



## Bayer Zsolt: Lobbikról és szabadságról 2.

2014 június 11. Flag

### Szöveg méret

Mentés

- 
- 
- 

• [0](#)

értékelve

Még nincs

Mérték

A társadalom mindig is tisztában volt azzal, kik a homoszexuálisok, és ebből nekik számottevő hátrányuk nem származott. Világhírű karmesterünk, számos imádott színvészünk volt köztudomású, hogy „homokos”, s ez a tény a legkevésbé sem befolyásolta népszerűségüket.

Igaz, nem is mentek az utcára apácának öltözve, Bibliával a kezükben, szexuális aktust mímelve, és azt követelve, hogy ezért szeressék őket. Az a helyzet, hogy normális emberek a gyerekeik előtt nem szexelnek, és nem is imitálnak szexet. Miért gondolják a homoszexuálisok, hogy ez nekik szabadságukban áll? Ugyanis nem áll. Az általuk hangoztatott liberális axióma szerint a szabadság addig terjed, ameddig nem korlátozza más szabadságát. Már ez sem igaz, de ők ezt a határt is átlélik. Ugyanis a többségi társadalom szabadságát és értékválasztását mélyen sérti ez a viselkedés. Miképpen azt is tudomásul kell venniük a homoszexuálisoknak, hogy két csókolódzó férfi látványa – a többire gondolni sem merek! – igenis undort és ellenszenvet vált ki az emberek döntő többségéből.



S nem kárhoztathatják saját szabadságuk nevében a többséget arra, hogy saját undorát legyőve még azzal is megbirkózzon, hogy mindezt politikailag korrekt módon megmagyarázza kiskorú gyermekeinek. S hogy maguk az érintettek is tisztában vannak a többségi társadalom reakcióival, arra nincs jobb bizonyíték, mint a „melegpropaganda” és „meleglobbi” bibliája, az Amikor a bál véget ér: Hogyan győzi le Amerika a félelmét és a melegekkel szembeni gyűlöletét a kilencvenes években című könyv.

A szerző két, Harvardon végzett marketingszakember, Marshall Kirk és Hunter Madsen.

Ők három fő lépésből álló stratégiát javasoltak a homoszexuális lobbiszámára. Azt állították, hogy ezzel a programmal térdre lehet kényszeríteni a „homofób Amerikát”. Kirk és Madsen első javaslata az volt, hogy a közvélemény előtt „szenzációmentessé” kell tenni a melegkérdést. „A társadalmat el kell árasztani folyamatosan a melegekkel kapcsolatos információval és reklámokkal. Ezeket a lehető legkevésbé provokatív formában kell tálalni, a lényeg az, hogy a heteroszexuálisok »ne tudják elzárni a zuhanyt«, mert így hozzászoknak ahhoz, hogy »állandóan nedvesek«.” A szerzők szerint a homoszexuálisokat hétköznapi emberekként („Mr. Átlagos”) kell ábrázolni, azt sugallva, hogy mindenki környezetében élnek ilyen feltűnésmentes meleg emberek. „Egy ügyes és hatékony médiakampány a melegközösséget ártalmatlan, kedves csoportként tudja elfogadtatni, akik sokoldalúan hozzájárulnak a nyugati társadalom színes és modern jellegéhez” – javasolta Kirk és Madsen. (...)

A melegpropaganda második pillére agresszív taktikát javasolt a homoszexualitás kritikusaival szemben. A szerzők azt javasolták, hogy az ellenséges rádióadások zavarásának a mintájára, folyamatosan „zavarni” kell a melegpropaganda ellenzőinek „az adását”, társadalmi kommunikációját. A célba vett csoportok között különböző felekezetű keresztények, tradicionalisták és minden olyan – akár tudományos – közösség és közéleti személyiség szerepelt, akik bírálták a meleglobbit. „A homogyűlölet képviselőit kapcsoljuk össze a náci rémtettek képével. Mutassuk be őket olyan sötét bűnözőkként, akik készek lennének melegeket lemészárolni, fanatikusan uszítanak, és intoleranciát hirdetnek. Hivatkozunk arra, hogy az ilyen homofób szörnyetegek újra felállítanak a náci koncentrációs táborokat, ahol a melegeket kínozták és gázkamrába küldték” – javasolják a szerzők.

A stratégia harmadik eleme a pszichológiai kampány Amerika „átprogramozására”. Kirk és Madsen azt sürgetik, hogy „az átlagos amerikai érzelmeit, gondolkodását és akaratát folyamatos és jól megtervezett pszichológiai

ostromnak kell alávetni, amelyet a média közvetít országos méretekben”.

A szerzők fokozatosságot javasolnak, hogy a társadalom ne élje át sokszor ezt a propagandát: „Nem szabad a közvéleményt túl korán kitenni a homoszexuális életmód tényleges bemutatásának. Kerülni kell a melegsze bemutatását, és a melegjogokat, amennyire csak lehet, absztrakt társadalmi kérdésként és emberi jogi küzdelemként kell tálalni. Először csak a tevé feje bukkan fel a sátor nyílásában, mert azt mindenki kedveli, a rútabb hátsó fele ráér később!” – teszik hozzá cinikusan a harvardi szakemberek.

Mi ez, ha nem propaganda, lobbizás, még hozzá a legátlástanabb, legaljasabb, legundorítóbb fajtából?

Nos, a tevé fejét már láttuk, és mostanában kezdik megmutatni nekünk a hátsóját is. A melegsze szép lassan betüremkedik a televíziós sorozatokba, és a gyerekeknek szóló animációs filmekbe is. És ez az a pont, ahol az igenis létező és viruló meleglobbi kezdi átlépni a határt. És ennek még lesznek következményei.

Addig is: el a kezekkel a gyerekeinket, és kéretik tiszteletben tartani a többségi társadalom jogait is!

Bayer Zsolt – [magyarhirlap.hu](http://magyarhirlap.hu)

**Tisztelt olvasók!** Legyenek olyan kedvesek és támogassák "lajkukkal" a **Flag Polgári Magazin** facebook oldalát, a következő címen: <https://www.facebook.com/flagmagazin>

- Minden "lajk számít, segíti a magazin működését!

Köszönettel és barátsággal!

[www.flagmagazin.hu](http://www.flagmagazin.hu)



**Ajánló**