

Światopoglądowa reklama na autobusach

19 stycznia 2009

„Boga prawdopodobnie nie ma. Przestań się martwić i ciesz się życiem” – zachęcają brytyjscy ateiści. Włosi odpowiadają dwugłosem. „Tak, Bóg istnieje” – mówią jedni. „Bóg nie istnieje” – zapewniają pozostali. Polacy solidaryzują się – „Wierzysz w Boga – nie jesteś sam”.

Religijna potyczka trwa, a miejscem jej rozgrywania stają się miejskie autobusy. I nie chodzi tu bynajmniej o dyskusje pasażerów. Plakaty reklamujące pewien światopogląd pojawiły się po raz pierwszy w Wielkiej Brytanii. Stały się odpowiedzią ateistów na reklamy religijne.

Na pomysł zorganizowania akcji wpadła dziennikarka Ariane Sherine. Jak się okazało, w ślady angielskich ateistów poszli również ci, mieszkający w Hiszpanii. Plakaty podważające istnienie Boga można zobaczyć również na autobusach czy wagonach metra w niektórych regionach USA.

Akcja oburzyła polskiego księdza Jana Byrta ze Szczyrku, który postanowił zaprotestować przeciwko takiemu postępowaniu. Od świąt Bożego Narodzenia do Wielkanocy, na siedmiu szczyrkowskich autobusach będzie można zobaczyć plakaty „Wierzysz w Boga – nie jesteś sam”. Czy w kraju, w którym przeważają katolicy taka reklama jest potrzebna?

– Trzeba skrajnej naiwności, by sądzić, że reklama taka mogłaby kogokolwiek skłonić do przyjęcia czy zmiany światopoglądu. Według mnie hasła takie, to raczej przekaz skierowany do „swoich”, takie pokrzepiające poklepywanie się po plecach – zarówno w przypadku ateistów, jak i katolików – tłumaczy Bartek Bartkowski z forum ateista.pl.

Dodaje, że taka akcja mogłaby sprawdzić się w przypadku

jakiejś dyskryminowanej grupy społecznej (a zazwyczaj tak ateści, jak i wierzący za takowe grupy się uważają). Byłby to wtedy sygnał dla społeczeństwa, że dana grupa ma prawo istnieć i mówić o swoich przekonaniach.

Akcje ateistów na Zachodzie spotkały się z dużym zainteresowaniem. Zbierają oni pieniądze na kolejne plakaty, po to, by rozszerzyć wpływy swojej działalności.

– Kościół to przede wszystkim ludzie wierzący, którzy pragną sprawić, aby wiara w Boga przekładała się na ich codzienność i wyznaczała określone wartości w życiu. Jeśli chodzi o mnie to popieram wszystkie metody i techniki reklamy, przybliżające Boga i wiarę w Niego ludziom, którzy w dzisiejszych czasach są tak bardzo zaganiani. Myślę, że Pan Bóg też jest za takim sposobem mówienia o sobie, czyli mówienia o tym, że jest blisko człowieka – tłumaczy ksiądz Tomasz Roda.

Czy można spodziewać się odpowiedzi polskich ateistów na religijną reklamę?

– Akurat ja nie czuję się jakoś specjalnie dyskryminowany, choć to się może zmienić kiedy będę miał potomstwo – problemy w szkole, lekcje religii, komunie święta. Być może taka billboardowa „promocja” ateizmu mogłaby się przyczynić do oswajania społeczeństwa z „innymi” – zastanawia się Bartek Bartkowski. – Nie interesuje mnie natomiast promocja ateizmu mająca na celu zwiększenie liczby niewierzących w Polsce. Wyznanie i światopogląd to prywatne sprawy każdego człowieka i nie mam zamiaru nawet próbować wpływać na cudze decyzje – a w zamian oczekuję od innych uszanowania moich poglądów – dodaje.

Kwestie światopoglądowe zawsze wywołują kontrowersje. Reklamy na autobusach kojarzą się zwykle z reklamą produktów spożywczych czy promowaniem akcji społecznych. Agencje reklamowe chętnie podejmują się takich wyzwań. Czy zdecydowałyby się jednak na przygotowanie akcji, która promuje określony światopogląd?

– W takim przypadku jak najbardziej przyjąłbym zlecenie, pod warunkiem, że treści w nim zawarte nie są dla nikogo obraźliwe i są zgodne z obowiązującym prawem – tłumaczy Marcin Mankowski z agencji HEVRA. – Zlecenie obejmuje w tym przypadku wykonanie pewnych prac. Firma wykonawcza nie podpisuje się pod ofertami, czy też stwierdzeniami swoich klientów. Robią to oni sami – dodaje.

Zwolennicy takich akcji mogą cieszyć się, że Kościół wykorzystuje nowe formy przekazu. Daje tym samym dowód, że idzie z postępem i jest otwarty na nowe sposoby promowania wiary.

– Ludzie zawsze szukali różnych i nowych sposobów ewangelizacji, Taka reklama to jeden ze sposobów mówienia o Bogu. Kościół zawsze robił ewangelizacje na wysokim poziomie, a przecież świat internetu daje jeszcze większe możliwości w ewangelizowaniu, mówieniu o Bogu – dodaje ksiądz Tomasz.

O ile na Zachodzie akcja spotyka się z dużym odzewem, o tyle w Polsce nie przywiązuje się do niej zbyt dużej wagi. Być może dlatego, że propaguje się ideę bliską większości społeczeństwa. Co by było gdyby jednak ateści zdecydowali się odpowiedzieć w jakiś sposób na reklamy religijne?

– Odnoszę wrażenie, że poza wąskim gronem krzykaczy, Polacy są raczej spokojnym narodem. Zapewne najczęstszą reakcją byłoby wzruszenie ramionami. Tak naprawdę, to media decydują o tym, jaki jest odbiór społeczny, a media lubią sensacje. Zakładam, że 10 proc. ekstremistów byłoby w TV eksponowane bardziej, niż 90 proc. obojętnych, wyważonych obywateli – tłumaczy Bartek Bartkowski.

Nie wydaje się więc, by akcja zainicjowana przez księdza Byrta przybrała takie rozmiary jak w innych krajach. Pochwala ją natomiast ksiądz Tomasz, który uważa, że w Polsce nadal traktuje się wiarę jak kulę u nogi.

– Zawsze sobie zadaje pytanie: dlaczego autobusy z hasłami

głoszącymi, że Allah nie istnieje nie wyjadą na ulice państw muzułmańskich? Jest to niemożliwe, bo tam wiara jest wartością wyznaczającą sens życia – dodaje.

Możemy się więc zastanawiać, czy akcja księdza Byrta spotka się w Polsce z jakimkolwiek odzewem. Zastanawiające jest również, jak należy potraktować takie plakaty. Czy to reklama, czy rodzaj akcji społecznej?

Autor: Ilona Sokołowska

Źródło: Wiadomosci24.pl