

Autor: Kerry Bolton



Úloha multikulturalismu v agendě globalismu

Pod pláštěm multikulturalismu a slogany typu „rovnost“ či „lidská práva“ už došlo k prosazení řady zlovolných záměrů. Stejně jako v případě „demokracie“, využitě v průběhu nedávných dějin k bombardování států slouží i tato hesla k oklamání důvěřivých a maskování skutečných záměrů lidí, které pohání téměř výhradně chamtivost a touha po moci.

Na mysl nám může vytanout např. způsob, jakým byla otázka tzv. *uitlanders* využita k ospravedlnění búrských válek, jejichž skutečným účelem bylo zajištění kontroly nad nerostným bohatstvím Jižní Afriky pro Cecila Rhodese, Alfreda Beita a další.

Paralelu nalezneme i v současnosti, pod hlavičkou „boje proti apartheidu“. A tak zatímco svět nadšeně tleská uchopení moci ANC, ve skutečnosti se Afričané z materiálního hlediska nepohnuli dopředu ani o píd'; parastatals a **státní společnosti** jsou však mezitím rychle privatizovány, aby se mohly přesunout pod ochranná křídla globálního kapitalismu. Když v roce 2000 zemřel patriarcha jihoafrického kapitalismu Harry Oppenheimer, jehož rodina je tradičním protivníkem Afrikánců, oslavoval jej Nelson Mandela takto: „ Jeho zásluhy na vytváření partnerství mezi velkými podniky a novou demokratickou vládou v rané fázi demokraticky zvoleného režimu nemohou být nikdy dostatečně doceněny.“ 1]

„Demokracie“, kterou Oppenheimer a další plutokraté ruku v ruce s ANC v Jižní Africe vytvořili, znamená volnost globálního kapitálu k vykořisťování země. Mandela pochvalně prohlásil o tomto „dlouhém pochodu ke svobodě“ v roce 1996: „Privatizace je zásadním programovým bodem ANC a také jím nadále zůstane.“ 2] Ohledně privatizace vodovodního systému v Johannesburgu, který nyní spravuje francouzská korporace Suez Lyonnaise Eaux vydal ANC následující prohlášení: „Eskom je jedním z řady státem vlastněných **parastatals**, vytvořených během éry apartheidu, které se demokraticky zvolená vláda rozhodla z ekonomických pohnutek zprivatizovat.“ 3] Stejného výsledku jako v Jižní Africe bylo dosaženo také „osvobozením“ kosovských nerostných zásob ve jménu „demokracie“ a práv

muslimů pod srbskou správou – zatímco jiné, sobě vládnoucí muslimy, bylo nezbytné podřídit diktátu USA a spojenců bombardováním.

Cíle globálního kapitalismu

Povahu dialektiky globalismu obzvlášť neúprosně osvětlil Noam Chomsky:

Víte, kapitalismus není ve svém jádru rasistický – dokáže využívat rasismu ke svým účelům, ale rasismus netvoří jeho pevnou součást. Kapitalismus v zásadě usiluje o přetvoření lidí na zaměnitelné součástky, a tak rozdíly mezi nimi – jako např. rasa – nejsou užitečné. Tedy – mohou být užitečné dočasně, jako např. když hledáte extrémně vykořisťovanou pracovní sílu apod.; takové situace jsou však spíše anomálií. V dlouhodobém horizontu se kapitalismus bude chovat anti-rasisticky – právě kvůli své nelidskosti. A rasa skutečně lidskou charakteristikou je – nikoli automaticky negativní, ale rozhodně lidskou. Proto se ztotožnění na základě rasové příslušnosti kříží se základní ideou, podle níž mají lidé fungovat jako producenti a konzumenti, zaměnitelná ozubená kolečka, skupující všechen právě vyrobený šunt – to je jejich konečnou funkcí. Všechny ostatní případné vlastnosti postrádají relevanci, často dokonce obtěžují. 4]

Chomského popis trefně vykresluje kompletní obraz situace.

Francie jako sociální laboratoř globalizace

Rivkinova ofenzíva představuje poslední útok v dlouhé řadě programů podkopávajících francouzskou identitu. Francie je paradox, obsahující v sobě kosmopolitní hodnoty buržoazní revoluce roku 1789 i tvrdohlavý tradicionalismus a nacionalismus, globalisty označovaný jako „xenofobie“. Tato tendence se projevuje i v drobnostech, např. zákonné povinnosti francouzských veřejných činitelů a politiků mluvit s cizími médii pouze francouzsky, bez ohledu na případnou znalost cizích jazyků nebo v zemi široce rozšířeného odporu proti McDonalds a Disney World.

Podobně jako zbytek světa však Francie svádí s globalizací prohranou kulturní válku. Sloupek Jeffa Steinera „Američané ve Francii“ odkazuje na způsob, jakým se Francouzi zprvu stavěli proti otevření pobočky amerického fastfoodového řetězce coby „součásti americké kulturní invaze“. Steiner píše:

...to se zdá být minulostí, McDonalds se totiž stal součástí francouzské kultury do té míry, že už není vnímán jako americký import, ale zcela francouzský prvek. Francouzům prostě McDonalds přirostl k srdci stejně jako ostatním národům.

Jedl jsem v několik francouzských McDonaldech a kromě toho štrasburského –

který zvenku působil tradičním alsaským stylem – se francouzské restaurace nijak nelišily od svých amerických protějšků.

Jistě, někteří stále proklínají McDo (stala se z nich nepatrná a většinou ignorovaná menšina) coby symbol amerikanizace Francie a jeho rozšíření vnímají jako ztrátu francouzské kulinářské jedinečnosti. Menu ve francouzském McDonaldu se v podstatě neliší od jakéhokoliv McDonaldu v USA. Přišlo mi zvláštní, že jsem si mohl objednat jako v Americe – tedy v angličtině – s tu a tam přimísenou francouzskou předložkou.

A popravdě – Francouzi, kteří jedí v McDonalds, se tam cítí právě tak doma, jako kterýkoliv Američan. 5]

Tento zdánlivě banální příklad rychle nabývá na důležitosti demonstrací toho, jak i tak silná kultura jako ta francouzská – náležící donedávna nesmírně hrdému národu – snadno podléhá, zejména pod náporu na mládež směřovaného marketingu. Jde o par excellence studii standardizace, kterou s sebou přináší americká korporátní kultura. Přesně to si přejí globalistické elity v celosvětovém měřítku – od shora až k tomu, co jíme.

Stojí za zmínku, že hlavní odpor proti McDonalds vzešel z řad rolníků, tradičně orientované skupiny evropské populace, která se stává stále větší anomálií a pod nadvládou globalistů brzy vyhyne úplně, jak zemědělství volky nevolky uvolňuje místo agrobyznysu.

Vzhledem k francouzskému postavení v Evropě a jejím historickým tendencím bránit svou suverenitu proti americkým zájmům – i v nedávné době odporem k iráckému tažení – zůstává Francie jednou z hlavních evropských překážek globalismu. Větší znepokojení v globalistech vyvolává možnost, že Francouzi si svou tvrdohlavou xenofobii přenesou i k volebním urnám a zvolí explicitně antiglobalistickou stranu, jak může naznačovat sinusoida volebních výsledků FN, stavící se jak proti globalizaci, tak i privatizaci.

To slouží jako jedna z hlavních pohnutek Rivkinova dalekosáhlého podvratného vměšování s cílem asimilovat do francouzské společnosti muslimy, což by od základu proměnilo francouzské povědomí a nasměrovalo jej směrem ke kosmopolitismu. Záměr jasně vychází najevo z Rivkinových dokumentů velvyslanectví, kde se říká, že ambasáda bude pozorovat a hodnotit účinky „přesahového“ programu zaměřeného na „pokles obecné podpory xenofobních politických stran a veřejných platforem.“

V kontrastu s francouzskou „xenofobií“ ukazuje na rozhovorech s vysokými představiteli korporací postavená studie globální korporace *Global Reach* 6], provedená R. J. Barnetem a R. E. Müllerem, že francouzské ekonomické elity dlouhodobě usilují o podrytí francouzských tradic. Prezident světové obchodní korporace IBM Jacques Maisonrouge „rád podotýká, že slogan pařížských revolučních studentských bouří z léta '68 ‚Pryč s hranicemi!‘ – na nichž se podílely i některé z jeho dětí – je také vítaným heslem v IBM.“ 7] Maisonrouge se nechal slyšet, že „manažeři světa“ (jak Barnet s Müllerem označují vrcholné manažery) věří, že činí

svět „menším a homogennějším.“ 8] Maisonrouge souhlasně popsal globální korporátní elity „kmenové příslušnosti zbavené, internacionalistické kariéristy.“ 9] Tato „absence kmenové příslušnosti“ tvoří základ „světové spotřební kultury“, nutné pro efektivnější fungování světové ekonomiky.

Paříž je už dnes kosmopolitním centrem a proto ideální prototypem „globální metropole“ budoucnosti. V 70. letech minulého století Howard Perlmutter a Hasan Ozekhan z Programu globálních institucí (Worldwide Institutions Program) Whartonovy školy při Pennsylvánské univerzitě načetli plány „globální metropole“. Paříž nebyla zvolena náhodou. Profesor Perlmutter pracoval jako konzultant pro globální korporace a jeho projekt sponzorovala plánovací agentura francouzské vlády. Perlmutter předpovídal, že se velkoměsta stanou v 80. letech „globálními metropolemi“.

Pro Paříž to znamenalo „stát se méně francouzskou“ a projít „denacionalizací“. Ta podle něj vyžaduje „psycho-kulturní změnu image s ohledem na tradiční dojem ‚xenofobie‘, kterým Francouzi dle všeho působí.“ Paralely se současným Rivkinovým plánem jsou nasnadě. Podle Perlmuttera mělo být nejlepším způsobem, jak se zbavit francouzského nacionalismu, zavedení multikulturalismu. Propagoval ‚globalizaci kulturních událostí‘ typu rockových festivalů coby protijed proti „přehnaně národní a místy až nacionalistické kultuře.“ 10]

S pohledem upřeným na podvracení „přehnaně národní a místy až nacionalistické kultury“ usiloval Rivkin o posílení vztahů mezi francouzským filmařským odvětvím a Hollywoodem. 11] Rivkin si je vědom hodnoty zábavy při proměně postojů, hlavně mezi mladými. Po zaměstnání finančního analytika pro Salomon Brothers Rivkin v roce 1988 nastoupil k The Jim Henson Company jako ředitel strategického plánování. O dva roky později se stal viceprezidentem společnosti.

The Jim Henson Company produkuje *Sezamovou ulici*, dětský pořad, v němž roztomilé chlupaté loutky propagují pečlivě vypočítanou globalistickou agendu batolatům. Profesor aplikované psychologie na New York university Lawrence Balter napsal, že *Sezamová ulice* „představila dětem široké spektrum idejí, informací a zkušeností o tak rozmanitých tématech jako jsou smrt, kulturní hrdost, rasové vztahy, lidé s postižením, manželství, těhotenství a dokonce průzkum vesmíru.“ Seriál jako první pořad najal vzdělávací výzkumníky a vytvořil výzkumné oddělení. 12] *Sezamová ulice* dostala příspěvky od Fordovy nadace, Carnegieho korporace a amerického ministerstva školství. Zmíňme také, že Fordova nadace a Carnegieho korporace mají záštitu nad Pacific Council on International Policy.

Vytváříme globálního spotřebitele

Jak zdůraznil Chomsky, globální kapitalismus vnímá lidstvo jako nahraditelné součástky výrobního a spotřebního cyklu. Vrcholem evoluce korporační větve lidstva je transformace na „kmenové příslušnosti zbavené, internacionalistické kariéristy.“ Podle finančního analytika G. Pascala Zacharyho tito vykořenění kosmopolité zformovali „neformální globální aristokracii“, jejíž příslušníci se rekrutují napříč celým korporátním spektrem, zcela závisí na svých společnostech a „jen málo na širší veřejnosti“ – nová třída, zcela zbavena pout národní,

etnické či kulturní příslušnosti. 13]

V studii Barneta a Müllera označil John J. Powers z Pfizeru globální korporace za „nositele společenských, ekonomických a kulturních změn.“ 14] Autoři dodávají, že manažeři chápou „iracionální nacionalismus“ jako omezení „volného toku finančního kapitálu, technologií a zboží na globální úrovni.“ Klíčový prvek nacionalismu představuje „odlišnost psychologických a kulturních postojů, komplikující homogenizaci světa do integrované jednotky... Kulturní nacionalismus je taktéž závažným problémem, protože ohrožuje koncept ‚Globálního nácupního centra‘.“ 15]

Tento kulturní nacionalismus označuje Rivkin spolu s dalšími fandý globalismu jako „xenofobii“, pokud tedy nelze tuto „xenofobii“ využít ve službách vojenského dobrodružství tehdy, když selžou úplatky, embargo a hrozby, jako tomu bylo v Srbsku, Iráku a brzy možná Libyi (zde se slova K. Boltóna ukázaly být prorockými – pozn. překl.). Pak se americké globalistické elity i jejich spojenci stávají rychle „patrioty.“

Barnet a Müller citují stížnosti A. W. Clausena z doby, kdy předsedal Bank of America, že národní, kulturní a rasové odlišnosti představují „marketingové komplikace“ a že „neexistuje nic jako jednotný, globální trh.“ 16] Harry Heltzer výkonný ředitel 3M prohlásil, že globální korporace „jsou silným hlasem pro světový mír, protože neslouží žádnému národu, jazyku, víře ani rase, ale jedné ze vznešenějších aspirací lidstva, a to naději, že se lidé na celém světě sjednotí pro společný ekonomický prospěch.“ 17]

Tyto „vznešenější aspirace lidstva“ – jinak známy také jako lakomství, hrabivost a uctívání mamonu – pošpinily Zemi, vytvořily globální ekonomickou nerovnováhu a fungují na základě mechanismu lichvy, v lepších časech pokládáný za hřích. Tyto podle manažerských elit „vznešenější aspirace“ zavinily více válek než kterýkoliv „xenofobní“ diktátor, zpravidla ve jménu „světového míru“ a „demokracie.“

Rivkinova doktrína pro Francii – která musí být podle uniklých informací zaváděna s nejvyšší opatrností – je dalekosáhlým podvratným programem k přeměně zejména mladých na globální klony, zbavené kulturní identity, postupujícím – v duchu orwellovského „doublethinku“ – pod hlavičkou „multikulturalismu.“

Poznámky:

- 1] “Mandela honours ‘monumental’ Oppenheimer”, *The Star*, Jižní Afrika, 21. srpna 2000.
- 2] Lynda Loxton, “Mandela: We are going to privatise,” *The Saturday Star*, 25. května 1996, s.1.
- 3] ANC daily news briefing, 27. června 2001. Viz také “Eskom,” *ANC Daily News Briefing*, 20. června 2001.
- 4] Noam Chomsky, *Understanding Power: The Indispensable Chomsky* (New York: The New York Press, 2002), s. 88-89.
- 5] J. Steiner, *American in France: Culture: “McDonalds in France”*.
- 6] R. J. Barnet and R. E. Müller, *Global Reach: The Power of the Multinational Corporations*

(New York: Simon and Schuster, 1974).

7] *Global Reach*, s. 19. Novější informace o Maisonrougeovi viz IBM: Jacques G. Maisonrouge.

8] *Global Reach*, , s. 62.

9] *Global Reach*, ibid.

10] *Global Reach*, s. 113–14.

11] "2010 France Country Dialogue," PCIP, op. cit.

12] L. Balter, *Parenthood in America: An Encyclopaedia*, Vol. 1 (ABC-CLIO, 2000), s. 556.

13] G. Pascal Zachary, *The Global Me* (New South Wales: Allen & Unwin, 2000).

14] *Global Reach*, s. 31.

15] *Global Reach*, s. 58.

16] *Global Reach*, ibid.

17] *Global Reach*, s. 106.

Třetí část článku Kerry Boltona *The Rivkin Project: How Globalism Uses Multiculturalism to Subvert Sovereign Nations, Part 3* vyšla na stránkách Counter-Currents Publishing.