

Gdzie pies chodzi piechotą...

...tam pieszy ma problem. Czy to chodnik, trawnik, skwerek, ścieżka czy elegancka promenada, pies zostawia po sobie co zrobi i jeśli jego pan nie zadba o to, żeby to coś trafiło do woreczka a z nim do śmietnika, to zostaje tak długo, aż nie wsiąknie w podłoże, aż nie rozsmaruje się po chodniku, aż nie rozmyje w deszczu, aż nie rozniesie się na butach po domach, grrr.

Nic dziwnego, że piesi mają psi problem. A już szczególnie ci, którzy psów nie mają. Bo oni z całą pewnością i to bez wyjątku zbieraliby psie stożki i zanosili w zębach do śmietniczki, tacy są porządni. I dlatego wymagają tego od właścicieli psów. Całkiem słusznie wymagają. Ale że sami byliby pod tym względem nienaganni, w to nie wiercie. Opozycja zawsze twierdzi, że byłaby lepsza. Najlepszym na to sposobem jest być lepszym niż ona. Mamy psy, zbierajmy psie kupy, niech nam nikt nie mówi, że on to by ho, ho! Nie dajmy mu powodu.

Po lekturze artykułu „Gdzie ma pies pogrzebane” w „Polityce” - już kilka lat temu to było i wtedy napisałam ten tekst - pomyślałam sobie, o, tak, święte słowa, święte. Rok w rok o tej samej porze jak mantra powtarzane. I tylko szkoda, że na wiatr. Można by ten tekst powielić i już mieć gotowy na następne lata. Z tym samym skutkiem. Obawiam się. Więc może by to ugryźć jakoś inaczej i raz na zawsze pogrzebać? Pozwolą Państwo, że spróbuję?

Jako szczęśliwa właścicielka następujących po sobie pokoleń psów, osoba głęboko doświadczona wieloletnim zbieraniem pupilih kup, z własnym patentem na problem, i równocześnie czuła na estetykę otoczenia dziennikarka, spróbuję. I to ze świadomością, że samym gadaniem niczego nie zwojuję. Ale może uda mi się przekonać koleżanki dziennikarki i kolegów dziennikarzy, że samo napisanie artykułu to za mało? Prawdę mówiąc, bez urazy, to tyle co nic. Ot, gadał dziad do obrazu. Bo niby co ma wynikać z tego, że ja, wierna czytelniczka „Polityki”, przeczytam, i zadumam się nad nieskutecznością takich artykułów? Bo że są nieskuteczne, to chyba się wszyscy zgodzimy, prawda? Bowiem, gdyby były skuteczne, nie musiałyby ich być! A zatem nie są! Tyle już wiemy na pewno. Więc gdzie leży pies pogrzebany?

Ano, w o wiele ogólniejszym podejściu do problemu tego, co nam z tyłu spada... i zostaje gdzie popadnie. Nazywam to syndromem małpy i banana: jak małpa sobie siedzi na palmie i je sobie banana, to skórki spadają pod palmę, gniją, użyźniają glebę, palma się karmi, banany rosną, małpa się karmi i tak w kółko. I wszystko jest w jak największym porządku. I jeśli małpa po degustacji banana załatwi się w powietrzu, to też wszystko jest w porządku. Na takiej cyrkulacji świat się zasadza. I stąd nasze atawistyczne odruchy, choć z drzewa od dawna pospadaliśmy. Nie pamiętamy o tym, dumni potomkowie małpy, że o cyrkulację sami musimy zadbać, bo przyroda nie jest w stanie nadążyć. Toż już mądrość ludowa odnotowała, że jak ktoś po sobie nieposprzątane zostawia, to "jak krowa", a, jak wiadomo, chłop swój rozum ma. Żeby temu zapobiec, konieczna jest dogłębna zmiana paradygmatów. Przystawienie świadomości! Z małpy na człowieka! A jak się coś takiego robi, żeby zadziało?

Nic prostszego. Reklamodawcy wiedzą to doskonale. Wypaleniem tego w mózgu, czyli po prostu tak długim kładzeniem do głowy, żeby funkcjonowało automatycznie. Bez pudła. Jak oddech. Żeby ręka sama sięgała po towar. Reklamowaną markę. Żeby logo świeciło w głowie zaraz obok własnego imienia. I to jest ten jedyny raz, kiedy ja, zagorzała poplecniczka NO LOGO, stawiam na LOGO. Czyli na wszechobecną kampanię reklamową przeciw zaśmiecaniu świata. Od plastikowych butelek, po stare lodówki, od petów, po psie nieczystości. Do skutku, do spodu, do bólu, do znużenia, do bólu, do spodu, do skutku. Czyli jak?

Tak samo chytrze a skutecznie, jak robią to reklamodawcy:

1. odwołaniem się do tego, co najprzyjemniejsze, do jedzenia i seksu przy użyciu najpiękniejszych uwodzicielskich modelek („Z kamasutrą się nie udało? — Skłony dwa razy dnia nad kupką swojego psa — uelastyczniają ciało”, „Zbierz kupkę — dostaniesz zupkę” [1]);

2. zmobilizowaniem najlepszych tekściarzy, żeby wymyślali najbardziej chwytne hasła („Kupa psów kupę kup... robi”, „Mój pan? Pies na kupy!” itd., itp.);
3. atakowaniem ze wszystkich stron, zdjęciami na billboardach (pies stękający nad nocniczką), przerywnikami w telewizji w porze najwyższej oglądalności („Uwaga! Czysta Warszawa!”), hasłami powtarzonymi w audycjach radiowych co piosenka („Kupa zebrana to psi obowiązek pana”);
4. twarzami najsłynniejszych artystów, aktorów, satyryków, prezenterów telewizyjnych, gwiazd(ek) najulubieńszych seriali (lub ich psów: "Nie ze mną te numery, Bruder, kup nie zostawiamy!"), piosenkarzy („A wszystko tooo, bo ciebie kochaaaam... i dlatego po tobie sprzątam”), znanych pisarzy („Moja pani, jamnik i jego pisarz to najczystsza para na Plantach”), zaangażowaniem do kampanii kabaretu Mumio („Takie tam woreczki na psie kupeczki”), Marka Kondrata („Mój bank to wie: czysta lokata — czyść po psie!”), Stanisława Tyma („Czysty interes? Kupa w woreczku”), Beaty Tyszkiewicz („Ja się na tym znam: prawdziwa dama sprząta po swoim cavalierze”), Andrzeja Grabowskiego („Ferdek, wylaż z psem, a bez zebrania kupy nie wracaj”)... za odpowiednią acz znowu nie absurdalnie wysoką gażę, rozumie się;
5. zabawnymi reklamami z udziałem dzieci — jak nie znoszę tego w innym kontekście, ale niech grają, niech robią kariery, cel chwalebny („Mnóstwo pyszności dla mocnych kości — mnóstwo czystości gdzie pies zagości”), i młodzieży („Masz jasność? Chodzi o czystość!”);
6. promocjami najprzeróżniejszego rodzaju ("Wygrasz jak zgadniesz, wyślij tylko jednego SMS-a: Największym przyjacielem człowieka jest pies czy wydra?") i przeznaczeniem pieniędzy za SMS-y nie do własnej kieszeni, a na jeszcze skuteczniejsze kampanie antyzaśmieciowe, i pokazywaniem tego w telewizji w porze okołowiadomościowej, i w środku najlepszych filmów w momencie najwyższego napięcia (ale tak umiejętnie, żeby nie doprowadzić ludzi do szału i do reakcji przeciwnej, spece od reklam wiedzą jak to robić, żeby człowieka zażyć);
7. gadaniem o tym w najbardziej popularnych programach telewizyjnych: u Ewy Drzyzgi, u Kuby Wojewódzkiego, u Szymona Majewskiego, w programach „Założ się”, „Taniec z gwiazdami”, „Europa da się lubić” [2], "Teraz my" itd.;
8. zapłaceniem Madonnie 10 milionów dolarów za to, że piśnie przez sekundę w RadioZet o ważności posprzątania po sobie (swoim dziecku, swoim psie);
9. namówieniem Ilony Łepkowskiej, niech wplecie to w scenariusze seriali „M jak Miłość”, „Klan”, „Na dobre i na złe”, i sowitym, acz nie absurdalnie sowitym, zapłaceniu jej za to;
10. wychwalaniem i nagradzaniem najczyściej utrzymanych posesji, najpracowitszych dozorców, dozorczyń..., rozdawaniem pochwalnych dyplomów z kopertą;
11. pogadankami w klubach, kołach, szkołach, na uniwersytetach, akademiach (nie przesadzam, to naprawdę ważne!);
12. nagrodami i karami (specjalny Nobel, Oscar, Cesar, Lew, Orzeł, Niedźwiedź, Pracz Szop, Kot...);
13. i wreszcie **własnym przykładem!**

Własnym przykładem najbardziej! Zaganianie raz do roku dzieci do sprzątania daje, owszem, natychmiastowy efekt. Ale krótkotrwały. Bo dzieci uczą się z tego najbardziej jednego, że dorośli mają w nosie środowisko, w którym żyją, i rzucają wszystko i wszędzie pod siebie, zero szacunku dla otoczenia. Dzieciom można próbować niejedno wmówić, ale dzieci uczą się przede wszystkim przez naśladowanie dorosłych. Czyli też rzucają i też

rzucić będą. Nawet jak inicjatywę „wiosenne porządki” uważają za dobrą zabawę i labę.

A wracając do psich kup, albo nie, zanim pochyłę się nad kupami, parę słów na tę okoliczność o sobie: psy są moimi nieodłącznymi towarzyszami od dziecka (koty zresztą też). Z przerwami wprawdzie i raczej po kolei niż naraz. Teraz mam dużego, biało-żółtego psa rasy golden retriever i collie razem wziętych, czyli niepowtarzalnej, piękne stworzenie, któremu dałam na imię Amos. Gdy byłam w Szwecji, dołączała do nas amstaffka Buffy. Gdy jesteśmy z Amosem w Krakowie, mieszkamy w dzielnicy Bronowice, niedaleko promenady Królewskie Młyny Dolne, deptak jest stosunkowo nowy, naprawdę ładnie urządzony, alejka wyłożona kostką, ławeczki, ozdobne lampy, dużo zieleni, ludzie mówią, że to sama Wisława Szymborska ufundowała tę promenadę, bo rzeczywiście nasza Noblistka też tu ma swoje mieszkanie (po jej śmierci w lutym 2012 zlikwidowane), ale może to tylko ludowa legenda? Tak czy inaczej z wiosną wszystko to jest miejsce w miejsce dokumentnie zapaskudzone. Psimi odchodami z całej zimy, rozmiękczone i rozwleczone między najróżniejszymi śmieciami i odpadami. To potem jest sprzątane, również przez nas, mieszkańców, i nie jest tak źle, ale w czasie, gdy śniegi topnieją, jest ohydnie. Także i ja chodzę tędy z Amosem, gdy jestem w Krakowie. I z jednej strony cierpię, bo mogłoby być tak przyjemnie, zwłaszcza wiosną, z drugiej cierpnę, bo czuję się współodpowiedzialna. I to, mimo że sama skrupulatnie zbieram kupy po Amosie.

Mam wprawę. Wcześniej miałam psa-wilka, Parysa. I mieszkaliśmy w Zurichu. I...? Ile to na wagę kup robi taki pies dziennie, obliczyła „Polityka”? Pół kilograma? 20 deko? Czyli zebrałam po Parysie powiedzmy około dwie tony kup za całe jego 14-letnie życie (jeśli uznać że pewnie z 300 kg gdzieś po lasach i chaszczach zostawił). I korona mi z głowy nie spadła. Bo w Zurichu każdy właściciel psa zbiera kupy po swoim psim przyjacielu i tym samym miasto jest czyste a ludzie nie patrzą wściekłym okiem na człowieka z psem. Psy się lubi. Nie muszą nosić kagańca, jeśli nie są rzeczywiście groźne [3]. Mogą wchodzić do wielu sklepów, a pod tymi, do których wchodzić nie mogą, są odpowiednie haczyki, żeby można było je zahaczyć i zostawić. Mój Parys był znany w galeriach, restauracjach, kawiarniach, księgarniach, a nawet w muzeach, gdzie nie zawsze go wpuszczano, ale mógł sobie poczekać w garderobie głaskany przez panie garderobiane. Jeździł — bez obowiązku noszenia kagańca — w tramwajach, pociągach, autobusach i na statkach. Na psie odchody są w Zurichu wszędzie, gdzie się nie obejrzeć, specjalne zielone skrzynki. Z ich boku są do oderwania nieprzezroczyste woreczki z malunkiem psa nad nocniczką. Woreczki trzeba przewlec na lewą stronę. Nałożyć na corpus delicti. Zgrabnie zebrać. I zawiązać woreczek na supełek przez tę chwilkę nie wciągając powietrza nosem.

W Szwecji, gdzie mieszkam pisząc ten tekst, nie ma osobnych koszy na psie odchody, woreczki trzeba sobie kupić samemu w zwykłym sklepie. Każdy psiarz ma ich kilka przy sobie. Nawet jak nie ma przy nim psa, rozpoznać go można po sterczących z kieszeni ubrania charakterystycznych końcach woreczków. Gdy jestem w Krakowie, mam ze sobą zwykle przezroczyste woreczki, te, których moc dostaje się w sklepach z każdym zakupionym towarem, i które aż się proszą o sensowny recykling. Że przezroczyste, to mankament, ale za to mają dobre ucha do zawiązywania (robię sobie z różnych opakowań jednorazowe szufelki, tekturki ok. 8x13 cm, rach, ciach i są, jeden wprawny ruch ręką i kupa łąduje w woreczku, bez zbędnego dotykania [4]).

Nie spodziewam się, żeby w Polsce szybko stanęły takie zielone psie toalety z woreczkami, jak te w Zurichu, ale są specjalne „psie kosze” na krakowskich Plantach i w Warszawie, a także, od kilku już lat, na Młynówce Królewskiej, przy Błoniach itd. Coś więc w tej sprawie drgnęło. Jednak tak naprawdę musi drgnąć w świadomości obywateli, właścicieli psów i psich niewłaścicieli. Jeśli można zrobić kampanię reklamową taką, jaką robią: telefonii komórkowej, piwo, zupy z torebki, jogurty, tabletki przeciwbólowe... to i kampania na rzecz sprzątania i niezaśmiecania też jest do pomyślenia [5], a umówmy się, jest znacznie ważniejsza niż Actimel, Danonki czy Harnaś.

Bo to nie jest tylko kwestia psich kup, ale zostawiania wszystkiego i wszędzie po sobie... jak ta, bez urazy, krowa, niemytych kubków w biurowej kuchence — istna plaga biurowej rzeczywistości; rozgrzebanych materiałów budowlanych przez budowniczych i remontujących po zakończonej robocie — prawdziwa klęska żywiołowa; wyrzuconych pokwitowań wokół bankomatów — jakby nie można było wsunąć swojego do kieszeni; petów wokół

ławek w parkach — widok rujnujący romantyczne pocałunki; zużytych biletów tramwajowych na przystankach — choć kosz na śmieci w środku; niesprzątanym klatek schodowych — pamiętam jak się temu dziwił Steffen Moeller w programie Moniki Richardson [6], mieszkania niby w porządku a klatki schodowe jak w slumsach; dzikich wysypisk śmieci w najzłotejszych zakątkach — aż się serce ściska, tyle piękna na marne; itd. itp. W tym kontekście psie kupki to naprawdę szczegół.

Tyle że w szczególe, jak wiadomo, diabeł siedzi. I diabelne koszty, powiadacie? Skąd wziąć te miliony dolarów dla Madonny? Te setki tysięcy złotych dla naszych sław? Skąd fundusze na kampanie, uświadamianie, działanie? Zewsząd. I nie oszczędzać. Wizerunek Polski musi kosztować. Są na to dotacje. Są specjaliści w dziedzinie. Tu nie ma co skąpić, nie ma co być skromnym, na to są pieniądze.

A od sprzątnięcia po sobie nikomu jeszcze korona z głowy nie spadła. Nawet angielskiej królowej. Zapewniam Państwa. Inaczej byłoby o tym na pierwszych stronach gazet.

*

Artykuł pierwotnie napisany dla Racjonalisty ukazał się 23 lipca 2007 roku.