

Διασπορά αντιχριστιανικών ειδήσεων από τα ΜΜΕ

/ [Πεμπτούσια](#)



Η μελέτη του Δρ. Αθ. Κολιοφούτη (προηγούμενο άρθρο: www.pemptousia.gr/?p=66190), για τις μορφές της αντιχριστιανικής προπαγάνδας που ακολουθείται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, προχωρά με παράθεση μεθόδων αντιχριστιανικής δυσφήμισης από τα ΜΜΕ.

Το Σεπτέμβριο του 2012 στα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης εμφανίστηκαν πολλές αναφορές σε επικείμενη δημοσίευση μελέτης της καθηγήτριας πρώιμης Εκκλησιαστικής Ιστορίας του Πανεπιστημίου του Harvard Karen King, σε τεύχος του έγκριτου θεολογικού περιοδικού «Harvard Theological Review». Το άγνωστο σπάραγμα παπύρου στα αρχαία κοπτικά, το οποίο επρόκειτο να εκδώσει η καθηγήτρια, περιελάμβανε τη φράση «ο Ιησούς τους είπε, η γυναίκα μου...», φράση η οποία αν απομονώνονταν, όπως και συνέβη τελικά, θα μπορούσε να οδηγήσει τους χριστιανούς σε επικίνδυνες υπερπαλουστεύσεις και παρερμηνείες. Ας μην ξεχνάμε ότι η γενίκευση και η υπεραπλούστευση αποτελούν πάγιες τεχνικές της προπαγάνδας.



Πηγή:<http://eofdreams.com/>

Το θέμα προβλήθηκε με τέτοιο τρόπο από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, ώστε να δημιουργήσει σύγχυση επί του θέματος. Η πιθανότητα ύπαρξης γυναίκας του Κυρίου δεν αποκρούστηκε κατηγορηματικά, ούτε καταβλήθηκε προσπάθεια να κληθούν ειδικοί επιστήμονες σε τηλεοπτικές εκπομπές, η να φιλοξενηθούν τα άρθρα τους στα έντυπα μέσα ενημέρωσης, ώστε να επιτευχθεί η αποσαφήνιση του θέματος. Οι παρατηρήσεις της ίδιας της ερευνήτριας δεν προβλήθηκαν, ούτε αξιολογήθηκαν επιστημονικά, τουναντίον παρερμηνεύτηκαν. «Για να αντιληφθούμε την έννοια της απλούστευσης και του κινδύνου να ασχοληθεί κάποιος με αντικείμενο που δεν γνωρίζει αρκεί να ρίξουμε μια ματιά στις δημοσιεύσεις του διεθνούς τύπου, όπου, αν και στο σπάραγμα δεν γίνεται καμία αναφορά, ήδη έχει προστεθεί δίπλα στο κείμενο του παπύρου και το υποτιθέμενο όνομα της συζύγου του Κυρίου, την οποία, πέρα από κάθε επιστημονική δεοντολογία, ταυτίζουν με την Αγία Μαρία τη Μαγδαληνή»[58].

Η αποσιώπηση της αλήθειας σχετικά με την εκκλησιαστική περιουσία αποτελεί ένα ακόμα ενδεικτικό τεκμήριο της προσπάθειας των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης να διαβρώσουν την αλήθεια. Περί του θέματος έχουν λεχθεί και γραφεί πάμπολλα πράγματα, τα οποία μπορεί κανείς να ανασύρει από τη βιβλιογραφία. Θα επιλέξουμε μια επιστολή του σεβασμιωτάτου μητροπολίτη Μονεμβασίας και Σπάρτης κ. κ. Ευστάθιου στο Γενικό Γραμματέα Θρησκευμάτων του Υπουργείου

Παιδείας, η οποία εστάλη στις 17 Ιουλίου 2012 και η οποία αφορά στο θέμα της εκκλησιαστικής περιουσίας[59]. Ο μητροπολίτης επισημαίνει ότι «ο λαός μας συνεχίζει να ομιλεί περί αμύθητης εκκλησιαστικής περιουσίας », ενώ το Υπουργείο σιωπά και δεν διακηρύσσει ευθέως την αλήθεια, ότι δηλαδή « η Εκκλησία μας σε δύσκολες στιγμές έδωσε χάρη του εμπερίστατου λαού το 96% της περιουσίας της ».

Η διακίνηση ψευδών ειδήσεων συντηρείται, κατά το μητροπολίτη, και από την παραπληροφόρηση ότι η Εκκλησία δεν πληρώνει τους προβλεπόμενους φόρους, ενώ « η Εκκλησία πληρώνει όλους τους φόρους που πληρώνουν και όλα τα άλλα Νομικά Πρόσωπα ». Ενώ όμως, συμβαίνει αυτό, αποκρύπτεται, ενώ ταυτόχρονα αποσιωπείται ότι « φόρους δεν πληρώνουν οι Αιρετικοί της Ελλάδος και οι Μουσουλμάνοι της Χώρας μας ». Ο μητροπολίτης περατώνει την επιστολή του με ένα υπονοούμενο: Μιλάει για « τις οχλήσεις όλων εκείνων που ευρίσκουν ευκαιρία να χύνουν το δηλητήριο της ψυχής τους στ' αυτιά ευτυχώς προς το παρόν και όχι στις καρδιές των Ελλήνων πολιτών », υπονοώντας μεταξύ των άλλων παραγόντων και την παραπληροφόρηση που συντελείται από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

3. Θα μπορούσαμε να επικαλεστούμε πλήθος παραδειγμάτων που επιβεβαιώνουν με κατηγορηματικό τρόπο την προσπάθεια των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης να εξυπηρετούν τη διασπορά ψευδών ειδήσεων η μισών αληθειών για το μυστήριο της Εκκλησίας. Οι απόψεις δημοσιογράφου της έγκριτης εφημερίδας « Το Βήμα », ο οποίος σε άρθρο του σχετικά με τη διακριτότητα των ρόλων Εκκλησίας και Πολιτείας σχολιάζει το «παράδοξο των παραγωγικών πανεπιστημιακών θεολογικών σχολών»[60], όταν είναι γνωστό τοις πάσι πως τμήματα θεολογικών σπουδών υπάρχουν σχεδόν στο σύνολο των κρατικών πανεπιστημίων του κόσμου η αναφορά του στο « μονόπλευρα και μαχητικά « κατηχητικό » μάθημα των θρησκευτικών, που βρίσκεται σε πλήρη αντίθεση με τα όσα λέει το Σύνταγμα για τις ελευθερίες μας», αποτελούν προσπάθειες των προπαγανδιστών να πλήξουν εμμέσως και περιφερειακώς, πλην όμως σαφώς, το μυστήριο της Εκκλησίας.

Σε μια εποχή κατά την οποία νέες ψηφιακές μορφές έκφρασης έρχονται να συμπαραταχθούν στη ήδη κρατούσα δύναμη της τηλεόρασης, που συνεχώς επιβεβαιώνει την επικοινωνιακή της δύναμη, η τέχνη αναδεικνύεται σε μια κλασική μορφή αντιχριστιανικής προπαγάνδας. Σήμερα γίνεται αποδεκτό πως ο ρόλος της τηλεόρασης, του κινηματογράφου, του θεάτρου, των πολυμέσων και του διαδικτύου μπορεί να προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες κοινωνικής μάθησης και αισθητικής καλλιέργειας στους θεατές τους και ειδικότερα στους ανήλικους θεατές τους.

Η αισθητική παιδεία, την οποία καλούνται να υπηρετήσουν οι μορφές τέχνης που

προβάλλονται από τα παραπάνω μέσα, μπορεί να συμβάλλει σε μια ρεαλιστικότερη πρόσληψη της πραγματικότητας, σε μια κοινωνική νοημοσύνη, την κοινωνιογνωσία, γεφυρώνοντας τις γνώσεις των ανηλίκων με τις εμπειρίες του έξω-τηλεοπτικού, έξω - κινηματογραφικού η έξω - θεατρικού κόσμου. Οι θεατές μαθαίνουν «να κατανοούν όχι μόνο τις ρητές παραδοχές αλλά και τις άρρητες ιδεολογικές συμβάσεις που υπολανθάνουν στις τηλεοπτικές και κινηματογραφικές ταινίες και να αντιλαμβάνονται τις οικονομικές και κοινωνικές συνιστώσες παραγωγής τους»[61]. Αν λοιπόν, οι φορείς όλων αυτών των μορφών τέχνης υιοθετήσουν αντιχριστιανικά κοινωνικά και ηθικά μοντέλα και τα προβάλλουν στους πρωταγωνιστές των παραστάσεών τους, μπορούν να επιδράσουν με έναν πρωτόγνωρο τρόπο στην μεταβίβαση αντιχριστιανικών μοντέλων κοινωνικής και ηθικής συμπεριφοράς.

Τα τηλεοπτικά πρότυπα είναι πιο ισχυρά διότι κινητοποιούν τους μηχανισμούς της προβολής, της ενδοπροβολής και της ταύτισης των θεατών με τους ήρωες των ταινιών που ενσαρκώνουν συγκεκριμένους ρόλους. Με την παρατήρηση των συμπεριφορών τους προάγεται η κοινωνική μάθηση, πράγμα που σημαίνει ότι μεταβάλλονται και οι συμπεριφορές των ιδίων των θεατών και πολύ περισσότερο των ανήλικων θεατών, οι οποίοι τελικά αποκομίζουν, αφομοιώνουν και αποδέχονται τις συμπεριφορές που αποκομίζουν[62].

Οι τηλεοπτικές διαφημίσεις, που αποτελούν μια ξεχωριστή μορφή προπαγάνδας, για την μελέτη της οποίας επιφυλασσόμαστε στο μέλλον, ενισχύουν καταναλωτικές συμπεριφορές και προβάλλουν κοινωνικές νόρμες αξιοποιώντας επικοινωνιακά την παραπάνω διαδικασία[63]: Τα τηλεοπτικά πρότυπα καλούν τους δέκτες των μηνυμάτων τους να οικειοποιηθούν καταναλωτικές συνήθειες, στις οποίες αντιστοιχούν συγκεκριμένα μοντέλα κοινωνικής συμπεριφοράς. Κατόπιν τούτων συνάγεται ότι αν οι θεατές γίνουν αποδέκτες αντιχριστιανικών μηνυμάτων, τότε ασκούνται μεγάλες επικοινωνιακές δυνάμεις ώστε και οι ίδιοι να δεχτούν τις επιδράσεις και τελικά να αποδεχτούν τμήμα η το σύνολο όλων αυτών των αντιχριστιανικών αντιλήψεων.

[Συνεχίζεται]

[58] <http://e-theologia.blogspot.gr/2012/09/harvard-karen-king.html>.

[59] <http://www.tideon.org/index.php/2012-02-11-18-49-10/2012-02-11-19-15-/3569-2012-08-17-21-21-51>.

[60] http://glotta.ntua.gr/posdep/MME/Sep_2005/2005-09-25_vhma.htm.

[61] Ανδριοπούλου Ε., « Η Κινηματογραφική Παιδεία στην Εκπαίδευση », *Συχνότητες* 10, 1010, 15-20.

[62] Σιούτας Ν., « Τηλεόραση και Παιδική ηλικία », *Επιστημονικό Βήμα* 6, 2006,

σσ. 126-127.

[63] Ζημιανίτης Κ., « Η συμμετοχή της Τηλεόρασης στη Διαμόρφωση της Κοινωνικής Συμπεριφοράς των Παιδιών », *Επιστημονικό Βήμα* 6, 2007, σσ. 193-194.