

Instytut Szczeciński
Biuro Obsługi Interesantów
KANCELARIA GŁÓWNA

Dnia 17-03-2017

Wpłynęło 404 00
L. dz.

20-11.152.3.2017.BS

Szczecin, dnia 17 marca 2017 roku

Pan Piotr Krzystek
Prezydent Szczecina

PETYCJA

ZAREJSTROWANO
w Centralnym Rejestrze Petycji, Skarg i Wniosek
Urzędu Miasta Szczecin

Działając w trybie art. 2 ustawy z dnia 11 lipca 2014 roku o petycjach, niniejszym składam petycję z dnia 15 marca 2017 roku dotyczącą wulgarnej i nawołującej do przemocy reklamy „Gazety Polskiej”, która ukazała się w środkach komunikacji miejskiej. 5015/17

Jednocześnie pragnę zwrócić uwagę na Opinię Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie ram prawnych dla reklam kierowanych do dzieci i młodzieży (opinia z inicjatywy własnej- 2012/C 351/02), zgodnie z którą reklamy, które mogą poważnie zaszkodzić rozwojowi psychicznemu i moralnemu dzieci, nawet jeśli nie są skierowane głównie do nich, to te, które zachęcają do przemocy i pewnych agresywnych zachowań. Rzeczona reklama „Gazety Polskiej” z hasłem „BIĆ K. I ZŁODZIEI” spełnia wyżej wymienione kryteria i powinna być natychmiast usunięta.

TREŚĆ PETYCJI

(link do petycji z dnia 15 marca 2017 roku wraz z podpisami:

http://www.petycjeonline.com/nie_dla_jzyka_agresji_w_przestrzeni_publicznej)

„My, niżej podpisani, wyrażamy stanowczy sprzeciw wobec wulgarnej i nawołującej do przemocy reklamy „Gazety Polskiej”, która ukazała się w środkach komunikacji miejskiej. Żądamy jej natychmiastowego wycofania i opracowania reguł, które pozwolą uniknąć tego typu sytuacji w przyszłości. Uważamy, że w przestrzeni publicznej nie ma miejsca na rynsztokowy język.

Wg twórców kampanii hasło „BIĆ K... I ZŁODZIEI” to nawiązanie do słów Józefa Piłsudskiego. Nic bardziej mylnego: to wulgarny i prostacki język, który wprost nawołuje do nienawiści. Cytat w żaden sposób nie odnosi się do jego historycznego kontekstu (Piłsudski w ten sposób w 1925 roku streścił program swojej partii). W Warszawie Zarząd Transportu Miejskiego oraz Miejskie Zakłady Autobusowe wycofały reklamę z pojazdów.

Nie zgadzamy się z opinią Adama Płoszki z HFPC, że powyższy przekaz jest zgodny z zasadami współżycia społecznego. Komunikacją miejską podróżują również dzieci i nie mogą być narażone na rynsztokowy, nawołujący do bicia język. Nie jest też prawdą, że miasto nie ma wpływu na treść reklam, ponieważ monitory na których jest wyświetlana, znajdują się w naszych pojazdach, a nie w prywatnym mieszkaniu i jeżeli firma, która je wynajmuje nie

zamierza przestrzegać panujących tu norm społecznych, to umowę należy wypowiedzieć ze skutkiem natychmiastowym.

Panie prezydencie, wielokrotnie słyszymy, że miejsce Szczecina jest w pierwszej lidze miast, że zmierzamy w kierunku europejskiej metropolii. Nie osiągniemy tego celu jeżeli będziemy bierni wobec tego typu przejawów agresji, wszak miasto to nie tylko nowy stadion i zadbane chodniki, to również brak akceptacji dla pewnych zachowań. Po prostu na wulgarny i nawołujący do przemocy język nie ma miejsca w przestrzeni publicznej naszego miasta. I nie chodzi o wolność słowa, bo wolność, to nie dowolność, a o to, że jako społeczność nie zgadzamy się na pewne zachowania, które są sprzeczne z naszymi wartościami. Proszę zauważyć, że Parlament Europejski zareagował i dotkliwie ukarał jednego z europarlamentarzystów za skandaliczne wypowiedzi o kobietach. Czy gdyby do Zarządu Dróg i Transportu Miejskiego zgłosiła się osoba deklarująca, że zapłaci za umieszczenie tych słów, to następnego dnia moglibyśmy je przeczytać jadąc do pracy, szkoły, na zakupy? Nie wszystko jest na sprzedaż. Panie prezydencie, nie możemy być bierni”.

Łączę wyrazy szacunku,