

# КТО ПРАВИТ АМЕРИКОЙ ?

(Who Rules America?)

## **ЖЕЛЕЗНАЯ ХВАТКА, КОТОРОЙ ЧУЖИЕ РУКИ ДЕРЖАТ АМЕРИКАНСКУЮ ИНДУСТРИЮ ИНФОРМАЦИИ И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, ДОЛЖНА БЫТЬ РАЗОРВАНА**

Сегодня в мире нет большей силы, чем та, что накоплена манипуляторами общественным мнением в Америке. Ни один король или папа прошлых столетий, ни один победоносный генерал или первосвященник никогда не имел власти хотя бы отдаленно приближающейся к той, которой располагают несколько десятков человек, контролирующих американские средства массовой информации и развлекательную индустрию.

Их власть не есть нечто далекое и безликое: она вторгается в каждый американский дом и работает, навязывая свою волю, практически все время, пока человек бодрствует. Это сила, которая формирует и лепит сознание буквально каждого гражданина Америки, молодого или старого, простодушного или искусного. Масс-медиа формирует для нас наш собственный имидж в мире, а затем говорит нам, что нам следует думать по поводу этого имиджа. Практически все, что мы знаем — или думаем, что знаем — о событиях вне нашего квартала или круга близких знакомых, поступает к нам через нашу ежедневную газету, наш еженедельный журнал, наше радио, наш телевизор.

Технология манипулирования общественным мнением не сводится к одним лишь фактам «глушения» тех или иных новостей в газетах или наглой пропаганде антиисторических телевизионных «документальных драм». Люди, владеющие масс-медиа, демонстрируют и тонкость, и тщательность в их дирижировании индустрией развлечений и новостей, которые они представляют нам.

Например, в том, как подаются новости: какие события подчеркиваются, а какие едва упоминаются, то, как репортер подбирает слова, тон его голоса, выражение лица; формулировка заголовков; подбор иллюстраций — все эти вещи работают на уровне подсознания и глубоко влияют на то, как мы интерпретируем то, что видим и слышим.

Вдобавок к этому, конечно, журналисты и редакторы убирают любые остающиеся в нашем сознании сомнения относительно того, что нам вообще обо всем этом думать. Используя тщательно разработанные психологические методы, они управляют нашей мыслью и нашим мнением так, что мы всегда настроены на волну «передовой» толпы, «привлекательных людей», «умного бизнеса». Они дают нам понять, как мы должны относиться к различным типам людей и человеческого поведения, представляя этих людей или это поведение в контексте телевизионной драмы или комедии и заставляя остальных персонажи реагировать на них Политически Корректным образом.

### **Формируя американские умы**

Например, расово смешанная пара должна нравиться остальным персонажам и вызывать их уважение — точно также, как главенствующий в шоу негритянский ученый или бизнесмен, чувствительный и талантливый гомосексуалист, или бедный, но трудолюбивый нелегальный иммигрант из Мексики. С другой стороны, белый «расист», а это значит любой расово сознательный белый человек, косо смотрящий на смешанные браки или на резко темнеющую расовую ситуацию в Америке, изображается в лучшем случае как жалкий фанатик, высмеиваемый прочими персонажами — в худшем же как опасный помешанный на оружии психопат, как реальная опасность для всех законопослушных граждан. По сути дела, белый «расист», «чокнутый с пистолетом» уже стал привычным стереотипом телевизионных шоу.

Средний американец, чей ежедневный рацион телевидения приобрел совершенно нездоровые пропорции, с большим трудом отличает эти выдуманные ситуации от реальности — если отличает вообще. Он

реагирует на действия, заявления, реакции телеперсонажей точно так же, как он реагирует на окружающих его в реальной жизни людей. Для многих, слишком многих американцев реальный мир уже вытеснен ложной реальностью ТВ — и именно на эту псевдореальность реагирует его внутренняя потребность «соответствовать». Таким образом, когда телесценарист выражает одобрение тем или иным идеям или действиям — и неодобрение другим идеям и действиям — через персонажи его теле-шоу, он оказывает мощное давление на миллионы телезрителей, заставляя их принять его точку зрения.

Точно также обстоит дело и с новостями, будь то телевизионными или газетными. Коварство этой формы контроля над мыслью заключается в том, что, даже когда мы осознаем, что развлекательная или новостная программа небеспристрастна, хозяева масс-медиа все равно имеют возможность манипулировать подавляющим большинством потребителей — не только подавая материал в должном разрезе, но и устанавливая границы и правила разрешенного спектра мнений.

В качестве примера рассмотрим то, как масс-медиа преподносят новости о Ближнем Востоке. Некоторые редакторы и комментаторы в каждом своем слове выдают свое раболепие перед Израилем, в то время как другие выглядят почти нейтрально. Однако никто и никогда даже намекнуть не посмеет на то, что правительство США, возможно, поддерживает не ту сторону в арабо-израильском конфликте, и что посылать американские войска для уничтожения Ирака, главного соперника Израиля на Ближнем Востоке, служит еврейским, а вовсе не американским интересам. Таким образом, устанавливается допустимый спектр мнений — от произраильского до почти нейтрального.

Еще один пример: то, как медиа освещает расовые проблемы в Соединенных Штатах. Некоторые комментаторы почти бесстрастно сообщают новости о расовой напряженности, в то время как другие эмоционально поддерживают одну сторону — и это всегда небелая сторона. Однако все без исключения представители средств массовой информации хором заявляют, что «мультикультурализм» и смешение рас есть и будут, и что это безусловно позитивные явления.

Но поскольку видимая разница в мнениях существует, то большинство американцев не осознает, что ими манипулируют. Даже человек, который жалуется, что «новости подправлены», попадает в ту же ловушку: он думает, что в представленном спектре мнений он сможет избежать влияния «контролеров мысли» уже тем, что будет верить тому или иному комментатору по собственному выбору. Это ситуация беспроигрышной монеты: «Орел — я выиграл, решка — ты проиграл». Любая позиция в пределах разрешенного спектра общественного мнения выгодна владельцам масс-медиа — и ни один непредусмотренный факт, ни одна независимая точка зрения не увидят свет.

Контроль за формирующим общественное мнение источниками массовой информации практически монолитен. Все подконтрольные теле- и радиостанции, газеты, журналы, книги и фильмы говорят одним и тем же голосом, поддерживая и подпевая друг другу. Невзирая на кажущееся разнообразие, разногласия нет — как нет и доступных массовому потребителю альтернативных источников фактов и идей, которые могли бы позволить ему сформировать мнения, идущие вразрез с мнением хозяев информационного рынка. Потребителю предлагается одно и то же видение мира — мира, в котором каждый голос в унисон с другими твердит о расовом равноправии, о «святой правде» еврейской сказки о «Холокосте», о преступности попыток остановить сущий потоп небелых иммигрантов, об опасности частного владения оружием, о моральном равенстве всех видов сексуальной ориентации, о преимуществах «плюралистического» и космополитического общества по сравнению с обществом однородным. Такой взгляд на мир разработан хозяевами масс-медиа для достижения их собственных целей, и давление на потребителя — чтобы заставить его принять этот взгляд — поистине чудовищно. Люди подгоняют свои мнения под этот взгляд, голосуют в соответствии с ним и строят свои жизни так, чтобы они находились в полной с этим взглядом гармонии.

### **Индустрия развлечений и теле-радионовостей**

Проводимое правительством дерегламентирование телекоммуникационной индустрии дало в результате не возросшую конкуренцию, но напротив — растущую волну корпоративного объединения и поглощения, что привело к появлению буквально нескольких гигантских медиа-конгломератов с миллиардными бюджетами. Когда бы вы ни включали телевизор, будь то для передачи местной станции или трансляции по кабелю или через спутник, когда бы вы ни смотрели фильм в кинотеатре или дома, когда бы вы ни слушали музыку по радио или с диска, когда бы вы ни читали газету, книгу или журнал — более чем вероятно, что информация или развлечение, которые вы в данный момент потребляете, произведены и/или распространены одной из этих мега-компаний.

На текущий момент крупнейшим таким конгломератом является компания Уолт Дисней, чей президент и председатель правления Майкл Айзнер — еврей. Империя Диснея, возглавляемая ныне человеком, которого один аналитик назвал «повернутым на власти», включает в себя несколько телевизионных компаний (Уолт Дисней Телевижн, Тачстоун Телевижн, Буэна Виста Телевижн), собственную кабельную сеть с 14 миллионами подписчиков и две компании по производству видеопродукции.

Что касается художественных фильмов, то группа Уолт Дисней Пикчер, во главе которой стоит Джо Рот (тоже еврей), включает в себя Тачстоун Пикчерз, Голливуд Пикчерз и Караван Пикчерз. Дисней владеет также компанией Мирамакс Филмз, управляемой братьями Вайнштейнами, которые были продюсерами таких супер-бесстыдных фильмов, как «Слезная игра», «Священник» и «Дети».

Когда компания Дисней (до того, как Айзнер проглотил ее в 1984 году) управлялась «гойской» семьей самого Уолта Диснея, она была воплощением достойного семейного досуга и развлечения. И, хотя компания и по сей день сохраняет права на, скажем, «Белоснежку и семь гномов», при Айзнере она стала включать в себя производство откровеннейшей сексуальной продукции и садистского насилия. Помимо производства ТВ-программ и фильмов, корпорация владеет Диснейлэндом, Миром Диснея, Центром Эпкот, Диснейлэндом Токио и Евро-Диснеем.

Дисней также продает ежегодно на сумму более миллиарда долларов прочих потребительских товаров: книг, игрушек, одежды. В августе 1995 Айзнер приобрел Капитал Ситиз/АВС с тем, чтобы создать информационно-развлекательную империю с ежегодным оборотом в 16 с половиной миллиардов долларов. А корпорации Капитал Ситиз/АВС принадлежит телевизионная сеть АВС (Эй-Би-Си), которая, в свою очередь, владеет десятью теле-станциями в таких огромных метрополисах-рынках, как Нью-Йорк, Чикаго, Филадельфия, Лос-Анжелес и Хьюстон. Вдобавок, она имеет 225 дочерних теле-станций в США и является совладельцем нескольких европейских телевизионных компаний.

ESPN, кабельный филиал АВС, возглавляет его президент Стивен Борнштейн — еврей. Его корпорация владеет также контрольным пакетом акций Лайфтайм Телевижн и сети кабельных компаний Артс энд Энтертейнмент. Радиосети АВС принадлежит 11 средневолновых и 10 УКВ станций — опять-таки, в таких крупных центрах, как Нью-Йорк, Вашингтон и Лос-Анжелес, которые, в свою очередь, дробятся на 3 400 дочерних станций.

Будучи в первую очередь телерадиовещательной корпорацией, Капитал Ситиз/АВС тем не менее заработала в 1994 году более 1 миллиарда долларов на печатной продукции. Она владеет семью ежедневными газетами, издательствами Фэйрчайлд (издания, посвященные женской одежде), Чилтон (автомобильные справочники и руководства) и группой Дайверсифайд Пабблишинг.

Корпорация Тайм Уорнер — второй из «китов» международного информационно-развлекательного бизнеса. Ее председатель правления и президент — Джеральд М. Левин, еврей. Филиал Тайм Уорнер — НВО (Эйч-Би-Оу) — самая большая в США сеть кабельного телевидения с платными развлекательными программами.

Уорнер Мьюзик, безусловно, самая большая в мире компания грамзаписи — выпускающая продукцию с наклейками более чем 50 дочерних фирм, самая большая из которых — Уорнер Бразерс Рекордс — возглавляется Дэнни Гольдбергом. Стюарт Херш является президентом Уорнервижн, отделения Уорнер Мьюзик по выпуску видеопродукции. И Гольдберг, и Херш — евреи.

Уорнер Мьюзик был самым первым пропагандистом музыки «гангста рэп» («бандитский рэп»). Работая совместно с Интерскоп Рекордз, компания помогла широко популяризировать новый жанр, где вызывающе кровавые тексты призывают негров совершать акты насилия по отношению к белым.

В дополнение к кабельному телевидению и музыке, Тайм Уорнер всерьез занят выпуском фильмов (студия Уорнер Бразерс) и издательской деятельностью. Издательское отделение Тайм Уорнер (главный редактор Норман Перлстейн, еврей) является самым большим издателем журналов во всей стране (Тайм, Спортс Иллюстрийтед, Пипл, Форчун).

Хозяин Тайм Уорнер, Джеральд М. Левин, вскоре может стать и магнатом номер один, если состоится запланированная сделка с Тернер Бродкастинг Систем. (Прим. переводчика: Обзор написан три года назад, и с тех пор сделка, к удовольствию г-на Левина, состоялась.) Когда Тед Тернер, не-еврей и «диссидент» от медиа-бизнеса, сделал заявку на покупку CBS (Си-Би-Эс) в 1985 году, в конференц-залах боссов масс-медиа по всей стране началась паника. До того Тернер сколотил состояние на рекламе, на

котором затем выстроил преуспевающую кабельную сеть теленовостей CNN (Си-Эн-Эн). И хотя у Тернера на ключевых позициях работает множество евреев, и он сам никогда вслух не занимал позицию, противоречащую еврейским интересам, он известен как сильная личность с чрезвычайно высокой самооценкой — отчего и рассматривался президентом CBS Уильямом Палеем и прочими евреями в компании как человек неуправляемый, как «шаловитое орудие», которое когда-нибудь может пальнуть и по ним. К тому же еврейский журналист Дэниэл Шор, некогда работавший у Тернера, публично обвинил бывшего шефа в том, что он питает личную неприязнь к евреям.

Чтобы заблокировать заявку Тернера, шефы CBS попросили еврейского миллиардера, магната театров, отелей, страховки и сигарет Лоуренса Тиша «дружески» выкупить компанию, и с 1986 по 1995 год Тиш был президентом и председателем правления CBS, устранив все страхи по поводу возможного нееврейского влияния. Все последующие усилия Тернера купить какую-нибудь ведущую телевизионную сеть неизменно блокировались компанией Тайм Уорнер господина Левина, которая владеет 20 процентами акций CBS и имеет право вето на любую серьезную сделку.

Таким образом, несмотря на репутацию новатора и фотографии на обложках, Тернер так и не накопил ни денег, ни могущества, чтобы стать настоящим хозяином масс-медиа. Тогда, вероятно, Тернер и решил: раз уж их нельзя побить, то к ним стоит присоединиться. И если TBS (компания Тернера) сольется с Тайм Уорнер, то Левин станет боссом Тернера, а CNN, единственный конкурент на рынке теле-новостей, полностью перейдет под еврейский контроль. (Прим. переводчика: Что и произошло.)

Корпорация Вайаком, возглавляемая Самнером Редстоуном (урожд. Мюррей Ротштейн) — третья по величине мегакорпорация в стране, с доходом около 10 миллиардов долларов в год. Вайаком, который производит и распространяет телепрограммы для трех самых больших теле-сетей, владеет 12 телевизионными станциями и 12 радиостанциями. Компания производит и художественные фильмы в своей студии ПарамOUNT Пикчерз, которую возглавляет еврейка Шерри Лансинг.

Издательское отделение компании включает в себя Прентис Холл, Саймон энд Шустер и Покет Букс. Оно также распространяет видеокассеты в 4000 прокатных центров Блокбастер. Кроме того, оно занимается спутниковым телевидением, парками развлечений и видеоиграми.

Однако Вайаком еще более известен тем, что является самым большим в мире поставщиком кабельных телепрограмм через принадлежащие ему Шоутайм, MTV (Эм-Ти-Ви), Никлодеон, и другие телесети. С 1989 года MTV и Никлодеон завоевывают все более и более широкие слои юношеской аудитории. Редстоун, который владеет 76 процентами акций Вайакома (3 миллиарда долларов), предлагает Бивиса и Баттхеда (прим. переводчика: интеллектуальные и моральные дебилы — «герои» мультфильмов музыкальной телесети MTV) в качестве поведенческих образцов. Он же является самым яростным пропагандистом смешанных расовых отношений среди белых подростков, да и просто детей как в Америке, так и в Европе. MTV закачивает свои расово перемешанные рок и рэп видеоклипы в 210 миллионов домов в 71 стране, оказывая доминирующее культурное влияние на белую молодежь во всем мире.

Передачи телесети Никлодеон в Америке смотрит подавляющее большинство детей в возрасте от 4 до 11 лет — а компания резко наращивает свое влияние и в Европе. Большинство ее передач еще не пропитаны тотальным вырожденчеством, столь характерным для MTV, но Редстоун постепенно увеличивает его дозу и для самых юных телезрителей.

Имея в виду тот факт, что три безусловно крупнейших конгломерата масс-медиа находятся в руках евреев, трудно поверить, что такой тотальный контроль стал возможным без сознательных и хорошо скоординированных усилий с их стороны.

*Ну а прочие большие компании?*

Номером четвертым в списке идет Ньюз Корпорейшн Руперта Мердока, владельца телесети Фокс и киностудии 20-й Век Фокс. Мердок не еврей, но Питер Чернин, возглавляющий киностудию и руководящий производством телепередач — еврей.

Номер пять — японская корпорация Сони, чей американский филиал, Сони Корпорейшн оф Америка, возглавляется Майклом Шульхофом, евреем. Алан Дж. Левин, еще один еврей, руководит студией Сони Пикчерз.

Большинство теле- и кинокомпаний, не входящих в состав гигантских конгломератов, также контролируются евреями. Так например, компанией Нью Уорлд Энтертейнмент, которую один аналитик назвал «крупнейшим независимым производителем телепрограмм в Соединенных штатах», владеет Рональд Перельман, еврей, которому принадлежит и огромная косметическая фирма Ревлон. Президент Нью Уорлд, Брэндон Тартиков (в прошлом руководитель развлекательных программ на NBC), также еврей.

Наиболее известная из относительно небольших медиа-компаний, Дрим Уоркс СКГ — вообще абсолютно «кошерное» предприятие. Дрим Уоркс был основан в 1994 году — под страстные аплодисменты прессы — одним из магнатов грамзаписи Дэвидом Геффеном, бывшим президентом Дисней Пикчерз Джеффри Катценбергом и кинорежиссером Стивеном Спилбергом. Все трое евреи. Компания занимается производством фильмов, мультипликации, телепрограмм и аудиопродукции. Если вспомнить о деньгах и связях Геффена, Катценберга и Спилберга, то несложно понять, что Дрим Уоркс скоро может оказаться в той же лиге, что и три «кита».

Две другие большие компании, МСА (Эм-Си-Эй) и Юниверсал Пикчерз, принадлежат фирме Сигрэм. Президент и председатель правления Сигрэм, этого гиганта алкогольной продукции — Эдгар Бронфман, который одновременно является и президентом Всемирного Еврейского Конгресса.

Хорошо известно, что евреи контролировали производство и распространение фильмов еще на заре киноиндустрии в начале нашего столетия. Та же ситуация сохраняется и по сей день.

Фильмы, выпускаемые всего лишь пятью самыми большими студиями, упомянутыми выше — Дисней, Уорнер Бразерс, Сони, Парамаунт (Вайаком) и Юниверсал (Сигрэм) — дали 74 процента кассовых сборов за текущий год (данные августа 1995 г.).

Не так давно ABC (Эй-Би-Си), CBS (Си-Би-Эс) и NBC (Эн-Би-Си) были тремя самыми большими телесетями. Теперь, при происшедшей консолидации империй массовой информации, они более не являются независимыми организациями. Но и во времена своей независимости каждая из них с начала основания контролировалась евреями: ABC — Леонардом Гольденсоном, CBS — сначала Уильямом Палеем, а затем Лоуренсом Тишем, а NBC — сперва Дэвидом Сарновым, а затем его сыном Робертом. На протяжении десятилетий штат этих компаний был сверху донизу заполнен евреями, и принципиально еврейский дух сетевого телевидения нисколько не изменился, когда эти сети были поглощены другими корпорациями. Еврейское присутствие в теле-новостях остается особенно сильным.

Как мы уже отмечали, ABC является частью компании Дисней, принадлежащей Айзнеру, и главные продюсеры всех новостных программ в ней — евреи: Виктор С. Нойфельд (20-20), Боб Рейхблум (Доброе Утро, Америка) и Рик Каплан (Всемирные Вечерние Новости).

CBS была недавно куплена корпорацией Вестингхауз Электрик. Тем не менее, Эрик Обер, назначенный еще Лоуренсом Тишем, так и остается президентом CBS Ньюз. Обер — еврей.

На NBC (которой теперь владеет Джeneral Электрик) президент канала новостей Эндрю Лэк — еврей, так же, как и ведущие продюсеры Джефф Цукер (Сегодня), Джефф Гральник (Вечерние Новости NBC) и Нил Шапиро (Дейтлайн).

### **Печатные органы**

Ежедневные газеты — после теле-новостей — самый влиятельный источник информации в Америке. Каждый день 60 миллионов газет продаются (и предположительно читаются) в стране. Эти десятки миллионов экземпляров распределены между примерно 1500 различных изданий. Казалось бы, отсюда следует вывод, что уже само количество различных газет в Америке должно быть гарантом против контроля меньшинства и против обязательного в таком случае искажения информации. Этого, увы, не получается. Независимости, конкуренции и представительства интересов большинства в них гораздо меньше, чем мог бы подумать невнимательный наблюдатель.

Дни, когда почти все города и даже городки имели несколько независимых газет, издававшихся местными предпринимателями с тесными связями в местной же общине, канули в прошлое. Ныне большинство «местных» газет принадлежит небольшому числу крупных компаний, управляемых людьми, живущими и работающими за сотни и тысячи миль от этих местностей. Факты просты: только 25 процентов из 1500 газет Америки независимы — остальные принадлежат нескольким гигантским корпорациям, имеющим

каждая множество изданий. Всего лишь 100 газет из 1500 имеют тираж более 100 000 экземпляров. Из них лишь несколько могут позволить себе содержать независимых репортеров за пределами общины — прочие же вынуждены зависеть от этих нескольких в освещении общенациональных и международных новостей.

Только 50 городов в Америке имеют более одной ежедневной газеты, но даже в этом случае конкуренция между ними — не более, чем символический жест, как конкуренция между утренним и вечерним изданиями, принадлежащими одному и тому же хозяину. Примеры тому: утренняя Ньюз и вечерняя Таймс в Хантсвилле, штат Алабама; утренняя Пост Геральд и вечерняя Ньюз в Бирмингэме, штат Алабама; утренняя Реджистер и вечерняя Пресс в Мобайл, штат Алабама; утренняя Юнион, вечерняя Ньюз и воскресная Рипабликэн в Спрингфилд, штат Массачузетс; утренняя Пост-Стандарт и вечерняя Геральд-Джорнэл в Сиракьюз, штат Нью-Йорк — все вышеперечисленные издания принадлежат братьям Ньюхаузам, евреям, через их холдинговую компанию Эдвэнс Пабליкейшнз.

Империя братьев Ньюхаузов представляет не просто пример тотального отсутствия конкуренции между ежедневными американскими газетами. Она также иллюстрирует неутолимую жажду евреев подчинить своей власти все органы контроля над общественным мнением — все, на которые им удастся наложить лапу. Ньюхаузы владеют 26 ежедневными газетами, включая несколько весьма значительных, таких, как Плейн Дилер в Кливленде, Стар-Леджер в Ньюарке и Таймс Пикаюн в Нью-Орлеане. Им также принадлежат: крупнейший издательский конгломерат в стране Рэндом Хауз со всеми филиалами, Ньюхауз Бродкастинг, состоящий из 12 телевизионных передающих станций и 87 кабельных теле-систем (включающих в себя некоторые из крупнейших в стране кабельных телесетей), воскресное газетное приложение Парад с тиражом более 22 миллионов экземпляров, несколько десятков крупных журналов, включая Нью-Йоркер, Вог, Мадмуазель, Глатор, Вэни Фэр, Брайдз, Джентльмен Куотерли, Селф, Хауз энд Гарден, а также все журналы издательской группы Конде Нэст.

Эта еврейская информационная империя была основана покойным Самуилом Ньюхаузом, иммигрантом из России. Когда в 1979 году он умер в возрасте 84 лет, он завещал все свои предприятия масс-медиа, стоившие в то время 1,3 миллиарда долларов, двум сыновьям, Сэмюэлу и Дональду. С последующими приобретениями чистая стоимость их Эдвэнс Пабликейшн ныне составляет более 8 миллиардов долларов.

То, что семейка Ньюхауз сожрала такое огромное количество изданий, объясняется тем простым фактом, что газеты финансово зависят не от подписчиков, но от рекламодателей. Именно эти деньги, а не гроши, получаемые от читателей, оплачивают зарплаты редакции и дают прибыль владельцу.

Если крупные рекламодатели в городе решают поддержать одну газету в ущерб другой, эта «подкормленная» газета расцветает, в то время как ее конкурент умирает, исчезает со сцены. С самого начала нынешнего столетия, когда еврейский торговый капитал стал доминантной экономической силой в Америке, стало наблюдаться и сосредоточение американских газет в еврейских руках, сопровождавшееся постоянным уменьшением числа конкурировавших с ними нееврейских изданий — главным образом, как результат политики селекции, применявшейся рекламодателями, то есть еврейскими магнатами.

Далее, даже газеты, остающиеся пока в нееврейских руках, практически полностью зависят от еврейской рекламы, отчего и их новости, и их редакционные статьи неизменно сдерживаются еврейскими симпатиями и антипатиями. В газетном бизнесе, как и в любом другом, верна старая истина: кто платит дудочнику, тот и заказывает мелодию.

### **Три еврейских газеты**

Подавление конкуренции и установление местной монополии на распространение новостей и мнений — типичные характеристики еврейского контроля над американской прессой. Возможность использования евреями прессы в качестве инструмента еврейской же политики (причем инструмента, которому ничто не противостоит) лучше всего может быть продемонстрирована на примере трех общенациональных газет: наиболее тиражных и престижных Нью-Йорк Таймс, Уолл Стрит Джорнэл и Вашингтон Пост. Эти три издания, доминируя финансовые и политические центры Америки, задают тон, тенденцию и подход к событиям, обязательные для практически всех прочих газет. Они решают, что идет в новости, а что нет — как на национальном, так и на международном уровне. Они производят новости — прочие же просто копируют их. И все эти три газеты находятся в еврейских руках.

Нью-Йорк Таймс является неофициальным гидом всей Америки в области политики, культуры, моды, развлечений, светской жизни. Он диктует «светлым умам» Америки, какие книги покупать и какие фильмы смотреть, какие мнения в моде сегодня, какие политики, ученые, духовные вожди, актеры, художники и бизнесмены достойны уважения, а какие нет. А ведь в течение нескольких десятилетий прошлого века это была действительно американская газета...

Нью-Йорк Таймс был основан в 1851 году двумя христианами, Генри Дж. Рэймондом и Джорджем Джонсом. После их смерти газета была выкуплена в 1896 году богатым еврейским издателем Адольфом Оксом. Его правнук, Артур Окс Сульцбергер, является нынешним издателем газеты и ее президентом. Главный редактор ее — Макс Франкель, заведующий редакцией — Джозеф Леливельд. Оба они евреи.

Семейству Сульцбергеров принадлежит, кроме компании Нью-Йорк Таймс, еще 33 газеты, среди них Бостон Глоб, купленный в июне 1993 года за 1,1 миллиарда долларов; 12 журналов, включая МакКоллз и Фэмили Серкл с тиражом более 5 миллионов экземпляров каждый; 7 радио- и телестанций; система кабельного телевидения; три книгоиздательских фирмы. Система Нью-Йорк Таймс Ньюз Сервис передает новости, статьи и фотографии из Нью-Йорк Таймс в 506 других газет, агентств новостей и журналов.

Аналогичный общенациональный вес имеет и Вашингтон Пост, который, установив собственные «каналы утечки» в правительственных кругах Вашингтона, имеет возможность следить изнутри за новостями, относящимися к федеральному правительству.

Вашингтон Пост, как и Нью-Йорк Таймс, имеет нееврейское происхождение. Он был основан в 1877 году Стилсоном Хатчинсом, куплен у него в 1905 году Джоном Р. Маклином и унаследован позднее Эдвардом Б. Маклином. Однако в 1933 году, в разгаре Великой Депрессии, газета была вынуждена объявить банкротство. На аукционе обанкротившихся предприятий ее и купил Юджин Мейер, еврейский финансист и бывший партнер печально известного Бернарда Баруха, короля американской индустрии во время Первой Мировой войны.

Ныне Вашингтон Пост управляется Кэтрин Мейер Грэм, дочерью Юджина Мейера. Она же — главный держатель акций и председатель правления компании Вашингтон Пост. В 1979 году она назначила своего сына Дональда на должность издателя газеты. Ныне он совмещает эту должность с должностью президента компании Вашингтон Пост.

Компания Вашингтон Пост имеет также ряд холдинговых предприятий — газет, теле-станций и журналов, наиболее известный из которых Ньюсуик (второе по величине издание такого рода в США).

Совместно с Нью-Йорк Таймс, компания Вашингтон Пост издает Интернейшнл Геральд Трибюн, самую тиражную англоязычную газету в мире.

Уолл Стрит Джорнэл, выходящий тиражом 1,8 миллиона экземпляров — самая тиражная из ежедневных газет Америки. Она принадлежит нью-йоркской корпорации Дау Джонс энд Компани, которая издает еще 24 ежедневных газеты и, среди прочего, финансовый еженедельник Бэррон. Председатель правления и президент Дау Джонс — Питер Р. Канн, еврей. Канн также занимает посты председателя правления, президента и издателя Уолл Стрит Джорнэл.

Большая часть прочих нью-йоркских газет находится в не лучших руках, чем Нью-Йорк Таймс и Уолл Стрит Джорнэл. В январе 1993 года Нью-Йорк Дэйли Ньюз был куплен у наследников покойного еврейского магната Роберта Максвелла (урожд. Людвик Хох) еврейским же спекулянтом недвижимостью Мортимером Б. Цукерманом. Газета Виллидж Войс принадлежит целиком и полностью Леонарду Штерну, еврею-миллиардеру, хозяину фирмы товаров для домашних животных Харц Маунтин.

Прочие печатные издания Здесь ситуация до йоты та же, что и в телевидении, на радио и в газетах. Возьмем для примера политические журналы. В США выделяются, собственно, только три: Тайм, Ньюсуик и Ю.С. Ньюз энд Уорлд Рипорт.

Тайм, с еженедельным тиражом в 4,1 миллиона экземпляров, издается филиалом компании Тайм Уорнер Коммьюникейшнз, нового конгломерата масс-медиа, возникшего в результате слияния в 1989 году корпорации Тайм с Уорнер Коммьюникейшнз. Президент Тайм Уорнер Коммьюникейшнз, как мы уже упоминали выше — Джеральд Левин, еврей.

Ньюсуик, как мы также упоминали, издается компанией Вашингтон Пост, под прямым руководством еврейки Кэтрин Мейер Грэм. Его еженедельный тираж — 3,2 миллиона экземпляров.

Ю.С. Ньюз энд Уорлд Рипорт, с тиражом в 2,3 миллиона экземпляров, принадлежит уже упоминавшемуся Мортимеру Б. Цукерману, который оставил за собой и пост главного редактора журнала. Цукерману принадлежат также Атлантик Мансли и нью-йоркский таблоид Дейли Ньюз (с шестым по размеру тиражом в стране).

Мы можем взглянуть и на книги. В Соединенных Штатах буквально тысячи и тысячи книгоиздателей — и среди этих тысяч достаточно много тех, что не находятся (или почти не находятся) под прямым еврейским контролем. Некоторые даже осмеливаются печатать книги, не одобряемые еврейским истеблишментом. Но все издательства такого рода малы — микроскопически малы — и их книги практически не доходят до огромного большинства американцев, покупающих свое чтение в супермаркетах или газетно-журнальных киосках.

Но в гигантских издательских конгломератах ситуация — «кошернее» не бывает. Три из шести самых крупных издательских фирм в США, по информации журнала Паблишер Уикли, принадлежат евреям или контролируются ими. Это занимающее первое место издательство Рэндом Хауз (с его многочисленными филиалами, включающими группу Краун Паблишинг), расположившееся на третьем месте издательство Саймон энд Шустер, и занявшая шестое место группа Тайм Уорнер Трейд (включающая в себя Уорнер Букс и Литтл Браун).

Как мы говорили выше, Рэндом Хауз принадлежит семейству Ньюхаузов, а Джеральд Левин занимает пост президента Тайм Уорнер Коммьюникейшнз, чьим отделением и является группа Тайм Уорнер Трейд. Саймон энд Шустер — это филиал корпорации Вайаком, председателем правления и президентом которой, как мы опять-таки упоминали, является Самнер Редстоун.

Еще одно издательство, достойное нашего внимания — Вестерн Паблишинг. Хотя оно занимает только 13-ю строчку в таблице о рангах, в числе издателей детских книг оно первенствует абсолютно (более 50 процентов всего рынка детской литературы заполнены продукцией Вестерн Паблишинг). Председатель правления и президент компании — Ричард Снайдер, еврей, совсем недавно сменивший на этих постах другого еврея, Ричарда Бернштейна.

### **Наша ответственность**

Таковы факты о контроле над средствами массовой информации в Америке. В их аккуратности может убедиться каждый, кто проведет несколько часов в любой большой библиотеке, листая ежегодники радиотелевизионной индустрии, справочники газет и журналов, биографические издания и регистры корпораций — вроде тех, что публикуются издательствами Стандарт энд Пуар и Дан энд Брэдстрит. Эти факты невозможно отрицать, но когда кто-либо упоминает о них, все рупоры еврейского мнения мгновенно уклоняются от прямого разговора. Они обычно заявляют с триумфом: «Но ведь Тед Тернер — не еврей!», словно тем самым проблема раз и навсегда снята. Если оппонент будет настаивать, его тут же обвинят в «антисемитизме» только за то, что он вообще затронул эту тему. Кстати, именно страх перед этим обвинением заставляет тех, кто знает правду, держать рот на замке.

Но мы не имеем права молчать об этих жизненно важных вопросах! Еврейский контроль над американскими средствами массовой информации — это самый важный, наиважнейший факт, и не только для Америки, но и для всего остального мира. Ничто — ни чума, ни голод, ни экономическая катастрофа, ни даже ядерная война — не могут быть более опасны для будущего нашего народа.

Позволяя евреям тотально контролировать всю индустрию информации и развлечений, мы не просто отдаем им в руки решающее влияние на нашу политическую систему и полный контроль над нашим правительством — мы также вручаем им контроль над умами и душами наших детей, чьи идеи и отношение к жизни формируются в большей степени еврейским телевидением и еврейскими фильмами, нежели родителями, школой или любыми другими источниками влияния.

Индустрия развлечений, контролируемая еврейством, играла и играет главенствующую роль в убеждении целого поколения в том, что гомосексуализм — это вполне нормальный и приемлемый стиль жизни; что нет ничего дурного в том, что белые женщины встречаются и выходят замуж за негров или что белые мужчины женятся на азиатках; что все расы абсолютно равны по своим способностям и характеру — за исключением белой расы, которая подозрительна уже из-за известного всем по истории подавления

других этносов (конечно же, все усилия белых, направленные на расовое самосохранение, достойны только осуждения).

Мы обязаны противостоять дальнейшему внедрению этого яда в среду нашего народа — и мы должны сломить власть тех, кто этот яд распространяет. Позволить такой власти сосредоточиться в руках любого чужеродного меньшинства, с системой ценностей и интересов столь отличной от наших собственных — было бы непростительно. Но позволить сосредоточение такой чудовищной власти в руках евреев, с их трехтысячелетней историей разрушения народов и государств, от древнего Египта до России — равносильно расовому самоубийству. Это никакое не преувеличение — уже сейчас столь огромное число белых американцев заражено чувством расовой вины и ненавистью к самим себе, что они активно работают на уничтожение собственной расы. И это тоже прямое следствие еврейского контроля над умами.

Как только мы осознаем и поймем факты, относящиеся к еврейскому контролю над масс-медиа, так нашей насущнейшей ответственностью становится сделать все необходимое для того, чтобы разорвать узы этого контроля. Мы не должны останавливаться ни перед чем в борьбе с этим злом, которое мертвой хваткой держит наш народ за глотку, вливая свой смертельный яд в умы и сердца людей. Если мы не сумеем уничтожить это зло, оно уничтожит всех нас.

А посему давайте же накапливать знания и предпринимать действия, ведущие нас к этой жизненно насущной цели.

(Обзор подготовлен и составлен Исследовательским Отделом журнала Нэйшнл Вангард. National Vanguard Magazine, PO Box 330, Hillsboro, West Virginia 24946 USA. <http://www.natvan.com> -- <http://www.natall.com> )

**Перевод с английского М.Ямщикова**

*Copyright © 2001 National Alliance. All rights reserved \* Alle Rechte vorbehalten \* Tous droits réservés*