

SEKSUALNOŚĆ I EROTYZM W MEDIACH

Zbigniew Wróblewski – Andrzej Lipczyński

Streszczenie

W większości mediów tak państwowych jak i komercyjnych często pokazuje się erotykę, kreowaną na wiodącą wartość w życiu człowieka. Media mówią o erotyce dużo w różnych zestawieniach ale niewiele o obowiązkach i odpowiedzialności. Erotyka ukazywana jest jako sposób na życie, zabawa, rzecz zagadkowa, powab, czar jednym słowem jako przygoda. Niestety często zapomina się o ważnej formie a mianowicie o miłości. Miłość w przekazie medialnym ukazywana jest jednowymiarowo. Obecnie kultura masowa propaguje wolność seksualną, eliminuje poczucie wstydu i intymności która wiąże się ze sferą erotyzmu, jednocześnie oddziela sex od miłości. Wielu młodych ludzi oswaja się z proponowaną im wizją i uznaje takie zachowania za normalne. Nasycenie współczesnych mediów erotyką i seksem w połączeniu najczęściej z przemocą i agresją, uczy odbiorców braku odpowiedzialności w tej sferze życia, niszczy intymność a także może prowadzić do przemoc seksualnej i perwersji. Zbyt mało mówi się i pisze o wpływie mediów na proces dojrzewania seksualnego nastolatków. Młodzież zostaje niejednokrotnie w celowy sposób zachęcona do podjęcia współżycia seksualnego. Przekaz medialny nie może służyć na rozbudzeniu popędów seksualnych, ale musi ukazywać całość człowieczeństwa. Każdy twórca przekazu medialnego powinien pamiętać że przekazywane idee i treści mają szeroki rezonans społeczny, dlatego w poczuciu odpowiedzialności powinien tak tworzyć przekaz aby nie zniekształcać obrazu miłości. Tylko prawdziwy obraz miłości można właściwie połączyć z seksem i prokreacją aby stał się on dobrym sposobem na wychowanie młodego człowieka (odbiorcy przekazu medialnego).

Słowa kluczowe

seksualność – erotyzm – miłość – odpowiedzialność

W współczesnych mediach, tak komercyjnych, jak i państwowych, często emitowana jest erotyka. Dotyczy to rozrywki, reklamy, filmu jak również programów edukacyjnych i czasopism. Erotykę w tych przekazach, niewiadomo dlaczego, kreuje się na wiodącą wartość w życiu człowieka. Znakomita większość ludzi odbiera przekaz medialny w sposób bez troski, lekki i niezobowiązujący, a powinna wykazać się dużą odpornością na rzeczywistość ze wszystkich stron podszytą erotyką (Wojciechowski, 1998).

Wątki erotyczne w reklamie obecne były prawie zawsze i należą do najsukcesowniej- szych bodźców jakimi dysponują masmedia. Wątki te pojawiają się w sposób bardzo jawny jak i mniej widoczny, nie są od nich wolne w zasadzie żadne reklamy. Erotyka w reklamie przybiera różnorodne formy od niewinnego erotyzmu dziecięcego, przez miękką erotykę aż po mocne, często wulgarne lub niesmaczne żarty (tamże, s. 91).

Interesującym zjawiskiem są reklamy z wirusem komputerowym pojawiające się najczęściej w Internecie. Do takich reklam należą te, które przygotowane są głównie do ekspozycji w Internecie w celu jego uszkodzenia (Aftański, 2004).

Inną dziedziną, która wzbudza poważne kontrowersje wśród osób dorosłych, jest dostępność czasopism pornograficznych i erotycznych, szczególnie dla osób niepełnoletnich. Jednak najsilniej oddziałuje na społeczeństwo obraz filmowy i telewizyjny. Według Karla R. Poppera lansowany przez telewizję populizm, oferując publiczności coraz gorsze programy, które akceptujemy tylko dlatego, że zawierają sporą dawkę erotyki. Zupełnie innym medium za pomocą którego wyrażano treści erotyczne są sztuki plastyczne (Krajewska, 2004). Erotyka w sztuce zmieniała się wraz z epokami ale nigdy nie oddaliła się od idei ukazywania płciowości człowieka jako istotnego fragmentu jego życia. Niestety i w tej dziedzinie artystycznej zdarzają się kontrowersyjne tematy. W mediach często poważne sprawy przedstawione są w sposób upodabniający je do zabawy lub w sposób komiczny.

O erotyce mówi się dużo. Niestety, mówiąc o erotyce i seksualności, dość mało miejsca poświęca się obowiązkom i odpowiedzialności z nią związanych. Jak ma się odnaleźć młody człowiek w przeerotyzowanym medialnym świecie? Gdzie szukać ma fundamentów i kluczowych wartości dla swojego życia? (Dyś, 2006).

WPLYW MEDIÓW NA DZIECI I MŁODZIEŻ

Kontakt z erotyką w mediach wpływa na sferę osobistych przeżyć młodego odbiorcy. Często łączy się to z obszarem obyczajowości seksualnej, z problemem nagości, pocałunków, pieszczot. W środowisku młodzieżowym erotyce towarzyszy aura tajemniczości, a wiedzę o niej czerpią z filmów, czasopism, literatury oraz z Internetu. Erotyka oglądana przez młodzież ma wpływ na późniejsze postrzeganie ludzkiej seksualności. Oswajanie dzieci i młodzieży ze słownictwem i pojęciami warsztatowego seksu niweluje bariery wstydu, przenosząc miłość ze sfery duchowej do sfery fizjologicznej polegającej na zaspokojeniu własnych potrzeb (tamże, s. 210; Izdebska, 2000). Młodzież chętnie ogląda filmy i programy zawierające treści erotyczne i czerpie z nich modele swojego zachowania w sytuacjach intymnych. Obraz odbieranych treści erotycznych egzystuje w mentalności młodego widza i miesza się z tym, co jest, a tym, co mogło by być (Aftański, 2004). Erotyka staje się dziedziną młodzieżowych marzeń i fantazji, jest to zjawisko naturalne i rozwojowe. Być może negatywny wpływ mediów na rozwój funkcji poznawczych dzieci spowodowany jest ekspozycją świata brutalnego nasyconego wojnami, głodem, nieszczęściami wielu ludzi, którym nie są w stanie pomóc. Wywołuje to upadek wartości i autorytetów, znieczulenie na ludzkie cierpienie i ból. Media zachęcają do lekkich rozrywek, seksu, używania tytoniu i alkoholu. Powoduje to wzrost zainteresowania seksem, alkoholem i narkotykami. Wpływ mediów jest szczególnie widoczny w zachowaniu dzieci, okazywaniu emocji i zachowań negatywnych takich jak

złość, strach, gniew, smutek, agresja. Nasilenie częstotliwości pojawiania się takich emocji spowodowane jest brutalnością i przemocą pokazywaną w mediach. Obcowanie z mediami nie wpływa też pozytywnie na kontakty między rówieśnikami, które są ograniczane się do minimum, a odbywają się z reguły w środowisku szkolnym. Obecny rozwój mediów niesie ze sobą łatwość dostępu do treści erotycznych w szczególności Internetu, w którym erotyka jest ogólnie dostępna. Badania wykazują że 71 % młodych ludzi spędza przy komputerze około 3 godzin dziennie w tym 37 % więcej niż 4 godziny (Wojciechowski, 1998).

W telewizji oprócz scen przemocy, zbyt dużo miejsca poświęca się scenom erotycznym bez głębszego, wprowadzającego klimatu. W Internecie natomiast jest dużo więcej obrazów, linków o treści pornograficznej twardej hetero, homoseksualnej i dewiacyjnej (patologicznej). Częste korzystanie z pornografii może powodować stan nieustannego pobudzenia seksualnego i zainteresowania seksem biologicznym pozbawionym uczucia. Może to prowadzić do zaburzeń rozwoju psychospołecznego i wczesnej inicjacji seksualnej a także do zachowań dewiacyjnych. Z badań M. Wojciechowskiego wynika, że przychylni czysto fizycznej erotyce są przeważnie chłopcy, natomiast dziewczęta wiążą przeżycia erotyczne z uczuciem i miłością (tamże, s. 80).

Rola rodziców w uświadomieniu seksualnym młodzieży jest znacząca powinna polegać na kreowaniu określonych wartości na płaszczyźnie własnej rodziny, wartości powszechnie uznawanych i respektowanych w danym środowisku społeczno-kulturowym.

WYCHOWANIE SEKSUALNE W OPARCIU O MEDIA

Kultura medialna w dużej mierze nastawiona jest na konsumpcyjny styl życia, na czerpanie z niego maksimum przyjemności, zadowolenia i satysfakcji. Wizerunek młodego człowieka, jaki jest kreowany przez media to: bycie pięknym i bogatym we wszystko co jest możliwe. Jak można zmienić utarte stereotypy i jak właściwie przysposobić młodego człowieka do odbioru mediów? (Brudzewski, 2004). T. Zasępa (2000, s. 244) uważa, że celem wychowania moralnego do odbioru przekazów medialnych są:

1. Nauczenie młodego odbiorcy medialnego języka audiowizualnego i estetycznych skojarzeń.
2. Uwrażliwienie młodego człowieka na treści moralne w kulturze środków masowego przekazu i dokonanie osobistej oceny moralnej treści programów.

Młody człowiek którego seksualność dopiero się kształtuje oglądając treści bezpośrednio erotyczne lub erotyką zabarwione, w szczególności reklamy wpływają na przeświadczenia, że ciało i seks są takimi samymi towarami jak chleb czy ubrania. Może to przynieść niepożądane skutki w umysłach odbiorców przed rozpoczęciem współżycia seksualnego którzy nie będą potrafili nawiązać więzi psychicznej z partnerem. Może pojawić się przeświadczenie, że można przeżycia seksualne kupić i wykorzystać. Można

sporo dyskutować na temat erotyki w przestrzeni medialnej ale są dwa pola widzenia tej sprawy: jedni odwołują się do wartości moralnych drudzy kładą nacisk na hedonizm i wolność (tamże, s. 245). Niestety taka postawa do niczego nie prowadzi i jest po prostu błędna, główną osią dyskusji powinno być dobro społeczne, właściwie ukształtowany kręgosłup moralny.

Odkładając wątki etyczne na bok należy zastanowić się nad tym, czy obecność seksualizmu w przekazach medialnych jest społecznie korzystna, czy też nie. Młodych ludzi powinno nauczyć się właściwego rozumienia pojęcia miłości, powinni się tym zająć rodzice których rola w wychowaniu jest niezastąpiona i jest to ich obowiązek a także osoby, które mogą podejmować działalność wychowawczą w tym zakresie. Powinni oni nauczyć mądrego i właściwego korzystania z mediów. Niestety edukacja seksualna staje się często tylko instruktażem z dziedziny fizjologii i co najwyżej psychologii w odniesieniu do ludzkiej seksualności (tamże, s. 243).

Zupełnie inaczej, szkodliwie ukazana jest seksualność w mediach. Otóż, im więcej partnerów seksualnych tym bogatsza osobowość, więcej radości i satysfakcji w życia (Prajzner, 2004, 6 – 9). Medialnie oddzielono seks od małżeństwa i rodzicielstwa, a odpowiedzialność w tym zakresie sprowadza się do nałożenia prezerwatywy i używania środków antykoncepcyjnych. Działania takie mają na celu uświadomienie, że seks nie ma żadnych konsekwencji jeśli podejmie się właściwe środki zabezpieczające (Sikorski, 2000). W takim obrazie gubi się prawdziwe znaczenie ludzkiej płciowości. Tylko działania wychowawcze, wolne od płytkich technik i instruktażu antykoncepcyjnego, pomagają młodzieży w odnalezieniu ideałów, ukierunkują kształtowanie właściwego obrazu miłości, umożliwiają właściwą integrację wszystkich wymiarów osobowości (tamże, s. 26). Właściwe wychowanie seksualne wymaga, aby rodzice i wychowawcy dostrzegli w każdym człowieku, niezależnie od płci i wieku jego godność. Aby pokazali młodemu człowiekowi, że seks powinien iść w parze z miłością, dlatego pytanie o istotę miłości i poprawne jej ukazywanie nabiera w naszych czasach niezwykle ważnego znaczenia (Dyś, 2006).

OBSERWACJA ŻYCIA SPOŁECZNEGO I ETYCZNEGO W OPARCIU O MEDIA

Media ukazują miłość tak, jak chcą, między innymi jednowymiarowo., Mogą i wychowują młodego człowieka w oparciu o modę i reklamę. Ulega się wrażeniu że człowiek ma jedną rolę do spełnienia, a mianowicie rolę konsumenta. W obecnej kulturze masowej panuje tzw. wolność seksualna, eliminuje się poczucie wstydu i intymności związane ze sferą erotyzmu, odrywając seksualność od miłości i prokreacji, prokreację od małżeństwa, małżeństwo od wierności (Pindera, 1999).¹ Odpowiedzialność i wier-

1 W polskiej telewizji państwowej i komercyjnej bardzo często spotyka się afirmacja modelu związków partnerskich heteroseksualnych.

ność ukazuje się jako rzeczy bezwartościowe i przestarzałe. Życie seksualne oddziela się od intymności i prywatności poprzez popularyzację pornografii. Propagowanie na forum mediów panseksualizmu powoduje że młody człowiek oswaja się z proponowaną mu wizją i w końcu uznaje takie zachowania za normalne. Maciej Hłowiecki – pisze, że ten wpływ uwidacznia się głównie w myśleniu, uczuciach i zachowaniu ludzi (Lepa, 1999).

We współczesnych mediach erotyka i seks ukazywane są najczęściej w połączeniu z agresją i przemocą. Prowadzi to najczęściej do braku odpowiedzialności, niszczenia intymności a w skrajnych przypadkach do perwersji i przemocy seksualnej (Lipczyński, 2009, s. 98).

W efekcie tego zjawiska śmiało można powiedzieć, że występuje tu uczuciowe znieczulenie i powierzchowność. Młodzi ludzie naśladują zachowania seksualne oglądane na ekranie. Oglądając film, niespodziewanie pojawia się spot reklamowy, niedawno jeszcze określany jako soft porno, podobnie w teledyskach gdzie większość z nich ma ukrytą konotację seksualną lub erotyczną. Niekiedy przypominają one reklamę luksusowych domów publicznych. Podobnie z pismami, których okładki nie pozostawiają żadnej wątpliwości jakie treści one zawierają. A przecież są one wystawione prawie w każdym sklepie więc młodzież i dzieci mają do nich dostęp (Gajewska, 2006). Ulegając wpływowi pornografii młodzież ulega przekonaniu o jej normalności i przestaje na nią właściwie reagować. W prasie i mediach mało pisze się i mówi o wpływie telewizji na proces dojrzewania seksualnego nastolatków (tamże, s. 15). Spory wpływ na to ma dostęp do pornografii zarówno w prasie jak i Internecie. Oglądanie pornografii ma spory wpływ na późniejsze postrzeganie seksualności (Lipczyński, 2009, s. 99). Można zaobserwować liczne grupy społeczne uznające wpływ pornografii za demoralizujący, natomiast jej ograniczenie uważa się za niedopuszczalną cenzurę.

W prawie polskim istnieje tzw. martwy przepis i nie do końca wiadomo, co jest a co nie jest pornografią, dlatego można ją bez przeszkód rozpowszechniać.

Często problematyka prokreacji przedstawiana jest w sposób uwłaczający, zawierający wulgaryzmy i poniżania człowieka. Macierzyństwo staje na drodze do kariery i wygodnego życia. Zbyt mało jest pozytywnych treści jednoznacznie mówiących o miłości i seksie, używając serdecznych i powściągliwych słów, które zbliżają ludzi do siebie. Media zbyt dużo uwagi przywiązują do ciała, promowania młodości, sprawności i piękności. Wytwarzają w młodych ludziach niewłaściwy obraz człowieka. Deprecjonują zasady moralne, odpowiedzialność, duchowość. Z chwilą gdy młody człowiek da się ponieść takiemu wizerunkowi staje się uzależniony od używania życia i seksu, patrzy przez ten pryzmat na otaczającą go rzeczywistość. Akceptowanie wolności wyboru nastolatków świadczy o ignorancji w zakresie psychologii rozwojowej, gdyż młody człowiek nie posiadający wystarczającej wiedzy o życiu nie jest w stanie poprawnie zinterpretować i zanalizować informacji, które mu się podaje (Dyś, 2006).

CELE PRZEKAZU MEDIALNEGO

Przekaz medialny w sferze seksu nie może polegać jedynie na rozbudzaniu popędu seksualnego i zainteresowaniu ciałem, ale musi przekazać całość człowieczeństwa. Powinien uczyć poprawnych wartości, konsekwencji i odpowiedzialności za swoje czyny, nie może być skandalizujący, wypaczający obraz człowieka. Dopiero taki wizerunek miłości można we właściwy sposób połączyć z seksem. Sporo powinno się mówić o takim obrazie miłości, aby oddzielić ją od konsumpcyjnego seksu.

W dobie rozwoju mediów zachodzi konieczność wprowadzenia do szkolnictwa edukacji medialnej. To właśnie media mają olbrzymi wpływ na styl życia, może stać się uzależnieniem. W niedalekiej przyszłości uzależnienie od mediów może stać się problemem społecznym. Na specjalne podkreślenie zasługuje interdyscyplinarny charakter wychowania do seksualności. Nie da się przedstawić ludzkiej seksualności w wymiarze fizycznym nie uwzględniając wymiaru psychologicznego, religijnego i duchowego (tamże, s. 211). Twórcy przekazu medialnego powinni pamiętać że idee i treści jakie przekazują odbijają się szerokim echem w społeczeństwie.

Przekaz medialny powinien ukazywać prawdziwy obraz miłości nie zniekształcając jej. W tym wszystkim nie wolno zapomnieć że miłość jest motorem napędowym życia człowieka i w połączeniu z seksem i prokreacją stanowi spełnioną całość. Przeglądając prasę i oglądając telewizję nie możemy oprzeć się wrażeniu, że jesteśmy świadkami celowego eksperymentu, w którym wykorzystując różnego rodzaju środki nakłaniania się nas do przeskoczenia z dotychczasowej epoki” około seksualnego tabu kulturowego ”do epoki ograniczonego zakazu, pełnego przyzwolenia permisywności seksualnej. Odnosimy wrażenie, że lansowaną niegdyś idee miłości zastąpiono dzisiaj równie zwodniczą wizją seksu bez miłości, coraz powszechniejszą w naszej kulturze. Medialna erotyzacja naszego społeczeństwa jest niezaprzeczalnym wyróżnikiem czasu przemian dokonujących się w naszym społeczeństwie od kilku lat. Wywiera to wpływ na życie społeczne i indywidualne, a także - a może przede wszystkim na nasze życie wewnętrzne.

LITERATURA

- Aftański, A.: Edukacja humanistyczna wobec zagrożeń technologii medialnych. *Wychowanie na co dzień*, 2004, 7-8, s. 37 – 40.
- Brudzewski, J.: 30 minut przeciwko manipulacjom, czyli jak nie dać sobą manipulować. Katowice: Kos 2004, s. 88 – 90.
- Dyś, M.: Seksualność i erotyzm w przekazie medialnym. *Zeszyty Społeczne KIK*, 2006, 14, s. 209 – 218.
- Gajewska, B.: Mass media a młody odbiorca. *Wychowawca*, 2006, 9, s. 14.
- Izdebska, J.: Dominacja mediów w środowisku wychowawczym dziecka. *Edukacja*, 2000, 1, s. 29 – 38.
- Krajewska, B.: Funkcja telewizji w świetle literatury i badań empirycznych. *Wychowanie na co dzień*, 2004, 4-5, s. 21 – 23.
- Lepa, A.: *Pedagogika mass mediów*. Katecheta, 1999, 7-8, s. 114.

- Lipczyński, A.: Zespół stresu pourazowego: Przemoc seksualna. Chełm: 3A Drukarnia 2009, s. 98.
- Pindera, P.: Telewizja ryzykowny wychowawca. *Nauczyciel i Szkoła*, 1999, 2, s. 14 – 19.
- Prajzner, E.: Społeczeństwo edukacyjne i edukacja medialna. *Wychowanie techniczne* 2004.
- Sikorski, W.: Edukacja filmowa jako forma minimalizowania negatywnego wpływu ekranowej przemocy. *Opieka, Wychowanie, Terapia*, 2000, 2, s. 23 – 27.
- Wojciechowski, M.: Erotyka w mediach – szansa czy zagrożenie dla rozwoju młodego pokolenia? *Edukacja*, 1998, 2, s. 77 – 90.
- Zasępa, T.: *Media człowiek społeczeństwo. Doświadczenia europejsko-amerykańskie*. Częstochowa: Święty Paweł 2000, s. 244.

**Mgr. Andrzej Lipczyński, Dr.
Zbigniew Wróblewski**

Wyższa Szkoła Stosunków Międzynarodowych i Komunikacji Społecznej
Chełm
Polska

a.lipczynski@psychiatria.pl