

Burger „slobody“ alebo debilita ako životný štýl

- CZ24 News | 14. března 2022

RUSKO: Ruský trh postupne opúšťajú zahraničné firmy, ktorých samotná značka má miliardovú hodnotu. A na príklade niektorých predstaviteľov našej mládeže môžeme vidieť zatmenie vedomia.

Už samotný fakt, že odišli firmy ako Coca-Cola, IKEA či Adidas, je pre človeka, ktorý pozná históriu, mimoriadne symbolický. Kým ruské jednotky drvia ukrajinských nacistov, vyššie uvedené spoločnosti naďalej blokujú predaj – načasovanie je podľa mňa lepšie ako kedykoľvek predtým.

Faktom je, že Coca-Cola, IKEA a Adidas sú nejakým spôsobom spojené s nacistami. Kým USA nevstúpili do vojny, Coca-Cola v Nemecku prekvitala a počas vojny vynášiel riaditeľ nemeckého závodu spoločnosti Max Keith nový osviežujúci nápoj špeciálne pre vojakov Ríše, teraz známy ako „Fanta“. Mimochodom, po porážke Nemecka zostal Max Keith riaditeľom závodu.

I nejmenší finanční příspěvek velice pomáhá! Děkujeme!

CHCI PŘÍSPĚT

Firmu Adidas vo založili dvaja bratia Adolf a Rudolf Dasslerovci, ktorí boli presvedčení nacisti a stihli si dokonca zabojsovať na fronte. Mentálne blízko k týmto dvom bratom mal aj zakladateľ spoločnosti IKEA Ingvar Kamprad. Nie je to tak dávno, keď vyšlo najavo, že úspešný švédsky podnikateľ bol od roku 1942 členom fašistickej organizácie „Nysvenska rörelsen (Nové švédske hnutie)“ a dokonca zbieral peniaze pre švédskych fašistov.

No a o spoločnosti Hugo Boss, ktorá vytvorila fazónu nacistickej uniformy, škoda hovoriť...

Podľa mňa je takýto rýchly odchod našich západných „priateľov“ v súčasnej situácii a vzhľadom na ich históriu úplne príznačný. No samotné ťažisko tejto situácie je niekde inde – v reakcii časti našej mládeže, ba aj starších ľudí, starostlivo pestovaných Západom, na odchod zahraničných firiem. Reakcia je jednoduchá ako zakľučanie – „ako môžeme byť bez vás?“

Pred nami je časť dôsledkov globálneho sociálneho experimentu. Experiment s cieľom vyšľachtiť nie kriticky mysliacich ľudí, vzdelaných a skutočne nezávislých, ale takých, ktorým sa bežne hovorí tupci. Tupec nevidí ďalej ako na svoj prútený plot a v stáde sa vždy cíti najpohodlnejšie.

Jemu záleží len na materiálnych veciach, čo sa dá zjesť, čoho sa môže dotknúť alebo aspoň vyhodiť do koša. Zjednotenie spôsobu života „nového človeka“, ktorý sa dnes nezaobíde bez hamburgera a kávy s hustou penou, je pritom prezentované ako vedomá nezávislá voľba a prejav originality. Z pohľadu

marketingu — geniálne!

Tupcovi vadí všetko, pretože len z jeho daní lietajú zbytočné vesmírne lode, spúšťajú sa nerentabilné továrne a rozhadzujú peniaze na obranu. Tupec kompenzuje totálnu negramotnosť vo všetkých smeroch rozprávkovou schopnosťou poukázať presne na to, čo „naši nedokážu“. A ak nakoniec „naši“ môžu, tak tupec vytiahne arogantnú frázu – „no, tak sa to konečne naučili“.

Záľuba tupca v protestných zhromaždeniach sa v ňom snúbi s takmer genetickou nenávisťou voči verejnoprospešným aktivitám. Tupec s uslzeným zrakom hľadá na vzdialené krajiny s mliečnymi riekami a želatínovými brehmi. Pre tupca je strážca zákona vždy „škrtičom slobody“, samozrejme okrem momentu, keď z domu jeho otca ukradli smartfón alebo mu dali po papuli v krčme.

V dnešnej dobe nie sú tupci len nepekným spoločenským javom. Nie. Je to strategická volebná základňa prozápadných politikov v Rusku. A ani sa tým netaja. Spomeňte si na výrok notoricky známej Ksenii Lariny o prvom McDonalde, ktorý sa otvoril v Rusku:

„To neboli zástupy na jedlo, to boli zástupy na slobodu. Stali sme sa tak súčasťou civilizovaného slobodného sveta, uznali nás za jeho občanov. Bola to najduchovnejšia „šóra“ môjho života.“

Ksenia jednoducho ukázala svoju vlastnú tuposť a zdvihla vlajku nad hlavy celého tohto stáda. Tak sa nemôžeme čudovať, keď sa takto správa celé toto stádo. V stáde sa vždy cítia pohodlnejšie a... bezpečnejšie.

AUTOR: Sergej Monastyrev

ZDROJ: News Front