

Nieprzemijający propagandy

czar

27 sierpnia 2023

Weszliśmy właśnie w okres kampanii wyborczej, którą wprowadzie partia rządząca niezgodnie z prawem, bo za państwowe, a nie partyjne pieniądze prowadzi już, co najmniej od roku, ale warto może przypomnieć sobie, jak wyglądało przekonywanie do siebie ludzi w przeszłości.

Agitację na swoją korzyść znamy już ze starożytności. Wprowadzie starożytny Rzym był dość czytelnym polem do propagandowych popisów, ale propaganda działała jak najbardziej. Ponieważ ok. 90 procent mieszkańców Rzymu była bezrobotna (rekord świata i historii) agitowanie za sobą miało w zasadzie jedno oblicze – rozdawnictwo zboża, oliwy, wina itp. produktów pozwalających przetrwać. Coś się komuś z czymś kojarzy? I słusznie.

Propagandę na dużą skalę zastosował papież w XI wieku, kiedy to cesarz bizantyjski poprosił go o pomoc przeciw muzułmanom. Papież rozwinął propagandę, której efektem były wojny krzyżowe i które de facto załatwiały zupełnie inny problem ówczesnej Europy, niż ten deklarowany oficjalnie. Po raz pierwszy mieliśmy wtedy zastosowane na taką skalę kłamstwo na użytek propagandy.

Pracując obecnie nad albumem o I wojnie światowej trafiłem na zjawisko propagandy w takim rozmiarze, że nie dało się tego ominąć. Postanowiłem podzielić się kilkoma spostrzeżeniami właśnie ze względu na obecny okres polityczny w naszym kraju.

Teoretycznie rzecz biorąc, definicja propagandy jest prosta. Zasadza się na usiłowaniu przekazania odbiorcy treści, na jakich nam zależy i to zgodnie z naszym ich rozumieniem. To część techniczna. Natomiast, jeśli chodzi o cel, to bywa on nieco bardziej zakamuflowany, czasem wręcz ukrywany lub

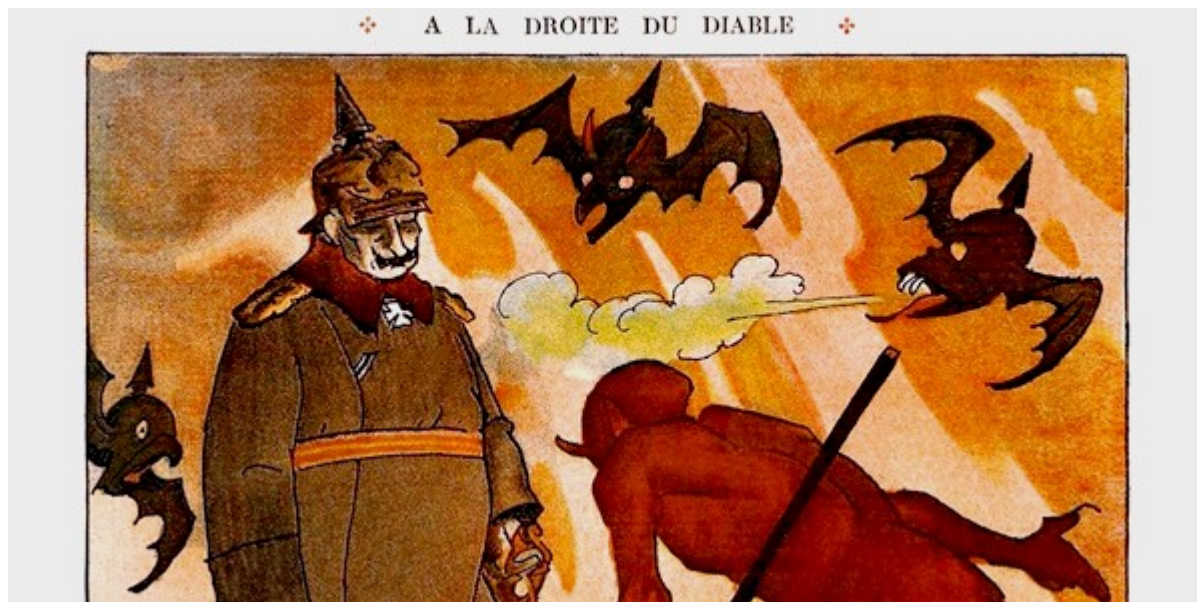
zafałszowywany. Chodzi głównie o to, by odbiorca uwierzył, że podsuwane mu treści są prawdziwe, a ich interpretacja podawana mu przez nas ma na celu jego dobro, że robimy to w jego interesie.

Przyjąć jednak należy, iż mimo naszych przyzwyczajień, nie zawsze wydźwięk słowa propaganda musi być negatywny.



Pamiętam zdziwienie z dzieciństwa, gdy w rodzinnym zbiorze pieśni religijnych wydanym w XIX wieku znalazłem utwór o tytule „Śpiew rodaków w propagandzie w Rzymie”. Musiałem dopiero dowiedzieć się o Kongregacji Propagandy Wiary założonej w Rzymie przez papieża Grzegorza XV, by zrozumieć początki owego pojęcia.

Znacznie później, bo w XIX wieku słowo propaganda zaczęło mieć częściej negatywny wydźwięk, ponieważ zaczęło być używane w polityce, przez zwalczające się obozy polityczne, które ze szczególnym upodobaniem stosowały tzw. propagandę czarną, czyli mającą na celu częściową lub całkowitą deprecjację przeciwnika politycznego.



Drugą stroną propagandy jest ta, która w odbiorcy ma stworzyć wrażenie, że wszystko, co mu mówimy, jest lekiem na nękające go problemy, a często i lekiem na problemy, których istnienia on sam jeszcze nie zauważył. Zasada: my – wspaniali, oni – źli, funkcjonowała w polityce niemal od zawsze i ma się dobrze także dziś.

W okresie I wojny światowej stało przed nią niezwykle trudne zadanie, szczególnie tuż przed samym wybuchem działań wojennych. Należało przekonać zwykłego obywatela, że nie ma innego wyjścia jak wojna w obronie tzw. wartości. Wartości, które on sam niekoniecznie podzielał. Należało go przekonać, że jednak je podziela, co wcale nie było takie łatwe.

Niewielu już dziś pamięta, że w przededniu I wojny sporo było we Francji ludzi, dla których Francja była ciałem dość obcym. W wielu gminach żyli od wieków ludzie nawet niemówiący po francusku, dla których pojęcia ojczyzny bardziej wiązało się z najbliższą okolicą, czasem regionem, niż z tworem politycznym zwanym Francją. Tych ludzi należało przekonać, że muszą porzucić dotychczasowy tryb życia i iść narażać życie.

Podobnie miała się rzecz w Prusach, gdzie żyli obok siebie Niemcy, Serbołużyczanie, Polacy, Duńczycy etc. i pomimo usilnych, a czasem nacechowanych przemocą starań pruskiego

rzędu nie stali się mentalnie Prusakami.

W wielu innych krajach Europy podobnie. Państwowe prawo dysponujące przymusem było w stanie wysłać każdego na front, ale nie potrafiło wykrzesać zeń entuzjazmu na tym tle. Żołnierz idący na front z ociąganiem, niechętnie, pod przymusem, nie stanowił, a i dziś nie stanowi wartościowej siły bojowej. Szukano więc sposobów na jego pobudzenie emocjonalne. To właśnie był cel propagandy.



Przeglądając zdjęcia i kartki pocztowe z czasu Wielkiej Wojny, mające znaczenie ewidentnie propagandowe, zauważamy kilka istotnych elementów.

Po pierwsze – myśl propagandowa nie charakteryzuje się najwyższymi lotami. To zrozumiałe – nie jest przeznaczona dla intelektualnych elit, a kierowana jest do tzw. przeciętnego człowieka. Socjologowie na takiej podstawie mogliby od biedy stworzyć model „zwykłego człowieka” tamtych czasów.

Po drugie – propaganda tamtego czasu mimo wszystko poszerzała wiedzę odbiorcy, który żyjąc spokojnie we francuskiej, niemieckiej czy angielskiej wiosce o wielu rzeczach nie miał pojęcia.

Po trzecie – budżet przeznaczany na ową propagandę był

ogromny. Liczba produkowanych na te potrzeby kart pocztowych, plakatów i innych szła w miliony.

Jeszcze jedna istotna rzecz. Przeglądając „wytwórczość” propagandową, zauważamy, że na dobrą sprawę nieważne było, która strona, które z nich produkowała. Wszystko było do siebie podobne, tak co do pomysłu, a czasem nawet wykonania. Zdjęcia „uduchowionych” pańienek wzdychających do walczącego żołnierza są do siebie czasem tak podobne, że wystarczyłoby zamienić na nich język podpisów, by mogły być użyte przez drugą stronę. Warto się im przyjrzeć także pod tym kątem.

Jeśli Czytelnik zauważy jakieś podobieństwa między ówczesną propagandą a dzisiejszą – tym lepiej. Zrozumie, że pewne działania wobec człowieka nie zależą od czasów, w których się dzieją. Cele i środki bywają ponadczasowe.

Na użytek wojennej propagandy „zmobilizowano” także niektórych artystów. Po stronie niemieckiej był to np. Teo Matejka (od ok. 1907 roku podpisywał się „Matejko”), który był autorem wielu rysunków przedstawiających męstwo niemieckiego żołnierza. W latach późniejszych związał się z ruchem hitlerowskim. Po drugiej stronie rysunki wojenne produkował m.in. Carlos Schwabe, uznany i ceniony autor ilustracji książkowych mający na koncie współpracę z Zolą, Baudelairem i innymi.

Rzecz chyba najważniejsza. Człowiek poddany takim atakom propagandy ostatecznie lądował na froncie, gdzie rzeczywistość w sposób oczywisty odbiegała od tej, którą mu prezentowano w propagandzie.

Jak na to reagował? Czy w ogóle mógł reagować, czy też było już na to za późno? Wszystkie te pytania są istotne w chwili, kiedy miliony rodaków idą na lep propagandy rządzących, a co za tym idzie – szykują nam zgodną z ich życzeniem przyszłość.

Czy propagandę można „odtruć”? Czy można zmniejszyć jej siłę oddziaływania?

Nie zapominajmy jednak, że my sami chcąc innego świata, niż obecnie rządzący, też musimy uciec się w okresie wyborczym do mechanizmów propagandowych.

Jakich?

Autorstwo: Jerzy Łukaszewski

Źródło: StudioOpinii.pl