

Zarabianie na żałobie narodowej

Autor: Karol Pogorzelski

Zapewne jeszcze przez długi czas będziemy wspominać tragedię, która nie tak dawno wydarzyła się w Smoleńsku. Na temat tego, co się stało, o ludziach, którzy zginęli, o tych którzy przeżyli oraz o samej katastrofie powiedziano już wiele i pewnie usłyszymy jeszcze niejedno. Mało kto jednak, a jeżeli już to w samych najgorszych słowach, mówi o tych, dzięki którym możemy wspólnie przeżywać tę żałobę narodową. Mam na myśli ludzi, którzy dostarczyli lub wyprodukowali te wszystkie znicze, flagi, proporce, czarne wstążki i kiry, których używaliśmy przy wspomnianiu zmarłych. Często traktuje się ich z pogardą, mówiąc że żerują na ludzkiej tragedii. Oskarża się ich o cynizm, mówiąc że są mroczną stroną kapitalizmu i nawet w żałobie dostrzegają jedynie okazję do zysku (patrz: wcale nie odosobniony artykuł w serwisie bankier.pl).

Ocena ta jest jednak bardzo krzywdząca. Prawdą jest, że nie wszystkie interesy wyrosłe wokół żałoby narodowej były uczciwe, jak na przykład pośrednictwo w zamieszczaniu wpisów w księdze kondolencyjnej płatne SMS-em za jedyne 35 zł. Nieuczciwi sprzedawcy, oszuści oraz najzwyczajni cwaniacy pojawiają się jednak w każdej branży. Ludzie ci nie powinni nam przysłać ogromu pożytecznej pracy, jaką wprawdzie nie bezinteresownie, ale również bez jakichkolwiek złych intencji, wykonali liczni drobni przedsiębiorcy, którzy prowadzili działalność w miejscach pamięci o smoleńskiej katastrofie. Gdyby nie oni, nie moglibyśmy tak naprawdę obchodzić żałoby: zapalić zniczy, wywiesić flag, przypiąć do ubrania czarnej wstążki ani nawet złożyć zmarłym kwiatów w kolorze biało-czerwonym. Innymi słowy, dostarczyli wszystko to, co było potrzebne. Pracy, którą wykonali nie należy lekceważyć. Jak donosi m.in. tvn24 tylko z Krakowskiego Przedmieścia wywieziono ponad 330 ton wypalonych zniczy i kwiatów, a przecież miejsc żałoby było znacznie więcej.

Jest coś fascynującego w tym, jaką inicjatywą i obrotnością wykazali się ci wszyscy uliczni przedsiębiorcy. Wielu z nich zabrało się do działania już w momencie, gdy dowiedzieli się o tragedii. Zamiast celebrować ją przed telewizorem, woleli wsiąść w samochód, pojechać do hurtowni,

wykupić zapas zniczy i zorganizować naprędce stoisko przy pałacu prezydenckim, przy sejmie, itp. Nie należy zapominać również o tych, którzy w tych dniach nie robili nic innego, tylko zwozili materiały, uruchamiali zastale maszyny, skrzykiwali i doglądali pracowników, by dzień i noc wytwarzać flagi, kiry i znicze, bo kolejna taka okazja może się nie powtórzyć. W tym właśnie przejawia się potęga przedsiębiorczości. Nie w wielkich, ociążałych koncernach, ale w trafnym odgadywaniu potrzeb konsumentów i w szybkim ich zaspokajaniu. Swoją drogą, to zastanawiające, że ci, którzy najbardziej krytykowali ulicznych przedsiębiorców, czyli dziennikarze i publicyści, sami w analogiczny sposób zarabiali na żałobie narodowej, relacjonując ją i zamieszczając nekrologi.