

“PROPAGANDA, MEDIA ȘI CONSPIRAȚIA ÎN ACTIUNE”

Interviu cu Larry Romanoff



Editat de Elvia Politi pentru Saker Italia

Vă prezentăm interviul pe care am avut onoarea să-l facem cu unul dintre cei mai importanți experți din lume pe tema „propagandei”. Larry Romanoff se ocupă de ani de zile de subiectul manipulării și managementul consensului ca instrument al guvernelor (și al celor care manevrează guvernele) față de opinia publică. Adică față de fiecare dintre noi. Prin analiza lui lucidă și simple dovezi ale „faptelor”, el nu numai că dezvăluie unele dintre cele mai recente cazuri, ci și ne învață cum să recunoaștem campaniile de propagandă. Și cum să luptăm cu ele.

In interviu avem:

- Ce este propaganda și care este scopul ei
- Cazul Covid și cele două războaie mondiale
- Realitate și ficțiune, teoria conspirației
- Cum s-a schimbat propaganda, cum și unde se aplică acum
- Propaganda geopolitică
- Evitarea spălării creierului

ELVIA POLITI (E.V.) -- O temă foarte actuală și urgentă, propaganda este un fenomen pe care toată lumea o înțelege, dar este greu de codificat. Larry, poți să ne explici ce este propaganda și care este scopul ei?

LARRY ROMANOFF (**L.R.**) -- O definiție simplă a propagandei este difuzarea de informații utilizate pentru a influența opinia publică să adopte un anumit punct de vedere sau să promoveze o anumită cauză politică. Este, în general, o metodă de control al populației de către cei care au putere politică sau financiară. Propaganda este aproape întotdeauna asociată cu informații de natură părtinitoare sau înșelătoare, constând dintr-un amestec de fapte, jumătate de adevăr și minciuni. Propaganda nu este doar manipulare psihologică, ci de fapt manipulare „psihiatrică”, îndreptată spre a afecta emoțiile oamenilor și prin aceasta să le controleze gândirea și comportamentul. Folosește teoria comportamentală extrasă în mare parte din învățăturile lui Sigmund Freud și, în cea mai proastă formă a ei, este întotdeauna insidios de manipulative, folosind cele mai profunde temeri sau dorințe ale oamenilor pentru a crea acceptarea unui anumit punct de vedere, pentru a deveni încărcat emoțional cu privire la acel punct de vedere și pentru a conduce la acțiuni de vreun fel. Cele două utilizări principale ale sale au fost de a aprinde publicul unei națiuni pentru a sprijini un război și de a proiecta și promova schimbări sociale.

Propaganda evită faptele deoarece este concepută pentru a evoca răspunsuri emoționale în sprijinul unui scop și, prin urmare, descurajează în mod activ examinarea rațională a procesului. Propaganda se ocupă de insinuări. În aproape fiecare campanie de propagandă, dacă faptele, teza care stau la baza reală, ar fi declarate în mod deschis, ele ar fi respinse în mod categoric și ar fi supuse doar ridicolului.

Un aspect important al propagandei este stăpânirea emoțională tenace pe care o exercită asupra noastră. Deoarece acest proces psihologic născocit atinge temerile și dorințele noastre cele mai profunde, suntem uimitor de reticenți în a renunța la el după ce se instalează. Odată ce adoptăm premisele cuprinse într-o campanie de propagandă, rezistăm cu tărie oricărei presiuni de a ne întoarce poziția. Procesul psihologic este atât de puternic încât, chiar și atunci când ni se prezintă dovezi de necontestat contrariul, ne vom îndoii și vom ezita și credem că ar putea exista o altă explicație. Pur și simplu refuzăm să acceptăm că am crezut în minciuni.

E.V. -- Vedem adesea în articolele dvs. o relație strânsă între testele „psihice” și „in vivo”. S-ar putea să credem că pandemia de Covid aparține și acestei categorii și poate că nu este primul caz. Un punct interesant este legătura dintre manipularea în masă (nivel psihologic) și o acțiune reală, tangibilă, precum răspândirea unui virus și a vaccinurilor. Aceasta este ceva care afectează nu numai nivelul cognitiv, ci și cel fizic.

L.R. -- Da, majoritatea propagandei este menită să producă un răspuns emoțional urmat de acțiuni concrete. Aceasta a fost intenția „campaniei de furie” a City-ului Londra împotriva Germaniei înainte de Primul Război Mondial și al Doilea Război Mondial; folosind ceea ce numim „porno cu atrocități” pentru a aprinde emoțiile britanicilor, apoi europenilor și americanilor, nu numai pentru a-i urî pe germani, ci și pentru a deveni suficient de furios pentru a dori un război. COVID a fost la fel, la fel ca și ZIKA: propagandă de mai multe soiuri, toate menite să trezească emoții suficiente pentru a ghida publicul să devină dornic să fie vaccinat COVID și să forțeze guvernele latine să-și inverseze interdicțiile privind avortul gratuit în cazul ZIKA.

Cu toate acestea, funcționează și invers. Atât Bernays, cât și Huntington [1] au susținut că pentru ca democrația să funcționeze corect este nevoie de un grad mare de „apatie și neimplicare” din partea poporului, așa că în acest caz propaganda a fost concepută pentru a încuraja dezinteresul și lipsa participării la „procesul democratic”. Emoțiile publicului au fost (și sunt încă) orientate în întregime către participarea la procesul electoral, dar apoi să revină la

neimplicarea dorită în guvernarea actuală a țării și comportamentul și acțiunile aleșilor.

E.V. -- Ne putem gândi că utilizarea excesivă a tehnicilor de propagandă le poate face să-și depășească limitele? Mă gândesc, de exemplu, când campaniile depășesc linia realității faptice, în ciuda evidentelor economice /eșecuri politice/militare. Există atunci un moment în care propaganda trece de la realitate la ficțiune?

(L.R.) -- Propaganda este întotdeauna o trecere de la realitate la ficțiune. Se bazează pe falsități sau pe jumătate de adevăr, hrănindu-ne dezinformarea într-un context psihologic pentru a nu doar să ne conducă la o concluzie incorectă, ci să ne aprindă emoțiile despre eveniment sau împrejurare și să ne provoace să susținem acțiuni nepotrivite.

Un exemplu evident astăzi este propaganda despre „militarizarea Mărilor Chinei de Sud” a Chinei. China a descoperit acele insule (foarte aproape de casă) cu mii de ani în urmă și au fost întotdeauna recunoscute de lume ca aparținând Chinei. Dar, în interesul de a începe un război, gnomii din City-ul Londrei, folosindu-i pe americani ca instrumente, au încurajat alte națiuni asiatice să revendice și să ocupe brusc cea mai strategică dintre aceste insule și să le militarizeze în pregătirea ca SUA să instaleze arme nucleare asupra lor. Desigur, chinezii, nefiind orbi la ceea ce se întâmpla, au început imediat construcția pe unele dintre insulele rămase, pentru a avea o anumită apărare împotriva a ceea ce era în mod clar o provocare militară serioasă. Dar mass-media, fiind deținută de propagandiști, nu ne oferă niciun detaliu sau fundal critic. Ni se spune pur și simplu că China creează instalații militare în Mările Chinei de Sud (adevărat), amenințându-și aparent toți vecinii fără provocare (fals). Povestea este spusă într-un mod care să aprindă o reacție emoțională și o judecată dură și să ne conducă să susținem acțiuni agresive împotriva Chinei. Poveștile despre Rusia, Irak, Iran, Libia, Siria, Venezuela sunt exact aceleași, bazate pe minciuni și pe jumătate de adevăr într-un mod care ne obligă literalmente la un răspuns emoționant în sprijinul acțiunilor pe care propagandiștii le-au planificat deja.

E.P. -- Foarte des, atunci când vorbim despre fapte, adevăr și minciuni, ne gândim la așa-zise teorii ale conspirației. Care este linia fină dintre adevăr/analiza și teoria conspirației?

(L.R.) -- Este posibil să nu existe o astfel de linie. În lumea reală, aproape toate comentariile publice sunt fie critice, fie interogative și s-ar califica drept „analiza în căutarea adevărului”. Numărul real de oameni care își imaginează conspirații acolo unde nu există, ar fi extrem de mic și poate fi ignorat, versiunile lor imaginative fiind de obicei atât evidente, cât și nesăbuite. Suspiciunile de

minciună sau de abuz de către guvernele și autoritățile noastre sunt perfect valabile atunci când ne privează de toate faptele necesare - ceea ce fac de obicei.

Termenul „teoria conspirației” a fost transformat într-un adjectiv derogatoriu care dăunează în mod surprinzător reputației celor cărora li se aplică eticheta, sugerând instabilitate mentală și diverse deformări psihologice care determină persoanele să inventeze o versiune a evenimentelor care este pur fantezie. Termenul de astăzi este folosit de autorități și de mass-media pentru a denigra pe oricine respinge explicația oficială a unui eveniment, respingând efectiv o astfel de persoană drept nebună copilărească cu idei demne doar de ridicol. Acest lucru este atât de adevărat încât chiar și medicii, oamenii de știință, inginerii de înaltă calificare care contestă orice parte a unei povești oficiale sunt respinși în acest mod. Folosirea acestui adjectiv este ea însăși o formă vicioasă de propagandă menită să dăuneze sau chiar să distrugă reputația unei persoane, atât de mult încât amenințarea de a fi etichetată astfel împiedică un mare număr de persoane conștiincioase să se pronunțe.

Dar, în realitate, respingerea explicațiilor sau narațiunilor „oficiale” este justificată de faptul evident că guvernele, autoritățile și mass-media de astăzi par să mintă din ce în ce mai mult despre aproape orice, sau cel puțin oferă doar jumătate de adevăr și încercări de a induce în eroare. Însăși existența acestor teorii ale conspirației și respingerea însoțitoare a narațiunii oficiale este rezultatul direct al lipsei profunde de încredere în guvernele noastre, autoritățile, liderii corporativi și religioși și mass-media. Societățile au devenit din ce în ce mai cinice și pe bună dreptate. Multe dintre aceste suspiciuni din trecut („teoriile conspirației”) „s-au dovedit în cele din urmă a fi adevărate, deși de obicei numai după ce au trecut multe decenii și toți participanții au decedat.

În practică, oricine contestă o campanie de propagandă prin dezvăluirea detaliilor ascunse cruciale ale unui eveniment, este luat în derâdere unanim de guverne și mass-media drept un „teoretician al conspirației” dezorientat. Iar publicul larg, care nu are acces imediat la adevăr și detalii, va tinde, de asemenea, să respingă acești indivizi, iar adevărul rămâne cel mai adesea ascuns.

E.V. -- Dacă aplicăm un criteriu istoric și temporal propagandei, îi putem analiza evoluția din trecut până în prezent. Care este stadiul ei actual?

(L.R.) -- Propaganda a început probabil mai mult sau mai puțin inocent cu guvernele care doreau să încurajeze patriotismul și loialitatea și să evite nemulțumirea populară prin publicarea unor mesaje de tipul „Vezi cât de bine ne descurcăm” sau „Vezi cât de buni suntem”. Acest lucru se face și astăzi de către toate guvernele, deși intenția este în general îngropată în diverse evenimente de știri și articole de opinie din mass-media. Cu toate acestea, pe măsură ce

cunoștințele despre fundamentele manipulării psihologice umane au crescut, utilizările propagandei au crescut odată cu înțelegerea tehnicilor și, în general, s-au îndreptat către scopuri mai nefaste. Am fost întotdeauna învățați în Occident că vechea URSS a fost cel mai prost exemplu din istorie de astfel de practici neplăcute, dar, de fapt, ușor de demonstrat, țările occidentale au perfecționat practica și au folosit-o până la extreme.

Una dintre primele și cele mai extinse utilizări ale propagandei legate de crearea și răspândirea conceptului de democrație fiind punctul culminant al tuturor formelor de guvernare, atât de mult încât teoria democrației electorale s-a transformat într-o religie atât de sfântă încât este acum prin natură incontestabilă. Cu toate acestea, însăși crearea acestei forme de guvernare a fost inventată de evreii europeni ca o modalitate de a îndepărta monarhii omnipotenți și de a împărți națiunile în scopul fragmentării puterii politice. Acest lucru a fost făcut în primul rând cu scopul de a pune capăt expulzărilor lor frecvente din majoritatea națiunilor, precum și pentru a oferi cadrul pentru controlul acelei puteri din culise. Am tratat acest lucru într-un capitol al unei cărți electronice despre democrație, care poate fi accesată aici.[\[2\]](#)

În urma acestui mare succes, propaganda a fost folosită timp de multe decenii în principal pentru a desfășura campanii de ură împotriva unei națiuni defavorizate, pentru a aduna oamenii în sprijinul unui război. După ce a dovedit eficacitatea principiilor propagandei, cu alte cuvinte eficacitatea manipulării în masă a „minții publice”, teoria și practica a ceea ce numim acum propagandă a fost extinsă la aproape orice aspect al vieții de zi cu zi. A devenit o trăsătură proeminentă a educației, afacerilor, publicității și a fost recunoscută pe scară largă ca principalul instrument pentru realizarea schimbărilor sociale dorite. Din păcate, acum este din ce în ce mai evident că aceste schimbări sociale sunt „dezirabile” doar de cei care doresc să le pună în aplicare, publicul neinformați fiind cu adevărat „turma năucită” care este manipulată și strânsă în orice direcție aleasă de maeștrii propagandei.

Agențiile de publicitate folosesc astăzi exact aceleași tactici pentru a ne face să cumpărăm, fie că sunt pungi Louis Vuiton extrem de scumpe sau scutece de unică folosință. Un exemplu din publicitate și marketing de produs este cel al Proctor and Gamble (P&G) în hotărârea lor de a comercializa scutece de unică folosință în China. P&G a fost primul client corporativ al lui Bernays la începutul anilor 1900 și a stăpânit arta propagandei manipulative într-un grad remarcabil. Problema a fost că mamele chineze preferau scutecele de pânză și s-au opus puternic înlocuitorilor de plastic de unică folosință. P&G a angajat echipe de psihologi și psihiatri pentru a depăși această reticență. Au făcut acest lucru descoperind că temerile cele mai profunde ale unei mame erau pentru succesul viitor al copilului ei, apoi au conceput o schemă în care au demonstrat prin „studii” că un copil care poartă scutece de unică folosință ar avea un somn mai lung și mai confortabil decât cu scutecele de pânză, ceea ce duce la o inteligență mai mare și un succes mai mare. Acest lucru este evident ridicol și, dacă ar fi afirmat deschis, ar fi întâmpinat doar cu derizoriu.

Dar manipulările inteligente ale propagandei nu prezintă premisele în mod deschis. Publicitatea nu face decât să trezească temerile la un nivel emoțional profund și oferă insinuări și indicii cu privire la soluție, lăsând mamele să conecteze punctele și să ajungă la concluzia că scutecele de unică folosință P&G sunt cheia succesului copilului ei. A funcționat frumos; compania a realizat o mare schimbare socială în societatea chineză folosind aceleași tehnici de propagandă care au fost folosite pentru a începe războaie.

E.V. -- Propaganda este un subiect foarte complex, un amestec de multe discipline, tehnici și straturi de acțiuni/instrumente diferite. Nu putem vedea o etichetă de „propaganda” pe o reclamă sau pe știri. Cum putem recunoaște o campanie de propagandă? Care sunt cele mai bune instrumente de propagandă astăzi? Și cine este acum cel mai bun din clasă?

(L.R.) -- Am pregătit două serii de articole despre propagandă, prima subliniind descoperirea și utilizările cărora le-a fost pusă propagandă, Bernays și Propaganda,[\[3\]](#) și a doua despre Propaganda și mass-media.[\[4\]](#) Acestea sunt disponibile online pentru cititorii interesați, așa că nu mă voi opri asupra lor aici.

Nu este greu de recunoscut când ne este aplicată o campanie de propagandă planificată. Toate astfel de inițiative necesită un flux literal de acoperire în mass-media - care este instrumentul principal pentru influențarea minții publice. Cu virusul COVID, de exemplu, nicio boală nicăieri, nici măcar o pandemie, nu impune ca publicul să fie inundat 24 de ore din 24, 7 zile pe zi, cu știri de apocalipsa din toate formele de media. Pe de altă parte, o campanie de propagandă necesită acest lucru. Ori de câte ori vedem acoperire media care pare inutil de frecventă, știm că suntem supuși unei campanii de propagandă.

Dar poate că nu este atât de important să înțelegem mecanismele și tehnicile propagandei, cât este să fim conștienți de domeniile în care propaganda intensă planificată a fost folosită în trecut și este folosită astăzi.

Propaganda este încă folosită în primul rând pentru a declanșa războaie și pentru a efectua schimbări sociale, pe care nici publicul lumii nu le-ar dori dacă li s-ar oferi o alegere clară. Pentru a realiza acest lucru, mesajul trebuie repetat de sute de ori până când tot publicul lumii este infectat cu mesajul. Nicio altă „știre” sau „eveniment” nu intră în această categorie. Astfel, un „potop” de expunere media negativă împotriva oricărei rase sau națiuni este atât de necesar ca pregătirea pentru război, încât, prin definiție, este o campanie de propagandă orchestrată menită să ne aprindă emoțiile împotriva acelei rase sau națiuni.

Luăți în considerare cazul Kamilei Valieva, patinatoarea artistică rusă de 15 ani, care se pare că a picat un test chimic. La fiecare Olimpiada, există probabil 50 de indivizi care pică un test dintr-un motiv sau altul. Acestea abia dacă sunt menționate în mass-media, dar testul Kamilei (și doar testul Kamilei) a fost o caracteristică zilnică în toate mass-media din lume timp de luni de zile. Nu a existat niciodată vreo dovadă că această mică vedetă a picat un test, dar evenimentul a fost creat ca o campanie vicioasă de denigrare a Rusiei, distrugând în acest proces cariera strălucitoare a unui copil. Am tratat acest lucru într-un articol amplu, dacă cititorii sunt interesați. [5] Cu toate acestea, a fost un non-eveniment; mulți americani, europeni, asiatici, au picat și ei testele antidrog la aceleași olimpiade. De ce nu au fost menționate? Pentru că gnomii din Orașul Londrei au văzut o oportunitate pentru o victorie propagandistică spectaculoasă asupra Rusiei. Nici un alt motiv.

Am menționat mai sus insulele din Mările Chinei de Sud și au existat multe alte astfel de evenimente media care au implicat Rusia, China, Irak, Iran și alte țări. Am citit despre firmele chineze Huawei, Tik-Tok și multe altele, în mod interminabil în știri. Toate acestea au avut același scop: să aprindă emoțiile, să evoce judecăți aspre împotriva unei națiuni și să pregătească emoțional populațiile să susțină un război pe care îl doresc propagandiștii. Și, la fel ca în cazul COVID, atunci când mass-media noastră este inundată 24/7 cu aceste subiecte, știm că suntem supuși propagandei de război, câte o ură pe rând.

Orice acoperire mediatică frecventă care implică orice fel de schimbare socială este un indicator aproape sigur al unei campanii de propagandă. Schimbările sociale, prin natură și definiție, sunt evoluții care au loc în mod natural și spontan, fără inginerie și se produc atât de lent încât rareori sau vreodată atrag atenția mai mult decât ocazional. Dar luați în considerare astăzi atacurile mass-media despre beneficiile alimentelor modificate genetic, ale schimbărilor climatice, ale regenerării și sexualizării copiilor, ale unui baraj brusc al acoperirii media pentru „preferințele sexuale” LGBTQ+, al recentelor laude mediatice pentru căsătoriile între persoane de același sex, al impulsului constant pentru imigrația (foarte) străină, în special în Europa. Toate acestea sunt schimbări sociale vaste, care nu au loc în mod natural sau spontan și toate supuse „potopului” necesar de mediatizare, repetarea mesajului de sute de ori, toate incluzând instrumentele psihologice pentru a declanșa răspunsurile emoționale necesare și acțiunea adecvată (sau cel puțin non-acțiune și conformare).

E.V. -- Lărgind viziunea, putem vorbi de propagandă „geopolitică”? În scrierile dumneavoastră v-ați concentrat pe propaganda în Statele Unite, ceea ce probabil este „cel mai bun exemplu din clasă”. În timp ce SUA practica propaganda, ce se întâmplă în Europa și în întreaga lume? Există și alte țări care a urmat aceeași experiența americană?

(L.R.) -- Da, desigur. Astăzi, toate afacerile externe sunt aventuri propagandistice. Avem „campanii de ură” împotriva Rusiei, Chinei, Iranului și Venezuelei. Ni s-a făcut propagandă să acceptăm și să credem că așa-numitele „sanțiuni”, care sunt în contradicție revoltătoare cu orice lege și moralitate, fac acum parte din temeiul moral înalt și că confiscările de valută și aur ale guvernelor Rusiei și Venezuelei sunt justificate prin lege și moralitate. Avem, de asemenea, confiscări de bunuri și proprietăți ale unor ruși individuali, din nou presupuse justificate de un rău inerent în a fi ruși. Și încă o dată, dacă premisele subiacente ar fi declarate în mod deschis, acestea ar fi respinse ca fiind ilegale și criminale, un comportament total fără lege. Dar premisele nu sunt declarate în mod deschis și nu ni se oferă nicio faptă, lăsați să conectăm noi înșine punctele și să concluzionăm că toți rușii „merită” acest lucru.

Nu este posibil să se separe SUA și Europa din punct de vedere al propagandei, deoarece totul provine dintr-o singură sursă în City of London, iar toate mass-media din lume, în special din țările occidentale, sunt deținute de același grup mic de oameni care pur și simplu urmează instrucțiunile. SUA par mai proeminente pentru că este cea mai mare economie cu cea mai mare armată și Departamentul de Stat și pentru că SUA excelează în a se promova ca cea mai mare țară și polițist din lume. Dar tot ceea ce are loc în SUA și Europa este coordonat, toate citind din același scenariu. Țări precum Rusia și China sunt în mare parte irelevante pentru toate acestea. Orice „propaganda” pe care o folosesc este destinată doar publicului intern și cu greu se califică drept propagandă, deoarece sunt grav atacați și doar se apără. Este în întregime Occidentul, SUA și Europa cei care desfășoară campanii de propagandă la nivel mondial.

Una dintre principalele trăsături ale propagandei astăzi este controlul aproape total al informațiilor care există în Occident. Un grup de oameni care aderă la aceeași agendă poate propaga majoritatea populației occidentale fără ca nimeni să știe că se întâmplă ceva neobișnuit. Mass-media de masă din toate țările occidentale, fiind aproape în întregime deținută sau controlată de evrei, va face ecou acestor sentimente, această dezinformare ajungând la un public occidental foarte larg. Iar Google, fiind un ou din același cuib, va crea apoi un algoritm care va selecta doar aceste articole și documente în timp ce va suprima toate informațiile contrare din căutările de pe Internet. Rezultatul este că oricine dorește să cerceteze acest subiect va obține doar propaganda. Pentru a ajuta în acest sens, rețelele de socializare occidentale, cum ar fi Facebook și Twitter, vor șterge, suprima sau interzice cu totul adevărul evenimentelor ca „dezinformare”. Și nimeni nu își va da seama că asta se întâmplă.

Același lucru este valabil pentru toate problemele actuale importante. Se face astăzi cu conflictul dintre Rusia și Ucraina, inclusiv cu distrugerea conductei Nordstream. S-a făcut în același mod cu toate faptele despre COVID, în timp ce au îngropat efectele dăunătoare ale injecțiilor cu ARNm care sunt promovate ca „vaccinuri”. Se realizează astăzi în multe alte domenii, poate cel mai notabil fiind impulsul brusc pentru LGBTQ+ și accentul pus pe selecția de gen începând de la

grădiniță, iar un alt subiect înspăimântător este adoptarea în tăcere de către toate națiunile occidentale a sinuciderii asistate. În aceste chestiuni, părinții sunt scoși din bucla informațională, școlile și profesorii având brusc dreptul legal de a încuraja schimbările de gen la copii fără a anunța părinții, iar copiii de până la 10 ani având acum dreptul legal de a cere ca sinucidere asistată cu părinții interzis să intervină.

Același lucru se face pentru a pregăti populațiile occidentale pentru al Treilea Război Mondial, cu campanii de ură neîncetate care se desfășoară împotriva Rusiei, Chinei și Iranului, întreaga mass-media occidentală fiind inundată de „știri” false și pline de ură în mod deliberat despre aceste țări. S-a făcut exact și exact în același mod pentru a condiționa oamenii pentru primele două războaie mondiale. Șablonul urmat este identic și aproape sigur va produce din nou rezultatul dorit.

O altă categorie este Forumul Economic Mondial (WEF), cu mantra sa promovată de „nu vei avea nimic și vei fi fericit”. Toate acestea și multe altele sunt campanii de propagandă clandestine în vigoare astăzi, inventate de un grup mic de oameni din City of London și promulgate în întreaga lume de puterea mass-media.

Propaganda a devenit un fel de formă de artă, perfecționată la precizie din practică îndelungată și experiență de către autorii săi și este folosită pentru a produce schimbări sociale vaste, precum și conflicte militare. Cel mai important este pentru noi să recunoaștem că niciuna dintre aceste probleme nu este „accidentală” în niciun sens și nici nu reprezintă dezvoltarea sau evoluția socială naturală. În schimb, toate au fost atent planificate și sunt la fel de atent executate.

Problemele lumii cu propaganda de astăzi nu sunt atât de simple pe cât ne mint guvernele noastre. În trecut, propaganda a fost susținută în primul rând de ceea ce am numit „persuasiune morală”, folosind precepte înalte ca manipulare psihologică pentru a face presiuni asupra publicului să accepte principiile propuse. Situația s-a schimbat. Folosirea sporită a propagandei astăzi este asociată cu o creștere înfricoșătoare a unei mentalități clar fasciste de „stat polițienesc” în guvernele occidentale, puterea lor folosită ca „executor” al propagandei fiind impusă propriilor populații. Țările europene au avut multe astfel de experiențe, în special de brutalitate uimitoare a poliției împotriva cetățenilor. Multe campanii de propagandă în vigoare astăzi sunt supuse unei măsuri alarmante a acestei aplicări. Odată cu inițiativa LGBTQ+, părinții sunt amenințați cu acțiuni în justiție dacă rezistă eforturilor guvernamentale de a-și „re-genera” copiii.

În campaniile de vaccinare împotriva COVID, oamenii au fost amenințați cu pierderea locului de muncă, retragerea serviciilor sociale, chiar și înghețarea conturilor bancare, ca presiune de aplicare. Medicilor li s-au retras licențele medicale pentru că au îndrăznit să pună la îndoială narațiunea oficială despre COVID. În Canada, în timpul unui protest anti-vaccinare al unui grup de camionieri, guvernul a promulgat o lege care permite poliției să sechestreze și să vândă camioanele (în valoare de 200.000 de dolari fiecare) pentru a „ajuta la plata costurilor” protestului. Toți protestatarii care au putut fi identificați au avut conturile bancare înghețate, lăsându-i fără acces la numerar sau credit. Fondurile care au fost strânse de publicul larg pentru a sprijini protestatarii au fost confiscate de guvern.

Toate acestea sunt în sprijinul propagandei, pentru a face rezistența prea dureroasă de suportat. Guvernele și-au ajustat dramatic tactica, nemaifiind preocupate de acceptarea publică sau de credința în propagandă, ci de impunerea respectării comportamentului dorit, recurgând tot mai mult la forță pentru a asigura această conformare și făcând din ce în ce mai mult deschis și fără ezitare.

Mass-media a fost întotdeauna parte integrantă a oricărei campanii de propagandă, dovada în sine că proprietarii mass-media acționează în concert cu propagandiștii, ceea ce este prin definiție o „conspirație”. Tacticile mass-media au fost, de asemenea, ajustate, cu ceea ce pare a fi o forță sporită în dorința lor de a condamna orice respingere publică a principiilor propagandistice sau a acțiunilor dorite. Combinația dintre edicte guvernamentale, legi draconice, poliție și alte violențe și presiunea intensă a mass-media creează o forță practic omnipotentă, iar rezistența pare inutilă.

E.V. -- Deci, văzând clar cum și unde merge propaganda, ne puteți oferi sfaturile domniei voastre care pledează pentru „supraviețuirea” propagandei în sine și schimbărilor majore din viața noastră?

(L.R.) --În primul rând, trebuie să recunoaștem că orice subiect de știri, chiar și un dezastru sever precum prăbușirea reactorului Fukushima din Japonia, apare în știri doar câteva zile înainte de a lăsa loc altor evenimente mai actuale. Ori de câte ori un subiect apare în mass-media în mod frecvent și pentru o perioadă îndelungată, aceasta este o dovadă “prima facie”/de prima mână a unei campanii de propagandă împotriva noastră. Trebuie să înțelegeți asta.

În continuare, întreabă-te dacă ești de acord cu ce propune propaganda sau cu direcția în care te împinge. Chiar crezi că este necesar să existe parade publice (care includ și primul tău ministru) pentru a „sărbători” incestul, sodomia, bestialitatea, sexul cu copii mici, ca „preferințe” sociale

Țara dumneavoastră are parade pentru a „sărbători” activitatea heterosexuală?

Sunteți de acord că profesorii ar trebui să poată regeneriza copiii fără știrea părinților lor?

Chiar crezi că alimentele modificate genetic sunt sigure?

Chiar ai un motiv să-i urăști atât de mult pe ruși și chinezi încât vrei să-i omori pe toți?

Chiar vrei ca țara ta să fie plină de străini care nu-ți împărtășesc cultura, convingerile sau valorile tale?

Chiar vrei să „nu ai nimic și să fii fericit”?

Informați-vă guvernul și mass-media că recunoașteți ceea ce ei fac și că refuzați să le acceptați direcția. Protestele de stradă pot fi înăbușite cu violența poliției, dar nimeni nu poate înăbuși un public vast care refuză să i se spele creierul.

*

Scrierile dlui Romanoff au fost traduse în 32 de limbi, iar articolele sale au fost postate pe peste 150 de site-uri de știri și politică în limbi străine din peste 30 de țări, precum și pe peste 100 de platforme în limba engleză. Larry Romanoff este un consultant de management pensionar și om de afaceri. A deținut funcții de conducere în cadrul unor firme internaționale de consultanță și a deținut o afacere internațională de import-export. A fost profesor invitat la Universitatea Fudan din Shanghai, prezentând studii de caz în afaceri internaționale la cursurile EMBA de nivel superior. Domnul Romanoff locuiește în Shanghai și scrie în prezent o serie de zece cărți legate în general de China și Occident. El este unul dintre autorii care contribuie la noua antologie a lui Cynthia McKinney „When China Sneezes”. ([Cap. 2 — A face cu demonii](#))

Arhiva lui completă poate fi văzută la

<https://www.blumoonofshanghai.com> + <https://www.moonnofshanghai.com>

El poate fi contactat la:

2186604556@qq.com

*

Note

[1] Democracy, the Most Dangerous Religion

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2023/07/Democracy-The-Most-Dangerous-Religion.pdf>

[2] Democracy, the Most Dangerous Religion

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2023/07/Democracy-The-Most-Dangerous-Religion.pdf>

[3] Bernays and Propaganda

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2022/10/BERNAYS-AND-PROPAGANDA-.pdf>

[4] Propaganda elä Propaganda Media

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2022/07/ITALIANO-BERNAYS-E-LA-PROPAGANDA.pdf>

[5] Kamila Valieva - The World's Ice Angel

<https://www.bluemoonofshanghai.com/wp-content/uploads/2022/02/Kamila-Valieva-Feb-20-2.pdf>

*

Acest document poate conține materiale protejate prin drepturi de autor, a căror utilizare nu a fost autorizată în mod specific de către proprietarul drepturilor de autor. Acest conținut este pus la dispoziție conform doctrinei de utilizare corectă și are doar scop educațional și informativ. Nu există nicio utilizare comercială a acestui conținut.

**Copyright ©Larry Romanoff, Moon of Shanghai, Blue Moon of Shanghai,
2023**