

През индустрията "реклама" за 2002 г. са минали 1.7 трлн. долара. За последното десетилетие настъпи бум на парите, давани за пропаганда на стоки и марки. При това най-голям дял има телевизионната реклама - в някои страни делът на телевизията надминава 50%. Все по-малък е делът на рекламата в печата, тъй като намаляват хората, които четат. Глобалният свят се превръща в сборище от интелектуални ленивци, които дъвчат пред телевизорите и мозъците им се промиват от кретенски реклами, показващи как всички проблеми на живота ти се решават, ако купиш прах за пране с мелодичната еврейска марка "Ариел".

Има доста изследвания на сериозни учени, които сочат, че въздействието на рекламата има подсъзнателен характер, то е на базата на внушенията, които се правят в религиозните секти. Друг извод, направен от трезвомислещи хора, е фактът, че големите корпорации от рода на "Проктър енд Гембъл", които имат ресурси от милиарди долари влияят върху научните открития така, че да не се дава гласност на иновации, на начини, по които може евтино и просто да се почисти нещо по нехимически начин - без да се замърсява околната среда. Това среща силната съпротива на корпорациите, защото удря по печалбите им. Същото се отнася и за енергийните източници извън петрола. Такива изследвания веднага се затуват от петролните фирми, за да не изместят тяхната финансова мощ и политическа власт. Представете си какво ще стане с корпорации като "Тексако", например, ако се въведе масово в света енергийно хранене с източник слънчева или друг вид космическа енергия. Това означава край на американското надмощие, на военната инвазия в Близкия Изток и Средна Азия от страна на САЩ, обезмисля цялата им пропаганда за "борба с тероризма" и най-вече - би показало на света, че американската икономика е с фалшив рейтинг, че доларът е без покритие и че ако не е експанзията на САЩ и ограбването на световните богатства от тяхна страна, те рухват икономически за броени седмици.

За информация: слънчевата енергия, която достига до Земята, е приблизително 1 киловат на квадратен метър. Сегашните технически средства позволяват преобразуването и използването на 15% от нея, т.е. - 150 вата от квадратен метър. Това е напълно достатъчно да задоволи енергийните нужди на световната индустрия и на населението.

Затова корпорациите няма да позволят никакви иновации в енергетиката, фармацевтиката и храненето. Никакви заместници на все по-скъпите лекарства с природни и евтини начини на лечение, каквито съществуват от хилядолетия. Това е смърт на световната олигархия, защото премахва зависимостта на световното население от нея. Днешната гигантска фармацевтична индустрия се гради върху стремежа да има повече и по-разнообразни болести, а не на премахването им.

„Основата на индустрията е възможността да се патентоват нови синтетични лекарства, които са насочени само срещу симптомите, а не срещу причинителя на болестите. Непрекъснатото съществуване на болестите и тяхното разпространение е предварително условие за по-нататъшен растеж на тази промишленост“ - пише д-р Матиас Рат. Припомнете си непрекъснатите реклами на нови и нови лекарства с различни имена, които до един „съдържат много парацетамол“, т.е. аналгин. Това ли е универсалното лекарство?

Вижте интересен и много показателен откъс от филма „Кейт и Леополд“, отнасящ се до рекламите. За тези, които не са гледали филма: Леополд идва от миналото (от преди 200 години) в наши дни и по стечение на обстоятелствата и под въздействие на Кейт се съгласява да участва в реклама на масло.

в статията са използвани материали от книгата „Властта на мамона“, В. Сидеров, изд. Бумеранг БГ, 2004 г.