

„Ако каниш побиједити, не смијеш изгубити“

(Грунф)



У Србији се на киосцима још увек продаје Алан Форд, крајње политички некоректан стрип, препун дискриминаторских изјава, у коме све врви од увреда, говора мржње и ширења нетрпељивости. Може се очекивати да овакав стрип ускоро буде осуђен од неких НВО, због искључивих изјава као што су „Тко лети вриједи, тко не лети, тај не вриједи“, „Улаз је забрањен онима којима улаз није дозвољен“, „Боље живјети сто година као милијунаш, него седам дана у биједи“, и бројним другим.

Није то једини пример дискриминације који се овде може видети. Недавно сам се у великом домаћем хипермаркету, одмах поред рекламе „Ако угледате духа, напијте се ПИК пива до уха“, нашао пред тешким избором. Од два производа робе коју сам тражио, ни један није имао декларацију написану на српском језику. Први произвођач је имао текст на енглеском, а онај други, из Русије, декларацију која је одштампана на језицима свих држава у окружењу, уз словачки језик приде, као гратис додаток. „Цијена је“, универзалним језиком читко написана, била Сир Оливерска, „права ситница“. Наравно да нисам купио ни један од тих производа. Не разумем македонски, језик којим говори бројна популација на Балкану.

И у Хрватској су дискриминисани и производи и трговци из Србије, а и домаћој музичкој индустрији је тешко да пронађе званичне канале за улазак у суседну државу. И то не важи само за продају дискова, него и за концерте, јер су многе овдашње звезде понижаване враћањем са границе, одбијањем издавања виза и отказивањима већ заказаних концерата.

Ако бисмо гледали глобално, дискриминација би могла да буде и то што је Делта холдинг, после дуго времена, добила дозволу за изградњу трговачког центра у Љубљани, али уз услов да пре тога изграде спортску дворану и фудбалски стадион. Шта би нама фалило да су градови Београд, Нови Сад и Ниш условили изградњу Меркатора изградњом мостова и концертних дворана? Или да је, на пример, хрватска

Суперхик против дискриминације

Пише: Зоран Грбић
субота, 21 март 2009 16:55

„Идеа“ претходно морала да изгради аквапарк на Новом Београду и базен на Бежанијској коси? Да ли би то онда било проглашено за дискриминацију према осталима који су у Србији отворили маркете?

Међутим, није да не постоје и позитивни примери, из којих може да се види да је могуће и право разумевање проблема какав је дискриминација. Недавно су из трговачког ланца „Јабука“ најавили отварање СОС продавница, у којима ће по нижим ценама право куповине имати најугроженији грађани, радници са ниском зарадом и пензионери. Трговци и добављачи су увидели да зарада не мора да се заснива на моделу „праведне“ поделе плена Броја 1 („Један теби, један мени, други теби, два мени, трећи теби, три мени...“), и израчунали да спуштањем цена и даље могу да зараде на количини продате робе, па су договором дошли до заједничког интереса, од којег би корист имали и купци. Чак су Министарству трговине доставили предлог да се и држава укључи у акцију, која би у кризној години помогла грађанима, тако што би смањила ПДВ на основне животне намирнице.

У надлежном министарству су овакав предлог игнорисали. Показали су да имају истанчан осећај за важност социјалне равноправности и једнакости у друштву, тако што су поручили „Јабуци“ да такве СОС маркете може да отвара, али само за све купце. Предложили су оснивање „хард дисконта“, са нижим нивоом услуге, где би сви трговци могли да понуде производе по нижим ценама, али „свим грађанима, без обзира на социјални статус“.



Грунф би рекао „Тко хода, не трчи“. Тренутно је на киосцима актуелан серијал од неколико епизода стрипа, посвећен Суперхику, заштитнику богатих, који има далеко најједноставнији слоган од свих ликова Алан Форда, који гласи „крадем сиромашнима да бих дао богатима, јер шта ће сиромасима паре“.