

SPIS TREŚCI

Wstęp.....	11
ROZDZIAŁ 1. symulowana wolność prasy: doświadczenia z wydawnictwami prasowymi	30
Prawda tylko dla dziennikarzy?	30
Kupione prawdy: o powiązaniach elitarnych kręgów i tajnych służb	35
Jak przekupił mnie pewien koncern naftowy	46
Dziennik „Frankfurter Allgemeine Zeitung” – czasem kryje się za nim jakaś przekupna persona	51
Z czego dziennikarze finansują swoje wille w Toskanii	63
Dobrze „posmarowane” – wątpliwej jakości system nagród dziennikarskich	66
Ugrzecznione wywiady, pijarowe podróże i oszustwa podatkowe	74
Szemrani kumple od kieliszka – wgląd w dziennikarską brudną robotę	80
Brzydkie chwytty – tak oszukuje się ogłoszeniodawców	83
Spirala milczenia – czego nie znajdziecie w gazetach	86
Raz na wozie, raz pod wozem, czyli medialne egzekucje	93
ROZDZIAŁ 2. Nasze media: zgłajchszaltowane, posłuszne zwierzchności, nieskore do zgłębiania problemów	98
Thilo Sarrazin– potępienie bohatera narodowego	98
Kłamliwa propaganda – „nadciągają Prusacy Bałkanów”	99
Oszukańcze triki werbalne w polityce i mediach	103
Utrata wiarygodności.....	104
ROZDZIAŁ 3. Utajniona prawda – dziennikarze alfa zawsze zgodnie z linią elit	107
Wyrób sobie własne zdanie na podstawie „Bilda”	112
Kumoterskie dziennikarstwo – „Bild” instrumentem władzy	117
Kai Diekmann – co napędza tego człowieka?	119
Most Atlantycki jako pomost wpływów	126
W duszącym uścisku tajnych służb	136
Lista osób z kłopotliwymi kontaktami	144
Żenujące kadzenie	153

Ukryta władza – klasyczne techniki propagandowe	157
Kallmorgen & Bohnen, czyli podejrzani fachowcy od pijaru a prestiżowe gazety	164
Trolle Obamy – piąta kolumna USA	168
Upiór Rockefellera – Komisja Trójstronna	171
Ku pamięci szefa „Frankfurter Allgemeine Zeitung”, Franka Schirrmachera, czołgisty odbywającego cywilną służbę zastępczą	184
Kupowanie znanych nazwisk i ich kontaktów kontakty	187
Potężny zamknięty krąg – Grupa Bilderberg. Teoria spiskowa czy rzeczywistość?	192
ROZDZIAŁ 4. Kup sobie dziennikarza – „smarowane” relacje medialne	
Sprzedajni dziennikarze. Połowa? Dwie trzecie?	200
Świadczenia dla dziennikarzy za świadczone przysługi – jak zapewnić sobie uległość mediów	205
Ujawnione dodatkowe dochody	214
Pranie mózgu – cenzorskie nożyce w głowach	216
Głosowanie portfelem – dziennikarze jako klienci opieki społecznej	222
Bezstronne? Imperium medialne Socjaldemokratycznej Partii Niemiec	226
ROZDZIAŁ 5. Sceny z propagandowego frontu	
Wyższy cel – destrukcja niemieckiej tożsamości	240
Konfabulacje Angeli Merkel – jak rząd federalny okłamuje społeczeństwo	242
Lawina kłamstw na temat euro – propaganda Sabiny Christiansen i Ulricha Wickerta	246
Promocja wspólnej waluty w stylu reklamy proszków do prania. Agencja reklamowa pana Mannsteina	258
Fiasko demokracji	262
Corobić	266
Postłowie	275
Przypisy	281