

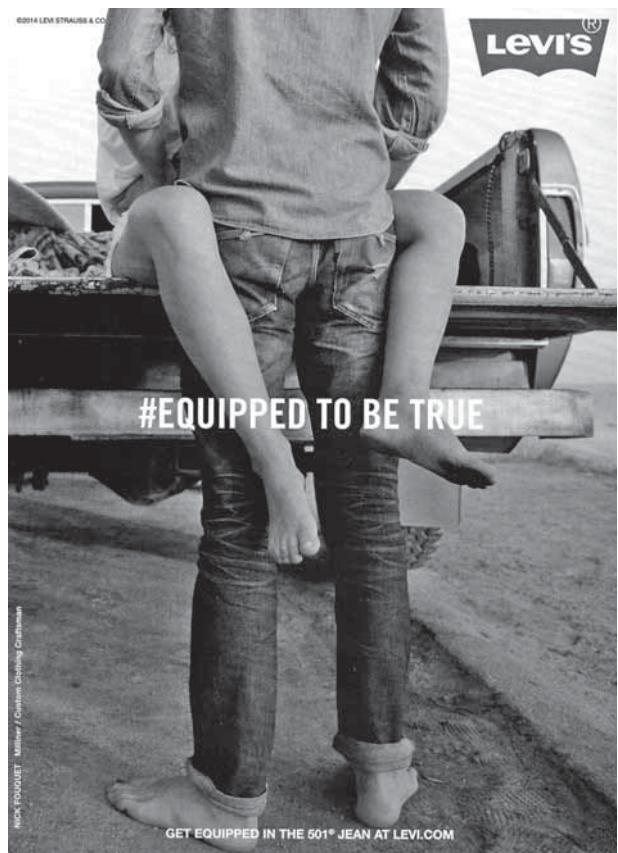
REKLAMA KARMI MEDIA (3)

Zapraszam do trzeciej części tekstu o reklamie i mediach w kontekście Dekalogu. Dzisiaj postaram się podać pozytywne przykłady reklam i działań medialnych, jakie nas otaczają. Jak wcześniej wspomniałem, twórcy reklam i mediów chcą podpowiadać nam jak żyć. Zatem są skutecznymi narzędziami do kształtowania naszego światopoglądu. Odniosę się teraz do kolejnych przykazań.

V. Nie zabijaj

Na przemocy i obrazach śmierci opartych jest większość dzieł kinematografii, gier komputerowych i niektórych gatunków literatury. Można zadać sobie pytanie: dlaczego śmierć lepiej sprzedaje się od życia? Piąte przykazanie zawiera nie tylko zakaz zabijania, ale również wezwanie do obrony praw wszystkich ludzi i do stwarzania bardziej humanitarnych warunków życia. Np. likwidacja niewolnictwa, również tego współczesnego, korporacyjnego, zakamuflowanego. Reklamy zachęcają, w ramach trendów mody, do okaleczania ciała tatuażami, kolczykami. Promują alkohol i obżarstwo towarzyszące wszelkim spotkaniom w większym gronie. Promują seks jako formę rozrywki, a aborcję jako coś oczywistego. Reklamy i seriale, pod hasłem „pokonywania barier”, namawiają do uprawiania sportu ponad nasze potrzeby, do degradujących ciało rekordów sportowych. A przecież jest ono świątynią i własnością Boga. Dlaczego zatem różne formy jego wyniszczania są tak atrakcyjne medialnie?

Są też pozytywne przykłady reklam i przestrzegania piątego przykazania w mediach. Wiele katolickich mediów jest zaangażowanych w akcje ochrony życia,



Promocja spodni Levis

zarówno w formie elektronicznej, jak i na plakatach wielkoformatowych oraz w prasie. Organizowane są „białe marsze” czy audycje radiowe i telewizyjne powodujące nacisk opinii publicznej na rządzących np. w sprawach aborcji.

VI. Nie cudzołóż

Miłość małżeńska powinna być odbiciem wierności Boga. Tymczasem każdego dnia jesteśmy atakowani kampaniami reklamowo-medialnymi obrażającymi chrześcijan i model rodziny katolickiej. Wierność małżeńska jest traktowana jako przeżytek, jest wyśmiewana w programach rozrywkowych i filmach. Na temat wszechobecnego seksu napisano już prawie wszystko. Seks jest głównym paliwem napędowym showbiznesu. Jak zatem ma wzrastać zdrowe społeczeństwo, gdy sam model małżeństwa i rodziny jest spychany na margines. Zobaczmy jak wyglądają reklamy kosmetyków lub bielizny. Zobaczmy o czym opo-



Moda młodzieżowa 2018 r.

wiadają scenariusze filmowe. Czy naprawdę drodze do kariery musi towarzyszyć tyle pożądania i seksu? Także w tym przypadku można znaleźć pozytywne przykłady. Istnieje wiele realizacji filmowych promujących zdrowy model rodziny i styl życia. W większości są to jednak produkcje zagraniczne o rodowodzie protestanckim. Jednym z wartościowych przykładów jest fundacja Pro Publico z Poznania, która prowadzi nie tylko „kino z wartościami”, ale również szeroko rozumianą działalność kulturalną.

VII. Nie kradnij

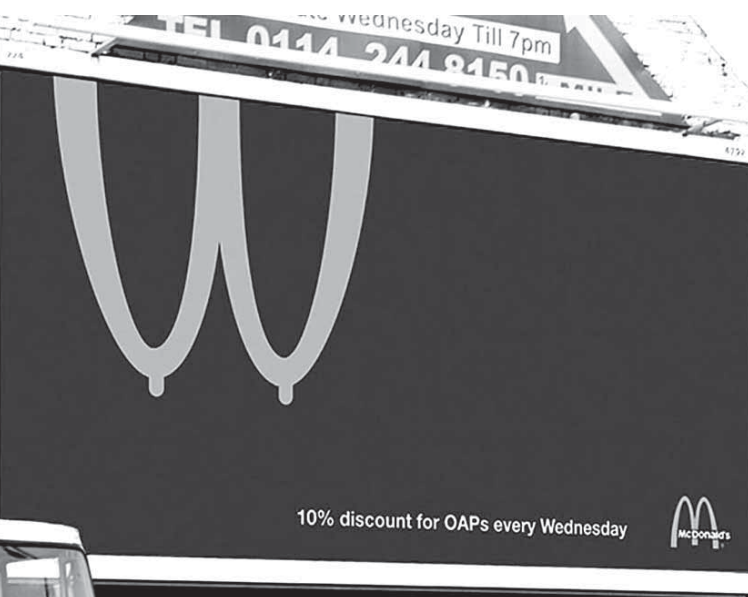
Napady na bank, włamania, oszustwa, porwania dla okupu, itp. Skąd my to znamy? Z kina i literatury oczywiście. Już się nawet nie zastanawiamy nad sformułowaniem „zorganizować pieniądze” lub „pozyskać środki”. Zawsze było jasne, że pieniądze można zapracować, odziedziczyć, dostać lub ukraść. Że autorem i właścicielem jakiegoś pomysłu może być konkretna osoba. Niestety, często kradzież czyichś dóbr, praw autorskich lub pomysłów jest przedstawiana w mediach jako spryt i zaradność życiowa. Ilu z nas ma w komputerach legalnie zakupione oprogramowanie z licencją? Tak, tak, również te programy do edycji zdjęć, filmów, muzyki, itp. A ściąganie zdjęć, muzyki, filmów, meczów sportowych, to wszystko mamy zakupione czy kradzione z serwerów kolejnych złodziei? O korupcji w sporcie i nie tylko, nie wspominając. Natomiast gdy sięgniemy do historii i polityki to przykłady będą większego formatu. Tutaj mamy kradzież patentów, dzieł sztuki, paliw kopalnych lub po prostu czyjejś ziemi. A pamiętamy św. Łukasza: „Kto w drobnej rzeczy jest wierny, ten i w wielkiej będzie wierny; a kto w drobnej rzeczy jest nieuczciwy, ten i w wielkiej nieuczciwy będzie”.



Promocja aborcji 2017 r.

VIII. Nie mów fałszywego świadectwa przeciw bliźniemu swemu

Wszystko, co opiera się na fałszu i obłudzie, jest tymczasowe. Nigdy nie utworzy trwałych wartości. Tymczasem właśnie takie jest główne narzędzie reklamy. Kłamstwo potrafi przekreślić wolność i godność człowieka. W filmach i programach informacyjnych ciągle oglądamy firmy szpiegujące, detektywistyczne oraz sprzęt do podsłuchów, do podglądania - teleobiektywy, zdjęcia satelitarne, drony. Czasami wszystko tylko po to, aby wygenerować fałszywy obraz polityka, biznesmena, lub po prostu swojego rywala. Kompromitacja w oczach ludzi na zamówienie. Nie wspomnę o płatnych, nieuczciwych tłumaczach w spotkaniach biznesowych lub dyplomatycznych. Nawet krąży już taka sentencja: „Gafa jest wtedy, gdy polityk mówi prawdę”. Reklamą i mediami powinni zajmować się ludzie uporządkowani wewnętrznie. Jeszcze niedawno, według starej ustawy, w reklamach mogło być zawarte tylko 30 proc. prawdy i zgodności z rzeczywistością. Reszta mogła być fikcją, czyli fałszem, a właściwie kłamstwem. Od kilku lat działa już ustawa o ochronie praw konsumenta. Jednak wciąż jest to dziedzina, w której manipuluje się bez umiaru. Osobny temat, to reklama dla dzieci. Maskotki, bohaterowie bajek, pokemony lub słynny wiatraczek z szóstkami. Reklama dla dorosłych jest kierowana również poprzez dzieci. To one „kupują” samochody, meble, domy i wybierają miejsca wakacji. Manipulacji jest wiele. Do reklama-



W każdą środę rabat dla starców

my tanich i niskiej jakości produktów wykorzystuje się muzykę klasyczną, aby sztucznie nadać towarowi wyższą jakość. Ludzie zaczynają poważniej traktować to, co jest w mediach niż to co jest w Ewangelii.

W poprzednim ustroju w Polsce też miały miejsce manipulacje. W ramach zastępowania Boga komunizmem, czerpano garściami z tradycji Kościoła. Przecież wiemy, że zły niczego nie potrafi stworzyć, może tylko naśladować, okłamać lub okraść. Na 1 Maja przerabiano więc melodie pieśni maryjnych z innym tekstem na komunistyczne. Gołębicę, symbol Ducha Świętego, szybko zmieniono 22 Lipca na gołębia pokoju. Manipulacje trwają do dzisiaj. Tęcza – symbol Bożego Przymierza jest wykorzystywana przez środowiska LGBT. Natomiast Oko Opatrzności (*w hebrajskim oku oznacza to samo co źródło, dlatego mówi się oczko wodne*) w trójce – symbolu Trójcy Świętej, jako przywłaszczony symbol masonów. Nawet osioł, chociaż to mądre zwierze, stał się symbolem głupoty, bo Maryja i Pan Jezus używali go do transportu.

IX. Nie pożądam żony bliźniego swego

Kim jest bliźni? To grecki rzeczownik *plesion*, który oznacza osobę bliską, należącą do tej samej wspólnoty sąsiedzkiej lub rodowej. A także przybysz. Jeśli zatem pożądanie skierowane jest na żonatego/mężatkę z sąsiedztwa, osiedla, miejsca pracy - to pewne, że będzie ono wcześniej czy później źródłem konfliktu. To samo dotyczy gościa lub gospodarza przebywających blisko siebie. A właśnie na takim pożądanym często oparte są filmy lub literatura. Po co kobiety i mężczyźni, jadąc do pracy przywiązują aż taką wagę do swojego wyglądu? Czy to leży w zakresie obowiązków zawodowych? Czyżby poza domem szukali potwierdzenia swojej biologicznej atrakcyjności? Po co te prowokacje optyczne? Czy zapomniano już o starej zasadzie handlowej, że ekspedientka nie może lepiej wyglądać od klientki? Czy nie lepiej ten potencjał zachować dla ukochanej osoby w domu i bardziej skupić się na pracy? I znów odpowiedź tkwi w reklamach i mediach, które kreują nieustanne napięcie erotyczne w codziennym wizerunku i zachowaniu człowieka.

X. Ani żadnej rzeczy, która jego jest

Jedną z motywacji zakupu reklamowanych towarów jest zmuszanie do posiadania tego co ma sąsiad, a nawet do pożądanego tego. Nasze pragnienie przynależności do grupy jest tak silne, że nie chcemy odstawać, nie chcemy czegoś nie mieć. Dlatego często w reklamach jest wywoływany efekt ukrytej zazdrości o to, co mają inni.

Andrzej Karpiński

Przebieg prac renowacyjnych (5)

Polichromia w kościele

Po świętach wielkanocnych zostały zakończone prace renowacyjne w prezbiterium kościoła, z wyjątkiem małych pomieszczeń bocznych. W pomieszczeniu przy zakrystii trwa konserwacja techniczna, polegająca na wykuciu starych przewodów elektrycznych oraz łat cementowych. Podczas tych prac poszerzono klinowo istniejące pęknięcia.

Poddane konserwacji estetycznej zostały dwie postaci: Matki Bożej Bolesnej i św. Jana Ewangelisty, będące elementem pierwotnego, malowanego iluzjonistycznie ołtarza (zostały one zamalowane w latach 70-tych XX wieku).

Konserwatorzy kontynuują odsłanianie pierwotnej polichromii na ścianie zachodniej (fasadowej) kościoła. Są tam dwie sceny figuralne przedstawiające sąd Jezusa przed Piłatem i Jezusa upadającego pod krzyżem.

Do końca kwietnia zaplanowano zakończenie prac przy odsłanianiu pierwotnej dekoracji malarskiej w całym kościele, w tym zdjęcie dwóch warstw prze-malowań z lat 70-tych XIX i XX wieku, aby zrekonstruować pierwotną polichromię.

Przez cały czas trwają prace przy scalaniu kolorystycznym odsłoniętej polichromii w pierwszym i drugim przęśle świątyni.

Elewacja frontowa kościoła

Po przerwie zimowej, po świętach wielkanocnych wznowiono prace konserwatorskie przy fasadzie kościoła. Obejmują one następujące czynności: wzmocnienia strukturalne kamieni, zbrojenia kamienia w miejscach powstałych ubytków i uzupełnianie ubytków z dostosowaniem do naturalnej faktury kamienia. Docelowo wszystkie miejsca, gdzie wystąpiły ubytki, zwłaszcza w miejscach większych zniszczeń, zostaną zrekonstruowane masą kamienną oraz flekami kamiennymi. Następnie cała elewacja zostanie uzupełniona spoiną.

Do połowy maja w planie jest odnowienie górnej części elewacji. Składa się na to żmudna praca wykonawców. Praktycznie bowiem każdy cios kamienny wymaga obróbki, czyli nałożenia kitów, wyprowadzenia fraktury i ujednolicenia kolorystycznego.

o. Patryk Jankiewicz