

Dr. Mercola: AŽ 80% OBSAHU KORPORÁTNÍCH MÉDIÍ JE PŘEDEM ZPRACOVANÁ PROPAGANDA

- CZ24 News | 19. dubna 2023

Asi jen málokdo má čas se dívat na to, co píší a hlásají mainstreamová média po celém světě. Pokud si však ten čas uděláte a soustředíte se třeba na mainstream evropský a americký, pak zjistíte, že všichni čerpají z téhož zdroje. To se samozřejmě týká globálního zpravodajství, což bylo nejlépe znát na příkladné koordinaci propagandistů po celém světě za éry covidismu.

Ovšem jen málokdo ví, že o tom, co se bude psát v těchto médiích rozhoduje malá hrstka těch, kdo ovládají svět. Jak jinak by také mohli ovládat svět, kdyby jim tato média nešla na ruku?

A jak to celé funguje?

PR agentura vytváří globální mediální plán pro konkrétního klienta. Rozhoduje, které články napíše a kde se objeví. Poté se rozhodne, kde a kdy zobrazovat reklamy. I když se tedy zdá, že farmaceutické společnosti mají přímý vliv na média, jsou to ve skutečnosti PR firmy, které mají největší kontrolu, zejména pokud jde o organizaci celé věci.

Zajišťují, že jedna a tatáž zpráva je distribuována na mnoha různých místech včas. PR firmy jsou proto ústředním kolečkem v globální propagandistické mašinérii a jako takové je třeba je chápat.

Existují dvě různé PR firmy: firmy pro styk s veřejností a holdingové společnosti reklamních agentur. Holdingové společnosti reklamních agentur se zabývají public relations, ale primárně se zaměřují na reklamní agentury.

Jak je popsáno v [Who Owns the World](#) ?, hrstka soukromých investičních firem vládne každému aspektu našeho života a vlastní vše, za co utrácíme své peníze, od jídla a pití po oblečení, cestování, domovy a prostě cokoli jiného, na co si vzpomenete. Koupí téměř čehokoli přispíváte těmto globálním zločincům.

I když se zdá, že na trhu existují stovky konkurenčních značek, tak ve skutečnosti to funguje jako „matrjošky:“ větší mateřské společnosti vlastní několik menších značek. Ty pak vlastní další síť na národních a regionálních úrovních.

Tyto mateřské společnosti jsou zase vlastněny akcionáři a největší akcionáři jsou vždy stejní: **Vanguard a Blackrock**. Tito institucionální investoři vlastní i jeden druhého. Jsou akcionáři ve svých společnostech, což podkopává koncept konkurence a dále posiluje globální monopol.

A – jak jsme si zde již mnohokrát opakovali – nikdo neví kdo tyto firmy skutečně ovládá. Jisté však je, že jejich skutečními majiteli jsou globalisté z nejvyšší příčky pyramidy moci. Jména jako Rockefeller či Rothschild tam jistě nechybí.

Ale vraťme se k médiím, jejichž propaganda je také pod kontrolou těchto globalistických špiček.

Čtyři největší reklamní holdingové společnosti na světě jsou v současnosti Publicis Groupe, WPP, Omnicom Group a Interpublic Group a všechny jsou těsně propojeny s mediálními korporacemi,

vojensko-průmyslovým komplexem a politickými elitami.

Každá agentura má zase menší dceřiné společnosti a pobočky, což zase vyvolává dojem, že hráčů je daleko víc, než jaká je skutečnost. A jako u všeho ostatního, Vanguard a/nebo BlackRock patří mezi 10 největších akcionářů těchto čtyř největších holdingů reklamních agentur.

Vlastní také velké mediální společnosti a největší farmaceutické [společnosti](#).

„Odhaduje se, že dvě třetiny až 80 % obsahu vysílaného a publikovaného korporátními médii pochází od PR firem.“

Všechny 4 hlavní mediální společnosti, vlastněné fondy BlackRock a Vanguard, tedy tvoří většinu obsahu korporátních médií.

Situace v roce 2022:

- WPP se sídlem v Londýně, která má agentury ve 112 zemích, vydělala 17,847 miliardy dolarů.
- Mezi významné klienty patří Amazon, Microsoft, NBC, Healthline, Světové ekonomické fórum (WEF) a Pfizer.
- Společnost Publicis vygenerovala 14,957 miliardy dolarů od zákazníků z technologického, farmaceutického a bankovního průmyslu.
- Omnicom se sídlem v New Yorku má příjmy ve výši 14,289 miliardy dolarů ze svých 200+ agentur, které obsluhují více než 5 000 firemních značek, univerzit a neziskových organizací.
- Interpublic Group má tržby ve výši 10,928 miliardy USD a mezi její klienty patří například US Army, ABC, Columbia Records, Unilever, US Bank, Facebook a ExxonMobil.

Odhadem dvě třetiny až 80 % obsahu vysílaného a publikovaného korporátními médii pochází od PR firem. Jinými slovy, **většina takzvaných „zpráv“ mainstreamových médií je propaganda připravená těmi, kdo ovládají svět.**

Je pozoruhodné, že kombinované příjmy těchto čtyř největších reklamních holdingových společností jsou stále pod 60 miliardami dolarů, což se zdá být skromnou cenou za kontrolu až 80 % globálního mainstreamového mediálního prostředí. Z pohledu globalistů jde jednoznačně o dobře vynaložené peníze.

Termín, který akademická sféra používá k popisu této globalistické kabaly, je „Transnational Capitalist Class“ neboli TCC. „Je to 1 % nejbohatších lidí světa, kteří poskytují ideologické ospravedlnění pro žádoucí politiky prováděné po celém světě při prosazování jejich společných zájmů nadnárodními vládními organizacemi.“

Rozsáhlá síť vzájemného propojení 17 obřích investičních firem spravujících kapitál v hodnotě více než 43 bilionů dolarů, které jsou zase vzájemně propletené a mají vlastnické podíly v 1500 největších společnostech po celém světě, má obrovskou moc v zasedacích místnostech společností po celém světě.

Vedoucí pracovníci těchto firem se v průběhu roku setkávají na různých politických konferencích, aby se propojili, vytvořili strategii a vytvořili doporučení ve formě zpráv, které výrazně ovlivňují globální geopolitiku...

Mezi oním vlivným 1 % existuje vzájemná závislost, vzájemné zapojení, partnerství, překrývající se vedení a neustálé vytváření sítí. To je jasné. Zřejmá, ale zatím přehlížená otázka zní: pokud již byla

vytvořena hluboce složitá geopolitická a ideologická síť, kdo tuto síť utkal? Kdo je zodpovědný za organizaci v tak velkém měřítku?

Pro tkalce lze nalézt mnoho jmen: „Deep State“, „1%“, „elity“ nebo prostě „globalisté.“ Je pravděpodobné, že skuteční vůdci zůstanou vždy skryti a ti, které otevřeně vidíme se prezentovat (Gates, Schwab, Soros apod.), jsou sami loutkami, byť vysoko postavenými.

Pamatujte, že vlci se na veřejnosti neidentifikují. Když se něco pokazí, chrání je jejich anonymita. Nakonec není ani tak důležité znát jména, jako spíš porozumět systematické hře, kterou hrají ve snaze vyhrát všechno.

Ale přes všechna svá soukromá setkání by globalisté nebyli schopni založit tento skrytý monopol, kde by jim všechno patřilo, pokud by neovládali média.

Svou kontrolu nad médii dlouhou dobu docela dobře skrývali, ale během COVIDu, kdy jsme ze strany korporátních médií slyšeli snůšky nesmyslů a snadno potvrzených lží, se ukázalo, že za šílenstvím je nepochybně organizace shora dolů.

Všetchna korporátní média po celém světě psala totiž totéž. Jednání politiků a médií té doby nám viditelně rozkrylo jak hluboce globalisté ovládli svět.

Zde se [Publicis](#) jeví jako průkopník jako hlavní tahoun, vezmeme-li v úvahu, že společnost spolupracuje se Světovým ekonomickým fórem, které vede výzvu k „resetování“ globální ekonomiky a kompletní revizi způsobu, jakým žijeme.

Zatímco soukromé zájmy jsou jádrem globalistické kabaly nebo hlubokého státu, je chybou si myslet, že vlády nejsou spoluúčastníky jejich plánů – nebo jejich propagandy.

Jen v letech 2007 až 2015 utratila americká federální vláda více než 4 miliardy dolarů na služby public relations plus dalších 2,2 miliardy dolarů na průzkumy a poradenské služby v oblasti trhu. Proč vláda „lidu a pro lid“ potřebuje toto PR? Stručně řečeno: potřebuje indoktrinovat veřejnost příběhy a názory globalistů.

Bez jisté úrovně důvěry nebude podvod fungovat a my nyní zjišťujeme, že globalistická kabala strávila desetiletí organizováním podvodu tak velkého, že tomu mnozí stále nemohou uvěřit. Infiltrovali akademickou sféru, politiku a média téměř po celém světě.

Zde je opět třeba upozornit na jejich moc šířenou do politiky skrz organizace typu WEF a Aspen institut. Všimněte si, jak zvládnou voliče indoktrinovat až do té míry, že si dokonce tyto slouhy dobrovolně volí!! U nás jde o drtivou většinu takto indoktrinované populace.

Mimochodem, uvedené organizace nesdružují jen politiky, ale také novináře či umělce. Tedy propagandisty. Systém tedy rozhodně nefunguje jak má, ale funguje jen na základě usazování loutek do vlád a médií. Cílem těchto loutek je indoktrinace mas (jde o oněch 90% „spáčů“).

Ve fungujícím systému by nás mainstreamová média varovala před plánem a odhalila lháře a podvodníky. Ale neudělali to, a důvodem je, že mainstreamová média už nemají svobodu hlásit pravdu. Byla unesena globalistickou propagandistickou mašinérií a jejich hlavním úkolem je šířit narativy vytvořené PR firmami jménem globální elity.

Existují různé způsoby, jakými se globalistickým technokratům a transhumanistům podařilo vytvořit myšlenkový syndikát, kde jsou jejich nápady vždy na vrcholu seznamu. Jedním ze způsobů bylo přilákat na svoji stranu různou spodinu, která se ráda ujala role „ovlivňovačů.“

Tato strategie vyústila v zaměření na lidi s nízkou integritou a morálkou – většinou jde v podstatě o lidi ochotné prodat se – a zároveň omezit vliv nezávislých myslitelů, které si nelze koupit. Ostatně, víte o tom, že na posty vrchních cenzorů je i u nás usazována pouze podobná vždy prodejná spodina?

Snad ani většině z vás netřeba nikoho konkrétně jmenovat. Zaštiťují se jimi ti největší propagandisté jako „zdroji jediné pravdy.“ Nijak jim nevadí, že jde o profláklého homo pornoherce nebo usvědčeného ultralevicového extremistu.

Další extrémně účinnou strategií je ovládat sféru myšlenek velkorysým financováním určitých témat a příběhů, zatímco selektivně necháváme hladovět jiná témata, která jsou odsouzena k zániku.

To jsme mohli v poslední době velmi dobře vidět na jednostranné propagaci „jediných správných názorů“ v oblasti covidismu nebo klimatického alarmismu.

Třetí způsob, jak vytvořit myšlenkový syndikát, je prostřednictvím předních organizací – organizací třetích stran, které předstírají, že jsou nezávislé, ale ve skutečnosti jsou zastánci určité agendy, kterou je třeba prosadit.

Zástupci těchto prosazovaných myšlenkových trustů jsou pak zváni do médií jako „odborníci.“ Vše je prezentováno tak, že jejich názor je jediný správný. Opoziční názory jsou umlčovány a jejich nositelé mnohdy perzekuováni.

Pokud se tedy začtete na mainstreamu do nějaké zprávy, pak si vzpomeňte na to, že s největší pravděpodobností pochází z některého z výše uvedených „myšlenkových trustů,“ jejichž hlavním účelem je manipulace spících mas. A zdá se, že se jim to zatím skvěle daří...

[ZDROJ](#)