

Opublikowano właśnie ostatni film kampanii "Come and Complain", która zakończy się w ostatnich dniach kwietnia. Kampania rozpoczęła się w lipcu. Zleceniodawcą był Instytut Adama Mickiewicza, którego zadaniem jest promocja polskiej kultury na świecie i aktywny udział w międzynarodowej wymianie kulturalnej. Filmy oraz działania w Internecie miały przewrotnie promować polską kulturę za granicą i zachęcać obcokrajowców do odwiedzenia Polski. Akcja odbywa się pod hasłem: "Poland. Come and complain" ("Polska. Przyjedź i ponarzekaj").

W jednym ze spotów góral w przebraniu białego niedźwiedzia narzeka na słabość Polaków w sportach zimowych. Anglojęzyczny lektor kontruje wypowiedź opowieścią o sukcesach Justyny Kowalczyk (ale jedno dziewczę wiosny nie cyni) oraz polskich wspinaczy (wspinacka? a cóż to za sport?). W kolejnym taksówkarz wzdycha: "Nie dość, że prawie pada, to jeszcze słońce wychodzi". On, pracownik naukowy i młody specjalista z zakresu IT prezentują podejście do życia określane przez inicjatorów kampanii jako typowo polskie. Czyli - narzekają. Ciężko wzdychając, kwestionują osiągnięcia własnego narodu. Z ich opiniami polemizuje kobiecy głos, po angielsku wyjaśniający obcokrajowcom m.in., że twórczość Stanisława Lema była tłumaczona na ponad 40 języków i był on jednym z najpopularniejszych nieanglojęzycznych pisarzy, a Andrzej Wajda otrzymał liczne nagrody za swój dorobek filmowy. Cóż z tego, skoro Lem Nobla nie dostał, a Wajda Oskara wprawdzie tak, ale "dawno i za całokształt". I choć "czasem słyszy się o polskim wkładzie w jakiś wynalazek" to "internet to to nie był!".

Ostatni spot przedstawia kelnerkę, która polerując szklanekę monotonnym głosem opowiada o stereotypowej skłonności Polaków do picia alkoholu. W tej dziedzinie też są przeciętni, bo więcej procentów spożywają chociażby Francuzi. Na to też narzeka kelnerka - skoro Polacy piją mniej, to i napiwki są mniejsze.

Źródło: www.kampaniespoleczne.pl