

## Kdo ovládá Ameriku?

Ve světě neexistuje větší moc než ta, která manipuluje veřejným míněním ve Spojených státech. Žádný král, papež či generál, který v minulosti dobýval nová území, žádný církevní hodnostář nikdy nedisponoval mocí, která by se alespoň vzdáleně blížila moci několika mužů tahajících za provázky masmédií a zábavního průmyslu v USA.

Jejich moc není vzdálená či neosobní. Vstupuje do každé domácnosti v Americe a prosazuje svou vůli téměř celou dobu, kdy jsme vzhůru. Je to moc, která formuje a modeluje mínění v podstatě každého občana, mladého či starého, bohatého či chudého, jednoduše smýšlejícího či sofistikovaného.

Masmédia nám pomáhají formovat naše vlastní představy o světě a pak nám říkají, jak ty představy máme vnímat. V podstatě vše, co víme – nebo si myslíme, že víme, o událostech za hranicemi našeho sousedství či kruhu našich blízkých, k nám přichází formou denního tisku, týdenních magazinů, naší rozhlasové stanice, či naší televize.

A nejde jen o bezostyšnou nepřítomnost určitých zpráv v našem tisku či drzou propagandu hrubě zkreslující historii v některých televizních dokumentaristických a dramatických pořadech, které jsou charakteristické pro techniky ovlivňující názory. Manipulátoři rádi využívají techniky náznaků. Druhým typickým prvkem jejich manipulace je důslednost.

Všimněme si například způsobu, jakým jsou prezentovány zprávy: jak jsou některé zprávy zdůrazňovány a jiné potlačovány do pozadí, sledujte slovník hlasatele, výběr slov, tón jeho hlasu, výraz tváře, slovní spojení v titulcích, volbu ilustrací – všechny tyto drobnosti ovlivňují to, jak vsřebáváme slyšenou a viděnou informaci.

Jako první pochopitelně odstraní editoři a redaktoři z našich myslí jakékoliv zbytky nezdravých pochybností, které by snad mohly někde ve skrytu naší duše přetrvávat. Pomocí propracovaných psychologických technik vedou naše myšlenky a názory takovým způsobem, aby nás náhodou nevyčlenili ze skupiny, která je *in* (moderní), ze skupiny *krásných lidí* a ze skupiny *dobře investované peníze*. Přesně nám naznačí, jaké pocity bychom měli mít vůči určitému druhu lidí a určitému druhu chování. Dělalí to tak, že umístí tyto skupiny a tato chování do děje zábavních a dramatických televizních pořadů a nechají ostatní postavy reagovat politicky korektním způsobem.

### Formování mysli amerického diváka

Tak například rasově smíšené manželství bude v zábavním průmyslu masmédií respektováno, oblíbeno a sociálně akceptováno. Stejně tak jiné postavy, jako *rozhodný černý učitel* či *schopný černý byznysmen*, *citlivý a talentovaný homosexuál* nebo *chudý, ale čestný ilegální mexický dělník*. Na druhé straně *bílý rasista*, míněno kterákoliv postava bílé pleti vědomá si své rasy, která podezíravě vnímá míšení ras či rapidně se zhoršující rasovou situaci v Americe, je vždy spodobněn jako opovržením hodný bigotní člověk, což mu v lepším případě ostatní postavy dají jasně najevo. V horším případě jej chápou jako nebezpečného psychopata fascinovaného zbraněmi, prostě hrozbu všem slušným občanům státu. Postava bílého rasisty posedlého touhou střílet se stala de facto častým a oblíbeným stereotypem televizních show.

Průměrný Američan, který ve svém denním televizním životě zkonsumuje tak nezdravý kus, je jen stěží schopen rozlišit fikci od reality, pokud vůbec. Na jednání televizních hrdinů, na jejich postoje a projevy reaguje podobně, jako reaguje ve svém normálním osobním životě. Pro příliš mnoho Američanů byl skutečný život nahrazen falešnou realitu televizního prostředí a je to právě tohle prostředí, kterému se podřizuje jeho potřeba reakce. Takže vyjádří-li autor pořadu či filmu prostřednictvím herců souhlas s některými myšlenkami a zavrhně myšlenky jiné, používá mocný nástroj působící na mysli miliony diváků. Usměruje jejich myšlenky vstříc konformitě s jeho vlastními názory.

A samozřejmě se to týká nejen televizních zábavních pořadů, ale také zpráv, ať už vysílaných na obrazovce nebo tištěných. Záludnost této formy ovládnutí myšlení spočívá v tom, že i když si uvědomíme, že pořad či článek je zaujatý, mediální odborníci jsou přesto schopni manipulovat většinou z nás. Je to tím, že nejen zůstávají předpojatí v tom, co nám prezentují, ale navíc vytvořili neviditelné bariery a nepsaná základní pravidla pro povolené spektrum názorů.

Vezměme si například, jak zacházejí média s informacemi ze Středního východu. Někteří redaktori a komentátoři jsou v každém svém vstupu otrocky pro Izrael, zatímco jiní se zdají být neutrální. Ale nikdo se neodvází naznačit, že Spojené státy možná stojí v tom arabsko-izraelském konfliktu na špatné straně barikády, popř. že 11. září je výsledkem jejich podpory té nepravé straně. Stejně tak se nikdo neodvází naznačit, že posláni vojáků do Iráku – principiálního nepřítele Izraele na Středním východě – více posloužilo zájmům Izraele než zájmům Ameriky. Takže mantinely povolených názorů jsou zřejmé: od pro izraelských po neutrální.

Dalším příkladem je způsob, jak média ve Státech zacházejí s rasovými otázkami. Někteří komentátoři se zdají být zcela neutrální, co se zpráv s rasovým podtextem týče. Jiní neutají emoční přibarvení v hlasu a výraz tváře, popř. volbu slovníku, přičemž ale jejich sympatie jsou vždy na straně nebílých. Společnou platformou médií, a to bez výjimky, ale je, že multikulturalismus a rasové míšení jsou jednou dané, a že jsou to věci pozitivní.

Vzhledem k určité škále prezentovaných názorů si většina Američanů neuvědomuje, že jsou manipulováni. I ti, kteří si stěžují na „řízené zprávy“, spolklí návnadu. Domnívají se totiž, že to, co přijímají, představuje určité spektrum názorů, a oni jsou tedy schopni uniknout kontrole myšlení tím, že upřednostňují určité redaktory a komentátory před jinými. Je to situace podobná házení mincí: padne-li hlava, vyhrávám já, padne-li orel, prohráváš ty. Každický stupínek v prezentované škále názorů je mistry médií schválen předem. Nikdy se nestane, že by se objevil nový, nepovolený pohled nebo názor.

Kontrola médií formujících názory je téměř monolitická. Všechna ovládaná média – televize, rádio, noviny, magazíny, knihy, filmy – hovoří jediným jazykem, přičemž se navzájem doplňují a podporují: každé jednotlivé médium posiluje názor ostatních. Navzdory zdání barevnosti ve skutečnosti neexistuje opravdový disent, alternativní zdroj faktů či nápadů přístupný masové populaci, který by jí umožnil formovat názory v nesouladu s těmi ve většinových médiích. Všechny názory jsou prezentovány jediným stylem, jediným možným pohledem na svět, ve kterém všichni proklamují rovnost ras, inertní (neměnnou) povahu příběhu o židovském holocaustu, špatnost pokusů zastavit proud nebílých ilegálních přistěhovalců valících se přes hranice, nebezpečí, které nám hrozí, umožníme-li lidem vlastnit zbraně, morální rovnost všech sexuálních orientací a upřednostňování tzv. „pluralistické“, kosmopolitní společnosti před homogenní společností bílých. Je to pohled připravený pro nás mediálními loutkáři, který je sestaven tak, aby především vyhovoval jejich vlastním zájmům. Lidé tyto názory přejímají, hlasují pro ně a v souladu s nimi upravují své vlastní životy.

A kdo jsou tyto mediální loutkáři? Brzy uvidíme, že v podstatné míře jsou tvořeny židy. Neplatí, že by média byla kontrolována kapitalisty bažícími po moci, z nichž jsou vlivem okolností mnozí židé. Kdyby tomu tak bylo, pak by měl etnický poměr židů k nežidům v mediální sféře alespoň přibližně odpovídat etnickému poměru bohatých židů k bohatým nežidům v ostatních sférách podnikání. I když i v médiích existuje několik prominentních výjimek, pravdou je, že převaha židů v médiích je tak výrazná, že můžeme téměř vyloučit náhodu.

Pokračující deregulace vlády v telekomunikacích vykristalizovala nikoliv – jak bylo očekáváno – ve zvýšení konkurence, ale v urychlené spojování korporací; výsledkem je vznik necelé desítky mediálních konglomerátů s mnohamiliardovým obratem. Růst největších z nich byl ještě akcelerován dalším pohlcováním konkurence, jejich velikost se od devadesátých let ztrojnásobila. Kdykoliv sledujete televizní kanál, ať místní nebo celostátní, kabelovou či satelitní televizi, kdykoliv shlédnete film v biografu nebo doma, kdykoliv posloucháte rádio nebo

hudební nahrávku z CD a DVD, kdykoliv čtete noviny, knihu či magazín, je vysoce pravděpodobné, že informace a zábava byly vytvořeny a/nebo distribuovány jednou z těchto megamediálních firem:

## Time Warner

Dnes je to největší mediální konglomerát. Dočasně byl nazýván *AOL – Time Warner*. Zkratka AOL se přestala ve jméně objevovat poté, co byla divize AOL vyšetřována vládními úředníky pro podezření z nečistých účetních praktik. Svou současnou podobu firma dostala, když v roce 2000 *America Online* koupila firmu *Time Warner* za 160 miliard dolarů. V roce 2003 měla tato kombinovaná firma zisky 39,5 miliardy. Sloučení firem *AOL* a *Time Warner* přivedlo dohromady prezidenta AOL Time Warner Steva Caseho (který není žid) a Geralda Levina, který je žid a vykonává funkci CEO.

Firmu *Warner* založili počátkem minulého století židovští bratři. Brzy se stala rozhodující silou v Hollywoodu, což je fakt natolik známý, že bývá otevřeně přiznáván židovskými autory, stejně jako skutečnost, že v každé nové akvizici médií hrají židé dominantní roli: Když židovský autor Michael Wolff hovořil o spojení obou firem, řekl doslova: „Když se před deseti lety společnost *Time Inc.* spojila s *Warnerem*, bylo jednou ze zajímavostí této fúze to, že se de facto stala čistě židovskou firmou.“ (Článek se jmenuje *From AOL to W*, uveřejněn byl 29. ledna 2001 v *New York Magazinu*.)

Třetím nejmocnějším mužem ve firmě je – alespoň na papíře – běloch a nežid, viceprezident Ted Turner. Turner v roce 1996 přenechal svůj *Turner Broadcasting System*, který zahrnoval *CNN*, Warnerovi za značnou část podílů *Time Warner*. V dubnu 2001 Levin v podstatě Turnera vyhodil a zbavil ho jakékoliv skutečné moci. Nicméně Turner zůstává majitelem velké části akcií, hlasitým kritikem a členem správní rady.

Levin neodhadl dobře své možnosti a v květnu 2002 byl při konfrontaci se správní radou propuštěn. Pro Turnera, který díky Levinovi přišel o sedm miliard ze svého devítimiliardového balíčku, to byla slabá útěcha. Pod tlakem rovněž rezignoval v květnu 2003 Steve Case. Správní rada nahradila Levina a Caseho pány Blackem a Richardem Parsonsem. Za Parsonsem zůstává moc a vliv židů dominantní složkou.



Norman Pearlstein z *Time Warner*: kontroluje 50 populárních magazínů.

*AOL* je největší poskytovatel internetových služeb na světě. V USA má 34 milionů zákazníků. V současnosti slouží jako platforma židovských pořadů z dílny *Time Warner*. Ve Warnerovi existuje skupina pracující na interaktivním obsahu, vedou ji pánové Jodi Kahn a Meg Siesfeld, oba židé. Vedoucím redaktorem v týmu je Ned Desmond, běloch a nežid. Všichni tři podléhají šéfredaktorovi Normanu Pearlsteinovi, který je rovněž žid. Náplní jejich práce je transformace obsahu pořadů a děl vzniklých u *Time Warner* do interaktivního režimu pro internet se specifickým zaměřením na tyto uživatele internetu: děti, teenageři a ženy.

Ještě předtím, než došlo ke sloučení *Time Warner* s *AOL*, býval *Time Warner* druhým největším mezinárodním mediálním kolosem. Jeho „přidružená výroba“, kabelová televize *HBO*, má 26 milionů zákazníků a je největší kabelovou sítí na americkém trhu. „Konkurenční“ podnik *Cinemax* je ve skutečnosti další „přidruženou výrobou“ patřící *Time Warner*.

Až do května 1998, kdy židovský miliardář Edgar Bronfman koupil *PolyGram*, byla další „přidružená výroba“ firmy *Time Warner* firma *Warner Music*. Byla největší americkou nahrávací firmou s padesáti značkami. Proslavila se rovněž tím, že jako jedna z prvních od za-

čátek podporovala „gangsta-rap“. Ve spolupráci s jinou nahrávací firmou *Interscope Records* (ještě předtím, než byla *Interscope Records* koupena další židy ovládanou mediální firmou), pomáhala popularizovat žánry, jejichž explicitně grafická lyrika nabádá černochoy k násilnostem na bílých. Bronfman koupil *Warner Music* v roce 2004, čímž pojistil, že zůstala pevně v židovských rukou.

*Time Warner* se kromě produkce pro kabelovou televizi a hudby intenzivně věnuje také filmové tvorbě (*Warner Brothers Studio, Castle Rock Entertainment, New Line Cinema*). Jeho tiskové oddělení řídí Norman Pearlstein – žid. Ovládá 50 magazínů včetně *Time Life, Sports Illustrated* a *People*, knižní nakladatelství *Time-Life Books, Book-of-the-Month Club, Little Brown* a další. *Time Warner* rovněž vlastní *Shoutcast* a *Winamp*, základní nástroje, bez kterých se neobejde žádné nezávislé internetové rádio. A jako dominantní hráč v RIAA byl hlavním „vyjednávačem“ sám se sebou, když se určovala pravidla pro platbu autorských honorářů, která velmi zvýhodňují velké hráče a umlčela mnoho menších. (Tato informace byla uveřejněna 8.4.2003 v *The Register* v článku *AOL Time Warner takes grip of net radio.*)

### **Lekce Teda Turnera: „Bud' velmi opatrný na to, s kým usedáš ke stolu.“**



Ted Turner

Když se v roce 1985 mediální magnát Ted Turner pokusil koupit *CBS*, zavládla v zasedacích síních mediálních správních rad panika. Turner zbohatl v reklamě a vybudoval úspěšnou kabelovou síť *CNN* se 70 miliony předplatitelů.

Ačkoliv Ted Turner nikdy přímo nezpochybnil židovské zájmy, byl Williamem Paleym a dalšími židy vždy vnímán jako neovladatelný: něco jako zapomenutý kanón, který může spustit, když se to nejméně očekává. A se svou troškou do mlýna přišel navíc i židovský novinář Daniel Schorr, který pro Turnera pracoval, a který se dal slyšet, že Ted Turner neměl židy příliš v lásce.

Ve snaze zablokovat Turnerův plán k odkoupení *CBS*, vyzvali její vládcové židovského podnikatele a miliardáře Laurence Tische (divadla, hotely, cigarety), aby *CBS* převzal v procesu, kterému se anglicky říká *friendly takeover* – „přátelské převzetí“ (spočívá v odkoupení většinového podílu akcií za dohodnutou cenu, pozn. vydavatele). V letech 1986 až 1995 stál Tisch v čele *CBS* jako výkonný ředitel. Podařilo se mu potlačit jakýkoliv nežidovský vliv. Turner se znovu pokusil *CBS* získat, ale jeho snahu efektivně zablokoval Gerald Levin z *Time Warner*. Jako vlastník dvaceti procent akcií *CBS* disponoval právem vetovat každou větší obchodní transakci. Kupodivu Levin neměl námítky, když v roce 1999 jeho kolega žid Sumner Redstone nabídl za *CBS* 34,8 miliardy.



Gerald Levin

Ačkoliv Turner prokázal schopnost inovace a zaplnil hlavní titulky novin, nikdy ve skutečnosti neovládal konexe nezbytné k tomu, aby se stal mediálním magnátem. Pochopil, že nelze-li někoho porazit, je nutno s ním spolupracovat, a prodal svůj podíl Levinovi z *Time Warner*. Později toto rozhodnutí okomentoval takto:

„Většinu života jsem byl neobyčejně úspěšný. Podařilo se

mi udělat řadu šikovných tahů a vydělat mnoho peněz. V určitém okamžiku nastala situace, kdy se zdálo, že spojení s Time Warner přinese prospěch všem, především akcionářům.

Jenže věci se mi bohužel brzy vymkly z rukou. Ztratil jsem možnost zasahovat do řízení. Doufal jsem, že budu mít dostatek morální autority na to, abych v nové firmě uplatňoval svůj vliv. Jdete-li s někým podnikat, dobře si uvažte s kým.

Domníval jsem se, že kupuji Time Warner. Ve skutečnosti si Time Warner koupil mě. Měli jsme na mnoho věcí rozdílné pohledy. Nakonec se sloučili s AOL a to byla katastrofa. A zatím stále je. Přišel jsem o 85 % svého majetku.“

## Disney



Výkonný ředitel Disney,  
Michael Eisner:  
Ničí Disneyho odkaz.

Druhým největším mediálním kolosem se ziskem 27,1 miliardy v roce 2003, je *Walt Disney Company*. Vůdčí osobností a výkonným ředitelem firmy je Michael Eisner – žid.

V čele Disneyho království, stojí muž, kterého média jednou popsala jako „řízené monstrum“. Disney zahrnuje řadu televizních produkčních společností (*Walt Disney Television, Touchstone Television, Buena Vista Television*) a kabelových sítí s více než sto miliony předplatitelů. Co se tématických filmů týče, *Walt Disney Motion Pictures Group* v sobě zahrnuje *Walt Disney Pictures, Touchstone Pictures, Hollywood Pictures* a *Caravan Pictures*. Disney rovněž vlastní *Miramax Films*, v jehož čele stojí židovští bratři Bob a Harvey Weinsteinové odpovědní za produkci takových filmů se silným sexuálním podtextem a brutalitou jako jsou

*The Crying Game, Priest* a *Kids*.

Až do roku 1984 byla firma *Disney* vlastněna nežidovskou rodinou, tehdy se plně soustředila na rodinnou zábavu. Když ji v roce 1984 převzal Eisner, její aktivita expandovala do výroby tzv. materiálu pro dospělé, ačkoliv stále vlastní práva ke *Sněhurce*.



Harvey Weinstein, který, se svým bratrem Bobem, v *Miramax Films* ve spolupráci s *Walt Disney Company* Michaela Eisnera produkoval takové filmy, jako jsou *The Crying game, Priest* a *Kids*.

V srpnu 1995 převzal Eisner pod kontrolu navíc *Capitol Cities/ABC*, která vlastní televizní síť *ABC*, která dále vlastní deset televizních stanic v tak tržně zajímavém prostředí, jako jsou New York, Chicago, Philadelphia, Los Angeles, San Francisco a Houston. Navíc je k *ABC* ve Státech přičleněno 225 dalších televizních stanic a 2900 rozhlasových stanic. *ABC* produkuje přes 7200 rozhlasových pořadů, vlastní 54 rozhlasové stanice a operuje 57 stanicemi v mnoha velkých amerických městech (viz výše). Součástí rozhlasové sítě *ABC* je stanice *Radio Disney* specializující se na tvorbu programů pro dětské posluchače.

Pod *ABC* dále spadá síť sportovních stanic *ESPN*. Výkonným ředitelem v *ESPN* je žid George W. Bodenheimer. Tato korporace (*ABC*) rovněž kontroluje

*Disney Channel, Toon Disney, A & E, Lifetime Television, SOAPnet* a *History Channel*; každý z těchto televizních kanálů má kolem 86-88 milionů předplatitelů po celém světě. Samotná televizní síť *ABC* má 84 miliony předplatitelů a mimo běžné zábavní vysílání (v jehož rámci často vysílá pořady ne právě nejvhodnější pro děti, což je na pováženou vzhledem k tomu, že

jde o proklamované rodinné vysílání), rovněž poskytuje prostor křesťanskému sionistovi a televiznímu evangelíku Patu Robertsonovi.

Ačkoliv *ABC/Disney* je svým primárním zaměřením telekomunikační firma, její zisky v publikačním odvětví přesáhly miliardu dolarů. *ABC/Disney* vlastní *Walt Disney Company Publishing*, *Hyperion Books* a *Miramax Books*. Mimo to vlastní šest deníků a dvacet magazínů. Celosvětově vycházejí z jejich tiskáren knihy v 55 jazycích a prodávají se v 74 zemích světa. Měsíčně čte produkci ABC 100 milionů čtenářů.

Na internetu provozuje *Disney Buena Vista Internet Group*, *ABC Internet Group*, *ABC.com*, *ABCNEWS.com*, *Oscar.com*, *Mr. Showbiz*, *Disney Online*, *Disney's Daily Blast*, *Disney.com*, *Family.com*, *ESPN Internet Group*, *ESPN.sportzone.com*, *Soccernet.com*, *NFL.com*, *NBA.com*, *Infoseek* (částečné vlastnictví) a *Disney Interactive*.

## Viacom



Sumner Redstone z Viacom: Pověřil Toma Frestona, aby vytvořil homosexuálně orientovanou televizní síť, kterou začlenil do svého mediálního impéria.

Dalších 200 televizních stanic vlastní nepřímo prostřednictvím dceřiné společnosti *CBS Television Network*. Patří mu skupina *Infinity* se 185 rozhlasovými stanicemi. Dalších 1500 rozhlasových stanic vlastní dceřinná společnost *CBS*. Filmová produkce je zajištěna prostřednictvím firmy *Paramount Pictures*, kterou řídí židovka Sherry Lansingová, rozená Sherry Lee Heimannová. Paní Heimannová hodlá koncem roku 2005 odejít do důchodu.

Svou podobu dostala firma *Viacom* v roce 1971, kdy Federal Communications Commission (FCC je nezávislá vládní agentura podléhající kongresu, něco jako Rada pro rozhlasové a televizní vysílání v Česku, pozn. vydavatele.) rozhodla, že se CBS musí zbavit části kabelové televize a výroby programů. Tenhle pokus vlády omezit monopol bohužel nevyšel a židovský kolaborativní monopol zůstává vážným problémem až do dneška. Když se v roce 1999 CBS znovu rozrostla koupí *King World Productions* (jednoho z hlavních syndikátů televizního vysílání), spadl Viacomu do klína i jeho původní zakladatel – *CBS*. Lze to vnímat jako dvojnásobný políček duchu soudního rozhodnutí z roku 1971.

Pan Redstone získal *CBS* po prosincovém hlasování akcionářů CBS a Viacomu. Již dříve zmiňovaná Leslie Moonvesová stála dlouho v čele CBS Television, druhý prezident Viacomu Tom Freston, vedl vlastní kanál *MTV*.

*Viacom* rovněž vlastní *Country Music Television*, kabelovou síť *The Nashville Network* a je největší reklamní agenturou (specializuje se na venkovní a silniční billboardy). Jeho divize publikací zahrnuje *Simon & Schuster*, *Scribner*, *The Free Press*, *Fireside* a *Archway Pa-*



Melvin Karmazin, momentálně bez funkce. Když se ho reportér zeptal, proč se chtěl jako prezident CBS sloučit s Viacomem, odpověděl: „Myslím, že jsem to chtěl už od doby, kdy jsem byl bar micvován.“

mixovaným rockem a rap videem. Má mimořádný kulturní vliv na mladé lidi bílé pleti po celém světě. *MTV* rovněž s oblibou vyrábí filmy, kde hrají rasově smíšené dvojice, jako *Save the Last Dance*.

*Viacom* se rovněž soustředí na děti ve věku od 4 do 11 let. Pro ně je určen televizní kanál *Nicklodeon*, který sleduje 87 milionů malých diváků. V Americe nemá kanál *Nicklodeon* konkurenci. Rapidně se šíří také v Evropě. Většina pořadů na tomto kanále zatím ještě nevykazují nechutné degenerativní prvky, jinak tak typické pro *MTV*, ale Redstonovi se postupně daří měnit obsah *Nicklodeonu* a stále častěji servírovat malým dětem jedovatý koktejl ve stylu *MTV*. *Nickelodeon* si dal za cíl ovládnout dětské televizní vysílání.

## NBC Universal



Edgar Bronfman junior z Warner Music, později Vivendi Universal. Tento prodejce Seagramu prodává mediální impéria jako sběratelské obchodní známky. Jeho otec je prezidentem Světového židovského kongresu.

*Paperbacks*. Distribuuje video prostřednictvím 8000 půjčoven a prodejen *Blockbuster*. Mimo to se zabývá satelitním vysíláním, zábavními parky a video hrami.

*Viacom* je hoden své pověsti. Prostřednictvím svých kanálů *Showtime*, *MTV*, *Nicklodeon*, *Black Entertainment Television* a dalších je největším světovým poskytovatelem kabelového vysílání. Od roku 1989 postupně získává *Viacom* prostřednictvím *MTV* a *Nicklodeon* větší a větší podíl mladých televizních diváků. *MTV* dominuje televiznímu trhu pro diváky ve věku 12 až 24 let.

Pan Summer Redstone vlastní 76 procent akcií Viacomu. Z dílny Viacomu vyšly takové perly, jako např. film *Jackass*, který se stal téměř kultovním filmem a pro mnohé mladé lidi ve věku kolem dvaceti let v celém světě vzorem chování a názorů. Jejich televizní kanál *MTV* (sledovaný 342 miliony diváků ve 140 zemích světa) zaplňuje obrazovky rasově

mixovaným rockem a rap videem. Má mimořádný kulturní vliv na mladé lidi bílé pleti po celém světě. *MTV* rovněž s oblibou vyrábí filmy, kde hrají rasově smíšené dvojice, jako *Save the Last Dance*.

Dalším židovským mediálním magnátem je Edgar Bronfman ml. Řídil společnost Seagram Company, Ltd. (ohromná likérka) až do jejího nedávného sloučení s Vivendi. Jeho otec, Edgar Bronfman st. je prezidentem Světového židovského kongresu.

Seagram vlastnil Universal Studios a později od Warnera koupil Interscope Records, předního propagátora „gangstarapu“. Universal a Interscope nyní patří Vivendi Universal, která se v květnu 2004 sloučila s NBC a vznikla mateřská společnost NBC Universal.

Bronfman se stal nejmocnějším mužem nahrávacího průmyslu v květnu 1998, kdy se mu podařilo získat PolyGram, evropského giganta, za 10,6 miliardy US dolarů od holandského výrobce elektroniky, firmy Philips.

V červnu 2000 vyměnila Bronfmanova rodina Seagram za podíly ve Vivendi a Edgar mladší se stal viceprezidentem Vivendi. Tato společnost byla původně francouzským podnikem veřejných služeb a vedl ji nežid Jean-Marie Messier. Bronfmanova klika v radě přinutila Messiera rezignovat v červnu 2002.

Vivendi v roce 2002 dále získal USA Networks, patřící bisexuálovi Jew Barry Dillersovi. (Diller vlastní InterActive

Corporation, která vlastní firmy Expedia, Ticketmaster, The Home Shopping Network, Lending Tree, Hotels.com, CitySearch, Evite, Match.com a další internetové podniky.) Vivendi spojil USA Networks, Universal Studios, Universal Television a zábavní parky do Vivendi Universal Entertainment (VUE).

Po sloučení Vivendi a NBC využil Bronfman své značné zisky a nedávno zakoupil Warner Music od židy ovládané společnosti Time Warner. Současným prezidentem NBC Universal je nežid, často spojovaný s židovskými kauzami, dlouholetý zaměstnanec NBC Bob Wright. Ron Meyer, žid, je prezidentem a výkonným předsedou společnosti Universal Studios. Stacey Snider, také židovka, je prezidentkou Universal Pictures. Prezidentem NBC Universal Television Group je Jeff Zucker, další žid.

Dva ze čtyřech největších mediálních konglomerátů (Disney a Viacom) jsou v židovských rukou. Židovští manažeři řídí mediální podnik NBC Universal. Židé tvoří velké procento na vedoucích postech v Time Warner. Je nepravděpodobné, že by tak velká míra židovského vlivu v této oblasti nastala bez cílené, záměrné snahy ze židovské strany.

### Další mediální společnosti:



Rupert Murdoch z News Corporation: Zapálený sionista a podporovatel neokonzervativců.



Peter Chernin z Fox: Bez povzbuzování Fox News by bylo mnohem těžší prodat americkému národu válku v Iráku.

News Corporation Ruperta Murdocha vlastní Fox Television Network, Fox News, FX Channel, 20th Century Fox Films, Fox 2000 a vydavatelství Harper Collins. News Corporation je pátou největší megamediální korporací v USA, s roční tržbou v roce 2003 cca 19,2 miliardy US dolarů. Je to jediná z ostatních společností, která se blíží prvním čtyřem.

Její kanál Fox News je klíčovým nástrojem při protlačování židovského neokonzervativního programu, který stojí za válkou v Iráku a který živí jak administrativu George W. Bushe, tak i „neokonzervativismus“, jenž zahrnuje agresivní sionismus a multikulturalismus.

Murdoch je podle jména nežidem, ale panuje určitá nejasnost ohledně jeho původu. Během svého života silně podporoval sionismus a další židovské kauzy. (Historik David Irving publikoval informaci z vyšších mediálních kruhů, která tvrdí, že Murdochova matka, Elisabeth Joy Greene, byla židovkou, ale nebyli jsme schopni toto tvrzení ověřit.) Murdochovým manažerem číslo dva je Peter Chernin, který je prezidentem a výkonným předsedou – a také židem.

Pod Cherninem sedí na klíčových postech společnosti židé: Gail Berman, šéfuje Fox Entertainment Group; Mitchell Stern řídí satelitní televizní divizi DirecTV; Jane Friedmanová je prezidentkou a CEO vydavatelství Harper Collins; a Thomas Rothman je prezidentem Fox Filmed Entertainment. News Corporation také vlastní *New York Post* a *TV Guide*, obojí se vydává pod Cherninovým dohledem. Hlavním tištěným neokonzervativním periodikem je *The Weekly Standard*, vydávaný skrze News Corporation, redigovaný Williamem Kristolem, předním židovským neokon řečníkem a „intelektuálem“.

Většina televizních a filmových společností, které nevlastní žádná větší mediální korporace, je také ovládaná židy.

Například, *Spyglass*, „nezávislá“ filmová produkce, která

vyrobila filmy jako je *Šestý smysl*, *Insider: Muž, který věděl příliš mnoho* a *Tenkrát na východě*, je v rukou židovských zakladatelů, spolupředsedů Garyho Barbera a Rogera Birnbauma. Prezidentem je Jonathan Glickman a výkonným viceprezidentem Paul Neinstein. Oba dva jsou židé. Spyglass vyrábí filmy exklusivně pro Dream Works SKG.



Steven Spielberg, Jeffrey Katzenberg a David Geffen jsou partneři v posilující mediální židovské firmě Dreamworks SKG.

Nejznámější z malých mediálních společností, Dream Works SKG, je striktně košer záležitostí. Dream Works vznikla v roce 1994 uprostřed ohromné reklamní kampaně spojením průmyslového magnáta Davida Geffena, dřívějšího prezidenta Disney Pictures Jeffreyho Katzenberga a filmového režiséra Stevena Spielberga – všichni tři jsou židé. Společnost produkuje hrané filmy, animované filmy, televizní programy a hudební nahrávky. Pokud uvážíme finanční prostředky a kontakty, které mají Geffen, Katzenberg a Spielberg k dispozici, můžeme zřejmě brzy spatřit Dream Works ve společnosti velké čtyřky.

Další významné studio, Columbia Pictures, patří nadnárodní japonské společnosti Sony. Nicméně, prezidentkou studia je židovka Amy Pascalová a její produkce plně odráží židovské společenské programy. Hudební divize Sony se nedávno sloučila s evropským hudebním gigantom BMG a tak vznikla Sony BMG Music Entertainment, jeden z největších současných distributorů hudby. V jejím čele stojí Andrew Lack,



Amy Pascal je šéfka Columbia Pictures.

dříve prezident a CEO společnosti NBC – a také žid. Americkou odnož Sony řídí žid jménem Howard Stringer, dříve pracoval pro CBS, a ten najal Lacka.

Je dobře známo, že židé ovládali většinu filmové produkce a distribuce již krátce po vzniku filmového průmyslu v prvních desetiletích dvacátého století. Když v roce 1966 zemřel Walt Disney, poslední překážka na cestě k ovládnutí Hollywoodu byla pryč a židé shrábli vlastnictví společnosti, kterou Walt vybudoval. Od té doby už jim ve filmovém průmyslu nestálo nic v cestě.

Filmy vyrobené v sedmi z výše uvedených firem – Disney, Warner Brothers, Paramount (Viacom), Universal (NBC Universal), 20th Century Fox (News Corp.), Dream Works a Columbia (Sony) – si připsaly 94% z celkových tržeb za rok 2003.



Andrew Lack ze Sony: V Japonsku založená firma asi nebude chtít narušit „americkou“ korporáční kulturu a zahájila provoz se židovskými šéfy.

Velkou trojku televizního vysílání původně tvořily ABC, CBS a NBC. Po slučování mediálních impérií už tyto tři společnosti nejsou nezávislými subjekty. V době, kdy ještě byly nezávislé, byly i přesto od svého založení v židovských rukou: ABC patřilo Leonardovi Goldensonovi; NBC nejdříve Davidu Sarnoffovi a pak jeho synovi Robertovi; a NBC nejdříve Williamu Paleymu a následně Laurenci Tischemu. Během několika desetiletí byly tyto společnosti od hlavy k patě napěchovány židy a nezbytná židovskost se neztratila ani po absorbování těchto stanic židy ovládanými mediálními korporacemi. Židovská přítomnost v televizních zpravodajstvích zůstává zvláště silná.

Dobrym příkladem této skutečnosti je NBC. Prezidentem NBC News je Neal Shapiro. Prezidentem NBC Universal Television Group je Jeff Zucker. Zuckerovi je přímo zodpověd-

ný jeho blízký přítel Jonathan Wald, dřívější programový producent NBC, nyní senior konzultant pro CNBC. David M. Zaslav je prezidentem NBC Cable (a také ředitelem firmy zabývající se digitálním videem TiVo Inc.). Prezidentem MSNBC je Rick Kaplan. Všichni tito muži jsou židé.

Podobná převaha židů existuje i ve zpravodajských divizích dalších společností. Sumner Redstone, Tom Freston a Les Moonves ovládají CBS patřící Viacomu. Moonves předvedl svoji moc v roce 2002, kdy nechal vyměnit celý tým nové *CBS Early Show*. Je také prasynovcem sionistického předáka Davida Ben Guriona, prvního izraelského premiéra. Al Ortiz (také žid) je výkonným producentem a ředitelem zpravodajství o zvláštních událostech pro CBS News. *CBS Early Show* produkují hlavní výkonný producent Michael Bass a Victor Neufeld (dřívější producent programu 20/20 od ABC); oba jsou židé.

Prezidentem ABC News je Davis Westin, který je rovněž žid (podle tvrzení Jeffreyho Blankforta z Middle East Labor Bulletin). Starším viceprezidentem zpravodajství v ABC je Paul Slavin, také žid. Bernard Gershon, žid, je starším viceprezidentem/generálním ředitelem ABC News Digital Media Group řídící ABCNEWS.com, ABC News production a ABC News Video Source.

## Tištěná média

Po televizním zpravodajství jsou nejlivnějším informačním médiem noviny. Každý den se prodá (a pravděpodobně i přečte) 58 milionů výtisků. Tyto miliony se skládají ze 1456 různých publikací. Člověk by se mohl domnívat, že tak velký počet rozličných novinových periodik napříč Amerikou bude dostatečnou zárukou proti kontrole a zkreslování zpráv nějakou menšinou. Nicméně, tak tomu není. V této oblasti je méně nezávislosti, méně konkurence a ještě méně zastoupení většinových zájmů, než by si běžný pozorovatel mohl myslet.

V roce 1945 byly čtyři z pěti amerických novin vlastněny místními lidmi s blízkým vztahem ke svým komunitám. Tyto dny už jsou však dávnou minulostí. Většina nezávislých novin byla skoupena nebo vytlačena z trhu uprostřed sedmdesátých let. Dnes je většina „místních“ novin vlastněna spíše menším počtem velkých společností, vedených lidmi, kteří pracují a žijí stovky a tisíce kilometrů daleko. Ze zmíněných 1456 novin je nezávisle vlastněno méně než 20 procent; zbytek patří do novinových řetězců. Z celkového počtu jich má pouze 103 náklad větší než 100 000. Jen hrstka je dost velká na to, aby si mohly dovolit nezávislé reportéry za hranicemi svého města; ostatní jsou ve svých národních a mezinárodních zprávách závislé na těch několika.



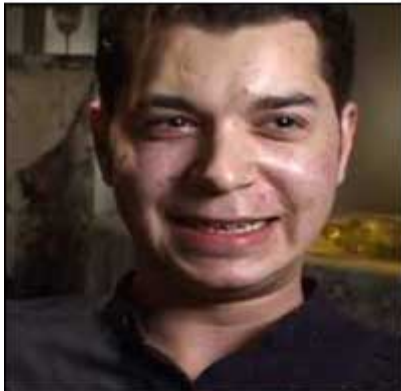
William Kristol prosazuje neokonzervativismus pod Cherninem a Murdochem.

Associated Press (AP), který prodává obsah novinám, je v současnosti ovládán židovským viceprezidentem a šéfredaktorem Michaellem Silvermanem, který vede denní zpravodajství a dohlíží na redakční oddělení. Silverman řídí národní zpravodajství AP jako šéfredaktor od roku 1989. Židovka Ann Levinová je v AP redaktorkou národního zpravodajství. Silverman a Levinová podléhají Jonathanu Wolmanovi, také židovi, který byl povýšen do pozice senior viceprezident AP v listopadu 2002.

Pouze ve dvou procentech amerických měst vychází více než jeden deník a jejich konkurence je pouze na oko (deník a večerník), neboť mají stejného majitele popřípadě vzájemnou dohodu.

Mnoho konkurenčního boje se ztrácí díky monopolistickým taktikám Advance Publications, holdingové společnosti rodiny Newhousů. Advance Publications koupí jeden

z konkurenčních deníků a pak vyhlásí reklamní válku, kdy drastickým snižováním cen za inzerci přivede oba deníky na pokraj bankrotu. Advance Publications v ten moment odkoupí konkurenční noviny. Oba deníky vychází dál, jeden jako ranní noviny a druhý jako večerník. Nicméně, po čase se jedny noviny zruší – a bratři Newhousovi tak mají v rukou jediný městský deník. Například, v roce 2001 Newhousovi zrušili syrakuský *Herold-Journal*, čímž druhé noviny *Post-Journal* získaly monopol.



Nahoře Samuel Newhouse z Advance Publications, pod ním jeho přímý dědic Samuel Newhouse mladší. Jejich mediální impérium se zbavilo většiny ostatních tím, že je koupilo. Bylo vybudováno díky chamtivé monopolní praxi, která vyřadila konkurenci.

konkurent hyne. Od počátku 20. století, kdy se židovští kupci stali dominantní ekonomickou silou Ameriky, narůstal počet amerických novin v židovských rukou, společně s úbytkem konkurenčních nežidovských novin – do určité míry také díky vybíravým inzertním zásadám židovských obchodníků.

Mimoto, noviny, které jsou stále vlastněny a vedeny nežidy, značně závisí na příjmech z židovské inzerce, takže jejich redakční a zpravodajské zásady jsou většinou ve vleku židovských zájmů. Stejně jako jinde i v novinovém byznysu platí pravidlo, že muziku vybírá ten, kdo platí.

Příklad mediálního impéria Newhousových ukazuje nejenom nedostatek skutečné konkurence mezi americkými deníky, ale také ilustruje neukojitelnou touhu, kterou mají židé po všech názory ovlivňujících orgánech, jichž se mohou zmocnit. Newhousovi vlastní 31 deníků, včetně několika velkých a důležitých jako jsou např. clevelandský *Plain Dealer*, newarský *Star-Ledger* a new orleanský *Times-Picayune*; Newhouse Broadcasting, zahrnující televizní stanice a kabelové televize; nedělní přílohu *Parade* s týdenním nákladem více než 35 milionů; asi dva tucty významnějších časopisů, včetně *The New Yorker*, *Vogue*, *Wired*, *Glamour*, *Garden*, *Vanity Fair*, *Bride's*, *Gentlemen's Quarterly*, *Self*, *House* a všechny ostatní magazíny skupiny Conde Nast, kterou také vlastní. Personál těchto časopisů je, jak byste mohli očekávat, docela košer. *Parade* může posloužit jako příklad: Vydavatelem je Randy Siegel, šéfredaktorem a viceprezidentem je Lee Kravitz, kreativním ředitelem je Ira Yoffe, redaktorem pro vědecké články je David H. Levy a redaktorem pro články o zdraví je Dr. Isadore Rosenfeld.

Toto židovské mediální impérium bylo založeno Samuelem Newhousem, imigrantem z Ruska. Když v roce 1979 zemřel ve věku 84 let, zanechal svým dvěma synům, Samuelovi a Donaldovi, mediální holding v hodnotě 1,3 miliardy dolarů. Po celé řadě dalších akvizicí vzrostla hodnota Advance Publishing na dnešních cca 9 miliard US dolarů. Zhltnutí tolika deníků Newhousovou rodinou bylo usnadněno příjmovou strukturou deníků. Noviny, ve většině případů, nežijí z předplatného svých čtenářů, ale z peněz inzerentů. Je to příjem z inzerce – ne drobné získané od čtenářů – co z větší části platí šéfredaktorovu mzdu a provize vlastníkov. Kdykoli si velký inzerent vybere pro svoji firmu jeden deník oproti druhému, obšťastněný deník vzkvétá, zatímco

## Troje židovské noviny

Omezování konkurenčního boje a zřizování místních monopolů na šíření zpráv a názorů je typickým znakem vzrůstající židovské kontroly nad americkými novinami. Výsledná schopnost židů využít tisk jako nástroje, který nemá odporu, pro svoji politiku, nemůže být ilustrován lépe než na příkladu tří nejprestižnějších a nejvlivnějších národních deníků: *New York Times*, *Wall Street Journal* a *Washington Post*. Tyto tři, vévodící americkému finančnímu a politickému kapitálu, jsou noviny, které určují trendy a směr pro téměř všechny ostatní. Jsou to ony, kdo určuje, co je a co není zprávou na národní a mezinárodní úrovni. U nich zprávy začínají; ostatní je víceméně kopírují. A všechny tři deníky jsou v židovských rukou.

*New York Times*, v roce 2003 s denním nákladem 1 119 000 výtisků, je neoficiálním společenským, módním, zábavním, politickým a kulturním průvodcem národa. Říká americké smetánce, které knihy si má koupit, na které filmy se dívat; které názory jsou momentálně „in“; kteří politici, učitelé, duchovní vůdci, umělci a podnikatelé jsou hodni obdivu. Po několik desetiletí v 19. století byly skutečně americkými novinami.

*New York Times* byly založeny v roce 1851 dvěma nežidy, Henrym J. Raymondem a Georgem Jonesem. Po jejich smrti je odkoupil z Jonesovy pozůstalosti bohatý židovský vydavatel, Adolph Ochs. Jeho praprapravnuk, Arthur Sulzberger ml., je jejich současným vydavatelem a ředitelem společnosti New York Times Co. Russell T. Lewis, také žid, je prezidentem a generálním ředitelem The New York Times Company. Michael Golden, další žid, je místopředsedou představenstva. Martin Nisenholtz, žid, má na starost jejich rozsáhlé internetové aktivity.

Sulzbergerova rodina také vlastní, prostřednictvím New York Times Co., 33 dalších novin, včetně *Boston Globe*, zakoupených v červnu 1993 za 1,1 miliardy dolarů; devět TV a dvě rádio stanice; a více než 40 internetových podniků. Vydává také *International Herald Tribune*, světově nejrozšířenější deník v angličtině. New York Times News Service předává zpravodajské příběhy, reportáže a fotografie z *New York Times* do 506 dalších novin, zpravodajských agentur a časopisů.

Podobný národní význam má i *Washington Post*, který díky svým kontaktům ve vládních agenturách sleduje vnitřní dění ve Washingtonu a federální vládě.



Donald Graham, generální ředitel Washington Post Company. Je třetím z generace židovských vlastníků nejvlivnějších novin v zemi a všech jejich přidružených firem.

*Washington Post*, podobně jako *New York Times*, má nežidovský původ. Byl založen v roce 1877 Stilsonem Hutchinsem. V roce 1905 ho od něj koupil John R. McLean a později ho zdědil Edward B. McLean. V červnu 1933, uprostřed recese, byl deník přinucen k bankrotu. V dražbě ho koupil Eugene Meyer, židovský finančník a bývalý partner nechvalně známého Bernarda Barucha, žida, který byl absolutním průmyslovým vládcem Ameriky v průběhu první světové války. *Washington Post* vedla Katherine Meyer Grahamová, dcera Eugena Meyera, až do své smrti v roce 2001. Byla hlavní akcionářkou a předsedkyní představenstva Washington Post Company; v roce 1979 jmenovala svého syna Donalda Grahama do funkce vydavatele. Donald se stal generálním ředitelem Washington Post Company v roce 1991 a předsedou představenstva v roce 1993. Deník zůstává nepřetržitě v židovských rukou. Denní náklad se pohybuje kolem 732 000 výtisků a jeho nedělní příloha má náklad přes jeden milion výtisků.

Washington Post Company vlastní řadu dalších médií: noviny (Gazette Newspapers, včetně 11 vojenských publikací); televize (WDIV v Detroitu, KPRC v Houstonu, WPLG v Miami,



Peter R. Kann, kontrolující Dow Jones Company, publikující Wall Street Journal, Barron's a 33 dalších novin.

WKMG v Orlandu, KSAT v San Antoniu, WJXT v Jacksonville); časopisy a zejména druhý nejčtenější národní týdeník *Newsweek*.

Různé televizní firmy patřící Washington post Company zasahují celkem 12 milionů domácností a jejich kabelová televize Cable One má 750 000 diváků.

*Wall Street Journal* prodává každý všední den 1 820 000 výtisků a patří Dow Jones Company, Inc., newyorské korporaci, která vydává dalších společnosti 33 deníků a týdenní finanční plátek Barron's. Předsedou představenstva a generálním ředitelem Dow Jones je Peter R. Kann, žid. Kann sedí také na pozici předsedy představenstva a vydavatele *Wall Street Journal*.

Většina ostatních významných deníků v New Yorku není v jiných rukou než *New York Times* a *Wall Street Journal*. *New York Daily News* (náklad 729 000 výtisků) byl v roce 1993 odkoupen z pozůstalosti židovského mediálního magnáta Roberta Maxwella (rozeného Ludvika Hocha) židovským stavebním podnikatelem Mortimerem B. Zuckermanem. Další žid, Les Goodstein, je prezidentem a

generálním ředitelem *New York Daily News*. Jak již bylo uvedeno, neokonzervativcům nakloněný *New York Post* (náklad 625 000 výtisků), je majetkem News Corporations, vedené židem Peterem Cherninem.

## Zpravodajské magazíny

Příběh ostatních médií je stejný jako u televize, rádia, filmu, hudby a novin. Vezměte si například zpravodajské magazíny. Ve Státech vycházejí pouze tři, které mají větší význam: *Time*, *Newsweek* a *U.S. News & World Report*.

*Time*, s týdenním nákladem 4,1 milionu výtisků, je vydáván dceřinou společností Time Warner Communications, zpravodajským konsorciem vytvořeným v roce 1989 spojením Time, Inc. s Warner Communications. Šéfredaktorem Time Warner Communications je Norman Pearlstein, žid.

*Newsweek*, jak je uvedeno výše, je vydáván společností Washington Post Company, vlastněnou židem Donaldem Grahamem. Týdenní náklad je 3,2 milionu výtisků.

*U.S. News & World Report*, s týdenním nákladem 2 miliony výtisků, je vlastněn a vydáván již dříve zmíněným Mortimerem B. Zuckermanem, který také sám sedí na pozici šéfredaktora. Zuckerman dále vlastní newyorský plátek Daily News, který je šestým největším celonárodním deníkem.

## Naše zodpovědnost

Toto jsou fakta o tom, kdo ovládá média v Americe. Každý, kdo je ochoten strávit několik hodin v knihovně a prohlédnout si současné ročenky společností z rádio a televizního průmyslu a nahlédnout do adresářů novin a časopisů; do rejstříku korporací a jejich úředníků, tak jak je vydává Standard and Poors a Dun and Bradstreet; do standardních biografických příruček, si může ověřit jejich správnost. Nedá se popřít. Při střetu s těmito fakty se židovští mluvčí uchylují k vyhýbavým taktikám. „Ted Turner není žid!“ ohlásí vítězoslavně, jako by se tím všechno vyřešilo. Pokud se na ně naléhá dále, obviní vás z „antisemitismu“ za to, že jste vů-

bec s něčím takovým přišli. Strach z tohoto obvinění umlčuje mnoho lidí, kteří vědí, jak se věci doopravdy mají.

Ale my nemůžeme mlčet o tak závažných skutečnostech. Židovská vláda nad americkými masmédií je nejdůležitějším životním problémem nejen v Americe, ale dnes i v celém světě. Neexistuje nic – choroby, hladomory, ekonomické krachy, dokonce jaderná válka – co by budoucnost našeho lidu ohrožovalo více.

Židovská kontrola nad médií určuje zahraniční politiku Spojených států a umožňuje židovským zájmům, spíše než americkým, aby rozhodovaly otázky míru a války. Bez židovské mediální kontroly by například nebyla žádná válka v Perském zálivu. NATO by nezmasakrovalo srbské civilisty. Nebyla by irácká válka a mohly by být ušetřeny tisíce lidských životů. Byla by jen malá, pokud vůbec nějaká, podpora sionistického státu Izrael a nenávisť, roztržky a teror Blízkého východu by se nikdy nepřiblížily k našemu pobřeží.

Když židům dovolujeme kontrolovat naše zprávy a zábavní média, nesvěřujeme jim pouze rozhodující vliv na náš politický systém a praktickou moc nad naší vládou; dáváme jim moc nad myslí a duší našich dětí, jejichž postoje a názory jsou formovány židovskou televizí a židovskými filmy více než rodiči, školou nebo jinými autoritami.

Židy ovládaná zábavní média mají hlavní roli při přesvědčování celé generace o tom, že homosexualita je normálním a přijatelným životním stylem; že není nic špatného na vztahu bílé ženy s černým mužem, nebo sňatku bílého muže s asiátkou; že všechny rasy jsou v podstatě identické ve svých schopnostech a charakteru – snad kromě toho, že charakter bílé rasy je podezřelý kvůli historii utlačování ostatních ras; a že každá snaha bílých o rasovou sebeochranu je trestuhodná.

Musíme se vzepřít dalšímu rozšiřování tohoto jedu mezi naším lidem a musíme zlomit moc těch, kteří ho šíří. Není přijatelné, aby takovou moc držela v rukou nepřátelská menšina, jejíž hodnoty a zájmy se liší od našich. Dovolit židům, s jejich 3000 let trvajícím historickým rozvracením národů (od dávného Egypta po Rusko), aby nad námi měli tuto moc, se rovná rasové sebevraždě. Skutečně, fakt, že tolik bílých Američanů je naplněno pocitem rasové viny a sebe-návisť do té míry, že usilují o zánik své vlastní rasy, je cíleným záměrem židy ovládaných masmédií.

Jakmile jsme jednou vstřebali a pochopili skutečnost ohledně židovské kontroly masmédií, je naší nevyhnutelnou povinností zlomit tuto kontrolu. Musíme se vzdát nicnedělání v boji proti této zlé moci, která pevně sevřela náš národ do smrtícího objetí a vlívá svůj smrtelný jed do jeho mysli a duše. Pokud ji naše rasa nezničí, zcela jistě zničí ona naši rasu.

## **Naše vlastní média**

Stále větší počet bílých Američanů se podílí na vzniku nových médií, která nepodléhají židovské kontrole. National Vanguard Books, vydavatel této brožury, vydává také vlastní plně barevný magazín se zprávami, úvahami a názory, National Vanguard, který je k dostání na níže uvedené adrese za 5 USD v USA a Kanadě a za 8 USD jinde ve světě. Také provozujeme několikrát denně aktualizovanou stránku se zprávami a komentáři [www.nationalvanguard.org](http://www.nationalvanguard.org) a rádiové vysílání *American Dissident Voices*. Program vysílání je dostupný na [www.natvan.com](http://www.natvan.com) nebo na [www.nationalvanguard.org](http://www.nationalvanguard.org) nebo je k objednání na adrese uvedené dole. Je nesmírně důležité, že podporujeme svá vlastní média.

National Alliance, předchůdce National Vanguard Books, je členskou organizací aktivistů pracujících pro zájmy bělochů a pomáhá budovat a financovat naše nová média. Pro další informace o členství v Alianci piště na P.O. Box 90, Hillsboro WV 24946 USA.

Tuto brožuru si lze objednat na National Vanguard Books, P.O. Box 330, Hillsboro, WV 24946 USA. 10 kusů za 6 USD, 25 kusů za 9 USD, 100 kusů za 20 USD, 1000 kusů za 154

USD. Cena zahrnuje poštovné. Náš katalog, obsahující přes 600 knih, videí a audio nahrávek, je k dostání za 3 USD.

*Celý obsah copyright ©2004 National Vanguard Books, Inc. Majitelé, manažeři a obchodní vztahy se mohou z pochopitelných důvodů čas od času změnit. Veškerá jména a další údaje v této zprávě, pokud není uvedeno jinak, jsou správná k listopadu 2004.*

<http://www.natvan.com/>

Česká verze vyšla na [www.zvedavec.org](http://www.zvedavec.org)