

Lobby syjonistyczne usunęło antyizraelski billboard

11 maja 2011

STANY ZJEDNOCZONE. Firma Clear Channel Outdoor, należąca do światowego potentata reklamowego, koncernu Clear Channel, po raz kolejny pokazała stosowanie podwójnych standardów wobec wolności wypowiedzi. Ulegając lobby żydowskiemu, firma usunęła z przydrożnych billboardów w stanie Washington antyizraelski plakat krytycznie odnoszący się do wspierania przez podatnika amerykańskiego, syjonistycznego państwa Izrael.

Usunięty przez właściciela nośników billboardowych, czyli firmę Clear Channel plakat, wykupiony został przez organizację Seattle Mideast Awareness Campaign – SEAMAC. Zawierał on jedno przesłanie: „Równe prawa dla Palestyńczyków. Skończyć z finansowaniem armii izraelskiej” oraz odnośnik do strony internetowej: www.Stop30Billion-seattle.org

Przeciwko tej ingerencji w wolność słowa, wystąpiła jedna z czytelniczek dziennika „The Seattle Times”, która w wydrukowanym liście pisze m.in.:

„Organizacja SEAMAC zamierza jedynie poinformować opinię publiczną w Stanach Zjednoczonych, że podatnicy są zmuszeni do przeznaczania corocznie miliardów dolarów wspierając syjonistyczno-izraelskie napaści na Palestyńczyków. [...] Jako amerykańska Żydówka, która przez lata protestowała przeciwko tej niewłaściwej polityce amerykańskiej, również domagam się aby syjoniści i amerykański rząd przestali osłaniać się i ukrywać się za Żydami celem przypisania prawowitości swoim kryminalnym postępowaniom.”

Koncern Clear Channel jest jednym z największych na świecie firm specjalizujących się w reklamie zewnętrznej. Działa obecnie w ponad 50 krajach świata na 6 kontynentach, zatrudniając 18 tysięcy pełnoetatowych pracowników, nie licząc

kontraktowych. Obroty firmy wynoszą 7 miliardów dolarów. Poza reklamą zewnętrzną, posiada 1400 stacji radiowych i 37 stacji telewizyjnych (w USA). Organizuje widowiska artystyczne i sportowe.

Polski oddział firmy – Clear Channel Poland, działa od 1999 roku i jest właścicielem wielu przydrożnych billboardów (np. w Warszawie i okolicach do tej firmy należy ponad 2200 nośników reklamowych, w tym billboardów o powierzchni 18 m²), organizuje imprezy artystyczne i sportowe, organizuje i koordynuje reklamy największych wielkopowierzchniowych sieci sklepowych. Firma, która żyje z reklamy, nie dba jednak o to, aby szczegółowe dane o swojej działalności były szeroko znane. W polskim wydaniu tzw. wolnej encyklopedii Wikipedia, nie ma nawet hasła opisującego firmę.

Opracowanie: Bibuła Information Service

Na podstawie: The Seattle Times

Źródło: [Bibuła](#)