

Kampania OUT!

Autor tekstu: Richard Dawkins

[Oryginał: www.racjonalista.pl/kk.php/s,5496](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,5496)

W mrocznych dniach 1940 roku francuscy generałowie ostrzegali rząd: "W ciągu trzech tygodni kark Anglii będzie ukrecony jak szyja kurczaka" Po Bitwie o Brytanię Winston Churchill warknął w odpowiedzi: "Jaki kurczak; taki kark!" Dzisiaj bestsellery Nowego Ateizmu dyskredytują ci, którzy rozpaczliwie pragną zbagatelizować ich wpływ mówiąc: "To tylko kazania do chóru przekonanych".

Jaki chór, takie nakłady książek!

Mimo braku ścisłych danych i pamiętając, że to tylko subiektywne wrażenia, jestem jednak przekonany, że religijność w Ameryce jest wielce przesadzona. Nasz chór jest dużo większy niż wielu ludzi zdaje sobie z tego sprawę. Ludzie religijni nadal przewyższają liczebnie ateistów, ale nie aż o tyle, o ile im się wydaje, i o ile my się tego obawiamy.

Opieram to przekonanie nie tylko na rozmowach podczas cyklu spotkań z czytelnikami mojej książki i cyklu spotkań moich kolegów Daniela Dennetta, Sama Harrisa i Christophera Hitchensa, ale na szerokich, nieformalnych sondach WWW. Nie naszej witryny (<http://richarddawkins.net/> - MK), której uczestnicy są oczywiście stronnicy, ale na przykład Amazon i YouTube, których użytkownicy są pocieszająco młodzi. Co więcej, nawet jeśli religijni mają liczebność, my mamy argumenty, mamy historię po naszej stronie i idziemy bardziej sprężystym krokiem - z każdej strony słychać tupot naszych stóp.

[obrazek]Nasz chór jest duży, ale wielu ukrywa się w szafie. Nasz repertuar może zawierać najlepsze melodie, ale zbyt wielu z nas szepcze słowa sotto voce, z głową pochyloną i spuszczonej oczyma. Wynika z tego, że większa część naszych wysiłków powinna być skierowana nie na nawracanie religijnych, ale na zachęcanie niereligijnych, by się do tego przyznali - samym sobie, swoim rodzinom i światu. Taki jest cel <http://outcampaign.org/> .

Zanim pójdę dalej muszę ubiec poważne ryzyko nieporozumienia. Oczywiście porównanie ze społecznością gejowską może zostać pociągnięte zbyt daleko: do "outing" jako czasownika przechodniego, którego obiektem może być nieszczęśliwy człowiek jeszcze nie - lub nigdy nie - gotowy do zwierzenia się światu. Nasza kampania OUT nie będzie miała nic, powtarzam, nic wspólnego z "outing" w aktywnym znaczeniu. Jeśli skryty ateista chce wyjść na świat, to jest to jego czy jej decyzja i niczyja więcej. My możemy dostarczyć wsparcia i zachęty tym, którzy samodzielnie i dobrowolnie decydują się na wyjście. Może to się wydawać trywialne ludziom w częściach Europy, albo w regionach Stanów Zjednoczonych zdominowanych przez miejskich intelektualistów, gdzie wsparcie i zachęta nie są potrzebne. Ale w żadnym razie nie jest to trywialne dla ludzi w innych rejonach Stanów Zjednoczonych, a tym bardziej w częściach świata islamu, gdzie w oparciu o autorytet Koranu apostazja karana jest śmiercią.

Kampania OUT potencjalnie ma tyle stron, iloma słowami można poprzedzić samo słowo "out". "Come OUT" zajmuje honorowe miejsce i tym się jak dotąd zajmowałem. Pokrewne temu jest "Reach OUT" (ang. wyciągnij rękę) w przyjaźni i solidarności do tych którzy się ujawnili albo rozważają ten krok mogący wymagać odwagi, zależnie od przesądów ich rodziny lub rodzinnego miasta. "Speak OUT" (ang. mów otwarcie), żeby pokazać wahającym się, iż nie są sami. Organizuj konferencje lub spotkania na uniwersytetach. Uczestnicz w demonstracjach i marszach. Pisz listy do miejscowych gazet. Wywieraj nacisk na polityków na szczeblu lokalnym i krajowym. Im więcej ludzi się ujawni i będzie powszechnie wiadomo, że to zrobili, tym łatwiej będzie innym pójść w ich ślady.

"Stand OUT" (ang. wyróżniaj się) i organizuj aktywności i wydarzenia w swojej

miejsowości. Dołącz do lokalnej organizacji ateistycznej lub załóż taką organizację. Naklej nalepkę na samochód. Noś koszulkę z napisem. Noś czerwone A Josha, jeśli podoba ci się ono tak bardzo jak mnie, albo zaprojektuj własny znak lub znajdź taki, który ci odpowiada na witrynie <http://www.cafepress.com/buy/atheist> albo w ogóle nie noś koszulki, ale - proszę - nie czepiaj się samego pomysłu odważnego głoszenia swoich przekonań i możliwości odliczania kolejno z innymi ateistami. Rozumiem tych sceptyków, którzy obawiają się, że sami stwarzamy quasi-religijny konformizm. Czy to lubimy, czy nie, obawiam się, że musimy przełknąć niewielką ilość dumy, jeśli mamy mieć wpływ na rzeczywisty świat, w innym wypadku nigdy nie przezwyciężymy problemu "zaganiania kotów do stada". Jeśli masz wątpliwości przeczytaj rozentuzjasmowany apel P. Z. Myersa.

"Keep OUT" (ang. zakaz wstępu) martwiło mnie początkowo, ponieważ brzmi nieprzyjaźnie i ekskluzywnie, jak Barcelona Travel Agent, którego afisz reklamowy, napisany po angielsku w dobrej wierze brzmiał "Go Away!" (ang. wynoś się). Tutaj "Keep OUT" znaczy oczywiście: nie wpuszczaj religii na lekcje nauk przyrodniczych oraz podobne wyrażenia dotyczące konstytucyjnego oddzielenia kościoła i państwa w USA (Wielka Brytania niestety nie ma takiego oddzielenia). Jak to ujmował napis na jeszcze jednej zachwycającej koszulce: "Nie módl się w naszej szkole, a ja nie będę myśleć w twoim kościele". Wywieraj nacisk na miejscowe władze szkolne. Cytuj Christophera Hitchensa: "Mr Jefferson, proszę zbudować ten mur".

"Chill OUT" (ang. wyluzuj się!) (i namawiaj do tego innych). Ateiści nie są diabłami z rogami i ogonem, są zwykłymi, miłymi ludźmi. Pokaż to na swoim przykładzie. Ta miła pani w sąsiednim domu może być ateistką. Podobnie lekarz, bibliotekarz, komputerowiec, taksówkarz, fryzjer, gospodarz programu telewizyjnego, śpiewak, dyrygent, komik. Ateiści to tylko ludzie, którzy inaczej interpretują pochodzenie kosmosu, nie ma się czego bać.

Jakie inne OUT możemy sobie wyobrazić? No cóż, zaproponuj własne. "Vote OUT" (ang. odrzuć w głosowaniu) reprezentantów, którzy dyskryminują ludzi niereligijnych, w taki sposób w jaki podobno zrobił to George Bush Senior, kiedy opisał ateistów jako tych, którzy nie są obywatelami narodu "z Bogiem". Politycy idą tam, gdzie są głosy. Mogą liczyć tylko tych ateistów, którzy są OUT. Niektórzy ateiści myślą defetystycznie, że nigdy nie będziemy skuteczni po prostu dlatego, że nie stanowimy większości. Nie ma jednak znaczenia, że nie stanowimy większości. Żebyśmy byli skuteczni, musimy tylko być widzialni dla legislatorów jako wystarczająco duża mniejszość. Jest więcej ateistów niż religijnych Żydów, a przecież mają zaledwie ułamek ich siły politycznej, najwyraźniej dlatego, że nigdy nie wzięli się w garść w sposób, w jaki zrobiło to żydowskie lobby: powraca tu słynny problem "zapędzenia kotów do stada". Argument ten odnosi się nie tylko do polityków, ale do agencji reklamowych, środków masowego przekazu, handlowców wszelkiego rodzaju. Każdy, kto chce nam coś sprzedać, zaspokaja potrzeby pamiętając o demografii. Musimy się ujawnić i dać policzyć, tak że świadoma demografii kultura zacznie odzwierciedlać nasze upodobania i nasze poglądy. To z kolei ułatwi życie następnemu pokoleniu ateistów. "Fill OUT" (ang. wypełnij) słowo "Ateista" na każdym formularzu, gdzie padają pytania o szczegóły osobiste, szczególnie przy następnym spisie powszechnym.

"Break OUT!" (ang. wyzwól się). Niektórzy mogą urządzić przyjęcia "coming OUT", na których radośnie będą obchodzić odwagę tych, którzy zdecydowali się porzucić zwyczaje całego życia albo zwyczaje swoich przodków, powitać realistyczne i wolne od przesądów życie i znaleźć się w rzeczywistym świecie. "Break OUT" z religijnego konformizmu, a żeby świętować twoją nowo znaną wolność Break OUT (tu: otwórz) szampana.

Artykuł opublikowany pierwotnie na stronie <http://richarddawkins.net/> w

związku z prowadzoną tam kampanią <http://outcampaign.org/>

Contents Copyright (c) 2000-2007 by Mariusz Agnosiewicz
Programming Copyright (c) 2001-2007 Michał Przech
Design & Graphics Copyright (c) 2002 Ailinon

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.
Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę podkatalogów, skrypty JavaScript oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, to znaczy bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie.
Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org, Neutrum.Racjonalista.pl oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania proszę kierować do info@racjonalista.pl