

Oczyszczanie klimatu społecznego

„Posłaniec św. Antoniego z Padwy” 18(2013) nr 3, s. 26-27.

Pojęcie mediów w dzisiejszym świecie oznacza szeroki zakres środków dostarczających różnego rodzaju treści i wartości swoim odbiorcom. Odbiorcami mediów są dziś wszyscy, począwszy od kilkuletnich dzieci po niedołączonych staruszków, którzy są posiadaczami najróżniejszych środków audiowizualnych.

Współczesne media funkcjonują w potrójnym kluczu ideowym. Na pierwszym miejscu dostrzega się panseksualizm, który przesycę filmy i programy, częstokroć niezależnie od pory dnia. Podobnie reklamy nadawane w środkach społecznego przekazu są przesycane podtekstami seksualnymi. Kolejną ideą nadającą ton przekazom medialnym jest konsumpcjonizm, ukazujący materię jako najwyższy cel pragnień i dążeń człowieka. I w końcu neomanicheizm, który w odróżnieniu od swojego protoplasty cały akcent ideologiczny postawił na ciało, oddzielone od ducha. Cieleśność, dbałość o nią, a jednocześnie wykorzystywanie jej na każdym kroku, jest domeną współczesnej mody medialnej.

Media przeżywają swoisty postmodernistyczny kryzys, którego przyczyną jest zanik tożsamości człowieka i prawdy o nim samym. Człowiek, pozbawiony odniesienia do wartości trwałych i nieprzemijalnych, żyje chwilą bieżącą i nie zadaje sobie „ból myślenia”, czy treści dostarczane mu przez materialistyczne ideologie są dla niego czymś wartościowym. Kształtowanie takiego widza nie nastręcza większych trudności. Wpajane informacje „ugniatają” opinię publiczną w dowolną formę ideologiczną, którą potem można w dowolny sposób operować, w zależności od zmieniających się nastrojów i opcji politycznych. Najbardziej poranione z tej nierównej walki wychodzą dzieci i dorastająca młodzież, która w oparciu o dostarczane im wartości kształtuje swój „kręgosłup” moralny i światopoglądowy. Obserwując bowiem zachowania i postawy z małego czy też dużego ekranu, przyjmuje je jako standardy życia prawdziwie dorosłego, wolnego od skrupułów i zahamowań.

Wszędobylska telewizja.

Do najbardziej dostępnych środków medialnych w polskich domach należy telewizja, która dla wielu rodzin stanowi, nie tylko źródło rozrywki, wiedzy czy kultury, ale także swoiste „okno na świat”, gdyż ze względów ekonomicznych trudno im zdobywać wiedzę i światowe obycie w sposób bardziej bezpośredni. Ten „cudowny” środek kontaktu ze światem ma swoje plusy, ale nie jest pozbawiony także minusów. Do takich niewątpliwie należy kształtowanie postaw przez odwoływanie się na srebrnym ekranie do najniższych ludzkich instynktów, sianie morderczej nienawiści czy lansowanie mody łatwego i przyjemnego życia.

Dziś właściwie trudno już znaleźć film czy reklamę, które nie byłyby przesycane elementami seksualnymi. W TV dominują tasiemcowe telenowełe, gdzie lansuje się zdradę, częste zmiany partnerów, a przy tym odbywa się to w

luksusie i przepychu. Badania wykazały, że telewizja przedstawia 6 razy więcej pozamałżeńskiego współżycia seksualnego niż współżycia dwojga małżonków, przy czym aż 94% stosunków w tzw. operach mydlanych odbywa się między osobami niepozostającymi w związku małżeńskim.

Telewizja jako najbardziej dostępny środek przekazu, kreuje pewną aurę, która nie sprzyja zachowaniu czystości. Lansowane bowiem w niej postawy, ukazują czystość jako przeżytek średniowiecza, który jest już nie modny w XXI wieku.

Wyuzdany świat reklamy

Seksualizm i permissywizm jest podstawowym składnikiem większości reklam. Używa się go w reklamie, począwszy od sprzedaży samochodów aż po dezodoranty i szampony. Wystarczy wspomnieć ostatni *hit* reklamowy z nagim udziałem znanej polskiej piosenkarki reklamującej jeden z hipermarketów. Technicy reklamowi tłumaczą się siłą oddziaływania seksualizmu na ludzką świadomość, a za przeerotyzowanie mediów wysoką cenę płacą wszyscy chrześcijanie, którzy są bombardowani zmysłowością i wyuzdanymi scenami.

Wulgaryzm w piosenkach

Ważnym nośnikiem treści jest muzyka. Oczywiście nie chodzi o jakąkolwiek muzykę, lecz o tę, która niesie ze sobą złe przesłanie. Nie jest prawdą, że tekst utworów muzycznych pozostaje niezauważony, gdyż wraz z rytmem i melodią „wpada w ucho” i bardzo szybko zostaje przyswojony przez pamięć człowieka.

Teksty piosenki często opowiadają o marzeniach lub doświadczeniach seksualnych. Najlepiej, żeby obiekt pożądania był chętny do całkowitego oddania się partnerowi. Gdy jednak obiekt „miłości” się znudzi wszystko przemija i wymienia się go na lepszy model.

Tego typu treści kreują złe poglądy na ludzką miłość i seksualność. Zdaniem Kuby Wojewódzkiego, dziennikarza muzycznego, rynek muzyczny opanowała tandeta. Twórcy muzyczni fundują swoim słuchaczom niskich lotów koncert życzeń, którego decydentami są: zły gust, niskie wymagania estetyczne i miałość. Dominuje twórczość spod znaku: powiedz mi, jak mnie kochasz albo lepiej pokaż.

Niszcząca siła pornografii

Kolejnym zjawiskiem o charakterze medialnym jest pornografia, która przeniknęła już do wszystkich mediów i zadomowiła się na dobre w domach wielu rodzin, czasami wręcz zupełnie nieproszona.

Materiały pornograficzne we właściwy sobie sposób oddziałują na człowieka, powodując stopniowe znieczulenie i potrzebę coraz silniejszych doznań.

Najpopularniejszym nośnikiem treści pornograficznych jest sieć internetowa, której zasięg obejmuje już niemal wszystkie obszary naszego kraju. Stąd jej dostępność niesie ze sobą zgubne skutki dla indywidualnego człowieka, rodziny i społeczeństwa.

Fałszywy przyjaciel

W dobie przemian ustrojowych do naszego kraju dotarły polskie edycje różnych czasopism, kierowanych także do młodego pokolenia.

Wiele z tych czasopism uzurpuje sobie prawo do bycia „przyjacielem i doradcą” młodego pokolenia, szczególnie w sprawach związanych z płciowością i seksualnością. Na ich łamach anonimowy „znawca” prowadzi młodego czytelnika przez meandry intymnych spotkań damsko-męskich i instruuje, by młody człowiek nie tylko odniósł sukces na tym polu, ale także nie „wpadł” w nieprzewidziane kłopoty.

W ten sposób systematycznie kształtuje się pogląd młodego pokolenia na czystość, jako anachronizm, który przeszkadza w chwytaniu przyjemności z życia.

Zgubna wolność

Uzasadnione prawo do wolności wypowiedzenia się i wolnej wymiany informacji musi być uszanowane, lecz jednocześnie musi być uszanowane prawo każdego, prawo rodzin i społeczności do „intymności”, do publicznej moralności i do ochrony fundamentalnych wartości życia. Należy zwrócić uwagę na siedem wpływowych sektorów, które mogą i powinny skutecznie oddziaływać w tej sprawie: środki przekazu, rodzice, wychowawcy, młodzież, odbiorcy, czyli publiczność, władze cywilne, Kościół i związki wyznaniowe.

Bezrefleksyjne oddanie się permissywnym mediom prowadzi człowieka do wewnętrznego niepokoju, który przekłada się na zewnętrzne akty nieskromnych spojrzeń, myśli, słów czy czynów. Stan ten coraz bardziej się pogłębia i domaga się coraz to nowych bodźców, które zamiast uśmierzyć wewnętrzny ogień, coraz bardziej go rozpalają.

Człowiek potrzebuje odcięcia się od wszelkich źródeł permissywnych doznań, by mógł się w końcu wyciszyć i osiągnąć pewną równowagę psychoseksualną, która pozwoli mu na kontrolowanie przejawów aktywności seksualnej organizmu.

Stąd konieczne jest odcięcie się od wszystkiego, co pobudza i wprowadza w iluzoryczny świat przyjemności, która prowadzi w błędne koło pogoni za coraz silniejszymi doznaniem, które niszczą wewnętrzną sferę człowieka i oddalają od Boga, rodziny i bliźnich.

Każdy środek medialny, jeśli staje się nośnikiem zła, staje w antysłużbie człowieka. Na jego zgubne działania najbardziej narażone jest młode pokolenie, które nie potrafi we właściwy sposób odrzucać wtłaczanych im pseudowartości. Może to zaprocentować stanem patologicznym młodego człowieka, który w dorosłym życiu nie będzie potrafił kierować się prawdziwymi wartościami, lecz nauczony złych wzorców osobowych i fałszywych postaw wprowadzi je do swojej rodziny i swego środowiska.