

Propaganda. Jak to działa? – 1

18 października 2022

Wczoraj opublikowaliśmy artykuł pt. [„Kontrola umysłu. Jak to działa?”](#), który traktował o środowisku kontroli umysłu, które powstało na początku XX wieku i skryształizowało się około lat 1950. i 1960. W tym środowisku po raz pierwszy powstały masowe systemy propagandy, obejmujące takie zdobywcze techniki jak radio, kino i telewizja. Po raz pierwszy można było mówić o masowym człowieku gdzie standaryzacja myśli i zachowań stała się normą, a powstające technologie i nauki manipulacji rozszerzyły się na tyle, że można było mówić o efektywnej manipulacji i kontroli nad masami. Poruszaliśmy wiele metod i technik manipulacji jednak to co najistotniejsze pominęliśmy ze względu na obszerność zagadnienia. Propaganda, bo o niej mowa jest tym co konstytuuje dzisiejszy mechanizm kontroli nad masami. Jej niewidoczne procesy dotyczą niemalże każdego człowieka na świecie, wciągając go w wir procesów politycznych, którymi jeszcze w XIX wieku nie zaprzątał by sobie głowy. Obwieszczenie władcy wiszące na słupie, albo gazeta z informacjami XIX wieku zamieniły się na systemy nadające 24 godziny na dobę informacje modelujące współczesnego człowieka. Przez to świat zmienił się przez to bezpowrotnie, podobnie jak i człowiek.

W tej serii artykułów, na podstawie cytatów z książki Jacquesa Ellula pt. „Propaganda”, postaramy się więc zarysować czym jest propaganda, taka jaka istniała w latach 1960., starając się odnieść ją do dzisiejszych realiów gdzie nowoczesne technologie telewizji satelitarnych, telefonów komórkowych, internetu, sieci społecznościowych, nowych technik psychologicznych, inżynierii społecznej, NLP, ekonomii behawioralnej, neurologii, nowych technik przekazywania obrazu (np. 3D, HD, 4K) itd. stają się normą i które jedynie dodały do fundamentu który skryształizował się w latach 1960.

Ellul opisał trzy główne systemy propagandy – Związku Radzieckiego, Chin i Stanów Zjednoczonych. Są to najważniejsze systemy propagandowe pod względem zakresu, głębokości, i spójności, reprezentujące trzy zupełnie różne typy i metody propagandy. Obecnie systemy te przechodzą przez proces unifikacji, gdzie metody sowieckie można zaobserwować w propagandzie amerykańskiej, europejskiej a amerykańskie np w chińskiej, co poszerza znacznie wachlarz możliwości propagandzistów prowadząc do syntezy tych szkół. Najbardziej znaczące rozróżnienie propagandy u Ellula jest między propagandą agitacji i propagandą integracji. Pierwsza prowadzi ludzi od zwykłej niechęci do buntu; ostatnia ma na celu dostosowanie się jednostek do pożądanых wzorców. Te dwa rodzaje propagandy opierają się na zupełnie innym zestawie technik. Oba istnieją na całym świecie. Propaganda integracji jest potrzebna zwłaszcza do technologicznego rozwoju społeczeństwa i jego technicznych środków, z kolei środki masowego przekazu sprawiają, że taka propaganda integracyjna jest możliwa. Propaganda nie jest więc tylko techniką, ale jest również niezbędnym warunkiem dla rozwoju postępu technicznego oraz ustanowienia technologicznej cywilizacji.

Propaganda według Ellula jest, przede wszystkim tworzona z woli do działania, w celu skutecznego uzbrojenia polityki, dając nieodpartą siłę jej decyzjom. Każdy, kto kontroluje ten instrument przejmuje się jedynie jego efektywnością. To jest najwyższe prawo, które nie może zostać zapomniane, gdy zjawisko propagandy jest analizowane. Nieskuteczna propaganda nie jest propagandą. Instrument ten należy do technologicznego wszechświata, współdzieli jego właściwości i jest nierozzerwalnie z nim związany. Ellul również bada czy demokracja, chrześcijaństwo czy humanizm mogą być propagowane przez techniki nowoczesnej propagandy; śledzi podobieństwa między wszystkimi – komunistycznymi, nazistowskimi, demokratycznymi propagandami. Uważa, że nikt nie może korzystać z tej wewnętrznie niedemokratycznej broni – a raczej, oddać się jej – bez szwanku lub bez przeprowadzania

głębokich przemian społecznych w procesie. Pokazuje nieunikniony, niechciany efekt propagandy, z którego „dobry” propagandzista nie zdaje sobie sprawy, to jest „rezultatu” każdej poważnej działalności propagandowej i wszystkich jej zgubnych konsekwencji. Co jest najgorsze: proces raz w pełni uruchomiony, wydaje się być nieodwracalnym. Ostatecznie autor stwierdza, że jego zdaniem, propaganda jest dziś największym zagrożeniem dla ludzkości i demokratycznego świata. Czy może mieć rację?

Wstęp

We wstępie autor zaznacza główne problemy i zasięg propagandy, jej miejsce w technologicznym społeczeństwie i charakter jej bezwzględного mechanizmu w rękach instytucji mających do niej dostęp. Jest to generalny zarys, który będzie dalej wnikliwie analizowany.

„W najszerszym ujęciu system propagandy obejmuje:

XIII. Psychologiczne działanie: Propagandzista dąży do zmiany opinii wykorzystując czysto psychologiczne metody, najczęściej podąża za pół-edukacyjnym celem, odnosząc się do swoich współobywateli.

Wojnę psychologiczną: Tutaj propagandzista ma do czynienia z zagranicznym przeciwnikiem, którego morale stara się zniszczyć przez środki psychologiczne tak, że przeciwnik zaczyna wątpić w słuszność swoich przekonań i działań.

Reedukację i pranie mózgu: Złożone metody transformacji przeciwnika w sojusznika, które mogą być używane tylko na więźniach.

Stosunki ludzkie i publiczne [PR]: muszą być koniecznie zawarte w propagandzie. To stwierdzenie może zaszokować niektórych czytelników, ale pokażemy, że te działania są propagandą, ponieważ zmierzają do dostosowania jednostki do

społeczeństwa, do poziomu życia, do działania. Służą by jednostki zachowywały się konformistycznie, co jest celem wszelkiej propagandy”.

XIV. „Ponieważ demokracja jest dobra, a dyktatura zła, propaganda służąca demokracji jest dobra, nawet jeśli techniki są identyczne z propagandą służącą dyktaturze. Albo, ponieważ socjalizm jest dobry a faszyzm zły, propaganda nie jest zupełnie zła w rękach socjalistów, ale jest całkowicie zła w rękach faszystów. Odrzucam taką postawę. Propaganda jako zjawisko jest zasadniczo taka sama w Chinach, ZSRR, Stanach Zjednoczonych czy Algierii”.

XV. Współczesny człowiek oddaje cześć »faktom« – to znaczy, iż akceptuje „fakty” jako ostateczną rzeczywistość. Jest przekonany co do tego, że to co jest, jest dobre. Uważa, że fakty same w sobie zaświadczenia i są dowodem, i chętnie podporządkowuje im swoje wartości; jest posłuszny temu, co uważa za konieczność, która w jakiś sposób łączy się z ideą postępu. Ta stereotypowa postawa ideologiczna nieuchronnie prowadzi do pomylenia osądów względem prawdopodobieństwa z osądami względem wartości.

Ponieważ fakt jest jedynym kryterium, oznacza że musi być dobry. W związku z tym zakłada się, że każdy, kto stwierdza fakt (nawet bez osądu względem niego) tym samym popiera go. Każdy, kto twierdzi (po prostu wypowiadając, pogląd oparty na prawdopodobieństwie), że komuniści wygrają jakieś wybory, jest od razu uznawany za zwolennika komunistów; każdy kto mówi, że cała działalność człowieka jest coraz bardziej zdominowana przez technologię jest postrzegany jako »technokrata« i tak dalej.

Wraz z tym jak przystąpimy do analizy rozwoju propagandy, do rozważenia jej niezaprzeczalnego wpływu na współczesny świat i jej połączenia ze wszystkimi strukturami naszego społeczeństwa, czytelnik będzie kuszony by przyznać zgodę na funkcjonowanie propagandy. Ponieważ propaganda jest

przedstawiona jako konieczność, takie dzieło zatem zmusza autora do czynienia propagandy, do wspierania jej, i jej zintensyfikowania. Chcę podkreślić, że jest to jak najdalsze od mojego myślenia, takie założenie jest możliwe tylko przez tych, którzy wielbią fakty i władzę. Moim zdaniem, potrzeba nigdy nie ustanawia zasadności działań; świat z konieczności jest światem słabości, światem który odrzuca człowieka. Aby powiedzieć, że zjawisko jest konieczne oznacza, dla mnie, że odrzuca człowieka: konieczność zjawiska jest dowodem na władzę, a nie dowodem jego doskonałości.

XVI. Siła propagandy jest bezpośrednim atakiem na człowieka. Pytanie jakie należy zadać to jak wielkie jest to niebezpieczeństwo. Najwięcej odpowiedzi opiera się na braku zrozumienia zagadnienia i dogmatach. W ten sposób komuniści, którzy nie wierzą w ludzką naturę, ale tylko w ludzką kondycję twierdzą, iż propaganda jest wszechmocna, uzasadniona (ilekroć ją wykorzystują) i przyczynia się do stworzenia nowego typu człowieka. Amerykańscy socjologowie próbują naukowo umniejszać skuteczności propagandy, ponieważ nie mogą pogodzić się z myślą, że jednostka – podstawa demokracji – może być tak ułomna jak również dlatego, że zachowują swoją ostateczną ufność w człowieka. [...] Jeśli jestem za demokracją, to mogę jedynie ubolewać nad tym, że propaganda czyni ją w istocie prawie niemożliwą. Myślę, że byłoby jeszcze gorzej, bawić się złudzeniami co do współistnienia prawdziwej demokracji i propagandy.

XVII. W chwili obecnej, propaganda jest najgłębszym i najbardziej nieuchwytnym, przejawem tej tendencji. Propaganda musi być postrzegana jako element w centrum rosnących kompetencji państwowych i rządowych oraz administracyjnych technik.

XVIII. W pośrodku zwiększania mechanizacji i organizacji technologicznej, propaganda po prostu oznacza, środki mające na celu zapobieganie by procesy te nie były odczuwane jako zbyt uciążliwe, jednocześnie przekonując człowieka by poddał

się im z ufnością. Kiedy człowiek będzie w pełni przystosowany do tego technologicznego społeczeństwa, gdy w końcu podporządkuje się z entuzjazmem, przekonany o doskonałości tego, do czego jest przymuszony, ograniczenia organizacji nie będą dłużej odczuwalne, prawda jest taka, że nie będą już dłużej ograniczeniami, a policja nie będzie miała nic do roboty. Społeczna i technologiczna dobra wola i entuzjazm dla odpowiednich mitów – obydwie stworzone przez propagandę – w końcu rozwiążą ludzki problem.

4. Przede wszystkim współczesna propaganda oparta jest na naukowych analizach psychologii i socjologii. Krok po kroku, propagandzista buduje swoje techniki na podstawie swojej wiedzy o człowieku, jego skłonnościach, jego pragnieniach, jego potrzebach, jego mechanizmach psychicznych, jego uwarunkowaniach- opierając się w takim samym stopniu na psychologii społecznej co na psychologii głębi. Kształtuje on swoje procedury na podstawie naszej wiedzy o grupach oraz prawach ich powstawania i rozpadu, masowych wpływach i ograniczeniach środowiskowych. Bez badań naukowych współczesnej psychologii i socjologii nie byłoby propagandy, to znaczy nadal bylibyśmy zanurzeni w prymitywnej propagandzie, która istniała w czasach Peryklesa i Augusta. [...] Po drugie, propaganda jest nauką, ponieważ dąży do ustanowienia zbioru zasad, rygorystycznych, precyzyjnych i sprawdzalnych, które są nie tylko gotowymi przepisami, ale nakładane są na każdego propagandzistę, który coraz mniej może podążać za własnymi impulsami. Musi się stosować coraz bardziej dokładnych i precyzyjnych formuł, które mogą być stosowane przez każdego z właściwym przeszkoleniem- co jest wyraźnie charakterystyczne dla technik opartych na wiedzy. Po trzecie, co jest potrzebne w dzisiejszych czasach to dokładna analiza zarówno środowiska jak i jednostek, które mają być poddane propagandzie.

Cechy zewnętrzne propagandy – jednostka i masy

6. Każda, nowoczesna propaganda będzie przede wszystkim kierowana w tym samym czasie do jednostki i do mas. Nie można rozdzielić tych dwu elementów. Dla propagandy dotarcie do człowieka, w jego izolacji, z dala od tłumu, jest niemożliwością. Jednostka leży poza zainteresowaniem propagandzisty, jako wyizolowana osoba posiada zbyt dużą odporność na działania zewnętrzne. Aby była skuteczną, propaganda nie może się zajmować detalami, nie tylko dlatego, że aby wygrać jeden na jeden z jednostką trwa zbyt długo, ale również dlatego, że stworzenie pewnych przekonań w pojedynczej osobie jest zbyt trudne. Propaganda zanika gdzie zaczyna się prosty dialog. I dlatego, w szczególności, eksperymenty przeprowadzone w Stanach Zjednoczonych, aby ocenić skuteczność niektórych metod propagandowych lub argumentów na pojedynczych jednostkach nie są jednoznaczne: nie odtwarzają rzeczywistej sytuacji propagandowej. [...] Nowoczesna propaganda dociera do osób zamkniętych w masie, jak i uczestników tej masy, jednocześnie biorąc na cel tłum, ale tylko jako ciało składające się z jednostek.

7. Co to znaczy? Przede wszystkim, że jednostka nigdy nie jest traktowana jako jednostka, ale zawsze chodzi o to, co ma wspólnego z innymi, np jej motywacje, jej uczucia, lub mity. Jest zredukowana do średniej, i z wyjątkiem małego procenta osób, działania oparte na średnich będą skuteczne. Co więcej, osoba jest uważana za część masy i jest zawarta w niej (i, w miarę możliwości systematycznie włączana do niej), ponieważ w ten sposób jej psychiczne mechanizmy obronne są osłabione, a jej reakcje są łatwiejsze do sprowokowania. Propagandzista zyskuje na procesie dyfuzji emocji poprzez masę, i w tym samym czasie poprzez presję odczuwaną przez jednostkę w grupie. Emocjonalność, impulsywność, podekscytowanie, itp. – wszystkie te charakterystyki jednostki w masie są dobrze znane i bardzo

pomocne dla propagandy. Dlatego nigdy nie można odnosić się do jednostki jako będącej w osamotnieniu, słuchacz audycji radiowej, chociaż w rzeczywistości sam jest jednak częścią dużej grupy, i jest on tego świadomy. Stwierdzono, iż Słuchacze radia wykazują mentalność mas.

7. Natomiast, gdy propaganda skierowana jest do tłumu, musi dotknąć każdą osobę w tym tłumie, w całej tej grupie.

8. W rzeczywistości, po prostu dlatego, że ludzie są w grupie, a więc są osłabieni, otwarci, w stanie regresji psychologicznej, bardziej udają »silne jednostki«. Człowiek masowy jest wyraźnie podczłowiekiem, ale udaje superczłowieka. Jest bardziej podatny na sugestie, ale podkreśla, że jest silniejszy; jest bardziej niestabilny, ale myśli, że jest niewzruszony w swoich przekonaniach. Jeśli ktoś otwarcie traktuje masę jako masę, to osoby, które ją tworzą poczuć się zbagatelizowane i odmówią brania w niej udziału. Jeśli ktoś traktuje osoby jako dzieci (a nimi są, ponieważ są one w grupie), to nie będą one akceptować projekcji swoich liderów i identyfikować się z nimi. Wycofają się i nie będziemy w stanie nic od nich uzyskać.

8. Tak więc współczesna propaganda zyskuje na fakcie istnienia struktury mas, wykorzystując jednocześnie indywidualne potrzeby samorealizacji. Działania w obu tych kierunkach muszą być prowadzone wspólnie, jednocześnie. Oczywiście ta operacja jest znacznie ułatwiona przez istnienie nowoczesnych mediów komunikacyjnych, które posiadają dokładnie ten niezwykły efekt, iż docierają do całego tłumu na raz, i jednocześnie docierając do każdego w tym tłumie z osobna. Czytelnicy wieczornej gazety, słuchacze radia, widzowie filmu i TV z pewnością stanowią masę, która istnieje organicznie, będącą w rozproszeniu i nie zebraną w jednym punkcie. Osoby te są powodowane przez te same motywy, otrzymują te same impulsy i wrażenia, koncentrując się na tych samych punktach zainteresowania, doświadczają tych samych uczuć, mają zasadniczo tą samą kolejność reakcji i pomysły, partycypują w

tych samych mitach i wszystko to w tym samym czasie: to, co tutaj obserwujemy jest naprawdę psychologiczną, jeśli nie biologiczną masą. Ludzie są modyfikowani przez istnienie w niej, nawet jeśli nie zdają sobie z tego sprawy. A jednak każdy z nich jest sam- czytelnik gazety, słuchacz radia. Dlatego też czuje się indywidualnie zatroskany jako osoba, jako uczestnik. Widz filmu także jest samotny, choć łokieć w łokieć siedzi z innymi, to z powodu ciemności i hipnotycznego przyciągania ekranu jest doskonale sam. To jest sytuacja »samotnego tłumu« lub izolacji w masie, co jest naturalnym produktem współczesnego społeczeństwa co jest wykorzystywane i na czym opierają się środki masowego przekazu. Najkorzystniejszy moment, aby przejąć człowieka i wpłynąć na niego to moment gdy jest sam w masie: to właśnie w tym momencie, propaganda może być najbardziej skuteczną.

9. W rzeczywistości propaganda nie może istnieć bez korzystania ze środków masowego przekazu. Jeśli, przez przypadek, propaganda skierowana jest do zorganizowanej grupy, to nie może mieć praktycznie żadnego na nią wpływu dopóki jednostki w tej grupie nie zostaną sfragmentowane. [...] Tylko wtedy gdy bardzo małe grupy zostają unicestwione, gdy jednostka jest pozbawiona obrony, równowagi, oporu realizowanego przez grupę do której przynależy, całkowite działanie propagandy staje się możliwe.

Dlatego też coraz większy nacisk kładziony jest na wschodnie modele propagandy w świecie zachodnim, gdzie zachowania jednostek zawsze poddane są kontroli i ocenie mas. Z tego też powodu niszczone są podstawowe, lub potencjalne grupy społeczne mogące zagrozić odgórnemu, propagandowemu procesowi unifikacji takie jak rodzina, związki zawodowe, niezależne grupy, religie itd by następnie rozproszone jednostki unifikować w główny nurt. Widać to również bardzo wyraźnie na przykładzie rozwijających się portali społecznościowych czy systemów zbiorowych zakupów a'la Groupon gdzie potrzeby jednostek wtłaczane są w bardzo wyraźnie skategoryzowane

środowisko presji, gdzie potrzeba współuczestniczenia ma swoją cenę w postaci represji własnego ja w masie oraz kontroli aktywności przez instytucje realizujące propagandę. Jest już dziś pewnym, iż systemy te służą do badania w czasie rzeczywistym opinii publicznej, nastrojów społecznych jak również skuteczności metod propagandowych, jak również symulacji programów propagandowych zanim będą one przeprowadzone w świecie realnym”.

Totalna propaganda

Jak pisze Ellul propaganda jest zjawiskiem ciągłym, bez ustanku wykorzystującym i formującym społeczne nurty. Dla realizacji swoich celów...

„9. Propagandzista musi wykorzystać wszystkie techniczne środki dostępne do jego dyspozycji – prasę, radio, telewizję, filmy, plakaty, spotkania, wycieczki po domach. Współczesna propaganda musi korzystać z wszystkich tych mediów, nie ma propagandy tak długo, jak posługuje się sporadycznie i losowo, to artykułami prasowymi, to plakatami lub programami radiowymi, organizuje kilka spotkań i wykładów, wypisze kilka haseł na ścianach. To nie jest propaganda. Każde wykorzystywane medium ma swój własny sposób penetracji, specyficzny, ale jednocześnie lokalny i ograniczony, nie będący w stanie samodzielnie atakować jednostki, przełamać jej oporu by zmieniła swoje decyzje.

10. Publiczne spotkania plakaty są bardziej odpowiednimi narzędziami do zapewnienia propagandy szoku, intensywnej, ale tymczasowej prowadzącej do natychmiastowego działania. Prasa skłania bardziej do kształtowania ogólnych poglądów, radio wydaje się być instrumentem międzynarodowej akcji i wojny psychologicznej, a prasa jest używana w kraju.

Propaganda jako zjawisko totalne przywłaszcza sobie wszystkie kanały komunikacji (radio, TV, gazety) łącznie z programami nauczania, włączając w to przemysł rozrywki oraz główne ruchy

religijne. Te kanały komunikacji mogą działać na dwóch poziomach: jawnym i tajnym (czarna propaganda). Propaganda nie może być usatysfakcjonowana częściowym sukcesem, ponieważ nie toleruje dyskusji; ze swej natury, wyklucza sprzeczności i dyskusje” – pisze Ellul.

„13. Edukacja i szkolenia są nieuchronnie przejęte, jak to po raz pierwszy pokazało Imperium napoleońskie. Nie można tolerować kontrastu między nauczaniem a propagandą, między krytycznym duchem wytworzonym przez szkolnictwo wyższe a wykluczeniem niezależnego myślenia. Trzeba wykorzystać edukację młodych by przygotować ich na to, co przyjdzie później. W takich warunkach szkoły i wszystkie metody nauczania są przekształcane, z dzieckiem, włączanym do konformistycznych grup w taki sposób, że indywidualista jest tolerowany nie przez władze, ale przez rówieśników. Religia i Kościoły są ograniczone w tym by utrzymać swoje miejsce w orkiestrze, jeśli chcą przetrwać.

14. Wreszcie, propaganda przejmie literaturę (teraźniejszości i przeszłości) i historię, które muszą być zapisane w zależności od potrzeb propagandy. Nie możemy powiedzieć: że to czynią tyranii, autokratycznych, rządów totalitarnych. W rzeczywistości jest to wynik samej propagandy. Propaganda nosi w sobie wewnętrzną potrzebę, prawo do przejmowania wszystkiego, co może jej służyć. Pamiętajmy niewinny przykład demokratycznej, liberalnej, republikańskiej propagandy, która bez wahania przejęła wiele rzeczy w XIX wieku (być może nieświadomie, w dobrej wierze, ale to nie jest usprawiedliwienie).

14. Kiedy osoba czyta coś jeden raz, uśmiecha się. Jeśli czyta to tysiąc razy, i nie czyta niczego innego, to musi poddać się zmianom. I musimy zastanowić się nad perspektywą szkody poniesionej przez całe społeczeństwo, gdzie teksty takie jak ten (opublikowane w tysiącach) mogą być rozprowadzane i traktowane poważnie nie tylko przez władze, ale przez intelektualistów. Ta całkowita zmiana perspektywy

światopoglądu jest podstawowym elementem totalitarnej propagandy.

15. Żadna bezpośrednia propaganda nie może być skuteczna bez wstępnej propagandy, która bez bezpośredniej lub zauważalnej agresji, ogranicza się do tworzenia niejasności, ograniczania uprzedzeń i rozpowszechniania obrazów, pozornie bez celu. Widz będzie znacznie bardziej skłonny wierzyć w wielkość Francji, gdy widział kilkanaście filmów na temat [wydobycia/produkcji] francuskiej ropy naftowej, kolei, czy odrzutowców. Podłoże musi być socjologicznie przygotowane przed przystąpieniem do bezpośredniego wpływu. [...] Musimy także rozróżniać tajną propagandę i jawną propagandę. Pierwsza próbuje ukryć swoje cele, tożsamość, znaczenie i źródła. Ludzie nie zdają sobie sprawy, że ktoś stara się na nich wpływać, i nie czują, że są pchani w określonym kierunku. Jest to często nazywane »czarną propagandą«.

16. Ukryta propaganda jest bardziej skuteczna, jeśli celem jest prowadzenie swoich zwolenników w pewnym kierunku, bez ich wiedzy. Również jest niezbędnym by wykorzystywać czasem jedno, czasem drugie na tej samej grupie; Naziści wiedzieli o tym bardzo dobrze, stosując na przemian długie milczenie, tajemnicę, ujawnienie tajemnicy, okresy oczekiwania, które podnosiły poziom lęku, by potem, nagle z hukiem ogłosić decyzję, burzę, sztorm, który wydaje się tym bardziej gwałtowny, ponieważ rozpada się w milczeniu. Wreszcie, dobrze wiemy, że połączenie ukrytej propagandy i propagandy jawnej jest prowadzone tak, że coraz bardziej biała propaganda staje się przykrywką i maską dla czarnej propagandy, że pierwsza otwarcie przyznaje istnienie jednego rodzaju propagandy i jej organizacji, środków, i celów, ale to wszystko jest tylko fasadą, aby przyciągnąć uwagę osób i zneutralizować ich instynkt oporu, podczas gdy inne osoby, za kulisami, pracują nad opinią publiczną w zupełnie innym kierunku, starając się wzbudzić bardzo różne reakcje, wykorzystując nawet istniejący opór wobec jawnej propagandy.

16. Demokratyczna propaganda – w której polityk wyciąga rękę do obywatela – jest tego typu. Pośrednie podżeganie, opiera się na różnicy pomiędzy mężem stanu, który podejmuje działania a społeczeństwem, którego rola ogranicza się do biernej akceptacji i uległości. Istnieje tutaj wpływ przymusu i posłuszeństwo; jest to jedna z charakterystyk autorytarnej propagandy”.

Otwarcie przyznajemy, że chcemy mieć wpływ naszych obywateli. Przyznając, że to jest najlepszy sposób by to osiągnąć. Stąd stworzenie oficjalnego Ministerstwa Propagandy. W każdym razie, jak Goebbels również powiedział, kiedy wiadomości które mają być upowszechniane brzmią niewiarygodnie muszą być rozpowszechnione przez tajną, czarną propagandę. Jeśli chodzi o cenzurę to powinna być tak ukryta i tajna, jak to tylko możliwe. Ponadto, wszyscy poważni propagandyści wiedzą, że cenzura powinna być używana w jak najmniejszym stopniu.

Ciągłość i czas propagandy

„17. Propaganda musi być ciągła i trwała, w tym, że nie wolno jej pozostawiać żadnych przerw. Musi wypełnić obywatela cały dzień przez wszystkie jego dni; musi być trwała w tym, że funkcjonuje przez bardzo długi okres czasu. Propaganda dąży do tego by jednostka żyła w odrębnym świecie, by nie miała żadnych, zewnętrznych punktów odniesienia. Nie można pozwolić na chwilę medytacji czy refleksji, w której jednostka znajdzie się vis-a-vis propagandzisty, jak to się dzieje, gdy propaganda nie jest ciągła. W takim momencie osoba wyrwa się z uścisku propagandy.

Zamiast tego, prowadzona z sukcesem propaganda zajmuje każdą chwilę życia jednostki: poprzez plakaty i megafony gdy jest na spacerze, przez radio i gazety w domu, poprzez spotkania i filmy wieczorem. Nie można pozwolić jednostce, aby przyszła do siebie, aby się pozbierała, by pozostała nietknięta przez propagandę w dowolnym, stosunkowo długim okresie czasu,

ponieważ propaganda nie działa jak dotknięcie magiczną różdżką. Jest ona oparta na powolnym, stałym nasycaniu.

18. By uniemożliwić mu znalezienie zewnętrznych punktów odniesienia, [propaganda] chroni go przez cenzurowanie wszystkiego, co może przyjść z zewnątrz. Powolne budowanie odruchów i mitów, psychologicznego środowiska i uprzedzeń, wymaga długoterminowej propagandy. [...] Propaganda jest działaniem ciągłym, bez porażek i przerw: jak tylko skutki jednego impulsu słabną, jest wznawiana przez kolejny. W żadnym momencie nie odnosi porażki by wpływać na odbiorcę. Jak tylko jeden efekt słabnie, następuje kolejny szok. Ciągła propaganda przekracza indywidualne zdolności utrzymania uwagi lub adaptacji, a tym samym możliwości oporu jednostki.

19. Jeśli jeden odizolowany element propagandy lub kampanii pojawia się bez wzmożonego wysiłku, kontrast jest tak silny, że człowiek może rozpoznać go wyraźnie jako propagandę i zacząć uważać. To jest dokładnie to, co dzieje się w kampanii wyborczej, jednostka może się bronić, gdy pozostawiona jest sama sobie w swojej codziennej sytuacji. To dlatego śmiertelnym dla skuteczności propagandy, jest to aby działać w sposób przerywany, poprzez duże, głośne kampanie oddzielone długimi przerwami. W takim przypadku jednostka będzie zawsze znajdowała swoją podporę, będzie wiedziała w jaki sposób odróżnić propagandę od reszty tego co podaje prasa w zwykłych okolicznościach.

20. Dlatego nieprzerwana propaganda musi najpierw powoli tworzyć klimat, a potem uniemożliwić osobom dostrzeżenie szczególnego działania propagandowego, w kontraście do zwykłych codziennych zdarzeń.

Organizacja propagandy

20. Na początek, propaganda musi być zorganizowana na różny sposób, aby nadać jej powyższe cechy (ciągłość, czas trwania, połączenie różnych mediów), wymagana jest organizacja

kontrolująca środki masowego przekazu, która jest w stanie z nich korzystać w pełnym zakresie, obliczać wpływ takiego lub innego sloganu lub zastępować jedną kampanię drugą. Musi istnieć rozporządzająca organizacja. Każde współczesne państwo musi mieć Ministerstwo Propagandy, bez względu na to jaka jest jego aktualna nazwa.

21. Ponieważ przedsięwzięcia propagandowe są ograniczone przez konieczność fizycznej organizacji i działania, bez których propaganda praktycznie nie istnieje- skuteczna propaganda może działać tylko wewnątrz grupy, głównie wewnątrz narodu.

22. Nie można dotrzeć [z propagandą] do innego narodu w inny sposób jak poprzez symbole, poprzez prasę i radio, i nawet wtedy tylko w sporadycznych przypadkach. Taki wysiłek może w najlepszym przypadku zasiać pewne wątpliwości, jakieś poczucie niejasności, sprawić by ludzie zadali sobie pytania, wpływać na nich przez sugestię. W przypadku wojny, wróg nie będzie zdemoralizowany taką abstrakcyjną propagandą, chyba że jest w tym samym czasie pobity przez armie i atakowany przez bombowce. Trudno oczekiwać wspaniałych rezultatów po prostym rozpowszechnianiu słów, chyba że przygotujemy na to poprzez edukację (pre-propagandę) i utrzymamy przez organizację i działania.

22. Niemniej jednak, wszelka propaganda przedkładająca fałszywe obietnice obraca się przeciwko propagandziście”.

Ciąg dalszy nastąpi

Źródło: PrisonPlanet.pl