iż wszystkie wartości

⁵ Por. R. Ingarden, *Czego nie wiemy o wartościach*, wyd. cyt., s. 225–226.

⁶ Błyskotliwe analizy tych prawidłowości, choć na gruncie filozofii społecznej, przeprowadził F. Fukuyama w książce *The End of History and the Last Man*. Wykazywał mianowicie, iż ufundowana na Locke'owskiej psychologii amerykańska Deklaracja Niepodległości miałaby zasadniczy kłopot z wskazaniem powodów, z racji których obywatel winien zrezygnować z „hedonistycznego” egoizmu (gwarantującego mu prawo do wolności i własności) na rzecz innych wartości.

⁷ Por. S. T. Zarzycki, *Dietricha von Hildebranda filozoficzno-teologiczne podstawy duchowości serca*, RW KUL, Lublin 1997, s. 180; J. Seifert, *Die verschiedenen Bedeutungen von „Sein” – Dietrich von Hildebrand als Metaphysiker und Martin Heideggers Vorwurf des Seinsvergessenheit* [w:] *Wahrheit, Wert und Sein. Festgabe für Dietrich von Hildebrand zum 80 Geburtstag*, red. B. Schwarz, Verlag Josef Habel, Regensburg 1970, s. 320.

⁸ Na ich temat pisałem w książce *Wolność a wartości. Max Scheler – Nicolai Hartmann – Dietrich von Hildebrand – Hans Reiner*, Wyd. UMCS, Lublin 2010, s. 94–97.

⁹ Por. D. von Hildebrand, *Das Wesen der Hierarchie* [w:] *Rehabilitierung der Philosophie. Festgabe für Balduin Schwarz zum 70. Geburtstag*, red. D. von Hildebrand, Verlag Josef Habel, Regensburg 1974, s. 20.

jakościowe można egzemplifikować prawidłowościami, które odnoszą się do wartości moralnych. Wprawdzie w swoim ostatnim dziele Hildebrand wycofał się już z takiego utożsamienia, podkreślając swoistą i niepowtarzalną pozycję zajmowaną wśród wartości przez wartości moralne¹⁰, ale mimo to pozostał przy tezie odmawiającej temu, co przyjemne, charakteru wartości. Sądzę zatem, że podział wprowadzony przez Hildebranda jest zasadny o tyle, o ile go potraktować jako odróżnienie wartości moralnych oraz tego, co przyjemne, a ponadto widzieć to, co przyjemne, jako dziedzinę przyjemności zmysłowych. Gdy jednakże dopuścić jeszcze inne rodzaje tego, co przyjemne, sytuacją ulegnie komplikacji. Oczywiście, jak mogłoby się wydawać, odmiennosc sposobów, w jakich kieruje się do osoby wartość moralna oraz to, co przyjemne, traci charakter czegoś oczywistego, gdyż pozostaje oparta na utożsamieniu każdej wartości hedonicznej z przyjemnością zmysłową (fizyczną) – jako że to zwykle one działają poprzez podniecenie i pożądanie. Jeśli jednak pomyśleć o przyjemności, którą odczuwam, gdy po długiej pracy patrzę na ukończone z sukcesem dzieło, to sposobu, w jaki motywuje mnie ta przyjemność, nie można precyzyjnie nazwać ani pokusą, ani też tym bardziej podnieceniem czy pożądaniem. Podobnie, gdy odczuwam przyjemność patrząc na zachodzące słońce.

Podstawowa *zewnątrzna* trudność jest natomiast taka, iż przypisanie wartościom hedonicznym najniższej pozycji lub wręcz negacja ich wartościowego charakteru (tak jak u Hildebranda) kłóci się z wysoką rangą, jaką się im zwykle przyznaje w codziennym, praktycznym wartościowaniu. Taka frapująca niezgodność powiększa się, gdy uwzględnimy, iż przyjemność (w różnych jej odmianach) towarzyszy percepcji większości innych wartości jakościowych¹¹. Pomyślmy o sytuacji, gdy ktoś ujmuje pewną wartość estetyczną. Niech będzie to niewyszukany przypadek osoby, która doświadcza optymistycznej harmonii, słucha-

¹⁰ Por. D. von Hildebrand, *Moralia. Nachgelassenes Werk, Gesammelte Werke*, t. IX, Verlag Josef Habel, Regensburg 1980, s. 67.

¹¹ Taki pogląd na gruncie polskiej aksjologii formułował T. Czeżowski, twierdząc, iż w każdym uczuciu wartości występuje moment przyjemności lub przykrości (por. np. T. Czeżowski, *Strach i lęk (przyczynek do klasyfikacji uczuć)* [w:] *Odczyty filozoficzne*, PWN, Toruń 1958, s. 257–266). Choć Czeżowski próbował stąd również dowodzić, iż ze stopniowości tych momentów przyjemności lub przykrości wynika także stopniowość samych uczuć aksjologicznych – co nie musi przekonywać, gdyż pozycja przyjemności w różnych uczuciach wartości może być centralna lub tylko drugoplanowa, np. pierwszoplanowa jest w uczuciu towarzyszącym smakowaniu potrawy, natomiast tylko peryferyjna w uczuciu poważania kogoś – to sama główna idea jest, jak sądzę, słuszna.

jąc *Koncertu brandenburgskiego G-dur*. Co prawda, przyjemność nie jest elementem samej harmonii, jest jednakże elementem towarzyszącym całemu przeżyciu. Nie inaczej jest z ujmowaniem wartości rozumienia czegoś. Gdy idzie o wartości moralne, to najpierw wydaje się, iż przy nich taki związek z wartościami hedonicznymi już nie zachodzi. Czy jednak jest tak faktycznie? Weźmy (wykorzystując typologię samego Hildebranda) jako przykład specyficzną osobowość kogoś, kto *szczyli się* swoją moralnością. W takiej osobie mamy, co prawda, aberrację modelu normalnego, ale jest ona jedynie wynaturzeniem normy, tj. wykoślawieniem tego, co jest zawarte w normie. Innymi słowy, nie ma jeszcze wynaturzenia, gdy działaniu moralnemu towarzyszy jego świadomość oraz przyjemność z jego wykonywania. Aberracja pojawia się dopiero wtedy, gdy przyjemność staje się jedyną motywacją działania.

Twierdząc, że przeżycie przyjemności towarzyszy percepcji innych wartości, nie utożsamiamy przez to przeżycia przyjemności z przeżyciem aprobaty. Ta bowiem oznacza akceptację lub uznanie czegoś, a przyjemność dopiero dołącza się do nich. To, że aprobata i dezaprobata nie muszą być tożsame z przyjemnością i przykrością wynika choćby z faktu, iż można podawać przykłady, gdy aprobacie towarzyszy brak przyjemności, na przykład gdy ktoś aprobuje przepisaną mu kurację, mimo że wie, iż nie będzie ona dla niego niczym przyjemnym. Analogiczna rozdzielność tych dwóch momentów zachodzi również w pozytywnym przypadku jednoczesnej aprobaty oraz przeżywanej równoległe przyjemności. Trzeba to podkreślić, zwłaszcza ze względu na znaną krytykę, jaką pod adresem tezy, iż przyjemność pojawia się w ujmowaniu innych wartości, sformułował G. E. Moore, wytykając hedonizmowi błąd pomieszania przyjemności z aprobatą¹². Z tego jednak, że należy odróżnić oba te momenty (w tym Moore ma rację) nie wynika, że w aprobującym przeżyciu wobec wartości (np. moralnej) nie występuje już w ogóle moment przyjemności. W rezultacie jednak okazuje się, że musielibyśmy odróżnić taką przyjemność, która towarzyszy każdej aprobacie oraz taką przyjemność, która nie musi już jej towarzyszyć w sposób konieczny (tak jak w podanym przykładzie z lekarstwem).

Z powyższych uwag wypływają jednak jeszcze inne, chyba ważniejsze konsekwencje. Po pierwsze, jeżeli przyjemność towarzyszy

¹² Por. G. E. Moore, *Zasady etyki*, tłum. Cz. Znamierowski, Warszawa 2003, s. 96–97.

wartościom wysokim (np. estetycznym lub moralnym), to nasuwa się przypuszczenie, iż wartość przyjemności (mimo że jest niska), jest również elementarna (podstawowa) i dlatego powraca jako budulec w percepcji innych wartości. Również tych, które mają wysoki charakter. To „rozwiązanie” trzeba jednak opatrzyć ważkim zastrzeżeniem, chroniąc je przed nasuwającym się zaraz zarzutem. Bowiem jeśli nawet wartość przyjemności jest elementarna, to i tak jest to tylko wartość *towarzysząca* i nie występuje już w przedmiocie percepcji, lecz tylko w jego akcji. Co mogłoby również oznaczać, iż posuwając się tą drogą, nie da się w ogóle wykazać, że to, co przyjemne, jest rodzajem wartości.

Kłopotliwa byłaby też inna konsekwencja. Jeżeli przyjemność jest momentem, który w przeżyciu towarzyszy ujmowaniu wartości, to czy należy powiedzieć, że analogicznie jest z poznawaniem wartości przyjemności? A więc czy w przeżyciu ujmującym wartość przyjemności ujawnia się wartość przyjemności? Jeżeli się na to zgodzimy, konieczne stawałoby się kolejne odróżnienie – pomiędzy dwiema kolejnymi odmianami przyjemności: przyjemnością, która jest przedmiotem przeżycia oraz przyjemnością, która jest zawarta w przeżyciu. Odróżnienie to, usuwając wcześniejszą trudność, pociągałoby za sobą wniosek, że musimy brać pod uwagę dwie klasy przyjemności. Różnica między nimi nie tkwiłaby zaś tylko w ich intensywności lub jakości (np. przyjemność słaba i mocna, fizyczna i duchowa), lecz polegałaby na ich odmiennej pozycji względem wartości.

Najważniejsze niejasności wyłaniają się jednakże na poziomie ontologicznym. Idzie bowiem o to, jaki jest dokładniej stosunek pomiędzy (1) wartością hedoniczną, (2) przedmiotem, który powoduje (albo motywuje) przyjemność oraz (3) samą przyjemnością. Pytanie o ów stosunek nasuwa się również ze względu na wspomnianą wyżej trudność. Przyjemność jest przeżyciem realnym, rozgrywającym się w realnej osobie. Czy mówiąc o wartościach hedonicznych, mamy na względzie samo to przeżycie, czy też tylko jakąś jego – powiedzmy tylko ogólnie – własność, jakość lub moment. Co prawda, w wielu koncepcjach, gdy się mówi o wartościach hedonicznych, mówi się o przyjemności, zadowoleniu (i na odwrót – o przykrości i niezadowoleniu), co sugerowałoby, iż to sama ta przyjemność (i jej odmiany) jest ową wartością. Ale z drugiej strony, nie możemy przecież myśleć, że wartością hedoniczną jest sama przyjemność jako przeżycie. Analogicznie do wartości, jaką ma dom jako materialny budynek – nie on sam jest wartością, lecz jest tylko nosicielem wartości. Jeżeli dom

jest przestrzenny, to powiedzieć to o samej (jego) wartości byłoby czymś niedorzecznym.

Powstaje jednak pytanie, czy takie zastrzeżenie można w analogii przenieść na wartości hedoniczne? W znanej mi literaturze przedmiotu kwestie te nie zostały w sposób gruntowny przebadane i rozstrzygnięte. Uderza natomiast, iż samo językowe określenie „wartość hedoniczna” sugeruje, że wartość ta jest ufundowana w przyjemności, tj. w realnym, dokonującym się w osobie przeżyciu. Gdy uwzględnić typową dla koncepcji traktujących o wartościach hedonicznych ideę, iż hierarchie tych wartości można oprzeć na takich na przykład kryteriach, jak intensywność czy długotrwałość, to widać wyraźnie, że chodzi cały czas o przyjemność jako przeżycie – bo to ono może trwać krócej lub dłużej lub też być mniej lub bardziej intensywne. Jeżeli jednak zgodzimy się na taką interpretację, musi powrócić wspomniana wyżej trudność. A ponadto, jeśli realny obiekt – tj. realne przeżycie przyjemności – byłby utożsamiony z wartością, byłby nią we wszystkich swoich aspektach. Jeżeli więc ma charakter czasowy, to czasowa stawałaby się także sama wartość.

To skłaniałoby do wniosku, że nie powinniśmy utożsamiać wartości hedonicznej z całością przeżycia, lecz widzieć ją raczej jako tylko jeden z jego momentów. Uznanie jednak, iż wartość hedoniczna jest tylko jakimś momentem przeżycia, na przykład jego własnością, rodzi zaraz inne problemy. Jak bowiem należy dokładniej rozumieć status takiej „własności”? Czy jest jedną z jego realnych własności, czy też własnością, która w nadbudowuje się na nimi? Poza tym, co chyba ważniejsze i o czym jeszcze za chwilę powiemy, taka własność może w różnym zakresie oraz w różnym znaczeniu zależeć od intencjonalnego nakierowania podmiotu.

Zarysowane niejasności mogłyby też wskazywać, że lokalizacji wartości hedonicznej powinniśmy raczej szukać poza przeżyciem, choć nie rezygnując z odniesienia do przeżycia. Wartość hedoniczna nie przysługiwałaby wtedy samemu przeżyciu, lecz obiektowi, który je powoduje (albo motywuje). Przeżycie przyjemności nie byłoby wtedy właściwym miejscem lokalizacji wartości hedonicznej, lecz tylko sposobem jej ujawnienia się. Mielibyśmy zatem taką sytuację, iż pozytywne przeżycie (emocjonalne) jest (prawie zawsze) sposobem percepcji wartości, również wartości hedonicznych. Natomiast wartość byłaby po stronie tego, co doświadczane, a tylko w pewnych szczególnych przypadkach – po stronie samej percepcji. Odniesienie do przeżycia powodowałoby jednak, iż ów obiekt jest cenny hedonicznie tylko

ze względu na określony podmiot. Nie miałby on więc tej wartości sam w sobie, lecz tylko w relacji do przeżycia. Ta przedmiotowa lokalizacja wartości hedonicznej pojawia się jako założenie w tych sformułowaniach, w których mówi się precyzyjnie o tym, co jest przyjemne lub o tym, co jest zadowalające¹³.

Nie można więc wykluczyć, iż wskazana możliwa podwójna lokalizacja wartości hedonicznej nie jest wcale kłopotem, lecz raczej zdaje sprawę ze złożonej, faktycznie tutaj zachodzącej sytuacji. Zgodnie z taką sugestią, wartość hedoniczna byłaby umiejscowiona dwojako: po stronie samego przedmiotu oraz po stronie samego przeżycia. Do takiego rozwiązania zachęcałby jeszcze jeden fenomen. Jeżeli poprzednio mówiliśmy, iż przeżycie przyjemności jest oznaką wartości hedonicznej w przedmiocie, to teraz trzeba by dopowiedzieć, iż wartość przysługuje także przeżyciu przyjemności. Wartość jest więc ufundowana nie tylko w obiekcie przeżycia, lecz także w nim samym. Obie odmiany wartości stanowiłyby jednakże dwa różne warianty wartości hedonicznej. Skrajny hedonizm błędził nie tylko w tym, iż utożsamiał wszystkie wartości z wartościami hedonicznymi, lecz także w tym, że nie zauważał różnicy pomiędzy wartością przeżycia oraz wartością przedmiotu, w rezultacie czego utożsamiał wartości hedoniczne z wartościami przeżycia.

Ale i sama zależność wartości hedonicznej od przeżycia nie wydaje się monolityczna. Również w obrębie tej zależności należałoby przeprowadzić dalsze, bardziej szczegółowe różnicowanie. Można tu bowiem wyróżnić kilka możliwych przypadków.

Po pierwsze, wartość hedoniczna jest zależna od przeżycia w tym sensie, iż jest ono jednym z jej dwóch ontycznych fundamentów (obok obiektywnego przedmiotu, stanu rzeczy, zdarzenia etc.). Wartość hedoniczna jest wyraźnie bytowo niesamodzielna. Powiemy wprawdzie, iż górski krajobraz jest miły dla oka, ale to nie znaczy nic innego jak to, iż jego hedoniczny walor jest wyraźnie relacyjny. Podobnie, gdy powiemy, iż zupa jest smaczna lub komplement udany.

Po drugie, wartość hedoniczna zależy od szczegółowej, materialnej zawartości przeżycia. Weźmy jako przykład sytuację przywoływaną przez Hildebranda. Oto pewna osoba, słysząc skierowany do niej komplement, odczuwa przyjemność. Powstaje pytanie, jaka jest struktura

¹³ Por. np. M. Scheler, *Der Formalismus in der Ethik und die materiale Werthetik. Neuer Versuch der Grundlegung eines ethischen Personalismus*, wyd. 4 przejrzone, red. M. Scheler, *Gesammelte Werke*, t. 2, Francke Verlag, Bern 1954, s. 125–126.

tego przypadku? Warunkiem wartościowości zdania oraz jego przekształcenia się w komplement jest uchwycenie oraz zrozumienie przez kogoś jego treści, a więc dokonujące się w osobie przeżycie intencjonalne. Ale gdy to powiemy, to powiemy jeszcze za mało. Popatrzmy bowiem na dwie sytuacje. Do dwóch kobiet, z których jedna jest feministką, druga zaś nie, pewien mężczyzna wypowiada to samo zdanie: „Jesteś krucha i delikatna”. Pierwsza z nich nie odbierze go najprawdopodobniej jako komplementu, przeciwnie ujmie go natomiast druga z nich. Po stronie obiektu – wypowiedzianego zdania – mamy taki sam realny ciąg następujących po sobie dźwięków. Sens tego zdania nie istnieje realnie, lecz intencjonalnie (lub irrealnie), jednakże w wypadku obu kobiet jego sposób istnienia jest taki sam. Stąd wynika, iż wartość ujawniająca się w przeżyciu przyjemności nie jest zwykłą własnością przedmiotową – ani realną, ani też zwykłą intencjonalną. Nie wystarczy bowiem samo ujęcie sensu zdania, potrzebna jest także określona materialna postawa. Z drugiej jednak strony – o czym wyżej mówiliśmy – wartości hedonicznej nie można też zredukować do samego tylko przeżycia (lub jego momentu). Ono bowiem pozostaje już umotywowane sensem uchwyconym w wypowiedzi.

Po trzecie, jest jednak możliwy jeszcze jeden osobliwy przypadek, komplikujący ponownie, od innej strony, całą sytuację problemową. Oto bowiem tok moich myśli przerywa nagle odczucie przyjemności, spowodowane słońcem, które niespodziewanie pokazało się na niebie i zaczęło wszystko ogrzewać swoimi promieniami. O ile wcześniej przyjemność i jej wartość pojawiały się na fundamencie intencjonalnego przeżycia, o tyle teraz intencjonalne nakierowanie pojawia się na fundamencie wcześniejszej przyjemności, która jakby wyrывa mnie z toku moich myśli. To nie znaczy, że wartość hedoniczna pozostaje tutaj niezależna od przeżycia, jest jednak niezależna od przeżycia spełnianego przez moje *ja centralne*, ono bowiem jest podmiotem tych przeżyć, z których odczucie przyjemności je odrywa. O ile w wypadku komplementu warunkiem przypisania mu wartości hedonicznej jest odczytanie sensu zdania oraz przyłączenie doń jeszcze jakiejś innej wartości, co pociąga za sobą przeżycie przyjemności, o tyle tutaj takie intencjonalne nakierowanie na sens już nie występuje.

Wydaje się więc, iż podstawowe odróżnienie w obrębie przedmiotów fundujących przeżycie przyjemności przebiega między przedmiotami intencjonalnymi oraz realnymi. Pierwsze motywują przyjemność, drugie ją powodują. Motywacja ta celuje w *ja centralne*, powodowanie angażuje natomiast tylko *ja peryferyjne (otaczające)*. Dlatego pierw-

sze z tych przyjemności są wyższe, drugie zaś – niższe. Wyłaniają się stąd jeszcze dwie inne, ważne zależności, które można ująć w dwóch prawidłowościach. 1) Przypomnienie lub wyobrażenie przedmiotu intencjonalnego motywującego przyjemność motywuje ponownie tę przyjemność w sposób aktualny. 2) Przypomnienie lub wyobrażenie przedmiotu realnego powodującego przyjemność nie wywołuje jej aktualnie¹⁴.

Może powstać zarzut, czy nie musimy się obawiać, iż tym sposobem dziedzina wartości ulega ponownie unifikacji, a na miejscu pluralizmu pojawia się ponownie aksjologiczny monizm, skoro w percepcji wszystkich wartości pozytywnych występuje także moment przyjemności? Taka obawa byłaby przedwczesna. Usytuowanie wartości hedonicznej po stronie przedmiotu percepcji, dzięki czemu możliwe byłoby oddzielenie się wartości od realnego przeżycia, nie musi prowadzić do upodobnienia się wszystkich wartości. Wartością hedoniczną byłaby ta wartość, która jest w stanie wywołać w percypującym podmiocie tylko samo przeżycie przyjemności. Inne wartości byłyby natomiast władne wywoływać w podmiocie jeszcze inne przeżycia: takie choćby jak przeżycie podobań się, przeżycie obowiązku realizacji lub też przeżycie samej tylko powinności bycia.

Pod pewnym względem pozycja niektórych wartości hedonicznych okazywałyby się zatem poniekąd zbliżona do pozycji wartości użytecznych. Tak jak wartości użyteczne mają charakter relacyjny (tj. ujawniają się w przedmiocie ze względu na jego stosunek do czegoś innego), tak też i niektóre z rodzajów wartości hedonicznej. Jeżeli jakiś stan rzeczy jest przyjemny, to nie sam w sobie, lecz w stosunku do czegoś innego. Tym czymś innym, ze względu na co przedmiot jest wyposażony w wartość hedoniczną, jest jednakże nie jakiś zwykły inny przedmiot, lecz podmiot zdolny do odczuwania. Im bardziej wykształcona jest ta zdolność, im wyższy charakter jej przysługuje, tym wyższe rodzaje wartości hedonicznej stają się dla niej dostępne. To niekwestionowalne, pojawiające się przy wartościach hedonicznych odniesienie do przeżycia czyni zrozumiałym pozór – występujący często w aksjologicznej tradycji – iż wartość ta jest zlokalizowana w samym przeżyciu.

Wszystkie naszkicowane sprawy mają charakter zasadniczy. Jest uderzające, że dotychczasowe koncepcje popadały pod tym względem

¹⁴ Opisy podobnego typu prawidłowości można znaleźć w dziele M. Schelera, *Der Formalismus in der Ethik und die materiale Wertethik*, wyd. cyt., s. 346–347.

w skrajności i generalizacje. Z jednej strony, ze słusznego rozpoznania, że wartości hedoniczne są powiązane z przeżyciami dokonującymi się w podmiocie wyciągano wniosek, że nie są one w ogóle wartościami (jak u Hildebranda), bowiem zbyt wiele różnic oddziela „wartości” hedoniczne od innych wartości, takich choćby jak wartości moralne lub intelektualne. Ale z drugiej strony możliwa była również inna generalizacja. W aksjologicznym subiektywizmie pojawiało się bowiem rozstrzygnięcie, zgodnie z którym wartość przyjemności, ale też wszystkich innych wartości, została utożsamiona z przeżyciami dokonującymi się w podmiocie. Jeśli zatem w pierwszym modelu wartość hedoniczna była оголоcona z charakteru aksjotycznego, to w drugim modelu wprawdzie go zachowywała, ale działało się to kosztem оголоcenia innych wartości z momentów, które są dla nich charakterystyczne. Specyfika wartości hedonicznej sprawia jednak, że tego typu generalizacje nie wydają się nieuniknione. Różne typy wartości mogą istnieć w różny sposób. Wartości hedoniczne są wyraźnie odniesione do przeżycia. I to nie tylko w tym sensie, że są odczuwane (przeżywane). Również w tym sensie, że pojawiają się w zależności od treści tego przeżycia.

Teoretycy wartości obawiali się często relatywności. Jednakże w wypadku wartości hedonicznych taka relatywność wydaje się ugruntowanym faktem: u różnych osób przeżycie przyjemności może się pojawić w odniesieniu do zupełnie różnych obiektów. Taki fakt, przy wykluczeniu niektórych, zagrażających innym hedonicznym perwersji, wydaje się „niegroźny” i można go zaakceptować. Podobnie jest z kłopotami, które pojawiają się przy ufundowaniu wartości w przeżyciach podmiotu. Wartości hedoniczne nie podlegają im – komplement jest tylko wtedy wartościowy, gdy jest przez adresata przeżywany jako przyjemny.

Lista trudności nie jest bynajmniej zamknięta. Tym bardziej nie są zamknięte ich rozwiązania. Wynika stąd, iż specyfika wartości hedonicznych wymaga ich odrębnego poznawczego i teoretycznego ujęcia, choć to samo dotyczy także innych wartości, np. utylitarnych. Jest to jednak ogólniejsze wymaganie związane z aksjologicznym pluralizmem: nad każdą z klas wartości trzeba prowadzić odrębne badania, które będą dostosowane do ich natury. Wynika stąd również, iż wartość hedoniczna jest prawdziwą wartością, mimo że swoistą i pod wieloma względami różną od innych. Ale podobnie jest z wzajemnymi stosunkami innych wartości. Lista trudności i ich rozwiązań nie jest jednak zamknięta jeszcze z innego powodu. Propozycje fenomenologów spo-

tykały się w dwudziestowiecznej aksjologii z różnorodnymi krytykami. Inne teoretyczne paradygmaty, prezentując inne rozumienie wartości hedonicznych oraz ich pozycji względem innych wartości, prowokują zaś inne pytania, ale też inne kłopoty.

HEDONISTIC VALUES:
AXIOLOGICAL AND ONTOLOGICAL PROBLEMS

Summary

This paper examines some of the difficulties and problems connected with hedonistic values. According to Hildebrand, pleasure is not a value at all. According to Scheler, Hartmann and Ingarden, it is a value but its axiological position is low. I consider two general issues. First, I analyze the relation between hedonistic values and other kinds of values. Secondly, I examine the ontological specificity of hedonistic values. I attempt to prove that hedonistic values have a true axiological character. I also show that pleasure is an element of every value-perception.

Leszek Kopciuch