

## **Życ w zgodzie z reklamą?**

Mamy XXI wiek. Zastanawiam się, co dziś wyznacza nam porządek egzystowania? Co nadaje rytm życia współczesnemu człowiekowi? Na pewno nie kalendarz pór roku. Przecież nie dzieje się tak, że gdy nadchodzi wiosna, robimy porządki w domach i ogródkach. Dziś lato wcale nie oznacza, że będziemy wygrzewać się na plaży w pełnym słońcu, bo przecież możemy robić to przez cały rok w ciepłych krajach. I owoce sezonowe zjadamy na okrągło...

Rytmu naszego życia nie wyznacza również kalendarz liturgiczny. Do kościoła chodzimy od czasu do czasu, a z obrzędów religijnych wybieramy tylko pasterkę, święcenie pokarmów i Wielkanoc – a to za mało, aby uznać życie obrzędowe za porządek naszego egzystowania.

Dzisiaj rytm naszego życia wyznaczają reklamy. Czy nam się to podoba czy nie, wszechobecne reklamy telewizyjne, radiowe, te na billboardach i w internecie mówią nam, co wypadałoby robić w danym momencie. I tak, gdy pod koniec listopada usłyszysz w reklamie dzwoniące dzwoneczki, to znaczy że Boże Narodzenie tuż, tuż, więc czas wziąć pożyczkę. Przez cały grudzień oglądając reklamy w telewizji, przygotowujesz się do Świąt. W markecie słynącym z niskich cen kupujesz najlepszy majonez, płyn do mycia okien, czekoladki i ryby. Myślisz, że uszczęśliwisz swoją rodzinę, kupując dzieciom konsolę do gier a mężowi najnowocześniejszy telefon z najszybszym, mobilnym Internetem. Kupujesz, bo obawiasz się, że bez tych rzeczy Święta stracą swoją magiczną moc i rodzinną atmosferę tak pięknie ukazaną w filmach reklamowych.

Kiedy pod koniec grudnia tuż po godzinie 21.00 ujrzysz reklamę piwa lub tabletek na potencję, już wiesz, że sylwester za pasem. Reklamy jajek, wędlin, masła i czekoladowych zajęcy wróżą rychłe nadejście Wielkanocny. A gdy w telewizji lub radiu trafisz na reklamę leków na katar, przeziębienie i grypę, to znaczy, że na dworze czeka cię jesienna plucha lub zimowa odwilż. Uśmiechnięty facet reklamujący maść przeciwgrzybiczą do stóp bywa oznaką zbliżających się wakacji. To właśnie z reklamy dowiadujesz się, że nie jesteś gruba, tylko w wyniku nadmiernego gromadzenia się wody w organizmie na twoim ciele pojawił się wodny cellulit. Co nie zmienia faktu, że nadal orzeźwiasz się zimnymi, słodkimi napojami gazowanymi, tak jak orzeźwiają się skąpo odziane panienki ze szklanego ekranu. Pssst i pragnienie ugaszone. Kiedy w skrzynce na listy znajdziesz reklamę marketu budowlanego, już wiesz, że jest środek lata i należy rozpocząć remont mieszkania, więc budujesz, remontujesz, urządzasz... A gdy jakaś gazeta codzienna zamieszcza na swoich łamach próbne testy maturalne, domyślasz się, że dni do matury są już policzone, więc kupujesz preparat na pamięć i poprawę koncentracji! Nie potrzebujesz w domu kalendarza, wystarczy, że włączysz radio, telewizję, zajrzysz do internetu, by dowiedzieć się, co powinieneś teraz robić, czym się zajmować, co kupić, gdzie teraz być.

Jednak jest kilka produktów, które reklamowane są niezmiennie przez cały rok i tym samym mogą nas dezorientować. To reklamy: proszków do prania i innych środków czystości (żeli, szamponów i płynów); supermarketów i ubezpieczeń na życie. Ich uniwersalność wiąże się z ogólnie przyjętymi zasadami:

„Myjcie się dziewczyny, nie znacie dnia ani godziny” (Jan Sztudynger),

„Człowiek nie żyje, aby jeść, ale je, aby żyć” (Sokrates),

„Czuwajcie więc, bo nie znacie dnia ani godziny” (Biblia, Mt 25;13).

Rytm życia współczesnego człowieka wytyczają reklamy. Reklamowane jest wszystko, co tylko da się sprzedać. „Wiele rzeczy małych stało się wielkimi tylko dzięki odpowiedniej reklamie” (Mark Twain). Komercjalizacja życia codziennego sprawiła, że zagubiliśmy się w świecie, w którym rządzi pieniądz. Nikt nie reklamuje przyjaźni, miłości i bezinteresowności, bo na tym nie da się zarobić. Dziś człowiek nie może normalnie pomóc drugiemu człowiekowi, obdarzając go jedzeniem, odzieżą, pieniędzmi czy wsparciem i dobrym słowem. Dziś trzeba wysłać SMS o treści „Pomagam”, aby pracownicy fundacji mieli z czego żyć, a operatorzy sieci komórkowych mogli pręźnie rozwijać firmy i napychać swoje portfele pieniędzmi.

I tak wgapieni w kolorowe, zabawne filmiki reklamowe z wpadającą w ucho muzyką, tracimy sens życia i cenne wartości, czekamy na najlepsze promocje i okazje, zapominając o tym, czym jest życie. A przecież „Życie to raj, do którego klucze są w naszych rękach” (Fiodor Dostojewski). Dlatego też w życiu nie powinniśmy sugerować się reklamami telewizyjnymi, lecz swoim doświadczeniem, rozumem i sercem. Niech nadchodzące Święta Bożego Narodzenia będą naprawdę rodzinne. Wyłączmy telewizory, przestańmy wierzyć reklamom i modowym trendom. Otwórzmy swoje serca na drugiego człowieka!

Jolanta Malicka