

ZEROHEDGE: Zábavní průmysl začíná rušit “pokrokový” obsah, neboť odpadávají diváci

- CZ24 News | 10. srpna 2022

USA: ikdy to otevřeně nepřiznají, ale jak začne být společnost pokroková, začne být úpadková. Hollywood byl neskrývaně progresivistický už celá desetiletí, ale to ještě nic nebylo proti invazi sociální spravedlnosti od roku 2016. Po asi pěti letech bezprecedentní ofenzivy levičáků na zábavní průmysl, konečně začínáme vidět, jak tomu řádění už dochází kyslík. V pokrokové produkci jsou slabiny, na které alternativní média upozorňují už dlouhou dobu - Nevydělávají zisk, protože jsou navrženy, aby ukojili menšinu levičáckých svazáků, kteří nemají žádné peníze. To ale není ten správný dav, na který je třeba se zaměřit kvůli peněžním tokům.

Upřímně je třeba říci, že zábavní průmysl byl zčásti ošálen. Zaprvé jsou to ty vábivé půjčky na sociálně inženýrské (ESG) programy, které jsou snadno dostupné, pokud společnost hlasitě vyhlásí své vazalství k agendě sociální spravedlnosti. Pak je tu samozřejmě fakt, že mnozí korporátní ředitelé a lidé z marketingu jdou podle Twitterových trendů v rámci ignorantských předpokladů, že Twitter skutečně odráží skutečný svět. Pokrokářské gardy na Twitteru posilují i ty společnosti samy, zatímco většina hlasů odporu je umlčena a pohřbena. Každý, kdo používá rezonanční komoru Twitteru jako marketingové vodítko, může být sveden k víře, že levicová ideologie v národě převažuje. To se ale skutečnosti ani neblíží.

Některým společnostem tento fakt už konečně začíná docházet a přistupují ke krokům na snížení svého vystavení pokrokovému obsahu nebo jiné zkáze přinášející ztrátu diváků. Je tomu sice tak, že levičáci mohou převzít okupaci všech platforem pro mediální distribuci (což už skoro udělali), ale stejně nemohou veřejnost donutit, aby jim ten pokrokový obsah baštila. Nakonec je ztráta diváků a zisku srazí na dno.

Vypadá to, že avantgardou čistky od levičáckého obsahu jsou Warner Media (dnes vlastněné Discovery). Podle generálního výkonného ředitele Davida Zaslava Discovery agresivně Warner pitvají, aby pochopila, proč se společnost s tolika ikonickými značkami a franšízami neustále propadá v příjmech a ve stahování. Zaslav teď likviduje krajně levicový obsah jako jedovatý odpad.

Nejpozoruhodnější je, že Zaslav byl za vykořeněním zpravodajské služby CNN+ po necelém měsíci provozu, když ta naprosto selhala při nalákání předplatitelů. Teď dal k ledu [film „Batgirl“ za 100 milionů](#), tj. pokrokový transvestismus s pokrokovým režisérem, jehož testy u diváků vzbudil nenávist. Rovněž prý zařídí nadcházející film Supergirl, což jak se šušká, bylo navrženo k náhradě franšízy milovaného Supermana ženskou verzí hranou rasově prohozenou herečkou kolumbijského původu (kdy původní Supergirl se plánovala jako bílá blondýnka).

Další událostí, která šokovala levičáky, bylo, že Netflix sešrotoval „Zabij první“, tj. [lesbický upířský seriál](#), o který nikdo nežádal a zjevně na něj nikdo nekoukal.

To přišlo poté, co Netflix během posledních pár měsíců zrušil spoustu pokrokového programování, včetně show zvané [“Anti-Racist Baby”](#) napsané proslulým propagandistou Kritické rasové teorie Ibramem X. Kendim a další animované show zvané „Q-Force“ (Heterosexuální síla).



HBO Max nedávno zrušil svoje „Kroniky Gordity“ po jen jediné sezóně; tj. show založenou na rodině dominikánských imigrantů, která tvrdě protlačovala levičácké povídačky o jejich postavení jako skupiny obětí a Ameriku líčila jako rasistický a utlačitelský národ. Bez ohledu na skutečnost, že každý rok se miliony nikoliv bílých lidí zkouší vetřít do USA, i když jsou údajně tak „bigotní“.

Příklady čistek od pokrokových programů neustále přibývají a přibývají. To je od zábavních médií chytrý krok, jelikož posluchačstvo jasně svými dolary a svou návštěvností dává najevo, že ten levičácký brak nechťejí. Není to však příliš málo a příliš pozdě?

Některé společnosti jako Disney se šíleně rozhodly zdvojnásobit pokrokový obsah (i přes četné tržní propadáky) a další, jako Warner, u svých zákazníků přišli o spoustu své reputace. Korporace a lidé z marketingu v dávných časech zkoušeli zákazníky nalákat pomocí zkoumání, co diváci chtějí. Nový model je ale, prostě zákazníkům NAŘÍD, co si mají kupovat, a zostud' neposlušné posluchače, aby se podvolili produktům, jaké se jim nelíbí. Od roku 2016 bylo strategií médií ÚTOČIT na zákazníky v reakci na kritiku, místo naslouchání a poučení. Nevyšlo to moc dobře. Dnes tyto podniky platí za své prohřešky proti svobodnému trhu.

Není pravděpodobné, že se jim nalákat zase diváky podaří někdy brzy, pokud to vůbec někdy vyjde.

[ZDROJ](#)

Překlad: reformy.cz