

Měl jsem se líp učit, hlásala reklama na trikách romských dělníků

Převážně romští dělníci ze Slovenska, kteří v centru Prahy opravují ulice, se včera stali chodící reklamou na vzdělání. Při opravě chodníku na rohu Václavského náměstí a Štěpánské ulice pracovali ve žlutých tričkách s nápisem "Měl jsem se líp učit!" a webovou adresou skoly.cz.

Podle informací deníku Právo prý za odměnu dostali cigarety, pivo a klobásy. Server romea.cz akci označil za urážlivou a informoval, že dělníci si dnes už trička odmítli obléknout.

Na webu skoly.cz stojí, že akce měla upozornit na význam vzdělání pro další život. František Šlehofer, majitel firmy, pro niž dělníci pracují, Právu sdělil, že si trička oblékli dobrovolně. Pracovat v nich měli do pátku.

"Je to paráda. Mělo to velký ohlas. Zaměstnanci s tím souhlasili a dostali za to pivo a cigarety. Vůbec jim to nevadí, stejně to nejsou žádní inteligenti," cituje deník Šlehofera, který prý sám žluté triko s nápisem nosí.



Ocenil rovněž reakci svých zaměstnanců "na podnět zapojit se do projektu s dobrým úmyslem podpory uvědomění si důležitosti vzdělání u mladší části populace".

Podle Práva dělníci tvrdili, že jim nošení triček nevadí. "Ráno nám rozdali trička a řekli nám, abychom si je vzali, tak je máme na sobě. Je to jen na dva dny," řekl Právu dělník od Prešova. "My jsme ale do školy chodili," dodali.

Podle serveru romea.cz však dělníci nadšení majitele firmy nesdílejí. "Mrzí nás, že nás využili k takové kampani. Je to ostuda," řekl serveru jeden z dělníků. Další dodal, že v tričkách si je fotili lidé z aut a nahrávali si je na mobily. "Je to ponižující," prohlásil.

K reklamě se vyjádřil i ministr pro lidská práva a menšiny Michael Kocáb, který ji považuje za cynickou a vypočítavou. "Poukazovat na práci dělníka jako na profesi degradující je urážkou tohoto povolání a hlavně prohloubením dalšího stereotypu - dělník nemusí mít nutně nízké vzdělání nebo být nevzdělatelný," míní Kocáb.

Netradiční forma komunikace

Výkonná ředitelka společnosti IES provozující server skoly.cz Zuzana Zlámalová uvedla, že uvítali možnost podílet se na projektu "s tak netradiční formou komunikace". "Věříme, že akce si získá velký zájem veřejnosti," dodala.

Jednatel komunikační agentury Underline, která se na akci podílí, v tiskové zprávě uvedl, že netradiční způsob reklamy má nahradit běžné billboardy či jiné venkovní plochy. Podle něj nebylo záměrem reklamní kampaně urážet dělnické profese.

"Vycházeli jsme z jakési lidové slovesnosti, kdy se říká dětem, že pokud se nebudou učit, tak skončí u lopaty," uvedl Marek Řídký.

Miloslav Kratina, který pro agenturu zjišťoval na místě reakci Pražanů, si však podle listu myslí, že akce je poněkud na hraně. "Je to zvláštní projekt na úkor dělníků," doplnil. Kampaň se nelíbí ani ředitelům odborných učilišť, která v posledních letech bojují o studenty.

"Pokud by tato kampaň měla zapůsobit nějak kontraproduktivně, tak by to byla obrovská škoda. Kampaň je na hraně i možná trochu za ní," řekl Právu ředitel pražské Střední odborné školy stavební a zahradnické Miloslav Janeček.