

KS. JAROSŁAW JĘCZEŃ

OSOBA, MORALNOŚĆ, MASS MEDIA

Osoba i moralność są związane ze sobą nieodłącznie, gdyż każde działanie człowieka, każdy jego czyn ma swój wymiar aksjologiczny. Podobnie każde działanie werbalne czy niewerbalne jest swego rodzaju komunikacją z drugim człowiekiem i światem zewnętrznym. Dotyczy to komunikacji bezpośredniej pomiędzy osobami, jak i komunikacji masowej za pomocą środków społecznego przekazu. Ponadto każde działanie osoby ma swój cel i środek, za pomocą którego ten cel się osiąga. Jakie zatem relacje zachodzą pomiędzy wskazanymi w tytule: osobą, moralnością i mass media? Jak wpisują się w postulowaną przez Immanuela Kanta normę personalistyczną: „nigdy osoba ludzka niech nie będzie środkiem twego działania, ale zawsze celem”¹ czy normę personalistyczną Karola Wojtyły, która jest swoistym postulatem afirmacji osoby dla niej samej: osoba nigdy nie może być środkiem do celu, gdyż wtedy zostałaby pogwałcona jej godność². Myśl prekursora normy personalistycznej i antropologia personalistyczna Wojtyły widziana z perspektywy „osoby i jej czynu” pozwolą nam te relacje zaprezentować³.

Ks. dr JAROSŁAW JĘCZEŃ – adiunkt Katedry Życia Społecznego Rodziny Instytutu Nauk o Rodzinie KUL; adres do korespondencji: Al. Raławickie 14, 20-950 Lublin; e-mail: jjeczen@kul.pl

¹ M. N o w a k, *Osoba w świecie mediów*, [w:] *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin: Wydawnictwo KUL 2010, s. 56.

² Por. S. S m o l e Ń s k i, *Norma personalistyczna*, „Analecta Cracoviensia” 3(1971), s. 309-319.

³ Por. J. J ę c z e Ń, *Persona e morale. Morale come il compimento della persona in Giovanni Paolo II*, Rzym 2000.

MIKRO- I MAKROKOSMOS PERSONALNO-MORALNY

Na zakończenie znanej *Krytyki praktycznego rozumu* Kant pisze: „Dwie rzeczy napełniają umysł coraz to nowym i coraz to wzmagającym się podziwem i szacunkiem w miarę tego im częściej, im dłużej nad nimi rozmyślamy: niebo gwiazdziste nade mną i prawo moralne we mnie”⁴.

W rozumieniu filozofa z Królewca owe „rzeczy” są w polu widzenia człowieka i można je powiązać ze świadomością swego istnienia. Pierwsze bierze początek z zewnętrznego świata zmysłowego. Człowiek w tym świecie ma swoje ściśle określone miejsce, a jego funkcjonowanie ustalają niezliczone ruchy planet, relacje i układy materii czy systemy praw i zobowiązań. Drugie ma swój początek w tym, co niewidzialne, co nazywamy jaźnią, osobowością. Podziw filozofa płynie z faktu, iż dopiero ta „druga” rzecz wprowadza go w świat prawdziwej nieskończoności, wywyższa wartość jego umysłowości i daje swoistą niezależność od zwierzęcej natury, a tym samym pewnego rodzaju samospełnienie jako *persona*. Wkracza on w tę nieskończoność razem z tym wszystkim, na oznaczenie czego użył sformułowania „niebo gwiazdziste”. Pierwsza „rzecz” byłaby więc swoistego rodzaju mikrokosmosem zanużającym się w tę rzeczywistość powszechnego i prawdziwie nieskończonego makrokosmosu, gdzie człowiek-osoba odczuwa swoje spełnienie dzięki realizowanym najwyższym wartościom moralnym.

Można, wbrew temu co sugeruje Kant, inaczej interpretować te dwie „rzeczy”. Pierwsza wzbudza w człowieku niesamowite emocje i wyobrażenia o nieskończoności. Ewangeliczne „szukajcie tego, co w górze” skłania ku temu, by niebo gwiazdziste odczytywać raczej jako rzeczywistość nieskończoną i absolutną z doskonałym obrazem osoby i wartości. Druga „rzecz” – „to, co na dole” – to obraz człowieka żyjącego w konkretnym mikrokosmosie. Nie jest on jednak pozbawiony tego, co – w rozumieniu Kanta – otwierało drogę ku nieskończoności. Prawda na temat sytuacji człowieka i wartości takich jak dobro, piękno czy miłość w mikrokosmosie jest nierozzerwalnie złączona z tym wszystkim, co niezniszczalne w człowieku. Swego rodzaju siła, mając swój początek w głębi ludzkiego serca, przynagla osobę w kierunku owego nieba gwiazdzistego czy, jak pisze Arystoteles w swej *Etyce Nikomachejskiej*, w kierunku tego, ku czemu zmierza każda rzecz. Jest więc synonimem fenomenu moralnego człowieka-osoby.

⁴ I. K a n t, *Krytyka praktycznego rozumu*, Kęty: Wydawnictwo Antyk 2002, s. 158.

Odwołując się zatem do wypowiedzi Kanta i naszych interpretacji, możemy mówić o istnieniu doskonałego makrokosmosu personalnego i moralnego oraz mikrokosmosu, jakim jest pojedynczy podmiot – człowiek starający się realizować najwyższe atrybuty makrokosmosu i w ten sposób samego siebie. Mikro- i makrokosmos personalno-moralny, jak zauważa Hartmann, upodabniają się i bardzo się do siebie zbliżają⁵.

Osoba i moralność to dwie rzeczywistości w wymiarach mikro- i makrokosmosu, które stoją przed oczyma człowieka i wewnątrz niego. Żaden człowiek w swoim życiu osobistym, rodzinnym czy wspólnotowym, ani też naukowiec w swoich poszukiwaniach nie może przejść obok nich obojętnie czy z ignorancją. Nie jest możliwe istnieć i odnajdywać samego siebie w obojętności, szczególnie dziś, kiedy żyjemy w czasach głębokiej kontrowersji na temat *humanum*. Człowiek nie może potwierdzić swojej tożsamości w świecie spustoszenia moralnego czy kultury zwątpienia, która zakrada się do wielu dziedzin codziennego życia⁶. Musi natomiast nieustannie szukać prawdy na temat owego makrokosmosu personalno-moralnego, który objawia się jako dar czy łaska, oraz prawdy na temat owego mikrokosmosu, postrzeganego jako samopoznanie realizowane przez człowieka dobrowolnie, odpowiedzialnie i konsekwentnie w czynie, którego jest on autorem.

Fakt, że osoba i moralność są istotą przywołanego przez nas mikro- i makrokosmosu należy uzupełnić stwierdzeniem, że pomiędzy nimi zachodzą relacje ukazujące wzajemne przenikanie się mikro- i makrokosmosu. Te relacje oddaje teza, że moralność jest spełnieniem osoby. Taka zaś teza wydaje się dobrym przewodnikiem dla tych, którzy szukają prawdy w świecie przedmiotowości, relatywizmu, pragmatyzmu, indywidualizmu czy sceptycyzmu. To pewnego rodzaju wskazanie dla tych, którzy z jednej strony stoją przed tym, co niezniszczalne w człowieku i co go zadziwia, a z drugiej strony przed propozycją współczesnej filozofii „śmierci Boga” i w konsekwencji śmierci człowieka. Człowiek nie chce i nie musi, wbrew podpowiedziom świata, być czy stawać się człowiekiem bez wartości, jak chciałby chociażby jeden ze współczesnych filozofów Robert Musil. Osobowa godność wzywa człowieka do bycia ciągle ku temu, „co w górze”, do bycia bardziej „kimś” a nie

⁵ Por. N. H a r t m a n n, *Etica. Fenomenologia dei costumi*, Napoli 1969, s. 29; por. także: S. P r i v i t e r a, *Il volto morale dell'uomo. Avvio allo studio dell'etica filosofica e teologica*, Acireale 1999, s. 61-62.

⁶ Por. M. V i d a l, *La proposta morale di Giovanni Paolo II. Commento teologico-morale all'enciclica „Veritatis Splendor”*, Bologna 1994, s. 12.

„czymś”, do owej wzajemnej relacji pomiędzy mikro- i makrokosmosem, która jest synonimem autoteleologii człowieka. Teza o spełnieniu czy realizacji człowieka jest pewnego rodzaju gwarancją dla niego, jawi się jako blask prawdy o nim samym i o roli moralności w procesie spełniania się jego samego jako osoby.

MORALNOŚĆ SPEŁNIENIEM OSOBY

Elementarnym doświadczeniem każdego człowieka, od którego wychodzi Karol Wojtyła w swoim filozoficznym studium *Osoba i czyn*, jest fakt, że człowiek (a więc także nadawca i odbiorca w procesie komunikowania) działa. W fakcie zaś, że „człowiek działa” – czytamy – czyn, stanowi szczególny moment ujawnienia osoby. Czyn pozwala nam w sposób najbardziej właściwy wglądać w jej istotę i najpełniej ją zrozumieć. Doświadczamy tego, że człowiek jest osobą, i jesteśmy o tym przekonani dlatego, że spełnia on czyny⁷. Wojtyła pozostaje wierny tradycyjnemu ujęciu filozoficznemu, według którego ludzkie *agere* wyjaśniano poprzez *esse*, ale także zauważa on, że ludzkie *esse* należy odnieść do czynu człowieka i jego działania, w tym także komunikacyjnego działania (*operari sequitur esse* i *esse sequitur operari*)⁸.

W fakt, że „człowiek działa”, wpisuje się także jego komunikowanie z drugim człowiekiem, tak w relacjach bezpośrednich, jak i za pomocą nieodłącznych dla człowieka mass mediów. Komunikacja jest swego rodzaju czynem, bądź inaczej: fakt, że człowiek podtrzymuje relacje z drugim człowiekiem możemy nazwać czynem komunikacyjnym. Ten zaś jest szczególnym oglądem człowieka jako osoby.

Doświadczenie, a zarazem ogląd osoby w czynach i poprzez czyny pochodzi w szczególny sposób stąd, że czynom przysługuje wartość moralna. Czyny mogą być dobre lub złe moralnie. Moralność jako rzeczywistość egzystencjalna pozostaje zawsze w ścisłym związku z człowiekiem jako osobą, jako rzeczywistość aksjologiczna zakorzeniona jest w rzeczywistości

⁷ Por. K. W o j t y ł a, *Osoba i czyn*, [w:] K. W o j t y ł a, *Osoba i czyn oraz inne studia antropologiczne*, Lublin: TN KUL 1994, s. 59.

⁸ Por. M. D r o ż d ź, *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów*, Tarnów: Biblos 2005, s. 41; por. także J. J ę c z e Ń, *Komunikacja oglądem osoby*, [w:] *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin: Wydawnictwo KUL 2010, s. 212-213.

ontologicznej, tłumaczy ją i pozwala w jej zrozumieniu. Człowiek poprzez czyn moralnie dobry realizuje siebie jako osoba, staje się „kims”. Jego prawdziwe spełnienie dokonuje się nie tyle poprzez sam czyn, ile przez moralną dobroć tego czynu. Zło zaś moralne stanowi raczej o nie-spełnieniu, chociaż osoba również wówczas spełnia czyn. Spełniając zaś czyn, spełnia w nim także ontologicznie siebie. Najgłębszą rzeczywistość moralności można przeto ująć jako spełnienie siebie w dobru, spełnienie siebie w złu jest natomiast niespełnieniem⁹.

Spełnienie siebie oznacza bycie osobą i jednocześnie uznanie osoby jako celu każdego działania, co zaowocuje spełnieniem każdej innej osoby, która jest przedmiotem, ale i podmiotem naszego działania, w tym komunikowania się. Człowiek manifestuje swoje spełnienie tylko w spotkaniu z drugim człowiekiem¹⁰.

Osoba ludzka zatem winna być zawsze celem ludzkiego działania, w tym komunikowania się z drugim człowiekiem. Drogę do tego celu wyznacza wymiar moralny działania (czynu komunikacyjnego), i tylko działanie, w którym dochodzi do spełnienia człowieka, możemy nazywać działaniem interpersonalnym – między osobami. Służy ono spełnieniu się dwóch stron każdego działania czy komunikowania (nadawcy i odbiorcy, podmiotu i przedmiotu) i podnosi relacje międzyosobowe na poziom interaktywności. Interaktywność ta zakłada nie tylko równorzędność podmiotów we wzajemnym komunikowaniu się (działaniu), ale także interaktywną afirmację osób na poziomie takich wartości, jak miłość, prawda, dobro i wolność, która to afirmacja prowadzi do samo-spełnienia osoby i jednocześnie warunkuje właściwy, tj. autentycznie osobowy wymiar wspólnoty¹¹.

⁹ Tamże, s. 196-197.

¹⁰ Por. J. Rof C a r b a l l o, *El hombre como encuentro*, Madrid 1973, s. 45; por. także M. V i d a l, *Manuale di etica teologica*, vol. 2: *Morale della persona e bioetica teologica*, Assisi: Cittadella Editrice 1997, s. 255-256.

¹¹ Por. J. G a ł k o w s k i, *Osoba i wspólnota*, „Roczniki Nauk Społecznych” 8(1980), s. 70. Por. także J. J ę c z e Ń, *Mass media darem osoby dla osoby*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 1(2007), s. 26-30; t e n ż e, *Rodzina w przestrzeni medialnej*, „Roczniki Teologiczne” 53(2006), z. 10, s. 200-202.

MASS MEDIA W PRZESTRZENI MORALNEJ OSOBY LUDZKIEJ

Każde działanie człowieka, jak zaznaczyliśmy na początku, ma charakter spotkania, relacji, komunikacji z drugim człowiekiem (komunikacja interpersonalna) i światem zewnętrznym (komunikacja masowa). Co więcej, jest też swego rodzaju komunikacją z samym sobą, czyli intrapersonalną. Co jest istotą owej personalności komunikowania? Kiedy możemy mówić, że komunikacja jest interpersonalna, a więc pomiędzy osobami-personami, a kiedy nie jest personalna, tylko np. międzyludzka. Podobnie, kiedy możemy używać określenia „personalny” w stosunku do środków społecznego przekazu?

Przestrzeń moralna człowieka, gwarantująca jego spełnienie jako osoby, to wspomniane już: prawda, dobro i wolność, realizowane zawsze w duchu miłości. Przestrzeń ta jest nierozzerwalnie złączona z każdym działaniem (komunikowaniem) człowieka. W tej przestrzeni działają środki społecznego przekazu i zajmują konkretne stanowiska wobec wymienionych wartości: przyjmują prymat porządku moralnego bądź przyjmują swój prymat wobec rzeczywistości¹². Mass media mogą być nie tylko nośnikami informacji, ale także, i czynią to korzystając z tzw. przywileju czwartej władzy, kreatorami międzyludzkich relacji czy całych struktur społecznych. „Obok całego dobra, jakie czynią i czynić są zdolne, środki przekazu, które mogą być tak skutecznymi narzędziami jedności i porozumienia, mogą się też czasem stawać instrumentem szerzenia wypaczonej wizji życia, rodziny, religii i moralności – wizji, która nie szanuje prawdziwej godności i przeznaczenia osoby ludzkiej. Jest rzeczą konieczną, aby środki przekazu uwzględniały całościowy

¹² „Przedmiotem głębokiej troski ludzi dobrej woli jest ciągle pomniejszanie się znaczenia zasad moralnych, co uwidacznia się w wielu dziedzinach współczesnego życia. Oznaki tej zmiany z łatwością obserwuje się w środkach społecznego przekazu. Można jednak dyskutować, czy winę za to zjawisko ponoszą środki społecznego przekazu. Wielu poważnie utrzymuje, że środki społecznego przekazu dają tylko odbicie obyczajów, które już skądinąd istnieją w społeczeństwie. Inni natomiast uważają, że środki te umacniają i rozpowszechniają to obniżenie obyczajowości, a przedstawiając taki sposób życia jako prawie powszechny, powoli przyczyniają się do tego, że jest on akceptowany. Inni wreszcie chcą złożyć największą winę za ten stan rzeczy na środki społecznego przekazu. Jakkolwiek się rzeczy mają, nie można zaprzeczyć, że społeczeństwo jest toczone tym zepsuciem i, by temu zapobiec, konieczna jest współpraca rodziców i nauczycieli, duszpasterzy i tych wszystkich, którzy są odpowiedzialni za wspólne dobro. W tych chwalebnych wysiłkach niemałą rolę odgrywają środki społecznego przekazu, których nie można oddzielić od samego życia i obyczajów społeczeństwa”, Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, „*Communio et progressio*”. *Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu*, Watykan, 23 maja 1971, p. 22. Por. także M. V i d a l, *Manuale di etica teologica*, vol. 3: *Morale sociale*, Assisi: Cittadella Editrice 1997, s. 799-800.

rozwój osoby, obejmujący kulturowy, transcendentny i religijny wymiar człowieka i społeczeństwa, i przyczyniały się do jego kształtowania”¹³.

Istotna jest zatem pozycja nadawcy i świat jego wartości oraz cel, jaki sobie stawia w swoim medialnym działaniu. Za tym działaniem stoją konkretni ludzie, konkretne intencje, jakie sobie stawiają, i konkretne czyny, które są ich oglądem, świadczą o nich jako o nadawcach. To oni decydują, czy celem ich działalności medialnej jest solidarna postawa z osobą ludzką i jej spełnienie w jej przestrzeni życia moralnego, czy też zamierzone interesy ekonomiczne bądź światopoglądowe, w których realizacji osoba ludzka nie jest celem, ale środkiem, nie jest podmiotem, ale przedmiotem. W tej pierwszej sytuacji możemy mówić o przekraczaniu siebie w stronę drugiego człowieka, w tej drugiej nie da się dostrzec wzajemnej afirmacji nadawcy i odbiorcy czy odpowiedzialności za drugą osobę i jej spełnienie się, jaką daje przestrzeń jej życia moralnego. Chodzi więc o zachowanie normy, którą nazwalibyśmy personalistyczną. Jej istotą jest afirmacja drugiej osoby w sobie, wybór drugiej osoby w sobie. Odkrywając sam siebie w sobie, odkrywam w sobie prawdę o każdym drugim, odkrywam w sobie każdego drugiego. I sam popadam przez to w „potrzask” prawdy o każdym drugim, wiążąc się jej normatywną mocą: nie jestem w stanie odtąd jej zaprzeczyć lub ją zlekceważyć, nie lekceważąc prawdy o mnie, czyli nie lekceważąc siebie samego¹⁴. W sposób prostszy możemy powiedzieć, że czego mi absolutnie nie wolno w stosunku do własnego „ja”, nie wolno mi także – z tej samej racji – w stosunku do każdego innego „ja”¹⁵.

Tymczasem mass media, zamiast realizować zasadę afirmacji osoby przez osobę, mogą prowadzić do załamania się przestrzeni życia moralnego osoby, zrelatywizowania jej poprzez wskazanie na inne cele w działaniu człowieka, jak przyjemność, konsumpcja, rozrywka, wirtualna obecność w świecie, wiara w technologie, poprawne myślenie (*political correctness*)¹⁶. Wówczas tylko

¹³ Papieska Rada ds. środków społecznego przekazu, „*Aetatis novae*”. Instrukcja duszpasterska o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia Instrukcji „*Communio et progressio*”, Watykan, 22 lutego 1992, p. 7.

¹⁴ Por. J. Ję c z e ń, *Wspólnotwórcza rola środków społecznego przekazu w rodzinie*, [w:] *Rodzina jako kościół domowy*, red. A. Tomkiewicz, W. Wieczorek, Lublin: Wydawnictwo KUL 2010, s. 617, Centrum Badań nad Rodziną, t. 9.

¹⁵ Por. V i d a l, *Manuale di etica teologica*, vol. 2: *Morale della persona e bioetica teologica*, s. 265.

¹⁶ Por. J. N a g ó r n y, *Posłannictwo chrześcijan w świecie*, Lublin: RW KUL 1997, s. 350.

pozornie człowiek jako osoba jest celem medialnego działania, tak naprawdę jest środkiem takiego działania, a to zamyka perspektywę jego pełnego rozwoju osobowego i w ostateczności poczucia samospełnienia się jako osoba. Środki społecznego komunikowania, które w ten sposób dopuszczają się nieposzanowania godności osoby ludzkiej, nie zasługują na miano personalnych. Mając w posiadaniu potężne technologie, mogą stać się masowymi nośnikami prawdy, dobra, wolności, które są środkami w działaniu człowieka dla jego spełnienia. Niestety nie zawsze się tego podejmują bądź podejmują się, ale przyjmują własną konwencję prawdy, wolności i dobra. W wielu przypadkach można mówić nie tylko o braku szacunku wobec osoby ludzkiej, ale wręcz o zniewoleniu człowieka działaniem różnych nadawców medialnych (dotyczy to zarówno tradycyjnych środków przekazu – radia czy telewizji – jak i przede wszystkim tzw. nowych mass mediów: Internetu, telefonów komórkowych, gier multimedialnych).

*

Zrozumienie relacji pomiędzy osobą, moralnością i mass mediami jest możliwe dzięki definicji osoby (określonej koncepcji człowieka). Fundamentalna prawda o człowieku jako osobie musi stać się imperatywem moralnym nie do odrzucenia dla człowieka i jednocześnie autoimperatywem obligatoryjnym w jego wnętrzu. Nie da się mówić o człowieku i jego działaniu bez uwzględnienia wartości moralnej jego czynów. Nie da się także pominąć faktu, że komunikowanie jest czynem człowieka, który służy spełnieniu jego i wspólnoty, w której żyje i komunikuje się bezpośrednio czy pośrednio za pomocą współczesnych środków komunikowania. Człowiek – osoba, działając i komunikując się, żyje nieustannie w przestrzeni moralnej. Każde jego działanie i komunikowanie się ma wymiar aksjologiczny i ze względu na ten wymiar można mówić o działaniu czy komunikowaniu personalnym czy interpersonalnym. Tylko wtedy komunikacja zarówno interpersonalna, jak i medialna będzie personalna (można też użyć określenia „personalistyczna”), gdy przebiegać będzie od osoby do osoby i będzie służyć integralnemu rozwojowi osób¹⁷.

¹⁷ Por. J a n P a w e ł II, *Orędzie na XXXIX Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu pt. „W służbie wzajemnego zrozumienia między narodami”*, Watykan 2005, nr 4; por. także J ę c z e Ń, *Wspólnotwórcza rola środków społecznego przekazu w rodzinie*, s. 617-618.

BIBLIOGRAFIA

- C a r b a l l o J. Rof: El hombre como encuentro, Madrid 1973.
- D r o ż d ż M.: Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów, Tarnów: Biblos 2005.
- H a r t m a n n N.: Etica. Fenomenologia dei costumi, Napoli 1969.
- J ę c z e ń J.: Komunikacja oglądem osoby, [w:] Media w wychowaniu chrześcijańskim, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin: Wydawnictwo KUL 2010, s. 203-215.
- J ę c z e ń J.: Mass media darem osoby dla osoby, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 1(2007), s. 26-30.
- J ę c z e ń J.: Persona e morale. Morale come il compimento della persona in Giovanni Paolo II, Rzym 2002.
- J ę c z e ń J.: Rodzina w przestrzeni medialnej, „Roczniki Teologiczne” 53(2006), z. 10, s. 200-202.
- J ę c z e ń J.: Wspólnototwórcza rola środków społecznego przekazu w rodzinie, [w:] Rodzina jako Kościół domowy, red. A. Tomkiewicz, W. Wieczorek, Lublin: Wydawnictwo KUL 2010, s. 613-624.
- K a n t I.: Krytyka praktycznego rozumu, Kęty: Wydawnictwo Antyk 2002.
- N a g ó r n y J.: Posłannictwo chrześcijan w świecie, Lublin: RW KUL 1997.
- N o w a k M.: Osoba w świecie mediów, [w:] Media w wychowaniu chrześcijańskim, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin: Wydawnictwo KUL 2010, s. 39-69.
- P r i v i t e r a S.: Il volto morale dell'uomo. Avvio allo studio dell'etica filosofica e teologica, Acireale 1999.
- S m o l e ń s k i S.: Norma personalistyczna, „Analecta Cracoviensia” 3(1971), s. 309-319.
- V i d a l M.: La proposta morale di Giovanni Paolo II. Commento teologico-morale all'enciclica „Veritatis Splendor”, Bologna 1994.
- V i d a l M.: Manuale di etica teologica, vol. 2: Morale della persona e bioetica teologica, vol. 3: Morale sociale, Assisi: Cittadella Editrice 1997.
- W o j t y ł a K.: Osoba i czyn, [w:] K. W o j t y ł a, Osoba i czyn oraz inne studia antropologiczne, Lublin: TN KUL 1994.

PERSON, MORALITY AND MASS MEDIA

S u m m a r y

A person and morality are inseparable because all human activity has its axiological aspect. Similarly, all human activity, both verbal and non-verbal is the way to communicate with other people or with the external world. It applies to direct person to person communication and also to mass media communication. Besides the above, each activity has its aim and means to attain the aim. The article analyses the question of what relations bind a person, morality and mass media, as indicated in the title. To what extent they are in line with Immanuel Kant's personal

norm: “may a human never be the means of your actions, but the aim” or with Karol Wojtyła’s personal norm, which is a specific postulate of human affirmation for the sake of humans themselves: a person can never be the means to attain the aim, because this would violate the person’s dignity. The idea of the personal norm and Wojtyła’s personal anthropology with the perspective of “a person and person’s deed” allow us to present these relations in the article.

Translated by Tadeusz Karłowicz

Słowa kluczowe: osoba, moralność, komunikacja, mass media.

Key words: person, morality, communications, mass media.