

RELATYWIZM

Relatywizm jako taki zakłada, że **przekonania i zasady** zwłaszcza te, które zawierają jakieś wartościowania (są ocenne), **NIE SĄ**:

- uniwersalne,
- ważne ponadczasowo,
- ważne ponadkulturowo,
- powszechnie obowiązujące.

Ważność różnych przekonań i zasad – zgodnie z poglądami relatywistów - **ogranicza się do**:

- czasu (okresu), w którym się je wypowiada,
- danej grupy społecznej,
- indywidualnej osoby, która je podtrzymuje.

W sferze nauki – relatywizm jest z kolei **zasadą mówiącą, że wszystkie eksperymentalne i naturalne zdarzenia mają swoje znaczenie tylko ze względu na ich związek z innymi zdarzeniami**. Wyraża to poniższa przykładowa teza:

„Zbadany poziom agresji 15-latków w Polsce jest **relatywnie** niższy (albo wyższy) niż poziom agresji u 15-latków Rosji”.

Powyższa teza nie wskazuje czy i który poziom agresji jest „obiektywnie” wysoki albo niski.

Relatywizm zatem głosi, że nic nie jest absolutnie prawdziwe, lecz co najwyżej prawdziwe w pewnych okolicznościach albo przy zachowaniu pewnych warunków, w pewnych okolicznościach, w zestawieniu z innymi faktami, zdarzeniami czy procesami.

W obszarze aksjologii – zgodnie z zasadą relatywizmu – wszelkie wartości mają charakter zmienny, względny, czyli są zawsze wartościami (albo cenionymi albo nie cenionymi):

- ❖ dla kogoś,
- ❖ ze względu na jakiś cel,
- ❖ ze względu na wyjątkową sytuację.

Relatywizm w prostej linii prowadzi do:

- **sceptycyzmu** – w sferze wymiany informacji. Jeśli przestajemy ufać pewnym informacjom, bo mogą być one zniekształcone przez nadawcę, który ma w tym swój interes, to stajemy się podejrzliwi. Być może treści nam przekazane są zmanipulowane tak, aby nasze działania pod ich wpływem przyniosły korzyść komuś, ale nie nam;
- **konformizmu** – w sferze moralności. Skoro określone zachowania są relatywne, czyli zależne od ocen poszczególnych jednostek czy grup, to lepiej (bezpieczniej) jest zachowywać się tak, jak większość w naszym otoczeniu. Nie ma obowiązujących odgórnie norm postępowania, więc to grupa stanowi wyznacznik naszych zachowań;

- **źle pojmowanej tolerancji** – w sferze religii lub w polityce. Skoro relatywizm daje każdej jednostce prawo do uznawania co jest dla niej dobre, a co złe, to należy tolerować wszelkie przejawy jednostkowych wyborów w sferze ich duchowości, moralności czy działań politycznych. Może to prowadzić do konfliktów na tle religijnym (otwarte ścieranie się różnych wyznań) albo do anarchii i konfliktów politycznych (rozruchy, łamanie prawa itp. w imię swych przekonań).

Relatywizm a komunikacja

Relatywizm zwraca uwagę na **bariery w komunikacji międzyludzkiej**, które mogą wynikać z:

- **możliwego braku wspólnoty systemów wartości,**
- **odmiennego rozumienia sensów różnych idei,**
- **różnorodności światopoglądów i postaw nadawców i odbiorców komunikatów.**

Wszystkie te czynniki mogą budzić u osób komunikujących się wzajemną podejrzliwość i nieufność. **Jedynym rozwiązaniem tej sytuacji może być jasne wyłuszczenie swych intencji oraz szczerą ujmowanie celów do jakich dąży się w procesie komunikacji.**

W praktyce komunikacji masowej (np. w reklamie) takie czyste i klarowne sytuacje nie mają miejsca. Nadawcy reklam (producenci towarów i usług) nigdy nie komunikują potencjalnych nabywców ich produktów, że nadrzędnym celem ich przekazu jest sukces komercyjny (zysk ze sprzedaży). Wyjątkiem mogą być tu reklamy społeczne (też nie wszystkie).

Pewnym **antidotum na relatywizm w komunikacji na poziomie masowym** mogą być odpowiednie **uregulowania prawne, zakazujące nadawcom (przynajmniej w pewnym stopniu) wprowadzanie ich odbiorców w błąd.**