

Chmelár: Tak sa to robí, do psej matere! AKO SA FINANCUJE VLÁDNA PROPAGANDA Z NAŠICH PEŇAZÍ

- CZ24 News | 30. května 2023

SLOVENSKO: Publicista, politický analytik a vysokoškolský pedagóg Eduard Chmelár upriamil svoju pozornosť do Centrálného registra zmlúv. Ten ukazuje, že len ministerstvo obrany minulo v tomto roku, teda za prvých päť mesiacov, 350 000 eur na “nákup vysielacieho času” nielen v TA3, ale aj v TV JOJ, TV Markíza a vo verejnoprávnej RTVS.

Určite ste už postrehli, ako sa z kedysi rešpektovanej spravodajskej televízie TA3 stáva doslova hnojisko tej najprimitívnejšej propagandy. Práve mainstreamové médiá sa radi chvastajú, že to, čo ich odlišuje od alternatívnych, je vraj serióznosť a profesionalita, lebo dodržiavajú hlavnú zásadu klasického žurnalizmu - overovanie informácií z dvoch na sebe nezávislých zdrojov. Fakt, ako okamžite začali pracovať s neoverenou fámou poľného maršala Jara von Naďa o údajnej snahe Ruska zmanipulovať naše voľby ako s potvrdenou správou, najlepšie demonštruje, ako strašne vás klamú. Môžete si klásť otázku, či sú títo novinári takí primitívni alebo skorumpovaní, no hoci sa to nevyučuje, príčina takéhoto správania je oveľa škandalóznejšia ako sa na prvý pohľad zdá.

Ministerstvá a iné štátne orgány mínajú státisíce až milióny eur na propagandu svojich zámerov v médiách. A vy to všetko platíte. Pohľad do Centrálného registra zmlúv ukazuje, že len ministerstvo obrany minulo v tomto roku, teda za prvých päť mesiacov, 350 000 eur na “nákup vysielacieho času”, ako sa tomu hovorí, v TA3, TV Joj, TV Markíza, ale aj v RTVS. Pozor, nejde o legálnu reklamu, ktorá musí byť zo zákona oddelená od ostatného vysielacieho času, ale integrálnu súčasť vysielania, pri ktorom je divák uvedený do omylu, že pozerá štandardné spravodajstvo alebo publicistiku, hoci on sa v tej chvíli díva na skrytú reklamu, teda na obyčajnú propagandu. Práve tam je pes zakopaný, prečo sú iné názory než postoje vládnucej garnitúry také nežiadúce.

No tieto propagandistické metódy nevyužívajú len ministerstvá, ale napríklad aj Slovenská pošta alebo Všeobecná zdravotná poisťovňa, ktorá má miliardový dlh, prestala preplácať pacientom na Borochoch operácie - no tento rok vynaložila viac ako jeden a pol milióna eur na vlastné PR v uvedených televíziách, ale napríklad aj v Rádiu Expres. Úplne na hulváta. Rada pre mediálne služby mala proti takýmto nekalým praktikám už dávno zasiahnuť, no všetci vieme, že prostituuje s vládnuou mocou. A tak sa v predvolebnom období všetci daňovníci skladajú vláde na kampaň. Je to svinstvo, ktoré paralyzuje objektivitu médií a ochromuje demokratické mechanizmy tejto spoločnosti.



P. S. Obrázok je iba ukážka. Ak si dáte tú námahu a zasurfujete si v Centrálnom registri zmlúv, ako som to urobil ja, nájdete tam oveľa viac pikantností. Smutné je, že toto by mala byť štandardná práca novinárov. No namiesto žurnalistov máme v médiách tajtrlíkov a slaboduchých sluhov propagandy, ktorí naháňajú chlapíka, ktorý dostal od ruskej ambasády 500 eur, ale nevšímajú si, že vo vzduchu lietajú státisíce a milióny na propagáciu zvrátených cieľov mocenskej elity. Ako by povedal klasik - tak sa to robí, do psej matere.

ZDROJ: FB Eduard Chmelár