

# Campania de propagandă desfășurată de activiștii homosexuali se bazează pe tehnicile lui Hitler

***Comparându-i pe cei ce se opun homosexualității cu naziștii sau cu Ku Klux Klan-ul, activiștii homosexuali au pornit la cucerirea Americii.***

*Louis Sheldon, președinte al Traditional Values Coalition*

*Traducere și adaptare din limba engleză de Bogdan Mateciuc*

Homosexualii au reușit să schimbe percepția publică în favoarea lor. Majoritatea americanilor însă nu realizează că acest efort face parte dintr-o campanie de propagandă atent gândită și în desfășurare de ani de zile.

Un sondaj realizat de *Los Angeles Times* și publicat în iunie 2000 arăta că tot mai mulți americani se obișnuiesc cu prezența homosexualilor și, chiar dacă cred că comportamentul homosexual este imoral, consideră că homosexualii ar trebui să se bucure de o mai bună protecție din partea legii.

Conform studiului, 73% dintre americani cunosc pe cineva care este homosexual, comparativ cu numai 30% în 1983. Șaizeci la sută nu au nici o problemă cu prezența homosexualilor, comparativ cu numai 40% în 1985. Șaizeci și opt la sută susțin legile anti-discriminare. Cincizeci la sută susțin acordarea de „beneficii casnice” partenerilor homosexuali – adică acordarea de drepturi pentru partenerii homosexuali, similare cu cele pentru cuplurile căsătorite.

Totuși, numai 35% erau de acord cu dreptul homosexualilor de a se „căsători”, comparativ cu 58% care erau împotriva. În plus, 64% dintre americani considerau că homosexualitatea este imorală. Treizeci și șase la sută au declarat că i-ar deranja să afle că fiica sau fiul lor ar fi homosexuali. Treizeci și șapte la sută ar fi „foarte supărați” să afle despre comportamentul homosexual al copilului lor. În urmă cu 15 ani, acest procent era de 90%. [1]

## ***Mașina de propagandă a homosexualilor și-a făcut treaba***

Americanii ar trebui să înțeleagă că atitudinea lor față de homosexualitate a fost în mod programat schimbată printr-o campanie de marketing/propagandă abilă, comparabilă cu propaganda lui Adolf Hitler. De fapt, multe dintre strategiile folosite de homosexuali pentru a induce o schimbare culturală în America sunt preluate din scrierile lui Hitler și din manualele de război propagandistic.

Eric M. Pollard, fondator al organizației ACT UP, declară că filosofia lor se bazează pe ceea ce a scris Hitler în *Mein Kampf*. Pollard recunoaște aceasta într-un articol apărut în *Washington Blade* pe 31 ianuarie 1991.

Potrivit lui Pollard, „am ajutat la crearea unei organizații cvasi-fasciste”. Pollard declară: „Am plănuit crearea unui grup de activiști care să exploateze eficient mass-media în scopurile stabilite, care să lucreze sub acoperire și care să încalce legea fără menajamente... Sub influența drogurilor [LSD], aceasta chiar părea o idee bună.” [2]

Pollard recunoaște că ACT UP a considerat că trebuie să recurgă la tehnici subversive „în mare parte preluate din *Mein Kampf*, pe care unii dintre noi au studiat-o ca pe un model de lucru. Pe măsură ce ACT UP s-a dezvoltat, am lovit programatic în fiecare instituție care ne stătea în cale”.

Iată câteva extrase din scrierile lui Hitler despre folosirea tehnicii „Marea minciună” pentru a abate atenția publică.[3] Data viitoare când veți auzi sau citi un articol favorabil despre homosexualitate, ar fi bine să vă gândiți la aceste tehnici:

*Amploarea minciunii este un factor decisiv pentru ca aceasta să fie crezută sau nu, pentru că poporul este, în adâncul inimii, mult mai ușor de înșelat decât prin tehnici conștiente și vădit negative. Simplitatea primitivă a minții lor îi face să fie o pradă mai ușoară pentru o mare minciună decât pentru una mică, deoarece și ei spun mici minciuni, dar le este rușine să spună unele mari.*

*Întotdeauna rămâne sau se lipește ceva din cele mai nerușinate minciuni, lucru știut prea bine de toți indivizii sau instituțiile care au de-a face cu arta minciunii, ele nedându-se în lături de la nimic pentru a-și atinge scopurile.*

*Propaganda nu trebuie să slujească adevărului, mai ales dacă prin aceasta ar putea aduce un avantaj oponentilor.*

*Printr-o folosire abilă și constantă a propagandei, oamenii pot fi făcuți să vadă raiul ca iadul și invers, sau să considere cea mai nenorocită viață ca pe un rai.*

Pollard a recunoscut că a folosit strategiile de propagandă ale lui Hitler și ale naziștilor pentru a-i teroriza pe oponentii activiștilor homosexuali. ACT UP a folosit violența pentru a proteja mișcarea homosexuală și pe proprietarii de clinici unde se făceau avorturi la sfârșitul anilor 1980.

### **Cucerirea Americii heterosexuale**

Homosexualii și-au prezentat strategiile de propagandă în două documente majore. Unul este *The Overhauling of Straight America (Cucerirea Americii heterosexuale)* publicat în revista *Guide*, în noiembrie 1987. Celălalt este o versiune dezvoltată a acestui articol, numită *After the Ball: How America will conquer its fear & hatred of Gays in the 90s (După bal: Cum își va învinge America teama și ura față de homosexuali în anii 90)*.

Aceste două materiale trebuie citite de cei care vor să înțeleagă cum a avut loc homosexualizarea societății americane, prin intermediul unei minorități bine finanțate de activiști hotărâți<sup>1</sup>.

În *The Overhauling of Straight America*, autorii Marshall K. Kirk și Erastes Pill prezintă un ambițios program de înșelare și demonizare a celor care se opun homosexualității. Iată o parte din aceste strategii:

**Vorbește despre homosexuali și homosexualitate cât mai tare și cât mai des posibil.** „Principiul din spatele acestui sfat este simplu: aproape orice comportament începe să-ți pară normal dacă te întâlnești cu el suficient de des, la intervale constante și printre cunoscuții tăi.”

Obiectivul este acela de a de-sensibiliza publicul vizavi de respingerea homosexualității, făcându-i pe oameni să discute constant despre ea într-o manieră neutră sau pozitivă. „În ceea ce privește de-sensibilizarea, ideea constă într-un mesaj de normalitate. Până acum, homosexualii de la Hollywood ne-au oferit cea mai abilă armă în lupta pentru de-sensibilizarea mass-mediei”, declară autorii.

---

<sup>1</sup> În 2005, Uniunea Europeană a acordat, cu girul Ministerului Sănătății și Familiei din guvernul PD-PNL, o finanțare de 700.000 dolari organizației ACCEPT a homosexualilor români. ACCEPT urmează să folosească acest cadou pentru dezvoltarea propagandei pro-homosexualitate în România.

Kirk și Pill afirmă că este esențial ca autoritatea morală a Bisericii să fie subminată, prin „tulburarea apelor morale”. Obiectivul este acela de a face grupările religioase liberale să susțină pe față homosexualitatea, simultan cu portretizarea organizațiilor care se opun ca „homofobe” și „retrograde sau total rupte de ultimele cercetări psihologice”. [4]

Autorii atrag atenția asupra expunerii publicului american la adevărul despre comportamentul deviant homosexual. „La începutul campaniei de cucerire a Americii heterosexuale, masele nu trebuie șocate sau îndepărtate printr-o expunere prematură la comportamentul homosexual în sine. În schimb, trebuie minimalizate aspectele sexuale, iar drepturile homosexualilor trebuie reduse cât mai mult posibil la o chestiune socială abstractă. Lăsăm întâi cămila să-și bage capul în cort, și numai apoi arătăm și partea din spate!”

Homosexualii știu că dacă practicile lor sexuale devin cunoscute, acestea îi vor îndepărta pe acei oameni care altfel ar fi gata să-i susțină<sup>2</sup>. *Care sunt acele comportamente pe care nu vor homosexualii să le știm?*

Homosexualii întrețin o serie de acte sexuale deviante. Iată doar câteva dintre acestea:

- Sex anal
- Sex oral
- *Rimming* - lingerea anusului; aceasta conduce frecvent la ingerarea de materii fecale, ducând la afecțiuni intestinale.
- „Dușuri de aur” - urinarea pe partenerul sexual.
- Orgii sexuale, la care participă zeci de bărbați.
- *Glory holes* - sex oral cu anonimi, prin intermediul unei găuri tăiate într-un perete despărțitor.
- *Fisting* – introducerea mâinii în anusul partenerului sexual.
- Sadomazochism, incluzând biciuire, tăiere, bătăi, etc.
- Folosirea de droguri, inclusiv amfetamine pentru sporirea plăcerii sexuale.
- *Bareback parties* – orgii la care participă mai mulți bărbați, unii posibil infectați cu HIV, dar fără folosirea de prezervative. În multe cercuri de homosexuali, a avea SIDA a devenit acum un fel de medalie de onoare în cadrul revoluției sexuale.

**Prezintă-i pe homosexuali ca victime, nu provocatori agresivi.** Acest obiectiv trebuie atins prin portretizarea homosexualilor ca „victime ale sorții”, ei neavând niciodată posibilitatea să aleagă sau să respingă comportamentul lor sexual. În mass-media vor apărea numai homosexuali cu înfățișare normală. Homosexualii trebuie prezentați ca „victime ale societății”. Folosind această tactică, ei vor fi prezentați ca brutalizați și victime la locul de muncă și în societate.

**Oferă-le protectorilor o cauză dreaptă.** Homosexualii trebuie să evite să solicite „sprijin direct pentru practicile homosexuale. În schimb, tema lor principală trebuie să fie *anti-discriminarea*”. Evită discuțiile despre actele homosexuale și concentrează-te pe libertatea de expresie, pe libertatea de opinie și asociere.

**Fă-i pe homosexuali să apară ca buni.** Homosexualii trebuie prezentați nu doar ca niște oameni obișnuiți, ci chiar superiori moral față de heterosexuali. Kirk și Pill recomandă menționarea de nume din istorie, homosexuali cunoscuți, pentru a arăta că homosexualii sunt de fapt superiori heterosexualilor în multe privințe. „Niciodată nu a mai reușit vreo campanie media, abilă și inteligentă, să facă din comunitatea homosexualilor o adevărată nașă a civilizației occidentale”.

---

<sup>2</sup> La sfârșitul anului 2005, asociația ACCEPT a solicitat Consiliului Național pentru Combaterea Discriminării retragerea de pe piață a cărții „Bolile homosexualilor” publicată de editura Christiana și amendarea editurii.

**Fă-i pe oponenți să apară ca răi.** Aici campania dusă de activiștii homosexuali a avut un imens succes. Potrivit lui Kirk și Pill, cei care se opun homosexualității trebuie identificați cu naziștii și Ku Klux Klan-ul. „Publicul trebuie să vadă imagini cu homofobi furioși, ale căror idei și concepții îl dezgustă pe americanul de rând. Aceste imagini pot include: Ku Klux Klan-ul, care cere arderea pe rug sau castrarea homosexualilor; preoți și predicatori bigoți, mânați de o ură isterică până într-acolo încât par și caraghioși, și tulburați mintal; rockeri, derbedei și deținuți care povestesc cu sete despre „poponarii” pe care i-au omorât sau pe care i-ar omorî; imagini din lagărele de concentrare naziste, unde homosexualii erau torturați și omorâți”.



**Un activist homosexual poartă o pancartă prin care o compară pe dr. Laura Schlessinger cu Adolf Hitler. Dr. Schlessinger realizează o emisiune radio în cadrul căreia combate, pe baza Bibliei, perversiunile sexuale.**

Homosexualii s-au străduit din răspuțeri să obțină anularea legii vârstei consimțământului, care îi proteja pe copii de agresiunile sexuale. Acum, ei îi atacă pe creștinii conservatori care consideră că homosexualitatea este imorală. Homosexualii se prezintă ca „victime”, ascunzând adevăratul lor obiectiv: coruperea copiilor.

Această tehnică a fost folosită cu succes când studentul homosexual Matthew Shepard a fost torturat și omorât în bătaie de niște derbedei în statul Wyoming. Mașina de propagandă a homosexualilor s-a pus imediat în mișcare. Obiectivul clar a fost acela de a lega uciderea lui Shepard de „incitarea la ură” și de organizațiile creștine care critică activismul homosexual.

Totuși, aceeași mașină de propagandă a minimalizat torturarea și uciderea lui Jesse Dirkhising, un băiat de 13 ani, de către doi homosexuali din Arkansas. Jesse Dirkhising a fost torturat și violat de mai multe ori de Josh Brown, în timp ce iubitul acestuia savura scena. Gura băiatului fusese acoperită cu bandă adezivă, iar acesta a murit asfixiat.

Presa principală a ignorat această crimă, iar organizațiile de homosexuali nu au reacționat în nici un fel, de parcă incidentul nu ar fi avut nici o semnificație pentru ele. Evident, se acordă atenție numai atunci când un homosexual este omorât de un heterosexual.

Dacă un băiat este violat și asfixiat de doi homosexuali, acest lucru nu merită comentarii. În lumea lor, homosexualii pot fi numai victime, nu și agresori sau ucigași.

## **After the Ball**

În *After the Ball: How America will conquer its fear & hatred of Gays in the 90s (După bal: Cum își va învinge America teama și ura față de homosexuali în anii 90)*, autorii Marshall Kirk și Hunter Madsen dezvoltă strategia de normalizare a homosexualității și demonizare a oponentilor.

Autorii explică faptul că societatea heterosexuală trebuie schimbată prin trei mijloace: de-sensibilizare, amestecare și câștigare. Fiecare dintre acestea constituie un element al unei campanii de propagandă atent planificată. Publicul trebuie de-sensibilizat, prin expunerea constantă la dezbateri despre homosexualitate, până se plictisește de acest subiect. „Pentru a-i desensibiliza pe heterosexuali cu privire la homosexualitate, îi inundăm cu o mulțime de reclame legate de homosexuali, prezentate într-o manieră cât mai puțin jignitoare. Dacă heterosexualii nu pot închide dușul, în cele din urmă se vor obișnui cu apa. Desigur, indiferența este preferabilă urii și amenințărilor, dar noi vrem să obținem rezultatele maxime”. [5]

Al doilea obiectiv este „amestecarea”. Aceasta este o tehnică psihologică de spălare a creierului, care implică Condiționare Asociativă și Modelare Emoțională Directă. În Condiționarea Asociativă, persoana care se opune homosexualității este bombardată cu imagini prezentând homosexuali persecutați, discriminați sau omorâți. Pe măsură ce omul vede asemenea imagini, el va începe să-i fie rușine pentru atitudinea sa față de homosexuali. În Modelarea Emoțională Directă, heterosexualului trebuie să i se spună că opiniile sale sunt minoritare și că sunt contrazise de ale altora. Majoritatea oamenilor au nevoie de aprobare de la cei din preajma lor și nu doresc să fie catalogați ca bigoți sau intoleranți. Obiectivul este acela de a-i convinge pe oponentii homosexualității că opiniile lor sunt minoritare și pline de ură.

Al treilea obiectiv este „câștigarea” sau convertirea. Potrivit lui Kirk și Madsen, „nu este suficient ca bigoții anti-homo să fie dezorientați sau indiferenți față de noi – pe termen lung, cel mai bine pentru noi este să-i facem să ne placă. La asta se referă convertirea.”

Prin convertire, autorii înțeleg „convertirea sentimentelor, gândurilor și voinței americanului de rând, prin intermediul unui atac psihologic planificat, sub forma unei propagande servite întregii țări cu ajutorul mass-mediei”.

## **Cenzurarea opoziției**

Americanii se află sub un atac psihologic lansat de activiștii homosexuali. Pentru propaganda lor, aceștia se folosesc de mass-media și nu îi interesează deloc adevărul. De fapt, unul dintre principalele lor eforturi este acela de a împiedica aflarea adevărului prin mijloacele de informare în masă. De exemplu, grupări de genul GLAAD (Alianța Homosexualilor și Lesbienelor împotriva Defăimării) au reușit să-i convingă pe jurnaliști să nu mai prezinte difuzeze (ca să evităm repetiția) știri care ar putea să-i înfățișeze pe homosexuali într-o lumină negativă. De asemenea, activiștii homosexuali au reușit, în mare măsură, să-i convingă pe jurnaliști că orice critică la adresa homosexualității reprezintă „incitare la ură”, care conduce inevitabil la violență.

Acest efort de a cenzura orice opoziție față de homosexualitate este evident în cazul unei decizii emise de un judecător federal din San Francisco. Cazul se referea la un conflict între Consiliul Supervizorilor din San Francisco și o campanie publicitară numită „Truth in Love”. Reclamele de la televizor erau sponsorizate de asociații cum ar fi *Focus on the Family*, *Family Research Council* și *Kerruso Ministries* (asociații ale foștilor homosexuali – oameni care au realizat o trecere la heterosexualitate).



Când s-a început achiziționarea de spații publicitare la TV, Consiliul Supervizorilor a contactat mass-media, pentru a le descuraja în ceea ce privește difuzarea respectivelor reclame. Una dintre reclame prezenta un fost homosexual care spunea: „Visul pe care îl credeam imposibil pentru mine – să am o soție și copii – s-a împlinit. Dacă ești rănit, singur sau dezorientat, Iisus te poate ajuta.”

Consiliul Supervizorilor a pretins că aceste reclame contribuie la „oribilele crime săvârșite împotriva homosexualilor și lesbienelelor”. Pe scurt, ele reprezentau „incitare la ură” și puteau conduce la crime împotriva homosexualilor. [6]

Asociațiile care lansaseră campania au înaintat o plângere în octombrie 1999 pentru a opri cenzurarea mesajului creștin din acele reclame. Totuși, un judecător federal a decis în iunie 2000 în favoarea Consiliului Supervizorilor, considerând că acesta are dreptate să cenzureze reclamele, din motive de „siguranță publică”.

Brian Fahling, din partea Centrului pentru Lege și Politici al *Asociației Familiilor Americane*, vede în aceasta o gravă amenințare la adresa libertății de exprimare. „Niciodată nu s-a mai petrecut așa ceva. Este un lucru grav, care ar trebui să ne pună pe gânduri, întrucât avem de-a face cu o decizie a unei instanțe federale care afirmă că autoritățile pot lua măsuri pentru condamnarea credinței religioase.” [7] Acesta nu este singurul atac la adresa libertății de exprimare, dar reprezintă un atac direct la adresa condamnării de către creștini, pe baza Bibliei, a comportamentului homosexual. Exact acest lucru este dorit de propagandiștii homosexuali – reducerea la tăcere a opoziției, fie prin incriminarea expresiei, fie prin cenzurarea ei.<sup>3</sup>



Administrația Clinton i-a ajutat pe homosexuali prin promovarea lor în cadrul autorității publice, prin „instruiri” pro-homosexualitate obligatorii pentru funcționarii publici și prin adoptarea de legi împotriva „incitării la ură”

Kirk și Madsen arată clar în *After the Ball* că scopul lor este acela de a cenzura total orice punct de vedere opus homosexualității. Ei afirmă: „Opiniile bigote devin acțiuni agresive. Ele reprezintă o incitare directă la violență, un pericol clar pentru ordinea publică, asemenea unui om care strigă „Foc! Foc!” într-un cinematograf ticsit de lume, sau unui om care stă în fața casei comerciantului de porumb și îi spune mulțimii înfometate, cu torțe în mâini, că comercianții de porumb sunt cei care au provocat foametea. Veniți și dați foc. Mulțimea agitată ascultă, cu torțele în mâini, și preia sloganul.” [8] Pe scurt, acești autori lansează pretenția absurdă că a critica homosexualitatea înseamnă incitare la revoltă și omor. Așa justifică ei eforturile lor de reducere la tăcere a

<sup>3</sup> Vezi nota de subsol 2.

oponenților. Din fericire, Internetul constituie un mijloc de comunicare fără opreliști a adevărului despre homosexualitate.

***În loc de încheiere: un „revoluționar homosexual” independent lansează o provocare la adresa Americii heterosexuale***

“Vă vom viola fiii, simbolurile șubredei voastre masculinități, ale visurilor voastre derizorii și ale minciunilor voastre vulgare. Îi vom seduce în școlile voastre, în dormitoarele voastre, în vestiarele voastre, în sălile voastre de sport, în asociațiile voastre de tineret... oriunde vin în contact bărbați cu bărbați. Fiii voștri vor deveni fetițele noastre și vor asculta de noi. Îi vom remodela după chipul și asemănarea noastră. Vor ajunge să ne dorească și să ne adore...”

Toate bisericile care ne condamnă vor fi închise. Zeii noștri sunt tinerii bine făcuți. Vom învinge, pentru că ne hrănim cu amărăciunea feroce a celor asupriți.” (Michael Swift, *Boston Gay Community News*, 15-21 februarie 1987)

## BIBLIOGRAFIE

1. Alissa J. Rubin, “Public More Accepting of Gays, Poll Finds,” *Los Angeles Times*, 18 iunie 2000, ediția pe Internet.
2. Tony Marco, “‘Gay Rights’ Strategies Involve Conscious Deception And Wholesale Manipulation of Public Opinion,” Leadership University, ediția pe Internet.
3. Ibid.
4. Marshall K. Kirk și Erastes Pill, în “The Overhauling of Straight America,” revista pentru homosexuali *Guide*, noiembrie 1987, pag. 8.
5. Marshall Kirk și Hunter Madsen, *After the Ball: How America will conquer its fear & hatred of Gays in the 90s*
6. Plume Books, Penguin Group, New York, NY, 1990, pag. 149.
7. Stuart Shepard, “Judge: S.F. Had ‘Duty’ to Stop Ads,” *Family News in Focus*, 27 iunie 2000.
8. Ibid.
9. Kirk, Madsen, pag. 101.

\* \* \*

Informații despre cercetarea și terapia homosexualității: [www.homosexualitate.ro](http://www.homosexualitate.ro) – proiectul *Speranță și vindecare pentru homosexuali*.