

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nastja Horvat

**Ekonomska in politična moč družine Rockefeller z vidika nadzora
nad mediji**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Nastja Horvat

Mentor: doc. dr. Branko Ilič

**Ekonomska in politična moč družine Rockefeller z vidika nadzora
nad mediji**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

ZAHVALA

Za vse nasvete in pomoč pri pisanju diplomske naloge bi se najprej iskreno zahvalila mentorju doc. dr. Branku Iliču.

Za vso podporo ob študiju in zaupanje, da mi bo uspelo, bi se rada zahvalila svoji družini.

Za pozitivne misli in motivacijsko spodbudo, ko mi je bilo najtežje, bi se rada zahvalila Luku.

Da pa so bila študijska leta tudi zabavna, bi se rada zahvalila svojim prijateljem.

Ekonomska in politična moč družine Rockefeller z vidika nadzora nad mediji

Družina Rockefeller velja za eno najbogatejših družin na svetu. Obogatela je z ustanovitvijo podjetja Standard Oil, s katerim se je povzpela v sam vrh gospodarstva. Nad naftno industrijo so imeli monopolno oblast, ki jim je prinesla veliko ekonomsko moč. Svojo moč so pozneje razširili tudi med politiko in medije. Glede na to, da so mediji danes v rokah peščice, ima to velik vpliv na vsebino, ki jo posredujejo javnosti. Problematična je povezava Rockefellerjev z mediji, saj se njihove moči zaveda le malokdo, mediji pa o njih skorajda ne pišejo, čeprav spadajo med najbogatejše prebivalce sveta. Njihova posredna in neposredna naveza z mediji, ki so v rokah velikih korporacij, jim daje moč, da imajo medije pod nadzorom. S tem pa imajo moč vplivanja na javno mnenje ljudi. Mediji so se skozi čas spremenili in vedno manj ljudi nadzoruje vedno več medijev. Skrb vzbujajoče je dejstvo, da peščica prebivalstva z mediji in njihovo vsebino ljudi nadzoruje, vedno bolj jim je pomemben dobiček, pozabljajo pa na prvotno vlogo medijev, to je informiranje ljudi. Ugotavljam, da so si Rockefellerji moč najprej pridobili v ekonomiji, nato so jo razširili v politiko. Da so na obeh področjih postali in ostali uspešni, so si moč zgradili tudi v medijih. Imajo popolno mrežo moči, ki jo bo težko preseči.

Ključne besede: ekonomska moč, politična moč, monopol, družina Rockefeller, nadzorovanje medijev.

Economic and political power of the Rockefeller family in terms of control over the media

Rockefeller family is considered one of the richest families in the world. They gained their vast wealth after they established the Standard Oil Company, which has climbed to the top of the oil industry. They had a monopole over the oil industry that brought them a lot of economic power. Later on they dispersed their influence and power between politics and the media. Due to the fact that the media are now in the hands of a few, it has a great impact and influence over the content that is broadcasted to the public. The biggest problem is the connection of the Rockefeller family with the media, because very few people are aware of their power, since the media hardly ever writes anything about them, despite the fact that they are among the richest and most powerful people in the world. Their direct and indirect association with the media, which are in the hands of few large corporations, enables them to have the media under their control. By doing so they also have the control over the public opinion. The media industry has changed over time, and fewer and fewer people started to control more and more media. What is worrying is the fact that a handful of people controlling the media and their content are those that are only interested in increasing their profit, but they forgot about the original role of media that is to inform people. I noted that the Rockefeller family first gained their power in the economy, then they have expanded that power into politics. They used their control over media in order to become and remain successful in both areas and to continue to have their strength built up they are still using it today. They have built a vast network of influence and power that will be difficult to supersede, as it is enormous.

Key words: economic power, political power, monopoly, Rockefeller family, controlling the media.

KAZALO

1 UVOD	6
2 EKONOMSKA IN POLITIČNA MOČ	7
2.1 EKONOMSKA MOČ	8
2.2 POLITIČNA MOČ.....	10
3 MONOPOL	11
3.1 EKONOMSKA DEFINICIJA MONOPOLA	11
3.2 MONOPOL V MEDIJSKEM SVETU ZDRUŽENIH DRŽAV AMERIKE	13
4 VZPON DRUŽINE ROCKEFELLER S PODJETJEM STANDARD OIL	15
4.1 JOHN DAVISON ROCKEFELLER (1839–1937) – USTANOVITELJ PODJETJA STANDARD OIL.....	15
4.2 JOHN DAVISON ROCKEFELLER MLAJŠI (1874–1960).....	17
4.3 NELSON ALDRICH ROCKEFELLER (1908–1979).....	19
4.4 DAVID ROCKEFELLER (1915)	20
4.5 EKONOMSKA IN POLITIČNA MOČ DRUŽINE ROCKEFELLER.....	21
5 ROCKEFELLERJI KOT ČLANI ORGANIZACIJ BILDERBERG, SVETA ZA ZUNANJE ODNOSE IN TRILATERALNE KOMISIJE – NOV SVETOVNI RED.....	23
5.1 SKUPINA BILDERBERG.....	23
5.2 SVET ZA ZUNANJE ODNOSI (CFR)	24
5.3 TRILATERALNA SKUPINA	25
5.4 MEDIJI IN ORGANIZACIJA BILDERBERG, SVET ZA ZUNANJE ODNOSI TER TRILATERALNA KOMISIJA.....	26
6 ROCKEFELLERJI IN NJIHOV NADZOR NAD MEDIJI	27
6.1 LASTNIŠTVO MEDIJEV	27
6.2 ROCKEFELLERJEV NADZOR NAD MEDIJI.....	29
7 ZAKLJUČEK.....	32
8 LITERATURA.....	35

1 UVOD

Mediji, politika in ekonomija so pojmi, ki so med seboj tesno prepleteni. Politiki uporabljajo in zlorablajo medije za lastno politično promocijo. Brez politične podpore danes skoraj ni mogoče biti na oblasti. Na drugi strani pa medijski lastniki svoje medije uporabljajo za promocijo in podporo lastnih političnih stališč in politike za doseganje svojih zasebnih korporativnih interesov. Z odgovorom na vprašanje, kdo so medijski lastniki, hkrati dobimo odgovor na vprašanje, kdo ima moč (Bašič Hrvat in drugi 2004, 10).

Družina Rockefeller je z ustanovitvijo podjetja Standard Oil postala ena najbogatejših družin na svetu. Nad svojo naftno industrijo in nad vodenjem transporta so imeli velik nadzor, kar jim je prineslo veliko ekonomsko moč, posledično pa se je povečevala tudi njihova moč v politiki. Z denarjem so si kupili tudi nadzor nad mediji, saj so lastniško ali pa kako drugače povezani z njimi oziroma imajo medijski konglomerati za direktorja nekoga, s katerim so Rockefellerji tesno povezani. Družina Rockefeller je torej ena najvplivnejših družin današnjega časa na svetu, ki s svojim delovanjem vpliva tudi na življenja preostalih prebivalcev sveta ter na številne konkurenčne in druge industrije. Zato se mi zdi smiselno raziskati, kako s pomočjo njihove ekonomske in politične moči vplivajo na medijski svet in ga nadzorujejo.

Raziskovalno vprašanje, ki si ga bom skozi celotno raziskavo postavljala, je, kako se je družina Rockefeller s pomočjo naftne industrije prebila v sam gospodarski vrh in si pridobila enormno moč v ekonomiji, politiki in tudi nad mediji ter kakšne posledice ima to za preostale prebivalce sveta.

Cilj diplomske naloge torej ne bo samo opis dejstev, ki zadevajo družino Rockefeller. S kritičnim pristopom bom na čim bolj objektivni način poskusila s pomočjo literature raziskati in analizirati, kakšen vpliv ima družina Rockefeller zaradi svoje finančne moči na politiko in ekonomijo ter kako imajo z nadzorom nad mediji vpliv in nadzor nad javnim mnenjem, na politiko in državo. Kot sem že omenila, so pojmi mediji, politika in ekonomija tesno povezani drug z drugim, zato bom skušala njihovo medsebojno povezavo čim bolj natančno opisati.

V začetnem delu diplomske naloge se bom s pomočjo literature lotila razlage pojmov politična moč, ekonomska moč in monopol. Dobro razumevanje le-teh mi bo služilo kot osnova za nadaljnjo raziskovanje. Sledil bo historičen opis vzpona družine Rockefeller s podjetjem Standard Oil, nato pa bom skušala pokazati, da je njihova moč veliko večja, kot se komu zdi na prvi pogled, saj naj bi bili pripadniki organizacij Bilderberg, Sveta za zunanje

odnose (CFR-Council on Foreign Relations) in Trilateralne skupine, ki jo je leta 1973 ustanovil in financiral David Rockefeller. Člani vseh treh organizacij naj bi bile elite visokih poslovnežev, politikov, bančnikov in tudi glavni direktorji medijskih hiš (Estulin 2008).

V zadnjem delu bom raziskala in opisala, kako Rockefellerji izvajajo svojo monopolno oblast v medijskem svetu. Zanimalo me bo, kako z nadzorom nad mediji vplivajo na javno mnenje, politiko in ekonomijo. Raziskala pa bom tudi, katere medije imajo Rockefellerji posredno ali neposredno v svoji lasti. Zbrane ugotovitve bom kritično obravnavala in analizirala.

V zaključku bom povzela bistvene ugotovitve in oblikovala ključna sporočila, do katerih bom prišla skozi pisanje celotne diplomske naloge. Raziskovalno vprašanje, ki sem si ga uvodoma postavila, bom v zaključku verificirala in reflektirala.

2 EKONOMSKA IN POLITIČNA MOČ

Za boljše razumevanje pojmov ekonomska in politična moč bom najprej navedla definicije pojma moči. Moč, ki jo vidimo v politiki in upravljanju, je pravzaprav mogoče najti že v večini vsakodnevnih srečanj. Nanjo je mogoče naleteti v interakciji iz oči v oči, znotraj družine, med moškimi in ženskami, v delovnih institucijah, kot so šole in zapori, v odnosu otrok in odraslih. Ker moč najdemo skoraj povsod, imajo sociologi pogosto težave s tem, kako bi jo opredelili (Macionis in Plummer 2012, 538). Macionis in Plummer (2012, 538) pravita, da je moč najbolj očitno opazna, ko ljudje sprejmejo odločitve, ki vplivajo na življenja drugih ljudi, a je le-ta lahko bolj mila kot takrat, ko nekdo prepreči, da se razpravlja o določenih vprašanjih ali pa se potihoma sprejema nekatere odločitve, ki so oblikovane proti posameznikovi volji. Moč je po njunem sposobnost za doseganje želenih ciljev kljub nasprotovanju drugih.

Michael Foucault je glede opredelitve moči najbolj ekstremen. Najde jo povsod in jo vidi v vseh odnosih. Pravi, da ne prihaja le od vrha in ne gre zgolj za formalno institucijo moči. Bil je pozoren na vse vidike družbenega življenja, da bi v njih videl delovanje mehanizmov moči (Macionis in Plummer 2012). Moč je odnos med ljudmi, v katerem nekdo vpliva na delovanje drugih. Moč se razlikuje od sile ali nasilja, ki vpliva na telo fizično in vključuje omejevanje ali spreminjanje posameznikove volje. Foucault meni, da je moč prisotna v vseh človeških odnosih in se kaže skozi celotno družbo. Pravi, da država nima monopola nad močjo, saj so razmerja moči zelo nestabilna in spremenljiva. Kot primer vzorca dominacije v družbi navede sodobno moč kaznovanja, ki je bila ustanovljena zaradi delovanja družbenih ved (Foucault 2004).

Weber moč opredeli kot verjetnost, da bo eden od igralcev v družbenih odnosih v položaju, da sledi svoji volji kljub odporu, ne glede na podlago, na kateri leži ta verjetnost. Pravi, da je koncept moči sociološko amorfen. Vse mogoče lastnosti in vse mogoče kombinacije okoliščin lahko posameznika spravijo v položaj, da uveljavi svojo voljo v dani situaciji. Sociološki koncept dominacije mora biti zato bolj natančen in lahko pomeni le verjetnost, da bo posameznik ukaz ubogal (Weber 1978, 53).

Mirjana Ule (2009) pravi, da je socialna moč spodobnost vplivanja ene osebe ali organizacijske skupine na drugo, na način, da storijo nekaj, česar drugače ne bi. Moč pomeni možnost nadzora nad dogodki in ljudmi, medtem ko šibkost pomeni nizko stopnjo nadzora in je lahko tudi imaginacija lastne moči. Moč je funkcija nadzora nad viri, bolj ko je vir pomemben in zanimiv, več moči ima oseba. Zelo pomembno je tudi dejstvo, da je moč hkrati odvisna od odnosa, saj socialna moč ne obstaja brez oseb, ki so se zmožne podrediti. V drugi knjigi Mirjana Ule (2005) dodaja, da socialna moč ne obstaja samo kot objektivna sposobnost za nadzor odnosov, temveč vsebuje tudi subjektivno, doživljajsko komponento. Doživljanje moči pomeni predvsem občutek, da smo akterji dejavnosti, da imamo stvari v svojih rokah. Želja po moči ne pomeni samo teženj in motivov osebe, ki merijo na povečevanje socialnega statusa in prestiža, na obrambo statusa in na povečanje možnosti vplivanja na druge ljudi. Doživljanje moči je povezano predvsem z občutkom obvladovanja situacije in s tem obvladovanja življenja. Teza Zupanove (2007) pravi, da se moč spremeni v vpliv, ko posameznik ali skupina z uporabo moči uveljavi svoje interese in doseže cilj.

2.1 EKONOMSKA MOČ

Če združim definiciji ekonomije¹ in moči, je človek, ki ima ekonomsko moč, tisti, ki uveljavlja svojo voljo in ima vpliv ter učinek na druge v gospodarski panogi.

Na vprašanje, kaj je ekonomska moč, Ayn Rand (1986, 47) odgovarja, da je to moč proizvodnje in trgovanja s proizvedenim. Pravi, da je v svobodnem gospodarstvu, kjer noben človek ali skupina ljudi ne more uporabljati fizične prisile zoper kogarkoli, ekonomska moč lahko dosežena le s prostovoljnimi sredstvi. Torej s prostovoljno izbiro in s soglasjem vseh, ki sodelujejo v procesu proizvodnje in trgovanja. Na svobodnem trgu so vse cene, plače in dobički določeni po zakonu ponudbe in povpraševanja. Mehanizem svobodnega trga odraža in povzame vse ekonomske odločitve in izbire, ki so jih sprejeli udeleženci. Človek lahko

¹ V osnovnem pomenu besede je ekonomija veda o upravljanju posestva, gospodarstva (Lah in Ilič 2007, 7).

obogati samo, če je sposoben ponuditi boljšo vrednost, torej boljši proizvod ali boljšo storitev za nižjo ceno kot konkurenca oziroma preostali ponudniki.

Moč uprave nekega podjetja sloni na njegovem položaju. Ta mu daje legitimnost za odločitve, ki imajo temeljni vpliv na uslužbence tega podjetja in na njegovo dejavnost (Secord in Backman v Ule 2005, 292). Če vodja prekorači meje svojih pooblastil, se mu lahko skupina, ki jo vodi, upre in s tem je konec njegove moči. Celo najbolj absolutni vladarji so lahko obdržali oblast le toliko časa, dokler so se zavedali meja svoje moči in svoje soodvisnosti s podrejenimi, torej so se zavedali tudi njihove moči. Ko so na to pozabili, so običajno hitro izgubili oblast (Ule 2005, 292).

Ekonomska moč je zmožnost lastnikov, da vplivajo na dogajanja in na ljudi s pomočjo nadzora nad ekonomskimi resursi, še posebej nad lastnino. To je zmožnost vplivanja na cene, kakovost izdelkov, distribucijo dobrin in resursov (Steiner in Steiner 2003).

Z ekonomsko močjo je zelo povezan tudi pojem lobiranja. Baron pravi, da je lobiranje osnovni del vseh strategij in je osebno komuniciranje o političnih informacijah s funkcionarji v javnosti. Informacije so lahko namenjene ministrom, predsedniku ali pa vodilnim možem v podjetjih. Da do osebne komunikacije pride, le-ta zahteva dostop do vodilnih oseb. Ta je zagotovljen prek dolgotrajnih sodelovanj in povezav ter z osebnimi odnosi (Baron 2000, 223).

Lobiranje² je neformalna institucionalna mreža, s pomočjo katere vplivamo na odločitve subjektov v politično-ekonomskih procesih. Predstavlja takšno neformalno mrežo medsebojnega nadziranja članov družbe, ki skuša preseči tržne nepravilnosti in omejenosti državnega intervencionizma. Temeljni cilj lobiranja je vpliv na proces odločanja v imenu posebnih splošnih koristi ali koristi posameznih skupin (Mack v Kovač 2002, 2017).

Večina državnih registriranih zakonov definira lobista kot vsakogar, ki prejme nadomestilo, da vpliva na ukrepe zakonodaje (Keefe in Ogul v Hunter 1999, 92). Wiggins in Hamm (v Hunter 1999, 92) lobista opredelita kot posameznika, ki je plačan, da vpliva na zakonodajalca – ali na zakonodajalca vpliva z denarjem ali pa je posameznik v organizaciji, katere namen je vplivati na zakonodajalca. Od vseh definicij Alan Rosenthal (v Hunter 1999, 92) zagotavlja najboljšo, saj trdi, da je lobist vsak, ki želi vplivati na odločitve vlade. Njegova opredelitev

² Sam izraz izhaja iz angleške besede »lobby« in pomeni vpliv na nekoga, ki ima politično moč odločanja. Zgodovinsko so bili lobisti ljudje, ki so neformalno skušali vplivati na odločitve političnih subjektov. Javno mnenje je bilo ponavadi nenaklonjeno takšni neformalni mreži vplivov, saj so lobisti običajno zastopali interese manjših in premožnejših interesnih skupin (Kovač 2002, 217–218).

predpostavlja, da ni vsak lobist tisti, ki dela za denar. Številni lobisti so namreč člani interesnih skupin, ki delajo za malo denarja in za kakršnokoli povračilo.

Če pojem lobi prenesemo na ekonomskega lobista, ugotovimo, da je njegov cilj vplivati na politične odločitve v prid sebi in svojih interesnih skupin s področja gospodarske dejavnosti, s katero se ukvarja. Kot pravi Kovač (2002, 218), so prikriti vplivi interesnih skupin in njihovih zastopnikov na demokratične procedure odločanja lobiranje povezali s spletkarjenjem in podkupovanjem politikov, ki imajo moč odločanja. Lobiranje je v tem primeru hitro pomenilo spolzka tla političnega kriminala in koruptivne dejavnosti.

2.2 POLITIČNA MOČ

V širšem smislu politika pomeni usmerjanje človekove dejavnosti katerekoli vrste v določeni smeri za uresničevanje določenega cilja (Lukšič 1995). Moč je prisotna v vseh družbenih institucijah od družine do delovnih organizacij in države. Formalna politika je socialna institucija, ki razporeja moč. Politika je osrednja družbena institucija, kjer se moč uporablja za določanje pogojev delovanja in usmerjanje vseh preostalih družbenih institucij. Politični sistemi se med seboj razlikujejo glede na to, kako se izvaja moč, na čem temelji avtoriteta in kako so določeni nosilci moči (Macionis in Plummer 2012).

Politična moč je moč vplivanja na sprejemanje zakonov in na oblikovanje politik do stvari (Steiner in Steiner 2003).

Sociolog dr. Ivan Bernik trdi: »Opravljanje funkcij, povezanih s politično močjo, se praviloma šteje za družbeno tako pomembno, da politikom pripadajo nekateri posebni privilegiji. Recimo visok ekonomski status in družbeni ogled. Poleg tega pa je možnost odločanja o pomembnih javnih zadevah že sama po sebi privilegij« (Trampuš 2002, 16. oktober). Nadaljuje, da to ne pomeni, da so politični oblastniki nujno najbogatejši in najuglednejši v neki družbi, saj poleg politične elite v modernih družbah obstajajo še druge elite, na primer ekonomske in kulturne, ki imajo svoje privilegije (Trampuš 2002, 16. oktober).

Vprašanja o moči v kapitalističnem sistemu se loti Offe (1985, 35). Pravi, da je v socialnem sistemu moč smiselna le kot relacijska kategorija in lahko obstoji le kot komplementarno razmerje med dvema elementoma. Moč imam lahko le nad nečim, kar s svojo strukturo dopušča moje uveljavljanje moči in jo sprejema, to pa mi s svoje strani tako rekoč daje pooblastilo za izvajanje moči. Edino razmerje zunaj teh pogojev komplementarnosti je razmerje neposrednega fizičnega nasilja.

Za kapitalistično državo je značilna dvojna določitev politične moči, pravi Offe. In nadaljuje, da »po njeni institucionalni obliki jo določajo pravila demokratično predstavniške oblike vladanja, po vsebini pa je determinirana s potekom in potrebami akumulacijskega procesa« (Offe 1985, 61).

Razlika med politično močjo in katerokoli drugo vrsto družbene moči, med vlado in katerokoli zasebno organizacijo je dejstvo, da ima država pravni monopol nad uporabo sile (Rand 1986, 46).

Randejeva je razliko med ekonomsko in politično močjo opredelila z naslednjimi besedami. Ekonomska moč se izvaja s pozitivnim pristopom, ljudem ponuja nagrade, spodbude, plačila, vrednost. Politična moč pa se za razliko od ekonomske izvaja z negativnostjo, z grožnjami za kazni, poškodbami, zaporom, uničenjem. Orodje poslovneža so vrednote, orodje birokrata pa strah (Rand 1986, 47).

3 MONOPOL

3.1 EKONOMSKA DEFINICIJA MONOPOLA

Izraz monopol se uporablja ohlapno in v mnogih pomenih. V priljubljenih razpravah monopol pomeni skoraj vsako bogato korporacijo ali moč, ki jo korporacija poseduje. Moč je običajno mišljena kot zatiralska (Fetter 1905, 165).³ Monopol svojo moč dobi iz političnih, gospodarskih in komercialnih virov. Ekonomski monopol nastane, ko lastništvo redkih naravnih snovi, kot so na primer rudnik, zemlja, voda, pride pod nadzor enega človeka ali ene skupine ljudi, ki se strinjajo o ceni. Ekonomski oziroma gospodarski monopol je posledica zasebne lastnine, ki je vlada ali družba ne načrtujeta (Fetter 1905, 167).

Danes se monopoli večinoma pojavljajo v obliki velikih komercialnih podjetij, ki so namenjena urejanju celotnega proizvodnega sistema. Lynn opozarja, da monopol ne izključuje konkurence, niti ne povzroči samodejnega racionalnega upravljanja odjemalca sistemov proizvodnje in storitev pod njeno oblastjo. Nasprotno, monopolizacija samo preusmerja konkurenco iz vodoravne v navpično ravnino (Lynn 2010, 2).

Kar negativno vpliva na skupno bogastvo v celotnem gospodarstvu, je učinek monopola na distribucijo omejenih virov, ki imajo alternativno uporabo. Ko monopol zaračunava višjo

³ Obstoj monopolne moči je odvisen od več dejavnikov. Od učinka krčenja ponudbe pri dvigovanju cen, učinka na stroške, števila preostalih enot v lasti ene dobave naročnika in možnosti, da se konkurenci prepreči povečanje ponudbe in se ustvari dobiček z višjimi cenami (Fetter 1905, 166).

ceno, kot bi jo zaračunal, če bi imel konkurenco, potrošniki kupujejo manj proizvodov, kot bi jih pri nižji konkurenčni ceni. Skratka, monopolist proizvaja manj proizvodov, kot bi jih proizvedla konkurenčna industrija z istimi razpoložljivimi sredstvi, tehnološkimi in stroškovnimi pogoji (Sowell 2015). Kadar monopol ali kartel⁴ vzdržuje cene, ki implicirajo višji dobiček od običajnega, druga podjetja ta industrija privlači. Ta dodatna konkurenca pa se nagiba k določitvi prisiljene cene in dobička (Sowell 2015).

Hrovatinova monopol opiše z naslednjimi besedami: »Monopol je tržna struktura, v kateri en sam proizvajalec prodaja proizvode številnim kupcem. Njegov proizvod nima bližnjega substituta. Prav zato, ker je en sam in blago nima substitutov, ima monopolist pomemben vpliv na ceno proizvoda« (Hrovatin 2007, 112). V primeru, da ima eno podjetje v lasti ali pod svojim nadzorom pomembne produkcijske faktorje, je s tem onemogočena uporaba tega produkcijskega faktorja za proizvodnjo drugih podjetij. To se zgodi, če na primer podjetje izkorišča določen redek naravni vir ali redka znanja. Takšen nadzor seveda ni večer, saj tudi preostala podjetja lahko razvijejo substitute ali metode proizvodnje teh ključnih produkcijskih faktorjev, zato je obstoj monopola na tej podlagi začasen (Hrovatin 2007, 113).

Teorija monopol opredeljuje kot tržno strukturo, v kateri producent kot edini ponudnik obvladuje trg. Z omejevanjem produkcije lahko doseže višjo ceno in s tem monopolni ekstraprofit. Monopolist se kot edini ponudnik srečuje s padajočo tržno krivuljo povpraševanja (Žnidaršič Kranjc 1995, 409).⁵

V čistem monopolu je monopolist edini ponudnik v panogi, torej ponudbe konkurenčnih podjetij ni. Monopolist ponuja blago, ki nima substitutov, in vstop drugih podjetij v monopolizirano panogo ni mogoč. Našteti pogoji, ki določajo čisti monopol, so v gospodarstvih redki. Praviloma so monopolisti velika podjetja ali pa povezave med podjetji,

⁴ Kartel je skupina podjetij, ki se med seboj strinja, da zaračunavajo višje cene ali pa se kako drugače izognejo tekmovanju drug z drugim (Sowell 2015).

⁵ Če podjetje poveča produkcijo in ponudbo za dodatno enoto, mora prodajati po nekoliko nižji ceni. Zato s prodajo dodatne enote izgubi pri ceni vseh prejšnjih enot in povečanje prihodka zaradi prodaje dodatne enote proizvoda ni enako ceni te enote, temveč je manjše za toliko, kolikor izgubi z znižanjem cene pri prejšnjih enotah. To povečanje dohodka imenujemo mejni dohodek. Njegov dobiček je največji, ko sta količini mejni dohodek in mejni stroški enaki (Žnidaršič Kranjc 1995, 409).

ki obvladujejo trg. Analitično gledano je monopolist lahko tudi manjše podjetje, če s svojim proizvodom obvladuje ponudbe panoge (Lah in Ilič 2007, 160).

Monopolni položaji lahko vodijo v družbeno nezaželene posledice, na primer omejevanje ponudbe in visoke cene, kar prihaja do izraza zlasti pri življenjsko pomembnih proizvodih. Zato se v poslovanje monopolnih podjetij pogosto vmešava država. Najpogostejša področja javne regulacije monopolnih cen so komunikacije, transport, elektrika, plin, voda, naftna industrija in različne komunalne storitve (Lah in Ilič 2007, 167).

»Marksistična ekonomija je razvila različne in nasprotujoče si teoreme, ki razlagajo izpad ravnotežnih mehanizmov. Tako lahko npr. z Baranom in Sweezyjem domnevamo, da monopolizacija gospodarstva sproži neprožnost pri zniževanju, po drugi strani pa stalen dotok presežnih profitov, ki jih ni mogoče investirati« (Offe 1985, 63).

Macionis in Plummer (2012, 524) pravita, da je monopol dominacija trga s strani enega samega proizvajalca. Z izjemo nekaterih javnih ponudnikov ni veliko podjetij, ki bi imela na trgu monopolno oblast.

3.2 MONOPOL V MEDIJSKEM SVETU ZDRUŽENIH DRŽAV AMERIKE

Dandanes ima peščica posameznikov in korporacij v lasti veliko večino medijev, kar je pripeljalo do koncentracije medijev in lahko bi rekli, da do vedno večje monopolne oblasti tudi v medijskem svetu. Bagdikian je leta 1983 izdal knjigo, ki je postala eno od temeljnih del kritičnega obravnavanja medijske koncentracije in pojava megamedijev v ZDA. Ena od njegovih zanimivih ugotovitev je, da ameriški medijski svet, ki je sestavljen iz časopisov, radijskih in televizijskih programov, revij, knjig, glasbe in filmov, obvladuje samo petdeset različnih podjetij. Pravi, da te medijske združbe ne morejo bdeti nad početjem ameriških korporacij, ker jih z njimi povezujejo upravni in nadzorni odbori, v katerih sedijo isti ljudje (Hrvat in Kučić 2005, 28).

S to ugotovitvijo pa se ne strinja Jack Shafer, urednik spletne revije Slate, ki je v odgovor na pomen, ki ga Bagdikian pripisuje medijski koncentraciji, napisal: »Če bi želela velika peterica obvladati ameriško javnost na način, ki ga opisuje Bagdikian, v časopisnih kioskih ne bi smelo biti nobenih drugih tiskanih medijev, razen New York Posta in Tima, televizorji pa bi morali biti programirani le za sprejem CNN, ABC, CBS in Foxa« (Shafer v Hrvat in Kučić 2005, 28).

Monopolni položaji v medijih z vedno večjo koncentracijo prinašajo številne družbeno nezaželene posledice. V tem primeru so to nižja pluralnost medijev, vse skupaj pa močno vpliva tudi na novinarstvo samo. Koncentracija lastništva in moč v rokah velikih transnacionalnih korporacij prinašata več konkurence na medijskem področju, dejansko pa to pomeni manj podjetij, ki postajajo vse večja. Nižja pluralnost medijev torej pomeni, da kljub vedno večji ponudbi programov ljudje ne dobijo bistveno večje količine informacij, saj mediji ponujajo manj različnih vsebin. Dejstvo je, da so lastniki tisti, ki določajo, kakšna bo vsebina, ki nam jo ponujajo mediji. Njihovi motivi so lahko politični, ideološki, osebni ali komercialni, rezultat pa je v vseh primerih enak (Hrvat in Kučić 2005).

Večja medijska učinkovitost za medijskega lastnika pomeni, da s čim manjšimi stroški ustvari čim večji dobiček, za medijskega uporabnika pa, da za čim manj stroškov dobi čim večjo medijsko ponudbo. To pomeni, da bo lastnik poskušal imeti v lasti čim več medijev, v katerih bo lahko ponujal ene in iste medijske vsebine (Hrvat in Kučić 2005, 16).

Beseda moč konglomeratov odseva strah v ZDA in drugih državah po svetu, da bi imelo nekaj ogromnih medijskih korporacij s svojimi zbranimi sredstvi lahko pod nadzorom glavne kanale množičnega komuniciranja (Turow 2002, 430). S tem se strinja tudi Doyle (2002, 35), ki pravi, da je ena največjih težav izdelovalcev zakonov, kako se spopasti z monopolisti v času hitrih tehnoloških sprememb. Hitra rast interneta in novih medijev je bila povod za številne združitve in sklenitve zavezništva ogromnih podjetij, ki se dogajajo od leta 1990 dalje. Dogajajo se dogovori podjetij z različnimi dejavnostmi. Ena bolj znanih je bila združitev ameriškega ponudnika interneta AOL in medijskega konglomerata Time Warner. Taki dogovori poudarjajo zaznano pomembnost razvijanja tržne moči. »Strateški načrti igralcev v teh združitvah so, da naredijo integracijo različnih dejavnosti, s katerimi nadzorujejo televizijo, telefon, brezžična omrežja in ponudijo strankam en račun, enega podjetja« (Hughes v Doyle 2002, 35). To pomeni, da si veliki medijski konglomerati z različnimi združitvami in zavezništvami svojo moč povečujejo, s tem pa jo zmanjšujejo konkurenci, saj imajo od nje boljše tako ceno kot ponudbo, kar pomeni, da se z združitvami večja njihova monopolna oblast.

Če povzamem, bližanje monopolni oblasti v medijskem svetu ne prinaša nič dobrega. Manj je lastnikov, ki, čeprav ponujajo večje število programov, ponujajo te vsebinsko med seboj zelo podobne. To v medijih znižuje pluralnost, kar pomeni, da ljudje iz vseh medijev dobivajo manjše število informacij, saj lastniki narekujejo, o čem bodo mediji govorili, imajo nadzor nad vsebino. Na nek način se tako zmanjšuje tudi zorni kot, s katerega ljudje razmišljajo in oblikujejo javno mnenje.

4 VZPON DRUŽINE ROCKEFELLER S PODJETJEM STANDARD OIL

V nadaljevanju se bom osredotočila na historično obravnavo družine Rockefeller. Ker je informacij o njih veliko, se bom osredotočila na pomembnejša dejstva, kako je do vzpona njihove družine sploh prišlo, in na dejstva, ki orisujejo njihovo moč v ekonomiji, politiki in v medijih.

4.1 JOHN DAVISON ROCKEFELLER (1839–1937) – USTANOVITELJ PODJETJA STANDARD OIL

John Davison Rockefeller se je rodil leta 1839. Svojo žilico za posel je pokazal že v mladih letih, malo pred dvajsetim rojstnim dnem, ko je šel s sosedom Mauriceom Clarkom skupaj v posel. Trgovala sta z različnimi živili in dobrinami in bila pri tem zelo konkurenčna. Uspeh je bil v veliki meri posledica tega, da je imel Rockefeller naravne sposobnosti za posel (American Experience 2015). To pa je bilo samo ogrevanje za vse, kar je temu sledilo. Previden poslovnež, ki se je izogibal nepotrebnim tveganjem, je v letu 1960 videl priložnost v poslu z nafto. Leta 1963 je odprl svojo prvo rafinerijo v bližini Clevelanda, v katero je vložil vse, kar je imel, in v dveh letih postal največji na svojem območju (Biography 2015).

Leta 1870 je John D. Rockefeller skupaj s svojimi partnerji v Ohio ustanovil podjetje Standard Oil Company. Zaradi dobrih ekonomskih in industrijskih pogojev je podjetje takoj zacvetelo. Ker je konkurenco videl kot grožnjo, ki bi nanj lahko vplivala pogubno, jo je začel načrtno izkoreninjati (Biography 2015). Dobiček so uporabili za odkup konkurentov. Če konkurenca v to ni privolila, pa je imel Rockefeller svoja sredstva prepričevanja.⁶ Zelo pomembno je bilo tudi dejstvo, da je imel tesne odnose z železniškimi podjetji, ki so skrbela za transport nafte (Beattie, 2. maj).

Rockefeller je nadaljeval svojo samostojno okrepitev kupovanja konkurenčnih rafinerij, izboljšal je učinkovitost svojih operacij, iztisnil je popuste pri pošiljkah nafte, nelojalno je

⁶ Ena izmed Rockefellerjevih tehnik prepričevanja konkurence je bila, da je manjšim podjetjem povzročil pomanjkanje, s tem ko jim je pokupil vse sodčke nafte. Druga tehnika, ki jo je uporabljal, je bila, da je nakupil vso opremo in opremo dobaviteljev, nadomestnih delov pa ni hotel prodati. Ena bolj zapletenih tehnik pa je vključevala prevoz. Izkoristil je tesne odnose z železniškimi podjetji in omejil število vlakov, ki so bili na voljo za prevoz tovora. Pogosteje kot ne je Rockefeller moral dati ponudbo, ki so jo konkurenti sprejeli, namesto da bi se borili proti toku (Beattie, 2. maj).

omejeval svojo konkurenco, imel skrivne posle, dvigoval investicijske sklade in se znebil svojih tekmecev. Leta 1872 je Standard Oil absorbiral 22 od 26 konkurentov v Clevelandu (Segall 2001, 44). Številnim konkurentom je Rockefeller samo pokazal svoje knjige, da bi videli, s kom imajo opravka, in jim za sodelovanje ponudil dostojno ponudbo. Če so njegovo ponudbo zavrnil, jim je rekel, da jih bo vodil v stečaj in nato ceneje kupil njihovo premoženje na dražbi (Segall 2001, 46). Standard Oil je rasel in do konca leta 1980 je imel v lasti več kot 90 odstotkov vseh rafinerij nafte v ZDA (Segall 2001, 48–49). Rockefeller je postal najprej milijonar, pozneje pa tudi prvi milijarder na svetu.

Rockefellerjevo vodenje Standard Oila je vodilo do prvega ameriškega monopola, ki je služil kot vodilna luč vsem drugim velikim podjetjem, ki so mu sledila (Beattie, 2. maj). To, da so delovali kot monopol, marsikomu ni bilo všeč in o tem se je govorilo tudi v medijih. Pisali so, da podjetje uporablja enega najbolj krutih, predrznih, neusmiljenih prijemov monopola (Segall 2001, 60). V tistem času je bilo težko ustanoviti podjetje v eni državi in delovati v drugi. Upravljanje Standard Oila je bilo posledično zelo okorno, zato so leta 1882 Rockefellerjevi odvetniki ustvarili inovativno obliko korporacije, s katero so združili svoje sklade in ustanovili Standard Oil Trust⁷ (Segall 2001, 61). S tem je imel Rockefeller centraliziran nadzor in veto v vseh upravnih odborih podjetij v okviru njegovega konglomerata. Takojšnje koristi so bile poleg nižjih stroškov tudi nižje cene kerozina in standardizacija v celotni industriji (Beattie, 2. maj). Standard Oil je dobil avro nepremagljivosti, med konkurenti je bil vedno prevladujoč, dobil pa je tudi številne kritike in politične sovražnike. Postal je najbogatejši in največji posel na svetu, ki so se ga vsi bali, na videz odporen proti upadu in razcvet poslovnega cikla je dvigoval svoj dobiček iz leta v leto (Chernow 1998, 249).

Vrhovno sodišče Združenih držav Amerike je leta 1911 razsodilo, da gre za ilegalen monopol, ki ga je treba razbiti na štiriinšestdeset novih podjetij. Večina izmed njih še vedno obstaja, a pod različnimi imeni (Segall 2001, 112). Zanimivo, da se je razpad izkazal kot zelo donosen. Razpad se je čez nekaj let za Rockefellerja izkazal kot zelo dobičkonosen, saj je skupno neto vrednost družb povečal za petkrat, njegovo bogastvo pa se je samo še povečalo (Segall 2001, 93).

⁷ Beseda trust se priljubljeno uporablja za kakršnekoli velike industrije, čeprav jo potem hitro povezujejo z idejo o neki zlorabi moči, da dviguje cene za potrošnike. Veliko število korporacij, imenovanih trust, ima malo monopolno moč, nekatere pa je nimajo (Fetter 1905, 175).

Leta 1895 se je John D. Rockefeller upokojil in se odločil, da preostanek življenja nameni človekoljubnosti. S pomočjo njegovega denarja so ustanovili univerzo v Chicagu, Rockefellerjev inštitut za medicinske raziskave, pozneje imenovan Rockefeller University, in Rockefeller Foundation (Biography 2015). Ni pa vse tako, kot se zdi na prvi pogled. Njegova človekoljubnost ni izvirala samo iz dobrote, temveč je imel zanjo tudi druge razloge, ki so javnosti velikokrat skriti⁸.

John D. Rockefeller je bil zaradi taktik, ki jih je uporabljal pri ustvarjanju monopola Standard Oila, znan za brezobzirnega izkoriščevalca in je veljal za enega najbolj osovraženih mož v Ameriki. Da bi si dvignil svojo podobo, je najel Ivyja Leeja, ki je veljal za najprestižnejšega oglaševalca v državi. Lee mu je predlagal, naj se podobe skopuha reši z razdajanjem denarja. Rockefellerju je celo svetoval, naj svoj denar razdeli v sklade, ki bi jih imel pod nadzorom. Denar iz skladov bi potem lahko porabil na način, ki bi Rockefellerjevemu imperiju prinesel še več moči in dobička (Allen 1976). Nedvomno je, da je Rockefeller z denarjem naredil veliko dobrega na področju javnega zdravstva in znanstvenega raziskovanja, kljub temu pa nekateri trdijo drugače. Gary Allen (1976) je med drugim zapisal, da so bila številna denarna sredstva namenjena v degradacijo naravnega preprečevanja bolezni z vitamini in zdravo hrano s spodbujanjem uporabe zdravil.

John D. Rockefeller je s Standard Oilom in njegovim monopolnim načinom vodenja družini Rockefeller pridobil veliko ekonomsko moč. Tu pa se moč družine ne konča. Kot smo videli, se je ta razširila tudi v zdravstvu in pozneje tudi na drugih področjih, in sicer z delom, ki so ga nadaljevali njegovi potomci.

4.2 JOHN DAVISON ROCKEFELLER MLAJŠI (1874–1960)

John D. Rockefeller mlajši, znan tudi kot Junior, je bil edini sin in najmlajši od štirih otrok J. D. Rockefellerja. Junior je korenito spremenil samo identiteto družine in vpliv njene zapuščine. Ime Rockefeller je spremenil v sinonim za človekoljubje v času, ko je bilo javno mnenje vse prej kot naklonjeno temu imenu. Samokritičen in umirjen, pa tudi tog in odločen, je utelešal veliko protislovij, ki so bila značilna za zasebno in javno življenje Rockefellerja. Na Univerzi Brown je spoznal Abby Aldrich, hči senatorja ZDA iz Rhode Islanda, Nelsona

⁸ Rockefellerjeva dobrodelnost je imela v ozadju skrite namene, o katerih javnost ne ve veliko. S tem ko je denar vlagal v sklade, ki jih je imel v oblasti sam, je denar porabil na način, ki je Rockefellerjevemu imperiju prinesel še več moči in dobička. Ko je bil leta 1910 v ZDA sprejet zakon o plačevanju davkov, se je John D. spomnil načina, da se mu je izognil in svoje bogastvo skrnil v svojo organizacijo Rockefeller Foundation (Allen 1976).

W. Aldricha, ki je ljubila umetnost in ni bila navdušena nad njegovim bogastvom. Z njo se je leta 1901 poročil, ob tem dogodku pa so se časopisi po vsej državi razpisali o novem zavezništvu med bogastvom in politično močjo. Imela sta šest otrok, in sicer Abby (1903), Johna Davisona III. (1906), Nelsona (1908), Laurancea (1910), Winthropa (1912) in Davida (1915) (American Experience 2015). Leta 1897 je Junior začel delati v očetovem poslu, kmalu zatem, ko ga je J. D. Rockefeller zapustil. Postal je direktor Standard Oila in kmalu tudi podjetja U. S. Steel, ki je bilo ustanovljeno leta 1901. Iz obeh podjetij je leta 1910 odstopil v želji, da svojo človekoljubnost očisti poslovnih in finančnih interesov. Pred tem je bil namreč deležen škandala, ki je vključeval Johna Dustina Archibolda, naslednika Johna D. Rockefellerja (Chernow 1998). Zmanjšal je vse vezi s Standard Oil Trustom in se raje posvetil človekoljubju (American Experience 2015).

Ni minilo veliko časa, da je njegova odločnost, da spremeni podobo družine, doživela najhujše nazadovanje. Aprila leta 1914 je po dolgem obdobju industrijskih nemirov prišlo do tako imenovanega pokola Ludlow v rudniku premoga, ki ga je upravljalo podjetje Colorado Fuel & Iron. Junior je imel v lasti kontrolni delež podjetja. Zgodila se je stavka, ki je bila nasilno zatrta in v kateri je izgubilo življenje najmanj dvajset ljudi. Javno mnenje se je obrnilo proti Juniorju, zato se je s krizo spopadel s pomočjo Williama MacKenzieja Kinga. Postopoma je začel obravnavati nekatera rudarska vprašanja, njegova prizadevanja pa so vrhunec dosegla z obiskom Ludlowa in z novim sporazumom o delu za izboljšanje razmer v rudniku Colorado (American Experience 2015).

Občutek za skrb, njegova verska prepričanja in njegov interes na področju znanstvenega in družbenega napredka so Juniorja vodili v številna človekoljubna prizadevanja. Leta 1901 je sodeloval z očetom pri oblikovanju Rockefeller Institute for Medical Research (zdaj Rockefeller University), ki je ena od prvih medicinskih raziskovalnih institucij v državi. Leto pozneje je ustanovil General Board of Education ali po slovensko generalni svet za šolstvo, katerega namen je izboljšanje izobraževalnega sistema na jugu. Bil je odgovoren za obnovo Colonial Williamsburga, ki se je začela leta 1926 in je spremenila postavitev New Yorka z gradnjo centra Rockefeller, od leta 1931 do leta 1940 (American Experience 2015).

Leta 1921 je od svojega očeta prejel okoli 10 odstotkov vseh delnic družbe Equitable Trust Company, s katerimi je postal največji delničar banke. Pozneje, leta 1930, se je združila z Chase National Bank, zdaj imenovana JP Morgan Chase, in je v tistem času postala največja banka na svetu. Čeprav se mu je po združitvi njegovo lastništvo zmanjšalo na 4 odstotke, je bil še vedno največji delničar, zaradi česar je banka postala znana kot »Rockefeller bank«.

Tudi pozneje, okoli leta 1960, je imela družina še vedno 1 odstotek delnic banke, katere predsednik je takrat postal Juniorjev sin David (Nycago 2015).

Edini sin Johna D. Rockefellerja je bil v svojem prizadevanju za odkup in ugled svoje družine pripravljen dati na stotine milijonov dolarjev, od svojih šestih otrok pa je zahteval brezhibno vedenje. John D. III. je postal človekoljub in pomemben strokovnjak za azijske zadeve, Laurance je bil vodilni za tvegani kapital in konservator, Nelson je bil štirikratni guverner New Yorka in podpredsednik Združenih držav Amerike, David je bil vodilna osebnost mednarodnih financ in predsednik banke Chase Manhattan. Winthrop je bil izvoljen za guvernerja Arkansasa, Abby pa je bila globoko vpletena v raziskave raka (American Experience 2015).

Vsi njegovi otroci so bili uspešni, vsak na svojem področju. Vsi so imeli pomembne in visoke položaje. Podrobno bom obravnavala dva izmed njih, in sicer Nelsona ter Davida, ki je še vedno živ, saj oba igrata pomembno vlogo pri vzpostavitvi in ohranitvi moči družine Rockefeller na ekonomskem področju, Nelson pa jo je razširil tudi na politiko.

4.3 NELSON ALDRICH ROCKEFELLER (1908–1979)

Kljub nekaterim podobnostim z dedkom Johnom D. Rockefellerjem, z njim si je namreč delil ambiciozno vizijo in brezmejno energijo, je bil Nelson od vseh članov najbolj drugačen. Poleg moči si je želel biti tudi priljubljen, za razliko od prejšnjih generacij, ki svoje moči niso javno razkazovale in o njej govorile na glas. S svojim očetom Juniorjem je imel zato večkrat napet odnos, saj je on pri vzgoji poudarjal disciplino in skromnost. Za razliko od očeta pa je bil z mamom zelo povezan (American Experience 2015).

Samo nekaj dni po tem, ko je diplomiral, se je poročil in začel iskati načine, kako bi lahko v življenju nekaj dosegel. Na novo je začel projekt Rockefeller Center, katerega predsednik je postal leta 1938. A njegov nemir in ambicije so ga vodili v nacionalno politiko, kjer se je leta 1940 pridružil upravi predsednika Roosevelta kot vodja nove agencije za latinskoameriške zadeve. V Washingtonu je ostal še nadaljnjih pet let in pozneje spet med letoma 1953 in 1955, ko je delal na zunanjih zadevah, lokalni reorganizaciji in na javnem redu s predsednikoma Trumanom in Eisenhowerjem. Nelson je bil odločen uporabiti izkušnje, ki jih je nabral v zvezni vladi, da si z njimi pridobi politično volilno funkcijo. Leta 1958 se je odločil kandidirati za guvernerja New Yorka. Njegova kampanja je prikazovala samozavestnega in zmagovitega politika, ki je tudi zmagal in to kar štiri zaporedne mandate zapored. Rockefeller ni izgubljal časa. Kot guverner in progresivni republikanec je fizično spremenil New York

skozi številne projekte. Zgradil je stanovanja z nizkimi dohodki, šole, bolnišnice, ceste in znamenitosti. Prav tako je ustanovil močan in ambiciozen državni univerzitetni sistem ter sodobno avtocestno omrežje (American Experience, The Rockefeller Archive Center 2015).

Nelsonova največja želja je bila politična kandidatura za predsednika države. Žal njegove kandidature za republikansko nominacijo za predsednika leta 1960, 1964 in 1968 niso bile uspešne. Od tega je dvakrat izgubil proti Nixonu. Leta 1973 je odstopil kot guverner, naslednje leto pa je bi nominiran za podpredsednika Združenih držav Amerike, kjer je med letoma 1974 in 1977 služil predsedniku Gerald Fordu. Leta 1979 je Nelson umrl v svoji pisarni v New Yorku, ker ga je zadela srčna kap (The Rockefeller Archive Center 2015).

4.4 DAVID ROCKEFELLER (1915)

Še vedno živeči vnuk Johna Davisona Rockefellerja, David, je najbolj znan po svoji karieri v bančništvu, ki jo je začel po drugi svetovni vojni. Banki Chase National se je kot pomočnik direktorja za tuji trg pridružil leta 1946. Leta 1947 je bil imenovan za pomočnika blagajne, leta 1948 za drugega podpredsednika in leta 1949 za podpredsednika. Med letoma 1950 in 1952 je bil odgovoren za nadzor poslovanja banke Chase National v Latinski Ameriki, kjer so se pod njegovim vodstvom odprle podružnice na Kubi, v Panami in v Portoriku, poleg tega pa tudi pisarna za predstavništvo v Buenos Airesu. Leta 1952 je bil imenovan za višjega podpredsednika, odgovornega za nadzor na gospodarskem oddelku za raziskave in odnose z javnostjo, na območju metropolitanskega New Yorka, vključno z vsemi podružnicami v New Yorku (The Rockefeller Archive Center 2015).

Ko sta se 31. marca 1955 družbi Chase National in Bank of the Manhattan Company združili, je bil David Rockefeller imenovan za izvršnega podpredsednika, pristojnega na oddelku za razvojno banko. 1. januarja 1957 je postal podpredsednik upravnega odbora, z odgovornostjo za upravo in načrtovanje funkcij celotne banke. Predsednik banke in predsednik izvršnega odbora sveta direktorjev pa je postal 1. januarja 1961. Marca 1969 je David postal predsednik upravnega odbora in izvršni direktor banke Chase Manhattan v New Yorku in junija leta 1969 Chase Manhattan Corporationa ob njegovem nastanku. Upokojil se je leta 1981. S svojo kariero si je David pridobil svetovni ugled kot vodilni bankir in predstavnik za poslovno skupnost. Vodil je širitev banke, tako na mednarodni ravni kot skozi območje New Yorka, in banki pomagal dati pomembno vlogo državljanskega podjetja (The Rockefeller Archive Center 2015).

4.5 EKONOMSKA IN POLITIČNA MOČ DRUŽINE ROCKEFELLER

Kot smo videli na primeru Nelsona in Davida, so se Rockefellerji s svojim delovanjem dodobra vključili tako v politične kot ekonomske vode in si s tem pridobili dodatno moč. Tudi njihovi bratje in sestra so vsak na svojem področju delovali na visokem položaju. Kot pravi Allen (1976), Rockefellerji niso samo bogata in uspešna družina. Za razliko od njih nobena druga družina nima namenoma nadzora nad tako veliko institucijami, ki vplivajo na vsak vidik ameriškega življenja. Naj gre za vlado, podjetje, energijo, bančništvo, medije, vero ali izobraževanje, na vrhu strukture moči se najdejo Rockefellerjev denar, Rockefellerjevi možje in agenti. Dejstvo je, da vplivajo na vse pomembne vidike ameriškega življenja, kar pa ne more biti slučaj.

Juhaszova (2008) pravi, da so Rockefellerji s Standard Oilom zgradili prvi večji industrijski monopol v Združenih državah Amerike in vzpostavili model, ki mu bodo vsi poskušali slediti. Ida Tarbell (1966) pa jo dopolnjuje z besedami, da je to najbolj popolno razvit trust, ki obstaja. To pomeni, da zadovoljujejo največji približek trusta s tem, ko imajo celoten nadzor nad trgom, s katerim se ukvarjajo, kar pa v gospodarstvu predstavlja neverjetno moč.

Offe (1985, 31) pravi, da imajo posamezni kapitalski bloki ali industrijske skupine na podlagi institucionaliziranih možnosti vpliva možnost, da v smislu svojih koristi vplivajo na notranjepolitične in zunanjepolitične odločitve, na efektivne razmere obdavčitve, na odločitve o subvencijah in privilegijih. Še posebej zato, ker jim njihov močen položaj na trgu omogoča, da z grožnjami in izsiljevanjem delujejo v prid svojih interesov. Številni primeri iz oboroževalne, naftne, rudarske, kemične in elektronske industrije in iz drugih industrij ponazarjajo to povezavo⁹.

Rockefellerji so uveljavili sistem, ki deluje tako, da več denarja, kot ga podarijo, bogatejši in močnejši postanejo. Do tega so prišli s pomočjo nekaterih njihovih zaveznikov v politiki, ki so zakon napisali v prid njim in drugim elitam, s tem ko so jih zaščitili pred obdavčitvami. Rockefellerji so svoje bogastvo premestili v sklade, ki so bili v njihovi lasti, s tem pa so se izognili davkom. Ključ do tega sistema je bil, da so se odrekli lastništvu, a še vedno ohranili nadzor. Rockefellerji so vedeli, da je bolje, če imajo svoje premoženje v lasti sklada ali fundacije, ki jo nadzorujejo, kot pa da ga imajo v lastnem imenu. Večina ljudi namreč ne

⁹ Glavni vir oskrbe sveta, naftni vreleci, so vsi pod enim nadzorom. Ena korporacija lahko tako nadzoruje toliko najbogatejših železnih rudnikov v državi, da lahko določi ceno. Rudniki premoga, še posebej tisti, za katere je značilno, da so omejeni z naravnimi viri, zlahka postanejo predmet monopolizacije (Fetter 1905, 167).

verjame, da je nekdo lastnik, če ne zadrži lastninske pravice v svojem imenu. Tako so torej tri generacije Rockefellerjev podarjale milijone dolarjev večinoma same sebi (Allen 1976).

Čeprav je Rockefellerjem verjetno najpomembnejši posel mednarodno bančništvo, Standard Oil ostaja temeljni kamen v Rockefellerjevem imperiju. Družina je v javnosti še vedno bolj znana po lastninjenju nafte kot pa po tem, da ima v lasti tudi delnice bank. Njihova skupina bank je močno prepletena z direktorji treh od štirih največjih življenjskih zavarovalnic, in sicer z Metropolitan Life, Equitable Life in New York Life. Rockefellerjem nadzor nad temi zavarovalnicami in bankami daje nadzor nad ekonomijo oziroma gospodarstvom, ki presega njihovo neposredno lastništvo. Vsaka večja banka v New Yorku ima v hrambi milijone delnic drugih lastnikov, ki dajejo banki moč nad glasovanjem delnic in s tem vplivajo na korporativni menedžment (Allen 1976).

Tudi Josephson v Rockefellerjih vidi veliko gospodarsko moč. Pravi, da so si z neusmiljeno igro zgradili močan monopol Standard Oila. Do leta 1915 so proizvedli skoraj tretjino nafte v Združenih državah Amerike. Popoln monopol v vseh fazah poslovanja z nafto se je izkazal kot odlična izbira (Josephson 1952, 17). V procesu razvoja Standard Oila so se dogajale združitve z močnimi zavezniki, neusmiljeno potlačevanje tekmecev in šibkejših neodvisnežev. Vsi so sprejemali prevlado Rockefellerjev (Josephson 1952, 18). Poleg ekonomske pa se prek zakonov kaže tudi njihova moč nad politiko. Rockefellerji nadzorujejo vse pomembne vladne agencije v svoji deželi in v tujini, ki so jih pretvorili v svoje lastne zasebne agencije, te pa so pooblašene za pobiranje premoženja vsakega zasebnega državljana prek davkov. Za še večjo učinkovitost Rockefellerjem ni treba plačevati davkov v skladu s pisnimi zakoni, ki jih uveljavljajo njihovi agenti. Kot posledica je bogastvo Rockefellerjev neizmerljivo. S pomočjo zakonov njihovo premoženje raste, medtem ko drugim upada. Njihove dobrodelne organizacije pa hranijo denar vseh davkoplačevalcev, medtem ko jih oni sploh ne plačujejo (Josephson 1952, 20).

Rockefellerji uveljavljajo velik nadzor nad poslom, bančništvom in gospodarstvom. Še bolj ugodno zanje pa je, da so svoje gospodarstvo združili s politiko, s čimer vzajemno umivajo roke drug drugemu. Do zastrašujoče stopnje so si s pomočjo gospodarske moči zgradili politično moč, ki še dodatno krepi gospodarsko moč, in to v neskončnost. Videli smo, kako so Rockefellerji skozi generacije razvijali svoje gospodarstvo, ki je odraz nemotene in najmočnejše združitve na Zemlji (Allen 1976).

5 ROCKEFELLERJI KOT ČLANI SKRIVNIH ORGANIZACIJ

V tem poglavju bom pisala o morebitnih zarotah družine Rockefeller, ki naj bi bila članica organizacij Bilderberg, Sveta za zunanje odnose (CFR-Council on Foreign Relations) in Trilateralne komisije, katerih namen je ustvariti enoten svet. Cilj vseh treh organizacij, ki je javnosti zamolčan, naj bi bila uvedba novega svetovnega reda, torej oblikovanje nove svetovne vlade, z enim in enotnim svetovnim trgom, ki bi ga varovala Svetovna armada in katerega finance bi urejala svetovna banka z enotno, globalno valuto (Estulin 2008, 51).

Spodnji citat Davida Rockefellerja se po mojem mnenju konča zelo dvoumno in si ga vsak lahko interpretira po svoje: »Nekateri so celo prepričani, da smo člani skrivne zarotniške združbe, ki deluje proti interesom Združenih držav. Mene in mojo družino označujejo kot »internacionaliste« in nas obtožujejo, da se povezujemo s podobno mislečimi po vsem svetu, da bi ustvarili bolj integrirano globalno politično in gospodarsko strukturo – enoten svet, če hočete. Če je to obtožba, potem sem kriv in ponosen sem na to« (Rockefeller 2002, 405).

Člani vseh treh organizacij so elite visokih poslovnežev, politikov, bančnikov in tudi glavni direktorji medijskih hiš. Zanimivo je dejstvo, da je najmanj eni izmed teh skupin do zdaj pripadal sleherni kandidat za ameriškega predsednika iz obeh strank, prav tako pa večina ameriških kongresnikov in senatorjev, večina najvplivnejših političnih svetovalcev, še posebej tistih z zunanjepolitičnega področja, večina vodilnih ljudi iz medijev, vsi ključni možje Cie, FBI in ameriške davčne uprave, kot tudi iz večine drugih najpomembnejših ameriških vladnih služb. V CFR pa so vključeni praktično vsi člani ameriške vlade (Estulin 2008, 90).

5.1 SKUPINA BILDERBERG

Ime Bilderberg je skupina dobila po mestu njihovega prvega srečanja v maju leta 1954, ko so se sestali v hotelu Bilderberg v Oosterbeeku na Nizozemskem. Človek, ki je ustvaril Bilderberge, je bil princ Bernhard iz Nizozemske. Bilderbergi se sestanejo enkrat, včasih dvakrat na leto, na srečanju pa so prisotni vodilni ljudje iz politike in financ, in sicer iz Združenih držav Amerike in zahodne Evrope (Allen 1972).

Bilderbergi imajo tudi svojo uradno spletno stran, na kateri piše, da je skupina nastala z namenom, da bi se izboljšali odnosi med Evropo in Severno Ameriko v povojnem obdobju. Vsako leto se na njihovem srečanju zbere od 120 do 150 političnih voditeljev in strokovnjakov iz sveta financ, akademij, industrij in medijev, na katerih razpravljajo o trendih in pomembnih vprašanjih, ki zadevajo svet. Srečanja so v rokah Chatham House Rula, ki

udeležencem dovoljuje uporabo informacij, ki jih na sestankih dobijo, ne smejo pa izdati niti imen govorečih niti imen preostalih udeležencev (Bilderberg meetings 2015).

Spletna stran vsako leto objavi imena udeležencev, kraj in datum srečanja ter teme, o katerih se bo na srečanju razpravljalo. Letos, leta 2015, so se Bilderbergi sestali v Avstriji, v kraju Telfs-Buchen, srečanje je potekalo od 11. do 14. junija. Pod nazivom član svetovalne skupine najdemo ime David Rockefeller (Bilderberg meetings 2015).

Nekateri raziskovalci pa v Bilderbergih vidijo tudi teorije zarote. Med njimi je tudi Garry Allen, ki pravi, da si Princ Bernhard ni prizadeval skrivati dejstva, da je končni cilj Bilderbergov narediti svetovno vlado. V vmesnem času, medtem ko se gradi tako imenovani »nov svetovni red«, se Bilderbergi usklajujejo za prizadevanja evropskih in ameriških močnih elit. Prinčeva konkurenca med ameriškimi Bilderbergerji, s katerim sodeluje, je David Rockefeller, ki je predsednik CFR, katerega gospodarska osnova sta velikana Chase Manhattan Bank in Standard Oil (Allen 1972).

Glede na to, da se dobivajo vodilni svetovni voditelji, sestankujejo in razpravljajo o načrtovanju zunanje politike njihovih različnih narodov, je svetovna javnost prepričana, da bi o tem novinarji pisali v vseh medijih, če bi bilo to res. A dejstvo je, da imajo Bilderbergi nadzor nad mediji in pozornost ljudi v času njihovih sestankov prek medijev preusmerijo na čisto druge teme (Allen 1972).

Londonska revija The Times je leta 1977 Bilderberge označila za »zasedbo najbogatejših, gospodarsko in politično najmočnejših in najbolj vplivnih ljudi v zahodnem svetu, ki se skrivaj srečujejo, da naredijo načrt dogodkov, ki se pozneje tudi zgodijo« (The global elite 2015).

Člani skupine Bilderberg med drugim vodijo centralne banke in imajo možnost vplivati na diskontne stopnje, količine denarja v obtoku, obrestne mere, cene zlata, pa tudi to, katere države bodo imele dostop do posojil. Z usmerjanjem denarja po poslovnih verigah pa mimogrede tudi zase ustvarjajo milijardne dobičke. Njihovo gibalno sta ideologija kapitala in sla po oblasti (Estulin 2008, 28).

5.2 SVET ZA ZUNANJE ODNOSI (CFR)

Korenine CFR segajo v leto 1921 in do ustanovitelja Edwarda Mendella Housa. V letu dni sta financiranje programa in delovanje CFR prevzela Rockefeller in sklad Carnegie. Leta 1949 je predsednik Roosevelt postavil člane CFR na ključna mesta v ameriškem zunanjem

ministrstvu, naslednje generacije članov sveta pa so ministrstvo vodile vse do danes. Danes je v CFR včlanjenih približno 3000 vodilnih ameriških podjetij. Čeprav ima CFR izjemen vpliv na vlado, pa povprečen Američan njegovega delovanja sploh ne zaznava (Estulin 2008, 85–87).

Svet za zunanje odnose so ustanovili Rockefellerji in njihovi zavezniki s poudarkom na vodenje »Novega svetovnega reda«. David Rockefeller je predsednik upravnega odbora skupnega referenčnega okvira. Nemogoče je popolnoma razumeti zaporo Rockefellerjeve moči, ne da bi se zavedali celotnega vpliva sveta in pomembnosti te organizacije (Allen 1976).

Svet za zunanje odnose, s sedežem v New Yorku, je sestavljen iz elite približno 1600 državnih strokovnjakov s področja visokih financ, akademikov, politike, trgovine, fundacij in množičnih medijev. Imena nekaterih so poznana, spet drugih malo manj. Na primer ime Harold Geneen ni preveč znano javnosti, a dejstvo je, da gre za predsednika odbora direktorjev IT&T, kar nam da vedeti, da gre v organizaciji za velika imena. Čeprav imajo članstvo v CFR številna velika podjetja in mediji, javnost njihovih imen ne prepozna takoj. Zelo verjetno je namreč, da je le ena na tisoč oseb seznanjena z organizacijo samo, še manj pa se zavedajo njihovih pravih namenov (Allen 1976).

5.3 TRILATERALNA SKUPINA

David Rockefeller je komisijo ustanovil leta 1973, za njenega prvega izvršnega direktorja pa je nastavljal svojega dobrega prijatelja, profesorja poljskega rodu z univerze Columbia, Zbignewa Brzezinskega. Komisijo je ustanovil zato, da bi izbrane poslovne, bančne in politične elite iz severne Amerike, zahodne Evrope in prvič tudi Japonske povezal v zasebno organizacijo, v kateri bi potekalo usklajevanje političnih stališč. Šlo je za podobno združenje, kot ga je predstavljala skupina Bilderberg za evropsko in ameriško elito (Rivera 1994).

Številni člani CFR in skupine Bilderberg so hkrati tudi člani Trilateralne komisije. David Rockefeller, čigar družina je financirala nastanek in delovanje CFR, je skupni imenovalec vseh teh vzporednih skupin. Še vedno je častni predsednik CFR in še vedno finančno in osebno sodeluje v delovanju vseh treh organizacij: CFR, Trilateralne komisije in skupine Bilderberg. Nič čudnega torej, če kritiki trdijo, da so to združenja članov globalne poslovne elite, ki poskuša prek teh organizacij zavarovati svoje premoženje in naložbe nadsacionalnih bank in korporacij v globalizirano svetovno gospodarstvo. Politični načrti, ki jih oblikujejo,

jim prinašajo neposredne koristi, hkrati pa nas vse bolj potiskajo proti končnemu cilju, k oblikovanju enotne svetovne vlade (Estulin 2008, 89–90).

Trilateralni svet Davida Rockefellerja so lahko sestavljale zgolj vodilne in najbolj razvite industrijske države. Države v razvoju niso bile povabljeni v elitni klub. Nasprotno, postale so žrtev usklajene gospodarske politike razvitih držav in so morale pod njegovimi usklajenimi pritiski nižati cene svojih surovin (Engdahl 2012, 121).

Zanimivo je dejstvo, ki razkriva Rockefellerjev vpliv na politiko. Leta 1976 je ameriški predsednik države postal skoraj neznan pridelovalec arašidov iz Georgije, Jimmy Carter. Carterjevi vladi so nekateri mediji rekli kar »trilateralna vlada«, saj sta bila člana Rockefellerjeve skrivnostne in ekskluzivne Trilateralne komisije tako Jimmy Carter kot njegov podpredsednik Walter Mondale (Engdahl 2012, 120).

5.4 MEDIJI IN ORGANIZACIJA BILDERBERG, SVET ZA ZUNANJE ODNOSE TER TRILATERALNA KOMISIJA

Rockefellerji so pripadniki vseh treh organizacij, o katerih širša javnost ve zelo malo, večina tudi nič. Prek njih želijo skupaj z drugimi elitami in pomembneži uvesti nov svetovni red, s katerim bi oni postali voditelji sveta in bi z enotno svetovno vlado nadzirali ves svet. Ne da bi vedeli karkoli o tem, smo v prejšnjih poglavjih spoznali, da imajo Rockefellerji izjemno gospodarsko in politično moč, ko pa imamo pred seboj še vse te podatke, se njihova moč zdi resnično velika. Poleg vsega jim dodatno moč vliva še dejstvo, da imajo te organizacije nadzor nad mediji.

V prvih petdesetih letih delovanja veliki množični mediji skorajda niso poročali o Svetu za zunanje odnose. Dejstvo, da članice CFR zajemajo zvoneča imena vse od New York Timesa, The Washington Posta, The Los Angeles Timesa, časopisne verige The Knight, NBC; CBS, Tima, Lifa, Fortuna, Business Weeka, US News & World Reporta, dokazuje, da takšna anonimnost v medijih ni naključna, temveč namerna (Allen 1976).

Enako piše tudi Estulin. Glede na to, da so med člani sveta zvoneča imena iz medijev, je ta anonimnost skrajno nenavadna. Med člani najdemo tudi glavne direktorje največjih medijskih hiš, dnevnikov New York Times, Washington Post, Los Angeles Times, The Wall Street Journal, televizijskih postaj NBC, CBS, ABC, FOX, revij Time, Fortune, Business Week in U.S. News and World Report. Če mediji aktivno sodelujejo pri oblikovanju zunanjepolitičnih stališč, nas mora čuditi njihova molčečnost glede CFR. Ko so pred petindvajsetimi leti članico CFR in legendarno založnico Washington Posta Katharine Graham vprašali, ali je njihov

molke načrtene, zakaj je potreben in zakaj pristajajo na cenzuro neodvisnih medijev, je na vprašanje odgovorila z besedami: »V našem delu obstajajo zadeve, ki jih javnosti ni treba poznati, pa tudi ne sme jih izvedeti« (Estulin 2008, 87).

Ob zelo bogatem omrežju, ki se je predsedniku Carterju odprlo v Rockefellerjevi Trilateralni komisiji ter ob podpori medijev, ki so povezani s temi krogi, je bil Carter slabo poučeni medijski javnosti predstavljen kot »neodvisen« kandidat, ki ne pripada washingtonskim elitam, ter kot človek trdega krščanskega prepričanja, kar je bilo še posebej blagodejno za povprečne, Cerkev zveste Američane. Toda bil je vse kaj drugega kot outsider (Engdahl 2012, 121–122).

Ena najbolj varovanih skrivnosti je stopnja nadzora nad globalnim pretokom informacij, za katerega skrbi peščica medijskih konglomeratov, ki vsi po vrsti sodelujejo v delu skupine Bilderberg, Sveta za zunanje odnose, Rimskega kluba in Trilateralne komisije. Oni odločajo, kaj bomo videli na televiziji, poslušali na radiu in brali v časopisih, revijah, knjigah in na internetu (Estulin 2008, 99).

Na spletni strani Bilderbergov na vprašanje, ali je novinarjem dovoljen vstop na njihova srečanja in ali obstaja kakšna akreditacija, za katero se lahko zaprosi, odgovarjajo z naslednjimi besedami: »Srečanje je za poročanje novinarjev zaprto, da bi med prisotnimi zagotovili večjo odprtost in bi se med njimi vzpostavili boljši dialogi. Zato tudi ne obstaja nobena akreditacija za novinarje. Skozi leta so bili nekateri novinarji na srečanje povabljeni osebno« (Bilderberg meetings 2015).

6 ROCKEFELLERJI IN NJIHOV NADZOR NAD MEDIJI

Kaj vse prinaša in kakšne so posledice lastništva in nadzora nad mediji, bom opisala v tem poglavju. Vse skupaj bom nato prenesla na družino Rockefeller in njihov nadzor nad mediji, kar bom povezala z njihovo ekonomsko in politično močjo, ki jim jo nadzorovanje medijev še dodatno povečuje.

6.1 LASTNIŠTVO MEDIJEV

Kanjua Mrčela (1999, 84) lastništvo definira kot sveženj pravic. Pravi, da lastniške pravice lahko pripadajo enemu ali več nosilcem. Lastniki medijev imajo po mojem mnenju največji nadzor nad tem, kakšno vsebino bodo posredovali javnosti. Zato so pri ukvarjanju z mediji ravno oni zelo pomemben faktor preučevanja.

Zanimivo je dejstvo, da »v primerjavi z večino drugih držav so skoraj vsi mediji v ZDA v zasebnih rokah« (Fertila 2000, 905). Glede na to, da so mediji tisti, ki javnost prvi obvestijo o aktualnih temah in s tem posledično vplivajo na javno mnenje ter je njihova največja zaprisega ta, da težijo k objektivnosti, je ta podatek, da je večina medijev v zasebnih rokah, nadvse skrb vzbujajoč. S tem ko so mediji v zasebnih rokah, imajo na njihovo vsebino velik vpliv njihovi lastniki, ki zagotovo ne bodo dopustili, da se o njih ali njihovih zaveznikih poroča kaj slabega. To pa medije spremeni v subjektivne oblikovalce novic, ki ne delajo več za dobro javnosti, temveč za lastno korist.

Za analizo deviacije medijev v zahodnih državah ni potrebna teorija zarote. Peščica posameznikov in korporacij, ki ima danes v lasti veliko večino medijev, je do svojega medijskega lastništva prišla z odkrito podporo političnih elit držav, v katerih delujejo. Medijska koncentracija ni značilnost današnjih družb. Novo je skoraj incestuozno razmerje med politiki in mediji. Politiki uporabljajo in zlorablajo medije za lastno politično promocijo. Brez medijske podpore danes skoraj ni mogoče biti na oblasti. Na drugi strani pa medijski lastniki uporabljajo svoje medije za promocijo in podporo lastnih političnih stališč in politike za doseganje svojih zasebnih korporativnih interesov. Z odgovorom na vprašanje, kdo so medijski lastniki, hkrati dobimo odgovor na vprašanje, kdo ima moč (Bašič Hrvat in drugi 2004, 10). Kot vidimo, so pojmi mediji, politika in ekonomija med seboj zelo tesno prepleteni in močno vplivajo drug na drugega.

Ker lastniki medijev lahko vplivajo na njihovo vsebino, je treba lastništvo medijev regulirati. Njihovi motivi so lahko politični, ideološki, osebni ali komercialni. Rezultat je v vseh primerih enak. Lastniki določajo vsebino, ki nam jo mediji ponujajo. Manj lastnikov pomeni manj različnih vsebin. Za različne vsebine je treba imeti različne lastnike, kar pomeni, da je pluralnost v medijih mogoče zagotoviti s pluralnostjo lastništva (Bašič Hrvat in drugi 2004, 12).

Če zgoraj navedena odstavka povežemo z mediji v ZDA, lahko hitro ugotovimo, da medije tam danes vodi šest medijskih gigantov, ki nadzorujejo 90 odstotkov vsega, kar ljudje berejo, gledajo in poslušajo. Glede na to, da je bilo leta 1983 ravno obratno in je petdeset podjetij nadzorovalo in imelo med seboj razdeljene ameriške medije, lahko sklepamo, da je lastnikov v medijih danes manj, s tem pa nam ponujajo tudi manj različnih vsebin (Lutz 2012, 20. junij). Bistvo je, da se je znižala pluralnost medijev. Med teh šest medijskih gigantov spadajo korporacije Time Warner, Disney, News Corporation, Viacom, CBS Corporation in NBC Universal (Snyder 2010, 4. oktober).

Tisti, ki nadzorujejo medije, imajo torej neverjetno moč, s katero lahko vplivajo tudi na ekonomijo in politiko. »Tisti, ki nadzorujejo popularne medije, imajo moč, da politikom naredijo ali pa uničijo ugled in kariero« (Doyle 2002, 173). O tej temi je spregovorila tudi Sandra Bašič Hrvatini: »Zadnje volitve v ZDA so stale sto milijonov dolarjev in končni porabniki tega denarja so bili mediji. Medijski lastniki ne pričakujejo dnevne podpore, temveč zasledujejo dolgoročne interese, predvsem ekonomske, ki jih dosega tako, da vplivajo na državno politiko in sprejemanje zakonov« (Manager 2007, 11. julij).

Mediji so tisti, ki imajo v današnjih časih poglavitno moč, kakšne vsebine bodo posredovali javnosti in na kakšen način bo javnost o določeni stvari razmišljala. Javno mnenje je tisto, ki odloča, kateri politiki bodo na volitvah izvoljeni in bodo sprejemali zakone. Želim povedati, da se danes okoli medijev vrtijo vsi politiki, gospodarstveniki in pomembneži z drugih področij, saj je od medijev odvisno, kako bodo v njih predstavljeni, na podlagi tega pa si o njih ustvari mnenje tudi širša javnost. Kdo je lastnik medijev, je torej zelo pomembno vprašanje, ki ga pri tej temi ne smemo prezreti.

Skozi pisanje diplomskega dela sem s pomočjo različnih dejstev prišla do zaključka, da ima družina Rockefeller veliko moč tako v gospodarstvu kot v politiki. Te pa očitno po navedenih dejstvih ne bi imela, če ne bi imela velikega nadzora tudi nad mediji. Kakšna je povezava med družino Rockefeller in mediji ter kakšen nadzor imajo nad njimi, bom analizirala v zadnjem delu diplomske naloge.

6.2 ROCKEFELLERJEV NADZOR NAD MEDIJI

Družina Rockefeller si je z denarjem kupila tudi nadzor nad mediji, saj so z njimi povezani lastniško oziroma imajo medijski konglomerati za direktorje nekoga, s katerim so Rockefellerji tesno povezani. Če že niso z mediji povezani neposredno Rockefellerji sami, pa so z njimi povezani prek treh že prej omenjenih organizacij Bilderberg, Trilateralne komisije in Sveta za zunanje odnose, o katerih javnost ne ve kaj dosti.

Glavni razlog, da javnost ne pozna delovanja skrivnega združenja Bilderberg, je, da so novinarji medijskih mogotcev člani Bilderbergov. Na zasedenje Bilderbergov so bili med povabljeni med drugimi vsi najbolj znani novinarji z različnih medijskih hiš. Ideje in politike, ki se oblikujejo na letnih sestankih Bilderbergov, so glavna podlaga za ustvarjanje novic v največjih svetovnih medijih. Njihova naloga je predstaviti prevladujoča stališča Bilderbergov tako privlačno, da postanejo sestavni del javnega mnenja in predstavljajo pritisk na svetovne voditelje (Estulin 2008, 106). S tem ko so novinarji člani Bilderbergov, imajo

Rockefellerji nadzor nad tem, o čem se bo in o čem se ne bo pisalo v medijih. Eden izmed dokazov, da je nekaj na tem, so tudi besede, ki jih je David Rockefeller izrekel junija leta 1991 na srečanju, ki so ga imeli z Bilderbergi v Baden Badenu v Nemčiji. »Hvaležni smo Washington Postu, New York Timesu, reviji Time in drugim odličnim publikacijam, katerih direktorji so se udeleževali naših srečanj in skoraj štirideset let držali obljubo, da bodo molčali. Nikoli ne bi mogli uresničiti naših globalnih načrtov, če bi bili v vseh teh letih pod žarometi javnosti« (Cuddy 2011, februar).

V nadaljevanju sledi opis, kolikšen delež medijev imajo Rockefellerji v svoji lasti oziroma kako so z njimi kakorkoli drugače povezani. Televizijske mreže NBC, CBS in ABC so vse nastale iz ameriške korporacije RCA. Teoretično naj bi vse tri predstavljale del ameriških neodvisnih medijev, ki Američanom zagotavljajo nepristransko poročanje, v resnici pa so med seboj tesno povezane z nepregledno lastniško mrežo družb in bank (Estulin 2008, 107).

ABC, ki je v lasti družbe Disney, ima 153 televizijskih postaj. 6,7 odstotka njenih delnic ima v lasti bančna skupina Chase Manhattan, kar je dovolj za kontrolni delež. Prek svojega skrbniškega sklada pa Chase nadzoruje tudi 14 odstotkov CBS in 4,4 odstotke RCA. Namesto treh konkurenčnih televizijskih mrež imamo v resnici opravka z Rockefellerjevo televizijsko družbo, Rockefellerjevo televizijsko mrežo in Rockefellerjevim televizijskim konzorcijem (Estulin 2008, 109). Spomnimo se, da je družina Rockefeller ena največjih lastnic delnic banke Chase Manhattan.

NBC je podružnica medijskega konglomerata RCA. V upravnem odboru RCA sedi Thornton Bradshaw, ki je predsednik Atlantic Richfield Oila, član svetovne organizacije za zaščito naravnega okolja, Rimskega kluba, Aspenovega inštituta za družboslovne znanosti in Sveta za zunanje odnose ter je tudi predsednik NBC. Danes RCA vodijo britansko-ameriški vplivneži iz vrst CFR, Nata, Rimskega kluba, Trilateralne komisije, prostozidarjev, Bilderbergov, Okrogle mize in podobnih organizacij. Dva izmed direktorjev sta tudi direktor Rockefellerjevega sklada John Brademas in Thorton Bradshaw, ki je prav tako direktor Rockefellerjevega sklada. Očitno je torej, da imajo v upravnem odboru NBC prevladujoči vpliv predstavniki družin Rockefeller, Rothschild in Morgan (Estulin 2008, 108–109).

CBS pa je v lasti Viacom, ki ima v ZDA več kot 200 televizijskih in radijskih postaj. V njihovem upravnem odboru so bili ljudje, ki so poleg tega tudi člani Bilderbergov, Trilateralne komisije ali Sveta za zunanje odnose. Med njimi tudi Henry B. Schnacht, ki je direktor banke Chase Manhattan, nekdanji predsednik J. Henry Schroder Bank, ki je tesno povezan z Rockefellerji, in nekdanji predsednik CBS Frank Stanton, ki je skrbnik Rockefellerjevega sklada. Družina Rockefeller je torej v ozkem krogu tistih, ki skrbno nadzorujejo področje javnih komunikacij (Estulin 2008, 111).

Skupina Rockefeller, ki je globalno zasebno podjetje s sedežem v New Yorku, predvsem vpletena v nepremičninske posle v Združenih državah Amerike, je leta 1950 sklenila partnerstvo s podjetjem Time Inc., decembra leta 1986 pa je Skupina Rockefeller kupila 45-odstotni delež lastništva stavbe Time Inc. (The Rockefeller Group 2015).

Okoli leta 1937 se je govorilo, da so si Rockefellerji pridobili nadzor nad New York Timesom, za vsoto 17,5 milijona dolarjev. Ob približno istem času je eden od nominalnih lastnikov New York Timesa in njegov založnik, Arthur Hays Sulzberger, postal skrbnik Rockefeller Foundationa. Zanesljive informacije o Rockefellerjevem lastništvu ali nadzoru Timesa niso bile nikoli dane v javnost (Josephson 1952, 19).

Medijski konglomerati ABC, NBC in CBS naj bi si bili med seboj konkurenca, a ko pogledamo, kateri ljudje so pri njih na pomembnih položajih, ugotovimo, da je omrežje nekako v isti navezi družin Rockefeller, Rothschild in Morgan.

O Rockefellerjevi navezi z mediji piše tudi Gibson. Poudarek je na zavezništvu bank in zavarovalnic z mediji. Poslovno jedro Morgan-Rockefellerjeve skupine je bilo proti konec 90. let sestavljeno iz štirih bank: Chase Manhattan (ki absorbira še enega člana te skupine, Chemical bank v letu 1997), Citicorp/Citibank, J. P. Morgan/Morgan Guaranty in Bankers Trust. Ta skupina sledi razvoju povezav med Morgani, Rockefellerji in Stillmani. Skupina štirih se je zmanjšala na tri zaradi nedavne združitve bank Chase Manhattan in J. P. Morgan. Del tega zavezništva oziroma skupine so tudi zavarovalnice Equitable Life Assurance, Mutual of New York, New York Life, Prudential in Metropolitan. Investicijska banka Morgan Stanley pa je verjetno prav tako povezana s to skupino. Če upoštevamo samo te banke in zavarovalnice, je razvidno, da je skupina neposredno prepletena z devetimi od trinajstih medijskih podjetij. Te povezave pa so naslednje: s Time Warnerjem sta povezana Citicorp in Chase Manhattan, z NBC J. P. Morgan in Chase Manhattan, s CBS in Westinghouse Washington Postom New York Life, J. P. Morgan, Morgan Stanley in Prudential, z New York

Timesom New York Life in Metropolitan. Dow Jones Readers' Digest ima vezi z Bankers Trustom, Chase Manhattnom in Metropolitan Lifom, Gannet Tribune Co. pa s Prudentialom. Leta 1979 so bile tri članice Morgan-Rockefellerjeve skupine med prvimi šestimi institucionalnimi delničarji Banke America. Če torej Banko America štejemo k Morgan-Rockefellerjevi skupini, potem lahko rečemo, da imajo povezavo tudi z medijem Disney-ABC. Institucije Morgan-Rockefeller zagotavljajo finančne storitve na vsaj nekaterih medijskih podjetjih (Gibson 2004, 21–22).

Avtor razmišlja, da interesi Morgan-Rockefellerjeve naveze ne pomenijo, da bi imeli nadzor nad vsemi institucijami, s katerimi so povezani, niti da imajo ljudje, ki so del te skupine, nadzor nad mediji. Mogoče je, ni pa nujno, pravi. Ta povezava nakazuje, da obstaja skupnost s skupnimi interesi, v kateri Morgan-Rockefellerjeva skupina igra vodilno vlogo. To pomeni, da je v položaju za oblikovanje našega dojemanja sveta in občutkov o njem zelo specifična skupina ljudi. Mediji so namreč filter sveta in veliko vsega, kar bi morali vedeti, oni izločijo (Gibson 2004, 24).

Vmešavanje Rockefellerjev v medije ima številne posledice. Ena izmed njih je, da načrti Rockefellerjevih somišljenikov o monopolni svetovni vladavini niso nikoli zašli v medijsko kolesje množičnega dezinformiranja. Mediji odločajo o tem, kaj so za državo glavne teme. Revščina je lahko v ospredju, lahko pa tudi ne. Enako velja za prenaseljenost planeta, onesnaževanje okolja, svetovni mir, razoroževanje ali katerikoli drugo temo (Allen 1976).

Ko imamo pred seboj vse podatke, kakšno povezavo in nadzor nad mediji ima družina Rockefeller, se vprašamo, kaj to pomeni. Allen nam na to vprašanje odlično odgovori, saj pravi, da so si Rockefellerji z denarjem kupili nadzor nad mediji. Z mediji si je družina kupila nadzor nad javnim mnenjem. Z nadzorom nad javnim mnenjem so si kupili nadzor nad politiko. Z nadzorom nad politiko pa so si kupili tudi nadzor nad državo (Allen 1976). Če nekdo nadzoruje produkcijo medijev, ga to naredi neznansko močnega. Dobesedno je tak človek v poziciji, da pove ljudem, o čem naj razmišljajo.

7 ZAKLJUČEK

Dejstvo je, da se je odločitev Johna D. Rockefellerja, da bo začel posel v naftni industriji, izkazala za zelo uspešno. S Standard Oilom je napravil finančno zaledje sebi in svojim potomcem. Znan je bil po tem, da ni maral konkurence. »Konkurenca je greh,« je eden izmed njegovih najbolj znanih stavkov. Ravno to vodilo pa ga je pripeljalo do tega, da je s številnimi delovanji proti konkurenci s Standard Oilom prišel na monopolno oblast nad naftno industrijo.

Pozneje so monopol sicer uničili in Standard Oil razdelili na več različnih podjetij, a še vedno so bila vsa podjetja v lasti Rockefellerja. Ekonomsko moč, ki si jo je družina pridobila z naftno industrijo, so Johnovi potomci razširili tudi na druga področja. Edini sin Johna, Junior, je že samo s svojo poroko z Abby Aldrich, ki je bila hči senatorja ZDA, sprožil govornice v medijih, da njuno poroko razumejo kot zavezništvo med politično in ekonomsko močjo. Od svojega očeta je med drugim dobil tudi delnice banke Equitable Trust Company, pozneje banke Chase Manhattan, s čimer se je njihova ekonomska moč samo še povečala. Tudi potomci Juniorja so družinsko bogastvo in moč širili naprej. Nelson Rockefeller je bil dejaven v politiki, še vedno živeči David pa je bil najbolj znan po svojem bančništvu in članstvu v skupinah Bilderberg, Trilateralni zvezi in Svetu za zunanje odnose.

Kot pravi Allen (1976), nima nobena druga družina toliko nadzora nad tako velikimi institucijami kot Rockefellerji. Offe (1985, 31) pravi, da imajo posamezni kapitalski bloki ali industrijske skupine na podlagi institucionaliziranih možnosti vpliva možnost, da v smislu svojih koristi vplivajo na notranjepolitične in zunanjepolitične odločitve, na efektivne razmere obdavčitve, na odločitve o subvencijah in privilegijih. Še posebej zato, ker jim njihov močni položaj na trgu omogoča, da z grožnjami in izsiljevanjem delujejo v prid svojih interesov. Številni primeri iz oboroževalne, naftne, rudarske, kemične in elektronske industrije in iz drugih industrij ponazarjajo to povezavo. Če to tezo prenesemo na Rockefellerje, vidimo, da imajo s svojo gospodarsko močjo vpliv tudi na politične odločitve, ker je njihov položaj na trgu tako pomemben, da lahko dosežejo marsikaj v prid svojih interesov.

Lahko bi rekla, da diplomsko delo smiselno odgovarja na uvodoma postavljeno raziskovalno vprašanje. Rockefellerji so se s pomočjo naftne industrije in s pomočjo monopolne oblasti prebili v sam gospodarski vrh. Standard Oil Company je bil prvi industrijski monopol v Združenih državah Amerike, pravi Juhaszova (2008). Monopol jim je dal ogromno moč v ekonomiji, ki so jo postopoma prenesli tudi na politiko. Če dobro pomislimo, bi lahko rekli, da so Rockefellerji zaradi svoje ekonomske in politične moči tudi lobisti za lastne ekonomske interese. Kot pravi Alan Rosenthal (v Hunter 1999, 92), je lobist vsak, ki želi vplivati na odločitve vlade, ravno to pa počno tudi Rockefellerji. Potem bi lahko sklepali, da so Rockefellerji tudi ekonomski lobisti, saj je njihov cilj vplivati na politične odločitve v prid sebi in svojih interesnih skupin, s področja gospodarske dejavnosti, s katero se ukvarjajo. Največja prednost njihove politične moči in lobiranja je bila ta, da so bili zakoni urejeni na način, da njim ni bilo treba plačevati davkov, ker so svoj denar premestili v sklade. Na ta način so svoje bogastvo le še povečevali, to pa jim brez dobre naveze z vlado zagotovo ne bi

uspelo. Baron pravi, da je lobiranje osnovni del vseh strategij in je osebno komuniciranje o političnih informacijah s funkcionarji v javnosti. Komuniciranje je zagotovljeno prek dolgotrajnih sodelovanj in povezav ter z osebnimi odnosi (Baron 2000, 223). Svojo politično in ekonomsko moč so Rockefellerji nazadnje prenesli tudi na medije.

Moč in nadzor Rockefellerjev se ne končata pri politiki in ekonomiji, temveč segata tudi v medije. S politično in ekonomsko močjo so Rockefellerji razširili svojo moč tudi na medije. Z njimi so povezani lastniško, prek organizacij Bilderberg, Sveta za zunanje odnose in Trilateralne komisije in prek naveze Rockefeller-Morgan, skupaj s svojimi bankami in zavezniškimi zavarovalnicami. »Medijski lastniki uporabljajo svoje medije za promocijo in podporo lastnih političnih stališč in politike za doseganje svojih zasebnih korporativnih interesov. Kdo so medijski lastniki, je hkrati odgovor na vprašanje, kdo ima moč« (Bašič Hrvat in drugi 2004, 10). Tudi če svojega zavezništva z mediji ne izkoriščajo in ne vplivajo na njihove vsebine, je dejstvo, da ameriški medijski trg vodi šest velikih korporacij, nadvse skrb vzbujajoče.

Lastništvo medijev je treba regulirati, ker lastniki lahko vplivajo na njihovo vsebino. Njihovi motivi so lahko politični, ideološki, osebni ali komercialni. Rezultat je v vseh primerih enak. Lastniki določajo vsebino, ki nam jo mediji ponujajo. Za različne vsebine je treba imeti različne lastnike, kar pomeni, da je pluralnost v medijih mogoče zagotoviti s pluralnostjo lastništva. V medijih prevladuje ubogljivo in tržno naravnano novinarstvo, v katerem so interesi lastnika in oglaševalcev pred interesi državljanov. Lastniki medijev imajo novinarje za nepotreben strošek (Bašič Hrvat in drugi 2004, 12). Vse to so posledice koncentriranega lastništva, s katerimi so v tesni navezi tudi Rockefellerji. Če imajo lastniki vpliv na vsebino medijev, imajo posledično tudi vpliv na javno mnenje ljudi, ki medije spremljajo. Oni odločajo o vsebini, ki jo bodo javnosti posredovali. To pomeni, da je mogoče, da nam o svetu dajejo čisto drugo sliko, kot bi jo dobili, če bi bilo lastništvo manj koncentrirano.

Naveza Rockefellerjev z mediji jim torej daje takšno moč, ki je ne pozna vsak prebivalec sveta, saj se mediji o njih ne razpisujejo preveč. Tudi sama sem pred začetkom pisanja diplome o njih vedela le malo, s poglobljenim raziskovanjem pa sem šele spoznala, kako velika je njihova moč in kako malo nam mediji o njih povedo. Glede na to, da so ena najbogatejših družin na svetu, in glede na to, da imajo nadzor in lastništvo nad številnimi institucijami, bi jih morali poznati vsi prebivalci sveta. Zanimivo je, da se v njihovo delovanje večinoma vtaknejo le manjši in neodvisni mediji, kar še dodatno nakazuje na to, da imajo vpliv na velike medijske mogotce.

Največja posledica njihove moči za preostale prebivalce sveta je po mojem mnenju ta, da ljudje o njihovem delovanju na številnih področjih vedo zelo malo, čeprav imajo opravka z vsem, od bančništva, politike, gospodarstva do raznih skladov in organizacij. Ravno tajnost njihovega delovanja je tista, ki vzbuja dvome, pravi Estulin (2008, 27). Mislim, da bi imeli ljudje pravico vedeti, kaj vse točno počnejo in kakšni dogovori se na sestankih Bilderbergov sklenejo. Glede na to, da tam razpravljajo o svetovnih problemih, ki zadevajo vse prebivalce sveta, menim, da bi morali imeti pravico, da njihovo razpravo spremljajo v živo prek medijev.

Med pisanjem diplomskega dela sem ugotovila, kako zelo so mediji, politika in ekonomija med seboj povezani. Drug brez drugega ne morejo biti uspešni in drug drugega dopolnjujejo v uspešno celoto. Rockefellerji so si pridobili moč najprej v ekonomiji, nato so jo razširili v politiko in da so na obeh področjih postali in ostali uspešni, so si moč zgradili tudi v medijih. Imajo popolno mrežo moči, ki jo bo težko kdo prekosil ali pa zrušil.

Omejitve, ki sem jih imela pri pisanju, so bile, da je literatura o delniškem lastništvu in lastništvu medijev zelo težko dostopna. Odprto pa ostaja tudi vprašanje, kakšni so interesi delovanja organizacij Bilderberg, Sveta za zunanje odnose in Trilateralne skupine. Vse skupaj lahko štejemo kot teorijo zarote, saj bi za potrditev, da imajo cilj narediti enoten svetovni red, potrebovali še kakšen dokaz več, ni pa tudi nemogoče, da to ne bi bilo res.

Menim, da na svet ne smemo gledati samo skozi eno stališče, ki nam ga predstavijo mediji, temveč moramo o stvareh dvomiti, si o določeni temi prebrati literaturo, jo raziskovati in si na podlagi zbranih podatkov ustvariti svoje mnenje. Še posebej v času, v katerem živimo, ko nas mediji iz dneva v dan zasipavajo z različnimi informacijami. Z »rudarjenjem« po različnih virih in z iskanjem resnic si lahko razširimo obzorja in si o odprtih vprašanjih oblikujemo mnenje, ki bo kredibilno, saj ne bo izhajalo samo iz enega vira medijev.

8 LITERATURA

1. Allen, Gary in Larry Abraham. 1972. *None Dare Call It Conspiracy*. New York: Buccaneer Books. Dostopno prek: <http://www.thestorageroom.com/ndcc.htm> (15. junij 2015).
2. --- 1976. *The Rockefeller file*. Seal beach: '76 Press. Dostopno prek: <http://educate-yourself.org/ga/RFcontents.shtml> (5. maj 2015).
3. American Experience. 2015. *Biography: John D. Rockefeller, Senior*. Dostopno prek: <http://www.pbs.org/wgbh/americanexperience/features/biography/rockefellers-john/> (2. maj 2015).

4. --- 2015. *Timeline: The Rockefellers*. Dostopno prek: <http://www.pbs.org/wgbh/americanexperience/features/timeline/rockefellers/> (2. maj 2015).
5. Baron, David. 2000. *Business and its Environment*. New Jersey: Stanford University.
6. Beattie, Andrew. *J. D. Rockefeller: From Oil Baron To Billionaire*. Dostopno prek: <http://www.investopedia.com/articles/economics/08/jd-rockefeller.asp> (2. maj 2015).
7. Bilderberg meetings. 2015. */index/*. Dostopno prek: <http://www.bilderbergmeetings.org/index.html> (6. julij 2015).
8. Biography. 2015. *John D. Rockefeller*. Dostopno prek: <http://www.biography.com/people/john-d-rockefeller-20710159> (2. maj 2015).
9. Chernow, Ron. 1998. *Titan: the life of John D. Rockefeller, Sr.*. New York: Vintage books.
10. Cuddy, Dennis. A Chronological History of the New World Order. *Forcing Change*, Februar 2011. Dostopno prek: <http://www.crossroad.to/heaven/Excerpts/chronologies/cuddy-nwo.htm> (21. junij 2015).
11. Doyle, Gillian. 2002. *Media ownership*. London: Sage Publication.
12. Engdahl, William. 2012. *Vojne za nafto: za vso nafto, vsepovsod*. Mengeš: Ciceron.
13. Estulin, Daniel. 2008. *Skupina Bilderberg: gospodarji globaliziranega sveta*. Ljubljana: Ciceron.
14. Ferfila, Bogomil. 2000. Mediji in politika v ZDA. *Teorija in praksa* 37 (5): 903-924.
15. Fetter, A. Frank. 1905. *The Principles of Economics: with applications to practical problems*. New York: The Century Co. Dostopno prek: file:///C:/Users/BB%20Jesenice/Downloads/The%20Principles%20of%20Economics,%20With%20Applications%20to%20Practical%20Problems_5.pdf (14. julij 2015).
16. Foucault, Michael. 2004. *Nadzorovanje in kaznovanje: nastanek zapora*. Ljubljana: Krtina.
17. Gibson, Donald. 2004. *Communication, power and media*. New York: Nova Science Publication.
18. Hrovatin, Nevenka. 2007. *Uvod v gospodarstvo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
19. Hrvatin, Sandra B., Lenart J. Kučić in Brankica Petković. 2004. *Medijsko lastništvo: vpliv lastništva na neodvisnost in pluralizem v Sloveniji in drugih post-socialističnih evropskih državah*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
20. Hrvatin, Sandra B in Lenart J. Kučić. 2005. *Monopoli: družabna igra trgovanja z mediji*. Ljubljana: Mediakcije.

21. Hunter, Kenneth G.. 1999. *Interest groups and state economic development policies*. Westport: Praeger Publishers.
22. Josephson, Emanuel. 1952. *Rockefeller Internationalist: The man who misrules the world*. New York: Chedney Press. Dostopno prek: <http://www.whale.to/b/josephson.pdf> (15. julij 2015).
23. Juhasz, Antonia. 2008. *The Tyranny Of Oil: The world's most powerful industry – and what we must do to stop it*. New York: HarperCollins Publishers.
24. Kanjuo Mrčela, Aleksandra. 1999. *Lastništvo in ekonomska demokracija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
25. Kaše, Robert, Bogdan Lipičnik, Katarina K. Mihelič in Nada Zupan. 2007. *Organizacijsko vedenje: zbirka tekstov za študij in gradiv za vaje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
26. Kovač, Bogomir. 2002. *Lobiranje v neprofitnem sektorju*. V *Jadranje po nemirnih vodah menedžmenta nevladnih organizacij*, ur. Dejan Jelovec, 213–230. Ljubljana: Radio Študent: Študentska organizacija Univerze v Ljubljani. Dostopno prek: <http://beta.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-67-8/213-230.pdf> (18. julij 2015).
27. Lah, Marko in Branko Ilič. 2007. *Temelji ekonomije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
28. Lukšič, Igor. 1995. *Politika*. V *Enciklopediji Slovenije*, ur. Marjan Javornik, 100. Ljubljana: Mladinska knjiga.
29. Lutz, Ashley. 2012. *These 6 Corporations Control 90% Of The Media In America*. *Business Insider*, 14. junij. Dostopno prek: <http://www.businessinsider.com/these-6-corporations-control-90-of-the-media-in-america-2012-6#ixzz3dys9XDSC> (20. junij 2015).
30. Lynn, Barry. 2010. *Cornered: The New Monopoly Capitalism and the Economics of Destruction*. New Jersey: John Wiley & Sons.
31. Macionis, John J. in Ken Plummer. 2012. *Sociology: a global introduction*. New York: Pearson.
32. Nycago. 2015. *John D. Rockefeller, Jr. Residence*. Dostopno prek: <http://nycago.org/Organs/NYC/html/ResRockefellerJD.html> (10. maj 2015)
33. Offe, Claus. 1985. *Družbena moč in politična oblast: protislovja kapitalistične demokracije - razprave o politični sociologiji poznega kapitalizma*. Ljubljana: Delavska enotnost.

34. Rand, Ayn, Nathaniel Branden, Alan Greenspan in Robert Hessen. 1986. *Capitalism: the unknown ideal*. New York: Signet. Dostopno prek: http://aynrandlexicon.com/lexicon/economic_power_vs_political_power.html (28. april 2015).
35. Revija Manager. 2007. Z mediji do vpliva na zakonodajo in politiko. *Finance*, 11. julij. Dostopno prek: <http://www.finance.si/186057/Z-mediji-do-vpliva-na-zakonodajo-in-politiko> (20. junij 2015).
36. Rivera, David. 1994. *Final Warning: A History of the New World Order, chapter 9.1, The Trilateral Commission*. Dostopno prek: <http://modernhistoryproject.org/mhp?Article=FinalWarning&C=9.1> (7. julij 2015).
37. Rockefeller archive center. 2015. *The Rockefellers. Nelson A. Rockefeller*. Dostopno prek: <http://www.rockarch.org/bio/nar.php> (18. maj 2015).
38. Rockefeller, David. 2002. *Memoirs*. New York: Random House.
39. Segall, Grant. 2001. *John D. Rockefeller: Anointed with Oil*. New York: Oxford University Press.
40. Snyder, Michael. 2010. Who owns the media? The 6 monolithic corporations that control almost everything we watch, hear and read. *The Economic Collapse*, 4. oktober. Dostopno prek: <http://theeconomiccollapseblog.com/archives/who-owns-the-media-the-6-monolithic-corporations-that-control-almost-everything-we-watch-hear-and-read> (20. junij 2015).
41. Sowell, Thomas. 2015. *Basic Economics: A Citizen's guide to the Economy*. Dostopno prek: <http://www.altfeldinc.com/pdfs/BASICECONOMICS.pdf> (17. julij 2015).
42. Steiner George A. in John F. Steiner. 2003. *Business, government, and society: a managerial perspective*. Boston: McGraw-Hill/Irvin.
43. Tarbell, Ida. 1966. *The History of the Standard Oil Company: Briefer Version*. New York: Dover Publications.
44. The global elite. 2015. *The globalists*. Dostopno prek: <http://theglobalelite.org/globalists/#.VZt56Pntmko> (6. julij 2015).
45. The Rockefeller Group. 2015. *History*. Dostopno prek: <http://www.rockefellergroup.com/about-us/history/> (20. junij 2015).
46. Trampuš, Jure. 2002. Družba moči. *Mladina* 41, 16. oktober. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/93206/druzba-moci/> (28. april 2015).
47. Turow, Joseph. 2002. *Media today: an introduction to mass communication*. Boston: Houghton Mifflin Company.

48. Ule, Mirjana. 2005. *Socialna psihologija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
49. --- 2009. *Socialna psihologija: analitični pristop k življenju v družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
50. Weber, Max. 1978. *Economy and society: an outline of interpretive sociology*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
51. Žnidaršič Kranjc, Alenka. 1995. Omejevanje naravnih monopolov – primer zemeljski plin. *Teorija in praksa* 32 (5–6): 409–420.