

Propaganda. Jak to działa? – 4

21 października 2022

Propaganda wzrasta na zgłiszczach realnych relacji społecznych tworzonych przez tysiąclecia. Małe miejscowości, wioski, rodziny mają swój model interakcji, podobnie grupy społeczne, zawodowe, mają swoje standardy i język wypracowany przez wiele pokoleń. Istnieją niepisane prawa, istnieją tematy tabu, istnieją nienaruszalne od setek lat definicje. Wszystko to musi być zniszczone, wszystkie te grupy odniesienia, wiedza, kultura a nawet język muszą być zdegradowane i zestandaryzowane aby mogła swobodnie działać propaganda.

WARUNKI ISTNIENIA PROPAGANDY

„88. Dlaczego i w jaki sposób propaganda istnieje? Zauważyliśmy już, że propaganda nie była taka sama w przeszłości, jak jest dzisiaj, że jej charakter się zmienił. Powiedzieliśmy też, że nie można po prostu robić jakiegokolwiek propagandy gdziekolwiek, w dowolnym czasie, lub w jakikolwiek sposób. Bez pewnego środowiska społecznego propaganda nie może istnieć. Tylko w pewnych warunkach zjawisko propagandy może pojawić się i wzrastać. Najbardziej oczywiste z nich to przypadkowe lub czysto historyczne warunki. Poza tym oczywiste jest, na przykład, że pojawienie się propagandy połączone jest z szeregiem odkryć naukowych.

89. Nowoczesna propaganda nie może istnieć bez mass mediów, i wynalazków które stworzyły prasę, radio, telewizję i film, lub tych, które stworzyły środki nowoczesnego transportu które pozwoliły tłumom różnych osób zbierać się łatwo i często. Współczesne spotkania propagandowe kompletnie nie przypominają wcześniejszych, posiedzeń Ateńczyków w Agorze lub Rzymian w Forum. Mamy też badania naukowe we wszystkich innych dziedzinach- na przykład socjologii i psychologii. Bez: odkryć

dokonanych w ciągu ostatniego półwiecza przez naukowców, którzy „nigdy jej nie chcieli” nie byłoby propagandy. Wnioski z psychologii społecznej, psychologii głębi, behawioryzmu, socjologii grup, socjologii opinii publicznej są fundamentami pracy propagandzisty.

94. Osoba wyprodukowana przez społeczeństwo masowe jest bardziej dostępna, bardziej łatwowierna, bardziej podatna na sugestie, bardziej pobudliwa. W takich warunkach propaganda może rozwijać się najlepiej. Ponieważ społeczeństwo masowe istniało w Europie Zachodniej pod koniec XIX wieku i pierwszej połowie XX, propaganda stała się możliwa i konieczna.

94. Tak więc masy we współczesnym społeczeństwie sprawiły, iż propaganda stała się możliwą, w rzeczywistości propaganda może działać tylko wtedy, gdy ludzka psychologia poddana jest wpływowi tłumu lub masy, do której przynależy. Poza tym, jak już wspomniano, środki rozpowszechniania propagandy zależą od istnienia mas. W Stanach Zjednoczonych środki te nazywane są środkami masowego komunikowania nie bez powodu: bez masy która otrzymuje propagandę i rozpowszechnia jej dalej, propaganda nie jest możliwa.

95. Tak więc, aby propaganda była skuteczna psychologicznie i socjologicznie, wymagane jest połączenie zjawisk demograficznych.

96. Mimo, że nie będziemy poruszali spraw indywidualnej psychologii, musimy pamiętać, o doskonałych słowach Stoetzela, że warunki życia w społeczeństwach masowych mają tendencję do mnożenia indywidualnych frustracji. Wytwarzają one abstrakcyjne, fragmentaryczne relacje między ludźmi... całkowicie pozbawione intymności... Można zauważyć, jak (rozwija się poczucie niepewności i lęku; prześledzić sprzeczności naszego środowiska; konfliktów między społecznie akceptowaną konkurencją i głoszeniem braterskiej miłości, między stałą stymulacją naszych potrzeb przez reklamę i naszych ograniczonych środków, między naszymi prawami a okowami

rzeczywistości. Propaganda odpowiada psychologicznie na tą sytuację. Fakt, że propaganda odnosi się do jednostki, ale działa na masy, wyjaśnia, na przykład, jedność pomiędzy rodzajami propagandy, które są wyraźnie zróżnicowane, takie jak propaganda opierająca się na prestiżu lidera (bohatera, a nawet eksperta) i propaganda opierająca się na prestiżu większości. Oczywiście przy realizowaniu propagandy oba rodzaje mają specyficzne funkcje. Ale ważne jest, aby podkreślić, że te dwa typy nie różnią się bardzo od siebie. Lider lub ekspert, który cieszy się autorytetem i prestiżem wśród masy jest człowiekiem, który najlepiej przemawia w imieniu tej masy. Zwykły człowiek może zobaczyć samego siebie odzwierciedlonego w jego przywódcy. Lider musi być sublimacją „zwykłego człowieka”.

97. Kiedy osoba podąża za liderem, w rzeczywistości podąża za masą, którą przywódca doskonale reprezentuje.

98. Propaganda rozwinęła się w społeczeństwach, które nie były ani indywidualistyczne ani masowe: społeczeństwo rosyjskie w 1917 r., dzisiejsze Chiny, Indochiny, świat arabski. Ale chodzi właśnie o to, że te społeczeństwa nie mogły i nie mogą zostać przechwycone, manipulowane i zmobilizowane przez propagandę, z wyjątkiem, gdy ich tradycyjne struktury rozpadają się, a nowe społeczeństwo jest tworzone. Społeczeństwo, które jest zarówno indywidualistyczne jak i masowe. Jeżeli do tego nie dojdzie propaganda pozostanie nieskuteczną. Dlatego też, jeśli nowe społeczeństwo nie ustawi się spontanicznie, czasem jest tworzone przez autorytarne państwa, które dopiero potem mogą wykorzystać propagandę. [...] W sowieckiej Rosji, propaganda była dokładnie zgodna z niszczeniem starych, organicznych grup i tworzeniem masowego społeczeństwa. Widzimy, iż to samo jest prawdą, w komunistycznych Chinach, które osiągnęły w ciągu trzech lat, przy użyciu przemocy, to co Związkowi Radzieckiemu zajęło dwadzieścia lat a co na zachodzie wypracowano naturalnie przez 150 lat, tj utworzenie określonych socjologicznych warunków w

środowisku, w którym propaganda może być w pełni skuteczna.

OPINIA

101. Trzecią cechą opinii publicznej jest to, że opinia ta jest tworzona przez bardzo wielu ludzi, którzy nie mogą przeżywać w ten sam sposób tego samego faktu, którzy oceniają go w odniesieniu do różnych standardów, mówią innym językiem, i nie współdzielą takiej samej kultury ani pozycji społecznej. Normalnie, wszystko ich dzieli. Oni naprawdę nie powinni być zdolni do wytworzenia opinii publicznej, a jednak tworzą. Jest to możliwe tylko wtedy, gdy wszystkie te osoby tak naprawdę nie znają faktów, ale tylko abstrakcyjne symbole, które dają faktom zarys, który może służyć za podstawę opinii publicznej. Opinia publiczna tworzy się wokół postaw i problemów teoretycznych wyraźnie nie związanych ze stanem faktycznym. Symbole najskuteczniejsze w kształtowaniu opinii publicznej są jak najbardziej odległe od rzeczywistości. Dlatego opinia publiczna zawsze opiera się na problemach, które nie opierają się na rzeczywistości.

102. Propaganda może istnieć tylko w społeczeństwach, w których opinia z drugiej ręki dominuje zdecydowanie nad opinią z pierwszej ręki i ta druga jest ograniczona i zepchnięta do pozycji mniejszości. Następnie, gdy jednostka znajdzie się między dwoma typami sprzecznych poglądów, zazwyczaj zrozumie ogólną, opinię publiczną. Odpowiada to, temu co powiedzieliśmy o społeczeństwie masowym.

MASS MEDIA KOMUNIKACJI

102. Ostatecznie jeden warunek jest podstawowy dla propagandy. Jak właśnie stwierdziliśmy, opinia nie może się sama wytworzyć w całym społeczeństwie jeśli nie istnieje masowy przekaz komunikacji. Jedno jest oczywiste: bez mediów nie może istnieć nowoczesna propaganda. Musimy wrócić do podwójnego czynnika niezbędnego by media stały się naprawdę narzędziami

propagandy. Takie instrumenty nie istnieją automatycznie lub w jakichkolwiek warunkach; muszą podlegać scentralizowanej kontroli, z jednej strony, i muszą być dobrze zdywersyfikowane w odniesieniu do swoich produktów z drugiej. Jeżeli produkcja filmów, prasy i transmisji radiowej nie jest sterowana centralnie propaganda nie jest możliwa. Tak długo, jak działa wiele niezależnych agencji informacyjnych, producentów kronik i różnorodnych lokalnych gazet, nie jest możliwa świadoma i bezpośrednia propaganda. Nie dlatego, że czytelnik lub widz ma prawdziwą wolność wyboru, którego, jak zobaczymy później nie ma, ale ponieważ żadne z mediów nie ma dość siły, by utrzymać jednostkę stale i we wszystkich kanałach komunikacji. Aby podać tylko jeden przykład lokalne wpływy są wystarczająco silne, aby zneutralizować wielką prasę krajową. Aby organizacja propagandy była możliwa, media muszą być skoncentrowane, liczba agencji informacyjnych zmniejszona, prasę należy sprowadzić pod pojedynczą kontrolę a radiowe i filmowe monopole muszą być ustanowione.

103. Tylko dzięki koncentracji w kilku rękach wielu mediów można osiągnąć prawdziwą koordynację działań, ciągłość, i wykorzystać naukowe metody wpływania na ludzi. Monopol państwowy lub prywatny jest równie skuteczny. Taka sytuacja jest w trakcie tworzenia, w USA, we Francji, w Niemczech, fakt ten jest dobrze znany. Ilość wydawanych gazet spada natomiast liczba czytelników wzrasta. Koszty produkcji stale się zwiększają i wymagają większej koncentracji kapitału, wszystkie statystyki na to wskazują. Ta koncentracja jedynie przyspiesza, dzięki czemu tworzy się sytuacja coraz bardziej korzystna dla propagandy.

104. Fakt ten, jest jeszcze bardziej uderzający w odniesieniu do gazet. Czytelnik kupuje gazetę którą lubi, gazetę, w której znajdzie dobrze odzwierciedlone swoje własne pomysły i opinie. To jest jedyna gazeta której chce, można więc powiedzieć, że naprawdę chce być poddany propagandzie. Chce poddać się temu wpływowi i faktycznie korzysta z wyboru kierunku w jakim

chciałby otrzymać propagandę. Jeśli przez przypadek znajduje w „swojej” gazecie artykuł który mu się nie podoba lub opinię, która różni się nieco od jego własnej, anuluje swoją subskrypcję. Nie może znieść czegokolwiek co nie mieści się w jego światopoglądzie. Jak dalej zobaczymy jest to dokładnie mentalność osoby poddanej propagandzie.

105. Kupno telewizora, co jest autonomicznym aktem jednostki, wpycha ją w psychologiczne i behawioralne struktury mas. Kiedy go kupuje, poddaje się zbiorowym motywacjom, a poprzez ten akt otwiera drzwi na propagandę. Tam gdzie ten podwójny proces koncentracji źródeł propagandy i masowego rozpowszechniania do odbiorców nie ma miejsca, nowoczesna propaganda nie może funkcjonować w społeczeństwie.

OBIEKTYWNE WARUNKI CAŁKOWITEJ PROPAGANDY – POTRZEBA PRZECIĘTNEGO POZIOMU ŻYCIA

105. Nowoczesna propaganda integracyjna nie może wpływać na osoby, które mieszkają na obrzeżach naszej cywilizacji, lub które mają zbyt niski standard życia. W krajach kapitalistycznych propaganda nie może dotrzeć do bardzo biednych, którzy nie mają radia lub telewizji i rzadko chodzą do kina. Komunistyczne kraje rozwiązały ten problem odbiornikami społecznymi i darmowymi filmami. Tak więc, nawet najbiedniejszego dosięgnie propaganda. Jednak interweniują inne przeszkody. Naprawdę najbiedniejsi, nie mogą być poddani propagandzie integracji, ponieważ bezpośrednie zagrożenia życia codziennego pochłaniają ich wszystkie możliwości i działania i przez to nie można być pewnym, że biedny może być pchnięty ku rebelii, do wybuchu przemocy, może być poddany propagandzie agitacyjnej i pobudzony i podekscytowany do punktu w którym dokona kradzieży i morderstwa. Jednak nie może być przeszkolony przez propagandę, kontrolowany, kierowany i usytuowany. [...] Powszechnie wiadomo, że w krajach zachodnich

propaganda jest szczególnie skuteczna w górnym segmencie klasy robotniczej i klasy średniej. Ma znacznie większe problemy z proletariatem i chłopstwem.

106. Badania pokazują, że większość propagandzistów jest rekrutowanych z klasy średniej. Zasięg oddziaływania propagandy jest większy i obejmuje niższą klasę średnią jak również wyższą klasę pracującą. Przez podniesienie poziomu życia ludzi nie uodparniamy ich na propagandę- wręcz przeciwnie. Oczywiście, jeśli wszyscy znaleźli by się na poziomie górnej klasy średniej, dzisiejsza propaganda miała by mniejsze szanse na sukces. [...] Dlatego dostosowanie stało się jednym z kluczowych słów wszelkich psychologicznych oddziaływań.

ŚREDNIA KULTURA

108. Nie mówimy tu o inteligencji, niektóre prymitywne plemiona są z pewnością inteligentne, ale mają inteligencję zbyt odległą względem naszych koncepcji i zwyczajów. Potrzebna jest podstawa np w postaci edukacji, człowiek, który nie umie czytać umknie większości propagandy, podobnie jak człowiek, który nie jest zainteresowany czytaniem. Ludzie niegdyś uważali, że nauka czytania jest dowodem ludzkiego postępu; nadal świętują spadek analfabetyzmu jako wielkie zwycięstwo; potępiają kraje z dużym odsetkiem analfabetów; uważają, że czytanie jest droga do wolności. [...] Większość ludzi, być może 90 procent, umie czytać, ale nie wykorzystuje ponad to własnej inteligencji. Przypisują autorytetowi i słowu drukowanemu wybitną wartość lub, przeciwnie, odrzucając je w całości. Ponieważ osoby te nie posiadają wystarczającej wiedzy do refleksji i rozeznania, wierzą lub nie wierzą w całości w to co czytają. I wraz z tym jak tacy ludzie, wybierają najprostszy, a nie najtrudniejszy tekst pisany, są właśnie na poziomie, na którym drukowane słowo może ich usidlić i przekonać, bez sprzeciwu. Są doskonale przystosowani do propagandy.

109. Najbardziej oczywistym wynikiem edukacji podstawowej w XIX i XX wieku było stworzenie jednostki podatnej na super-propagandę. Nie ma szans na podniesienie poziomu intelektualnego zachodnich społeczeństw wystarczająco i na tyle szybko, aby zrekompensować postęp propagandy. Techniki propagandowe posunęły się do przodu o wiele szybciej niż zdolność rozumowania przeciętnego człowieka. Aby wypełnić tę lukę i intelektualnie ukształtować człowieka, poza ramami propagandy jest prawie niemożliwe. Faktycznie, to co się dzieje, i to, co widzimy wokół nas jest twierdzeniem, iż propaganda jest sama w sobie naszą kulturą i powinniśmy się jej uczyć. Tylko w, i przez propagandę masy mają dostęp do ekonomii politycznej, polityki, sztuki czy literatury. Szkolnictwo podstawowe pozwala wejść w sferę propagandy, w której następnie ludzie otrzymują ich intelektualne i kulturalne środowisko. Do niewychowanego człowieka propaganda nie może dotrzeć. Doświadczenia i badania wykonane przez Niemców w latach 1933 i 1938 wykazały, że w odległych obszarach, gdzie ludzie nie wiedzieli, jak czytać, propaganda nie miała na nich wpływu. To samo jest prawdą w odniesieniu do ogromnego wysiłku w świecie komunistycznym, aby uczyć ludzi, jak czytać.

110. W Chinach Mao uprościł plan w jego walce z analfabetyzmem, a w niektórych miejscach w Chinach stworzono nowy alfabet. Nie miało by to większego znaczenia, gdyby nie fakt, że teksty używane do nauczania dorosłych, które były jedynymi tekstami do których mieli dostęp, były wyłącznie tekstami propagandowymi; były politycznymi traktatami, wierszami ku chwale reżimu komunistycznego, lub cytatai z klasycznego marksizmu. [...] Prestiż intelektualistów „naznaczonych palcem Bożym”- pozwolił na objawienie politycznych twierdzeń jako prawdy, a prestiż słowa drukowanego, który jednostka nauczyła się rozszyfrować potwierdził wagę słów nauczycieli. Te fakty nie pozostawiają wątpliwości, że rozwój szkolnictwa podstawowego jest fundamentalnym warunkiem dla organizacji propagandy, choć taki

wniosek może być sprzeczny z wieloma przesadami, najlepiej wyrażonymi ostrymi acz całkowicie nieprawdziwymi słowami Paula Riveta „osoba, która nie może odczytać gazety nie jest wolna”.

111. Im więcej istnieje stereotypów w kulturze, tym łatwiej wytworzyć opinię publiczną. Im bardziej osoba partycypuje w kulturze, tym bardziej staje się podatna na manipulację symbolami. [...] Oczywiście, wykształcony człowiek nie wierzy w propagandę, wzrusza ramionami i jest przekonany, że propaganda nie ma na niego wpływu. Jest to w rzeczywistości jedna z jego wielkich słabości z której dobrze zdają sobie sprawę propagandziści, a mianowicie, że w celu dotarcia do kogoś, trzeba najpierw przekonać go, że propaganda jest nieskuteczna i niezbyt mądra. Ponieważ osoby te są przekonane o własnej wyższości intelektualnej, są znacznie bardziej, niż ktokolwiek inny, narażeni na tego typu manewr. Mimo w zasadzie wysokiej inteligencji, wysokiej kultury, stałego wykorzystywania krytycznych umiejętności, pełna i obiektywna informacja jest wciąż najlepszą bronią przeciwko propagandzie.

112. Im bardziej nieszczęśliwa i niedoinformowana jest osoba, tym łatwiej będzie zaangażowana do rebelii. Ale by wyjść poza to, aby wykonać na niej bardziej dogłębną pracę propagandową, trzeba ją wyedukować. To koresponduje z potrzebą „edukacji politycznej”. I odwrotnie, osoba z klasy średniej, wysokiej kultury ogólnej, będzie mniej podatna na propagandę agitacyjną, ale będzie idealną ofiarą propagandy integracyjnej.

INFORMACJA

112. W rzeczywistości, dokładne rozróżnienie pomiędzy propagandą a informacją jest niemożliwe. Poza tym, informacja jest istotnym elementem propagandy. Propaganda, aby osiągnąć sukces, musi mieć odniesienie do rzeczywistości politycznej lub ekonomicznej. Doktrynalny lub historyczny argument jest jedynie incydentalnie skuteczny w propagandzie; ma moc tylko w

związku z interpretacją wydarzeń. Ma wpływ tylko wtedy, gdy opinia jest już pobudzona, niespokojna lub skierowana w określonym kierunku przez apolityczne lub ekonomiczne wydarzenie. Przyłącza się do już istniejącej rzeczywistości psychologicznej. Takie reakcje psychologiczne są zwykle krótkotrwałe, i muszą być systematycznie podtrzymywane i odnawiane, do tego stopnia, że jeśli zostaną przedłużone i odnawiane, będą tworzyć „rzetelną opinię”. Ta rzetelna opinia jest niezbędna dla propagandy. Jeżeli nie mamy rzetelnej opinii w zakresie spraw politycznych i ekonomicznych, propaganda nie może zaistnieć. Z tego powodu, w większości starych krajów, propaganda była zlokalizowana i ograniczała się do tych grup, które miały bezpośredni kontakt z życiem politycznym; nie była przeznaczona dla obojętnych na takie pytania mas- obojętnych, ponieważ były niedoinformowane. Masy nie mogą być zainteresowane sprawami politycznymi i gospodarczymi lub wielkimi debatami ideologicznymi opartymi na nich, do puki mass media nie rozpowszechnią informacji do publicznej wiadomości. Wiemy, że najtrudniej jest dotrzeć do chłopów, ze względu na różne, już wskazane przyczyny, ale kolejnym istotnym powodem jest to, że są oni niedoinformowani. Badania środowisk wiejskich wykazały, że propaganda zaczyna „działać” wśród chłopów w momencie, gdy ogłaszano wśród nich informacje, gdy fakty stają się znane a uwaga na pewne pytania jest rozbudzona.

113. Propaganda nic nie znaczy bez wstępnych informacji, dlatego propaganda względem grup politycznych ignorantów może być realizowana tylko wtedy, jeśli zostanie poprzedzona szeroką, głęboką i poważną pracą propagowania informacji. Im szersza i bardziej obiektywna informacja, tym bardziej skuteczna będzie następująca po niej propaganda. Propaganda nie opiera się na błędach, ale na dokładnych faktach. Wydaje się nawet, że im bardziej poinformowana jest publiczna lub prywatna opinia (uwaga mówię „bardziej”, a nie „lepiej”), tym jest bardziej podatna na propagandę. Im większa jest osobista wiedza na temat faktów politycznych i ekonomicznych, tym

bardziej wrażliwy i podatny jest na nie osąd. Do intelektualistów najłatwiej jest dotrzeć przez propagandę, szczególnie jeśli zawiera niejasności. Czytelnik kilku gazet wyrażający różnorodne postawy, tylko przez fakt, że jest lepiej poinformowany, jest bardziej podatny niż ktokolwiek inny na propagandę, której nie może dostrzec, choć twierdzi, że zachowuje swobodę wyboru w rozważaniu wszystkich informacji. Właściwie to został on uwarunkowany, aby wchłonąć całą propagandę, która koordynuje i wyjaśnia fakty, które uważa, iż samodzielnie rozważa. (To dlatego w ZSRR nie ma rozróżnienia pomiędzy zadaniami informacji i propagandy. Agitator jest przede wszystkim propagatorem informacji; Radio i prasa są przede wszystkim mediami propagandy. Pan Palgounov, dyrektor. agencji Tass, powiedział w 1956 roku: „Informacje powinny mieć charakter dydaktyczny i wychowawczy”, Nie mówiąc już o tym, że informacja jest czystym i doskonałym medium propagandy; suche informacje bez komentarzy mogą doprowadzić do akceptacji całej linii propagandowej).

114. Tak więc informacje nie tylko stanowią podstawę dla propagandy, ale dają propagandzie środki dla jej działania; informacje faktycznie generują problemy, które eksploatuje propaganda i dla których udaje się podsuwać rozwiązania. W rzeczywistości, propaganda nie „może działać aż do momentu, gdy w oczach tych, którzy tworzą opinię publiczną zbiór faktów stał się problemem. Od tej chwili takie problemy zaczynają być konfrontowane z opinią publiczną, propaganda ze strony rządu, partii, czy jednostki może zacząć się w pełni rozwijać, powiększając ten problem, z jednej strony i obiecując rozwiązanie z drugiej. [...] Tak więc propaganda staje się możliwą tylko wtedy, gdy ludzie rozwiną świadomość ogólnych problemów i szczegółowych na nie odpowiedzi.

W odniesieniu do powyżej zaznaczonej problematyki należy wspomnieć o najbardziej w dzisiejszych czasach rozpowszechnionej metodzie wprowadzania masowych zmian społecznych w propagandzie politycznej i reklamie tj.

Hegeliańskiej dialektyce. Polega ona na przedstawieniu problemu, pozyskaniu na niego reakcji, i zaoferowaniu rozwiązania (Problem-Reakcja-Rozwiązanie). Propagandzista stawia przed ludźmi problem (Tezę), ludzie kontr reagują (anty-Teza), propagandzista oferuje rozwiązanie problemu (Synteza). W ten sposób m.in „sprzedaje się” działania społeczne, polityczne i reklamuje produkty.

115. Pracownik, który nie wie nic na temat cen i wynagrodzeń, z wyjątkiem własnego doświadczenia (lub doświadczeń współpracowników) może w przypadku silnego niezadowolenia doświadczyć uczucia buntu, i być może ostatecznie zbuntować się przeciwko bezpośrednim przełożonym. Jest dobrze znanym, iż taki bunt prowadzi donikąd, to było wielkie odkrycie XIX wieku. Jednak informacje te uczą pracownika, który współdzieli swój los z milionami innych, że między nimi może istnieć wspólnota interesów i działania. Informacja pozwala mu również umieścić swoją sytuację w ogólnej sytuacji gospodarczej i zrozumieć ogólną sytuację zarządu. Wreszcie informacja uczy go jak oceniać jego osobistą sytuację. To jest to, co doprowadziło do świadomości klasowej pracowników XIX wieku, proces, który -jak socjaliści słusznie utrzymują- był wypełniony bardziej informacjami, niż propagandą. W tym samym momencie (gdy informacja jest absorbowana) duch buntu zamienia się w ducha rewolucji. W wyniku informacji, ludzie mogą poczuć, że ich osobiste problemy zawierają się w godności ogólnego problemu społecznego. [...] Tak więc informacje przygotowują grunt dla propagandy. Do tego stopnia, że duża liczba osób, które otrzymały tę samą informację będą miały podobne reakcje. W rezultacie tworzą się identyczne „centra zainteresowania”, a następnie stawiane są wielkie pytania naszych czasów upublicznione przez prasę i radio. W ten sposób zostają utworzone opinie grup, które nawiązują między sobą kontakty, co jest jednym z podstawowych procesów kształtowania opinii publicznej.

116. Oczywiście, istnieją odmienne osoby, które nie podzielają

tych samych odpowiedzi względem tych samych informacji, ponieważ posiadają już inne uprzedzenia, ponieważ są „silnymi osobowościami” lub po prostu ze względu na stałą przekorę. Jednak ich liczba jest znacznie mniejsza, niż się powszechnie sądzi. Są oni nieistotni, a polaryzacja uwagi względem niektórych pytań, i niektórych aspektów tych pytań wyróżnionych przez informacje, szybko tworzy to, co zostało nazwane psychologią mas, co jest jednym z niezbędnych warunków istnienia propagandy.

IDEOLOGIE

116. Ideologia różni się od mitu w trzech ważnych aspektach: po pierwsze, mit jest wbudowany znacznie głębiej w duszę, zakorzenił się znacznie głębiej, jest bardziej trwały i dostarcza człowiekowi podstawowy obraz jego osobistego stanu i świata w ogóle.

117. W ten sposób można wyróżnić podstawowe mity w naszym społeczeństwie: mit pracy, progresu, szczęścia; podstawowymi ideologiami są nacjonalizm, demokracja, socjalizm. Komunizm korzysta z tych samych elementów. To ideologia, jest jego podstawową doktryną i mitem, posiadającym odpowiedzi na wszystkie pytania i obraz przyszłego świata, w którym wszystkie sprzeczności zostaną rozwiązane.

Mity istnieją we wszystkich społeczeństwach, ale nie zawsze istniały ideologie. Wiek XIX był świetną wylęgarnią ideologii a propaganda potrzebowała rozwinąć ideologiczne otoczenie by się rozwinąć. Ideologia w służbie propagandy jest bardzo elastyczna i płynna. Propagandy na rzecz rewolucji francuskiej, czy życia w Stanach Zjednoczonych w latach dwudziestych lub życia w latach czterdziestych w Rosji mogą być prześledzone wstecz do ideologii demokracji. Te trzy całkowicie odmienne typy i koncepcje propagandy odnoszą się do tej samej ideologii. Nie należy myśleć, iż ideologia określa daną propagandę tylko dlatego, że dostarcza tematów i treści.

Ideologia służy propagandzie jako kłamra, pretekst. Propaganda przechwytyje to, co rodzi się spontanicznie i daje mu nową formę, strukturę, efektywny tor, i może w końcu przekształcić ideologię do mit.

KONIECZNOŚĆ PROPAGANDY

119. Wiemy, że czynnik psychologiczny, który obejmuje okrażenie, integrację w grupie i udział w działaniu, w odniesieniu do osobistego przekonania, jest decydujący”.

Już w 1928 r. Edward Bernays stwierdził: „Propaganda jest nowoczesnym instrumentem, dzięki któremu... inteligentni ludzie mogą walczyć dla produktywnych celów i pomóc w zaprowadzeniu porządku z chaosu”.

„121. I nalegamy, by te pomysły były również rozwijane: Propaganda, aby osiągnęła sukces, musi odpowiadać na potrzebę propagandy osób indywidualnych. Można doprowadzić konia do wodopoju, ale nie można zmusić go do picia, nie można poprzez propagandę dotrzeć do tych, którzy nie potrzebują tego co ona oferuje. Osoba poddana propagandzie wcale nie jest tylko niewinną ofiarą. Prowokuje psychologiczne działania propagandy, nie tylko poddając się jej ale nawet czerpiąc z niej satysfakcję. Bez tej wcześniejszej, dorozumianej zgody, bez tej potrzeby propagandy doświadczanej przez praktycznie każdego obywatela technologicznego wieku, propaganda nie może się rozprzestrzeniać. [...] Stoimy więc twarzą w twarz z podwójną potrzebą: potrzebą propagandy ze strony reżimów, i potrzebą propagandy osoby poddawanej propagandzie. Te dwa warunki spełniane są i uzupełniają się wzajemnie w rozwoju propagandy.

POTRZEBY PAŃSTWA — DYLEMAT

WSPÓŁCZESNEGO PAŃSTWA

123. W dawnych czasach, wojna wpływa na małą liczbę żołnierzy i znikomy obszar terytorium. Dzisiaj każdy jest żołnierzem, a cała ludność i całe terytorium kraju są zaangażowane. Dlatego każdy chce mieć swój głos na temat wojny i pokoju. Podobnie podatki wzrosły co najmniej dziesięciokrotnie, od XVII wieku, i ci, którzy je płacą, naturalnie chcą mieć pewną kontrolę nad ich wykorzystaniem”.

Demokracja opiera się na przekonaniu, że obywatel może wybrać odpowiedniego człowieka i właściwą politykę. Ponieważ nie jest to do końca prawdą, masy poddawane są propagandzie aby współuczestniczyły. W takich warunkach, jak masy mogą nie być przekonane, że są głęboko zaniepokojone?

„124. Wiemy też, że opinia publiczna jest bardzo niestabilna, waha się, jest nieunormowana. Co więcej, ta opinia jest irracjonalna i rozwija się w sposób nieprzewidywalny. W żaden sposób nie składa się w większości z racjonalnych decyzji w obliczu problemów politycznych, jak by to opisała prosta wizja. Większość głosów nie jest wcale prawdziwą opinią publiczną. Zasadniczo jej irracjonalny charakter znacznie zmniejsza zdolność rządzenia w demokracji. Demokracja opiera się na koncepcji, że człowiek jest racjonalny i zdolny widzieć klarownie, co jest w jego własnym interesie, ale badania opinii publicznej wskazują, że jest to wysoce wątpliwe twierdzenie. Przedstawicielem opinii publicznej jest generalnie człowiek masowy, co psychologicznie rzecz biorąc, czyni go zupełnie niedopasowanym do prawidłowego sprawowania swojego obywatelskiego prawa. To prowadzi nas do następnej uwagi: z jednej strony, rząd nie może działać poza naciskiem mas i opinii publicznej, z drugiej strony, opinia publiczna nie wyraża się w demokratycznej formie rządów. Aby być pewnym rząd musi znać i stale badać opinię publiczną. Nowoczesne państwo musi nieustannie wywierać nacisk i badać i sondować opinię publiczną na wiele różnych sposobów. Ale podstawowe

pytanie brzmi: Czy Państwo wtedy przestrzega i wyraża i podąża za tą opinią? Nasza jednoznaczna odpowiedź jest taka, że nawet w państwie demokratycznym tak nie jest. Taki głęboki ukłon państwa w kierunku opinii publicznej jest niemożliwy, po pierwsze, ze względu na szczególny charakter opinii publicznej, a po drugie, ze względu na charakter współczesnych działań politycznych.

126. Ergo: nawet w demokracji, rząd, który jest uczciwy, poważny, życzliwy i szanuje wyborców nie może podążać za opinią publiczną. Nie może też przed nią uciec. Masy są zainteresowane polityką. Rząd nie może działać bez nich. Więc co może zrobić? Tylko jedno rozwiązanie jest możliwe: jeśli rząd nie może podążać za opinią publiczną, opinia musi podążać za rządem. [...] Demokratyczne państwo, właśnie dlatego, że wierzy w wyrażanie opinii publicznej i nie blokuje jej, musi kanalizować i kształtować tę opinię, jeśli chce być realistycznym i nie podążać za ideologicznym snem.

127. Gigantyczne korporacje i grupy nacisku, forsując własne interesy, uciekają się coraz bardziej do psychologicznych manipulacji. [...] Ale to nie wszystko: w demokracji, obywatele muszą być powiązani z decyzjami rządu. To jest wielka rola jaką musi odegrać propaganda. Musi dać ludziom poczucie-pragnienia, i spełnienia – by chcieli tego, co robi rząd, aby byli odpowiedzialni za jego działania, by byli zaangażowani w ich obronę i ich powodzenie, by byli „z nim”.

Obecnie państwa, duże korporacje korzystają z tych samych narzędzi propagandowych. Narzędzia są dostępne dla każdego kto posiada odpowiedni kapitał. Instytucje wzbudzające propagandę by miały społeczne poparcie tworzą lub sponsorują organizacje typu NGO, które budują poparcie społeczne w imieniu całego narodu i żądają zmian. W ten sposób sztucznie wytworzone poparcie społeczne, czy też partycypacja społeczeństwa wykorzystywana jest do realizowania wcześniej powziętych celów. Nie ma to jak pisze Ellul nic wspólnego z demokracją, tworząc zupełnie iluzoryczny obraz partycypacji obywatelskiej

w życiu politycznym oraz kontroli NGO nad wielkim biznesem.

130. Czy można mieć nadzieję, że bez żadnych wcześniejszych prób wpływania na ludzi, prawdziwa konstytucyjna forma może wypłynąć od ludzi? Takie przypuszczenie jest absurdalne. Jedyną rzeczywistością jest proponowanie ludziom czegoś, z czym się zgodzą. Do tej pory nie widzieliśmy ani jednego przykładu ludzi którzy narzekają na to, co w końcu im zaproponowano. W plebiscycie lub referendum „za” zawsze przewyższają „przeciw”. Widzimy tu po raz kolejny instrument wykorzystywany do wpływania na masy- propaganda, w której rząd daje sam sobie legitymizację poprzez zgodę publiczną. To prowadzi do dwóch dalszych rozważań. Po pierwsze, należy uzyskać zgodę nie tylko co do formy rządu, ale wszystkich jego ważnych działań. Jak Drouin trafnie powiedział: „Nic nie jest bardziej irytujące dla ludzi, niż to by mieli poczucie kierowana przez Mandarynów, którzy pozwalają by decyzje spadały z wysokości ich władzy. Stąd też wynika potrzeba „lepszego informowania ludzi”. To, że decyzje powinny być mądre, nie wystarcza; muszą być podane powody. Dla przedsięwzięcia... by dobrze funkcjonowało, najlepszym jest trzymanie go z dala od publiki nie ukrywając jego słabości, bez ukrywania jego kosztów... by wyraźnie określić znaczenie poświęceń wymaganych od ludzi. Ale takie informacje mają naprawdę na celu uzyskanie podporządkowania i partycypacji, jest to, innymi słowy, propaganda w najgłębszym sensie.

131. Goebbels oświadczył, że było koniecznym „aby ujawniać działania rządu tak, aby ludzie mogli sami rozpoznać konieczność podjętych środków”.

135. Francuscy specjaliści powiedzieli nie bez racji: „Tylko wojsko może angażować się w psychologiczną wojnę, ze względu na jego strukturę”. [...] Państwo musi psychologicznie uzbroić, chronić i bronić swoich obywateli, tym bardziej, gdy ideologiczna struktura demokracji jest słaba. Tutaj mamy do czynienia z nowym problemem: w dzisiejszym świecie, o wiele bardziej niż w przeszłości, naród może przetrwać tylko wtedy,

gdy jego wartości są bezpieczne, jego mieszkańcy lojalni i jednomyślni, i jeśli praktykują obywatelskie cnoty. Ale obecnie w czasie kryzysu podstawowych wartości, poluzowanie cnót obywatelskich występuje w wielu demokracjach zachodnich.

137. W rezultacie skutki własnej propagandy na osobowości są dokładnie takie same jak propagandy wroga (mówimy o osobowości, a nie na jakichś konkretnych opiniach). Skutki te będą w pełni analizowane później. W każdym razie nie sposób powiedzieć: będziemy działać, aby zachować wolność człowieka. Propaganda, niezależnie od pochodzenia, niszczy osobowość człowieka i wolność.

138. Tak więc, idąc różnymi drogami, wciąż dochodzimy do tego samego wniosku: nowoczesne państwo, nawet jeśli jest liberalne, demokratyczne czy humanistyczne, znajdzie się obiektywnie i socjologicznie w sytuacji, w której musi wykorzystać propagandę jako sposób rządzenia. Nie może działać inaczej.

Propaganda, która jak pisaliśmy wcześniej niszczy naturalne środowisko i punkty odniesienia jednostek tworzy jednocześnie zapotrzebowanie na substytuty utraconych elementów. Człowiek oderwany od historycznej rzeczywistości, formowanych przez wieki stereotypów, mitów i opinii pokoleń dryfuje w kierunku propagandy, oferującej łagodzenie wewnętrznego niepokoju poprzez budowanie koherentnej, choć nieprawdziwej wizji świata, gdzie nowe mity, nowe grupy odniesienia tworzą nowe środowisko.

POTRZEBA JEDNOSTEK

138. Jeżeli uznamy, że rząd nie ma wyboru, i musi prowadzić propagandę, to pozostaje jeszcze wizerunek agresywnej i totalitarnej maszyny politycznej, która rzuca się na niewinną ofiarę-jednostkę. Następnie jednostka wydaje się być bezradna i zmiażdżona przez gigantyczne siły. Myślę jednak, że propaganda wypełnia potrzebę współczesnego człowieka,

potrzebę, która tworzy się z jego nieświadomego pragnienia propagandy. Jest on w sytuacji w której potrzebuje pomocy z zewnątrz, aby móc zmierzyć się ze swoją sytuacją. A tą pomocą jest propaganda. Naturalnie, nie mówi: „Chcę propagandy”. Przeciwnie, zgodnie z przyjętymi z góry pojęciami, brzydzi się propagandą i uważa się za „wolnego i dojrzałego” człowieka”.

Istnienie tej powszechnej potrzeby jest także wyraźnie widoczne w obiegu plotek. Dlaczego istnieją pogłoski/plotki? Dlaczego krążą? Służą one potrzebie wyjaśnienia danej sytuacji, a także łagodzeniu napięć emocjonalnych, bo człowiek szuka w nich odpowiedzi na to, co go niepokoi. Propaganda odpowiada na te same potrzeby w bardziej efektywny sposób. Spontaniczne pogłoski udowadniają istnienie tych potrzeb.

OBIEKTYWNA SYTUACJA

„140. Podczas gdy większość ludzi ma potrzebę i jednocześnie niezdolność do uczestnictwa, są gotowi zaakceptować propagandę, która pozwoli im na uczestnictwo, a która ukrywa ich niezdolność za wyjaśnieniami, wyrokami i wiadomościami, co pozwala im zaspokoić ich pragnienie, nie eliminując ich niekompetencji. Im bardziej złożone, ogólne, i przyspieszone są zjawiska polityczne i gospodarcze tym bardziej ludzie czują się zaniepokojeni, tym bardziej chcą się angażować. W pewnym sensie zyskuje na tym demokracja, ale także prowadzi to do jeszcze szerszej propagandy. Osoba nie chce informacji, ale tylko wartościujących osądów i z góry powziętych opinii. Tutaj trzeba też brać pod uwagę lenistwo jednostki, które odgrywa decydującą rolę w całym zjawisku propagandy, oraz niemożność przekazania wszystkich informacji wystarczająco szybko, aby nadążyć za zmianami we współczesnym świecie. Poza tym, zmiany nie są jedynie poza zasięgiem intelektualnym człowieka, są także poza nim w objętości i intensywności, po prostu nie może pojąć światowych problemów gospodarczych i politycznych. W obliczu takich spraw, czuje swoją słabość, niekonsekwencję, brak skuteczności. Uświadamia sobie, że zależy od decyzji, nad

którymi nie ma kontroli, i ta konkluzja prowadzi go do rozpacz. Człowiek nie może pozostać w tej sytuacji zbyt długo. On potrzebuje ideologicznej zasłony by zakryć trudną rzeczywistość, potrzebuje jakiegoś pocieszenia, powodu istnienia, poczucia wartości. I tylko propaganda oferuje mu rozwiązanie tej w zasadzie nie do zniesienia sytuacji. Poza tym, współczesny człowiek jest powołany do ogromnych wyrzeczeń, które prawdopodobnie przekraczają cokolwiek znanego w przeszłości. Przede wszystkim praca przyjęła wszech przenikającą rolę we współczesnym życiu. Nigdy ludzie nie pracowali tak jak w naszym społeczeństwie. Wbrew temu, co często się mówi, człowiek pracuje dziś znacznie więcej, niż na przykład w XVIII wieku. Jedynie zmniejszyły się godziny pracy, ale wszechobecność obowiązków pracy, obowiązki i ograniczenia, rzeczywiste warunki pracy, intensywność pracy, która nigdy się nie kończy, sprawiają, że jest znacznie większym obciążeniem dla obecnego człowieka niż na ludzi w przeszłości. Każdy współczesny człowiek pracuje więcej niż niewolnik dawno temu; normy zostały skorygowane w dół. Jednak podczas gdy niewolnik pracował tylko dlatego, że został do tego zmuszony, to współczesny człowiek, który wierzy w swoją wolność i godność, potrzebuje powodów i uzasadnień, aby chciał pracować. Nawet od dzieci w obecnym państwie wymaga się znacznie więcej pracy w szkole, niż od jakiegokolwiek dziecka przed początkiem XIX wieku. Dla niego również potrzebne są uzasadnienia. Nie można sprawić, by ludzie żyli wiecznie w stanie gorliwej, intensywnej, nigdy nie kończącej się pracy nie dając im dobrych powodów i zbudowania przykładów cnót pracy, takich jak burżuazji XIX wieku, czy mitów wyzwolenia poprzez pracę takich jak u nazistów lub komunistów.

142. Każdy obywatel nowoczesnego państwa płaci więcej podatków, niż większość wysoko opodatkowanych ludzi w czasach napoleońskich. Poddany był zmuszany by płacił, natomiast dzisiejszy, wolny obywatel musi płacić ze względu na przekonania. Jego przekonanie nie pojawi się spontanicznie, szczególnie, gdy podatki są naprawdę wysokie. Przekonanie musi

być stworzone, ideały muszą być stymulowane, aby podkreślić znaczenie dla takiego „wkładu dla narodu”, i tu potrzebna jest propaganda. Jest to dokładne przeciwieństwo wolności politycznej.

143. Oprócz tych wszystkich poświęceń, człowiek nie jest automatycznie dostosowany do warunków życia nałożonych na niego przez nowoczesne społeczeństwo. Psychologowie i socjologowie są świadomi wielkiego problemu dostosowania normalnego człowieka do technologicznego środowiska- rosnącego tempa zmian, godzin pracy, hałasu, zatłoczonych miast, tempa pracy, braku mieszkań, i tak dalej. Mamy trudności z zaakceptowaniem nigdy nie zmieniającej się codziennej rutyny, braku osobistej realizacji, braku widocznego sensu życia, braku poczucia bezpieczeństwa rodziny spowodowanego przez te warunki życia, anonimowość jednostki w dużych miastach, jak i w pracy. Jednostka nie jest wyposażona by stanąć w obliczu tych niepokojących, paraliżujących, traumatycznych wpływów. Tutaj znowu potrzebuje pomocy psychologicznej, aby znosić takie życie, by miała motywację, która przywróci jej równowagę. Nie można zostawić współczesnego człowieka samego w sytuacji takiej jak ta. Co można zrobić?

144. Wreszcie, aby zrozumieć potrzebę propagandy, która wypływa ze stanu faktycznego współczesnego człowieka, należy pamiętać, że ma się do czynienia z poinformowaną osobą. Po przeanalizowaniu w poprzednim rozdziale, jak informacje faktycznie wspierają propagandę, musimy teraz przejść do sposobu dozowania informacji które ustanawiają psychologiczny fundament by człowiek był poddany propagandzie. Jeśli spojrzymy na przeciętnego człowieka, a nie na tych kilku intelektualistów, których szczególnym zadaniem jest to by być poinformowanym, to co właściwie oznacza, gdy mówimy, że człowiek jest poinformowany? Oznacza to, że oprócz spędzenia ośmiu godzin w pracy, a dwóch na dojazdy, ten człowiek czyta gazetę, a dokładniej, przegląda nagłówki i spogląda na kilka historii. Może również słuchać audycji informacyjnych lub

oglądać je w telewizji, a raz w tygodniu będzie patrzył na zdjęcia w gazecie. Jest to przykład dość dobrze poinformowanego człowieka, to jest 98 procent wszystkich ludzi. Co dzieje się dalej z człowiekiem, który chce być informowany i otrzymuje dużo wiadomości każdego dnia? Po pierwsze, proste relacje z wydarzeń nie dają mu nic ponad rzeczowe dane; wydarzenie dnia jest zawsze tylko częścią, wiadomości z którymi nie może uporać się w całości. Teoretycznie reporter mógłby odnieść te dane do innych szczegółów, umieścić je w kontekście, a nawet zapewnić pewne interpretacje, ale to nie będzie już czystą informacją.

145. Nasz czytelnik następnie musiałby by stanąć z boku by uzyskać panoramiczny widok z pewnej perspektywy, ale prawem wiadomości jest to, że odnoszą się do spraw codziennych, człowiek nigdy nie może się cofnąć, aby uzyskać szeroki widok, bo natychmiast otrzymuje nową partię wiadomości, które zastępują stare i wymagają nowego punktu koncentracji, dla którego nasz czytelnik nie ma czasu.

145. W świecie polityki i ekonomii, to samo jest prawdą. Wiadomość poruszają tylko kłopoty, niebezpieczeństwa i problemy. To daje człowiekowi przekonanie, że żyje w epoce straszliwej i przerażającej, że żyje pośród katastrof w świecie, w którym wszystko zagraża jego bezpieczeństwu. Człowiek nie może tego znieść; nie może żyć w absurdalnym i niekoherentnym świecie, ani też nie może zaakceptować idei, że problemy, które wyrastają wokół niego, nie mogą być rozwiązane lub, że on sam nie ma wartości jako jednostka i jest ofiarą wydarzeń. Człowiek, który świadomie się doinformowuje, potrzebuje kontekstu by wszystkie te informacje mógł umieścić w odpowiednim porządku; potrzebuje wyjaśnień i wyczerpujących odpowiedzi na ogólne problemy; potrzebuje koherencji.

146. Analiza propagandy pokazuje zatem, że odnoszenie przez nią sukcesu jest spowodowane przede wszystkim tym, że dokładnie odpowiada potrzebom mas. Zapamiętajmy tylko dwa tego aspekty: potrzeba wyjaśnienia i potrzeba wartości, które w

znacznej mierze pojawiają się, choć nie całkowicie, wraz z rozpowszechnianiem wiadomości.

147. Podobnie jak informacja jest niezbędna dla świadomości, propaganda jest konieczna, aby zapobiec by ta świadomość była rozpaczliwą.

Ciąg dalszy nastąpi

Źródło: PrisonPlanet.pl