

Szyderstwo niemieckiego medium!

11 sierpnia 2018

Co jedna wydziarana (wytatuowana) ręka, a druga czarna mają wspólnego z polską niepodległością? – zapytała mnie zdumiona żona, kiedy wczoraj wieczorem jechaliśmy przez Kraków. Podniosłem wzrok znad kierownicy i rzeczywiście – przy ul. Wielickiej, stoi oto wielki billboard, który Państwo mogą sobie obejrzeć na zdjęciu. Początkowo nie zauważyliśmy, kto wystawił tę reklamę, gdyż kluczowe logo było zasłonięte. Strzelaliśmy, że może jakiś NGO futrowany zachodnią kasą i zjechaliśmy na pobocze, żeby lepiej zobaczyć i zrobić zdjęcie. Okazało się, że prowodyrem kampanii jest najczęściej czytane medium w Polsce, czyli niemiecki „Onet” ukazujący się w języku polskim.



Billbord „Onetu” przy ul. Wielickiej w Krakowie

Sam plakat jest dosyć prosty. Czarnoskóra kobieta podaje rękę jakiemuś facetowi z dość obskurnym tatuażem, a wokół tego umieszczono napisy „Świętujmy 100 lat niepodległości Polski!” oraz „100 lat Polsko! Onet”.

Nic w tym przekazie się nie zgadza.

Najbardziej rażąco jest fakt, że „Onet” świętuje „100 lat

niepodległości Polski". Wielokrotnie podkreślali to w tym roku wybitni publicyści i historycy, mówili o tym prezydent i premier, aby wystrzegać się pisania, czy mówienia o 100-leciu polskiej niepodległości, gdyż w ten sposób dokonuje się fałszerstwa historycznego. Polska stała się niepodległym krajem w 966 r., a więc 1052 lata temu. Innymi słowy: nasza Ojczyzna swym istnieniem cieszy się już od ponad tysiąca lat! Z przerwami, owszem, a to głównie dzięki „uprzejmości” naszych niemieckich i rosyjskich sąsiadów, ale niemniej jest to dumny kawał historii, jakim może się pochwalić mało który kraj na świecie. 100 lat temu to niepodległość odzyskaliśmy, nie nabyliśmy.

Z pewnością nie mogą pochwalić się tym Niemcy, gdyż ani wczesnośredniowieczne ludy germańskie, ani państwo wschodniofrankijskie z IX i X w. – utożsamiające się raczej z Francją – z dzisiejszym państwem niemieckim nie miały wiele wspólnego. Pierwsze poważne rozważania o narodzie niemieckim zaczynają się w landach między Renem a Odrą w XIV i XV w., czyli w czasie, gdy nasza ojczyzna wzrasta do rangi imperium o wyraźnie polskim charakterze (wspaniale opisuje to prof. Andrzej Nowak w trzecim tomie „Dziejów Polskich”). Natomiast jako jedno, zjednoczone pod berłem najmniej niemieckiego w swym rodowodzie regionu, a więc Prus, państwo niemieckie powstaje dopiero w 1871 r. – czyli 915 lat po Polsce.

O tym wszystkim billboard niemieckiego „Onetu” rzecz jasna nie mówi, sugerując wyraźnie, że Polska niepodległa istnieje dopiero od stu lat, a zatem jest młodsza nawet od skleconego w 1871 r. jako wspólna organizacja cesarstwa niemieckiego. Wszystko, co było w Polsce wcześniej, niech zostanie zapomniane. Idealnie wpisuje się to w europejską narrację, według której historia Europy zaczyna się wraz z powstaniem Unii Europejskiej, które było możliwe dzięki pokonaniu chrześcijaństwa i oparciu się na ideach oświecenia.

Nadinterpretacja? Nie sędzę. Nie bez powodu nowo powstały Dom Historii Europejskiej w Brukseli w swej opowieści historycznej

cofa się najdalej do XIX w. Wcześniej panowała przecież nicość. A cel jest jasny – przewodniczący Parlamentu Europejskiego Antonio Tajani powiedział wprost, że Dom Historii Europejskiej ma być miejscem, „które powinno tworzyć tożsamość i pamięć europejską.”

W tej narracji nie ma miejsca dla Polski, kraju opartego na ponad tysiącletniej tradycji, chrześcijaństwie i własnej tożsamości narodowej. Jest tylko miejsce dla Polski młodziutkiej, niedojrzałej, zdanej na łaskę mądrych Europejczyków (czytaj: Niemców), stuletniej właśnie. „Sto lat Polsko,” czytamy na plakacie niemieckiego Onetu. Pomyłka? Ja nie wierzę w tego rodzaju pomyłki.

Ale równie szokujący jest wybór motywu ilustracyjnego, czyli ręk: czarnej i wytatuowanej. Nie dlatego, że czarny kolor skóry czy tatuaż są czymś złym, lecz dlatego, że w sferze symbolicznej nie mają nic wspólnego z polskością i nie kojarzą się w żaden sposób z tą ważną dla nas rocznicą. Wręcz przeciwnie, czarny kolor skóry kojarzy się z czymś w Polsce niespotykanym, czyli z obcością, a przedstawiony tatuaż (z wiedźmą czy cokolwiek to jest) z brzydotą i szyderstwem. A przecież właśnie o symbolikę na tym plakacie chodzi, a nie o reklamę np. tatuaży. Nie pokazano niczego, co byłoby tradycyjnie polskie. Przecież mogli sobie podać rękę np. osoba starsza z różańcem i młoda z dziarą ilustrującą znak Polski Walczącej. To byłby symbol, wątek międzypokoleniowy, odzwierciedlenie dzisiejszej Polski. Na tej płaszczyźnie można by szukać pojednania czy chociażby dialogu. To byłoby prawdziwe.

Niemiecki „Onet” nie tak nas jednak chce prezentować. Przykładem tego jest nie tylko wspomniany bilbord, ale także krótki filmik, który również jest częścią tej akcji marketingowej. Co w nim widzimy? Łyse karki w koszulkach z patriotycznymi napisami (oczywiście na przodzie „śmierć wrogom ojczyzny!”), sfrustrowanego ojca rodziny, który robi awanturę swoim dzieciom, dziewczynę w dredach sympatyzującą z

Zielonymi, (najprawdopodobniej) dwóch gejów, kobiety z czarnych marszów czy muzułmankę obok siostry zakonnej. Wszyscy razem śpiewają hymn, wrogo na siebie spoglądając, ale jako że Polska to oczywiście tępy naród (śmieszne – śmiać się!), więc tekstu drugiej zwrotki już nikt nie zna. Klip kończy się słowami: „Wiemy jak wiele nas różni, ale wszyscy jesteśmy Polakami. Spotkajmy się na Onet.pl”.

Nie wszyscy działający w Polsce jesteśmy Polakami. Właściciele „Onetu” przykładowo nie są, a jednak chcą nas pouczać, jak mamy żyć.

Po drugie, dlaczego tak wiele nas różni? Przede wszystkim dlatego, że media będące w rękach zagranicznych właścicieli robią bardzo wiele, aby judzić Polaków między sobą. Od czasów sprzed zaborów to bardzo skuteczna strategia.

Wreszcie po trzecie, rysowany jest fałszywy obraz Polski. Chce się wmówić Polakom – właśnie poprzez tego typu kampanie – że nasz kraj jest otwarty na wszystko, tak jak obecny Zachód. Tymczasem tak nie jest, a choć te tendencje do nas docierają, to wciąż są marginalne i nie byłyby dostrzegalne, gdyby nie potężna praca zagranicznych mediów. Homoseksualistów w Polsce jest 0,8% (badania prof. Zbigniewa Izdebskiego), muzułmanów jest ok. 20 tys., a Partia Zieloni praktycznie nie istnieje (ok. 500 członków).

Katolików w Polsce za to jest ponad 90% (wg badań CBOS), więc w onetowym filmiku 9 na 10 osób powinno być ukazanych jako ludzie wierzący. Naturalnie tak się nie stało. Katolików reprezentują siostra zakonna i babcia z koszulką z narysowaną rybą. Zacoferani, rzecz jasna, bo nie kupują kawy w Starbucksie.

Na koniec warto jeszcze dodać, że ten plakat w Krakowie, który zauważyliśmy wczoraj, był sponsorowany nie tylko przez niemiecką firmę, ale był prezentowany na słupach reklamowych innej niemieckiej firmy, Ströer, potentata w branży reklamy outdoor. Wspólnie z firmą AMS, należącej do Agory („Gazeta

Wyborcza")), dominują segment reklamy zewnętrznej i ciągną z tego grube miliony. Ströer posiada w Polsce 18 tys. punktów reklamowych. Kto daje pozwolenie na działalność bez licencji i bez żadnych limitów takim instytucjom? Czy naprawdę Polacy nie są w stanie kupić słupa i wywiesić na nim plakat? To też trzeba było oddać Niemcom?

I jak ten kraj ma wyzdrowieć, skoro kluczowe fragmenty rynku wciąż pozostają w obcych rękach?

Autorstwo tekstu i zdjęcia: Adam Sosnowski

Źródło: Swiato-Podglad.pl

KOMENTARZ „WOLNYCH MEDIÓW”

To był jak dotąd najszybciej „wykopywany” i najszybciej „zakopywany” artykuł w linkowni Wykop.pl. W ciągu kilku godzin „wykopano” go 187 razy i równocześnie „zakopano” 120, czym zablokowano jego dotarcie do szerszej społeczności. W krótkim czasie pojawiło się też około 120 komentarzy pokazujących głęboki podział naszego społeczeństwa na lewicę i prawicę (prawicowców jest więcej?). Główne uzasadnienie blokowania? Bo informacja o tych billboardach, które można zobaczyć w całej Polsce, lub informacja, że Polska nie UZYSKAŁA niepodległości 100 lat temu, tylko ją ODZYSKAŁA, została uznana za... nieprawdziwą. Takie zaklinanie rzeczywistości? Przyznam, że takiego zaklinania rzeczywistości dawno nie widziałem. Sami zobaczcie [TUTAJ](#). Reakcje entuzjastyczne i alergiczne świadczą o trafieniu w czuły punkt.

Jeśli wśród czytelników „Wolnych Mediów” są użytkownicy „Wykopu”, zachęcam do obserwowania [naszego profilu](#).