

Propaganda sukcesu czyli odmóżdżanie

15 listopada 2020

Propaganda to szczególna forma systematycznie planowanej komunikacji masowej, która nie informuje ani argumentuje, ale raczej przekonuje. W tym celu zwykle używany jest symbolicznie naładowany i ideologiczny (często wizualny) język, który zniekształca rzeczywistość, ponieważ albo przekazuje informacje nieprawidłowo, albo całkowicie je ukrywa.

Celem propagandy jest wywołanie u odbiorców określonego odbioru wydarzeń lub opinii, zgodnie z którym nowe informacje i fakty są osadzane w kontekście ideologicznego światopoglądu określonej grupy, ugrupowania lub partii politycznej. Proces ten nazywany jest również kadrowaniem.

Przestrzeń, w której odbiorca może klasyfikować lub oceniać informacje, jest tu ograniczona. Funkcjonuje to tak, jak wycięcie z pierwotnie zarejestrowanego lub tylko obserwowanego obrazu określonego jego fragmentu w celu uzyskania optymalnego dla widza efektu.

Oczywiście istotne jest, aby w ramach propagandy ograniczyć działalność konkurentów, a więc zablokować media, które głoszą „inną prawdę”, albo wręcz „prawdziwą prawdę” (co jednak jest rzadkością).

Propaganda sukcesu to wyższy stopień od zwykłej propagandy. W tym procesie zjawiska ekonomiczne, polityczne czy społeczne przedstawiane są właśnie jako sukces tych, którzy czują się za te zjawiska odpowiedzialni. Przy czym ważne jest wyolbrzymianie nawet nie do końca potwierdzonych faktów.

Przykład: „W tym tygodniu, pierwszy raz od dwóch miesięcy, liczba zakażeń koronawirusem zaczęła spadać... nie musimy wprowadzać narodowej kwarantanny ... wygraliśmy pierwszą bitwę w

wojnie z drugą falą pandemii».

Idealnym instrumentem w ramach propagandy sukcesu są liczby – przeróżne statystyki. Szczególnie skuteczne jest przekonywanie odbiorców, przedstawiając odpowiednie zjawiska w procentach, np. procentową liczbę wolnych łóżek albo respiratorów w szpitalach. Dzięki cyfrowemu przekazowi można nawet największą porażkę przekształcić w sukces.

Propaganda sukcesu jest niezmiernie ważna w procesie kształtowania tzw. świadomości społecznej wśród odbiorców. Oczywiście użycie słowa „świadomość” jest tutaj stosunkowo niezręczne. Celem propagandy sukcesu jest raczej stworzenie sytuacji, w której dane społeczeństwo zaczyna wierzyć w podawane mu treści i formy życia i nie szuka alternatyw.

Autorstwo: Mirosław Matyja

Źródło: ProKapitalizm.pl