

Propaganda – wyraz wstydu czy konieczność?

12 listopada 2023

„Prędzej czy później powstanie większościowy rząd koalicji demokratycznej. (...) A kiedy to już nastąpi, większość społeczeństwa, ci, co głosowali na PiS i ci, którzy PiS obalali, zaczną zgłaszać wszelkie pretensje i żale do nowej władzy. I to szybciej niż się nam, wciąż po wyborczej euforii, wydaje. Zaś sytuacja gospodarcza i w ślad za nią społeczna mogą być jeszcze trudniejsze niż teraz. Przy czym zwycięska opozycja, przejmując władzę, przejmuje odpowiedzialność za sytuacje nie tylko bieżącą, lecz i zastaną”. Napisał 4.11. br. red. E. Skalski w S0: RP po prośbie bez wstydu.



Tak media manipulują poglądami! Otwórz umysł i zobacz pełny obraz!

Tu rodzi się zasadnicze pytanie: czy ta nowa władza potrafi nawiązać ze społeczeństwem, skoordynowaną w swoim przekazie, stosowną do okoliczności, zrozumiałą tzw. nić porozumienia?

Za czasu tzw. „komuny” przez lata, przy KC PZPR, działał sprawnie, w sposób mocno skoordynowany wydział propagandy, narzucający jednostkom administracyjnym, gospodarczym, politycznym..., ba!, nawet naukowym określoną „linię”. Czy społeczeństwu?, to jest już pytanie retoryczne. Czy wsłuchiwał

się ten referat w nastroje społeczne? Można dyskutować o sposobach i stosowanych przez jego funkcjonariuszy narzędziach i metodach. Po upadku tamtego ustroju pojęcie „propaganda” zniknęło w Polsce nie tylko z języka, ale i z form indoktrynacji społeczeństwa, także wsłuchiwanie się w jego opinie i korzystania z ich ocen i wniosków dotyczących postępowania władzy. To pojęcie stało się synonimem wstydu i wrogości (?) do nowej rzeczywistości.

I to był błąd.

Po 1991 roku ugrupowania polityczne propagandą zaczęły się zajmować szczątkowo, nawet infantylnie, zaledwie ograniczały się do powoływania, na okres tuż przedwyborczy, tzw. szefa propagandy. Jak na razie byli to klasyczni dla tego fachu dyletanci. A przecież propagandą powinna się w partii zajmować specjalna, stale funkcjonująca ekipa specjalistów od marketingu, powoływana w organizacji na czas jej istnienia (organizacji). Artykułująca skoordynowane informacje w kierunku społeczeństwa i zbierające od niego opinie, mogące być w działalności władzy niezmiernie korzystne. Na bieżąco, od dnia po wyborach, do dnia kolejnych! Bowiem cały okres rządzenia jest możliwością lub nie, przedłużenia jego kadencji. Współczesna propaganda nie powinna być przekazem jednostronnym, a mieć formę dialogu polityków ze społeczeństwem, z otwartością obydwu stron na różne idee, pomysły, argumenty. Władza, oddziałując na wyborców, powinna otrzymywać od nich informacje zwrotne o jakości jej działań i ich przekazów. Jak we wszystkich demokracjach zachodnich.

W Polsce, w tym okresie, propagandę, a właściwie antypropagandę, w pełni indywidualnie, uprawiają posłowie, senatorowie, funkcyjni samorządowcy... Wszyscy z osobna, amatorsko, czasem w sposób żenująco plotkarski, arogancki, sprzecznie w swoich komunikatach, bez jakiegokolwiek stopnia ich koordynacji... Przy pomocy „własnych zdań” czy zastrzegając „odrębność swoich opinii od ustaleń zarządów partii”. Z obserwacji mediów konstatuję, że nikt z tzw. elit naszych

ugrupowań politycznych (poza PiSem) nie rozumie znaczenia ciągłości koordynowanych działań propagandowych, prowadzonych w zobowiązującej dyscyplinie przez partyjnych funkcjonariuszy i w możliwej konsekwencji do znanych społeczeństwu ustaleń, na jakie w wyborach ich uczestnicy warunkowo przecież przystali.

A cóż to takiego ta propaganda? Ogólnie: są to celowe działania polegające na szerzeniu, wyjaśnianiu, rozpowszechnianiu idei, poglądów, haseł w celu pozyskiwania zwolenników, wywoływania u nich odpowiednich dążeń lub skłonienia ich do określonego postępowania. Propaganda powinna tworzyć na bazie szybko ewoluujących technologii stosowne instrumenty do przekazu informacji, zdolne nadzorować jak największą ilość środków jej transmisji oraz – tak, tak – też literaturę i sztukę. W ten sposób kształtował poglądy i postawy Niemców w latach trzydziestych XX w. mistrz indoktrynacji, Göbbels: „Będziemy pracować nad ludźmi tak długo, aż ulegną”, „Kłamstwo plus kłamstwo, plus kłamstwo... równa się prawdzie”...

Organizacje Zjednoczonej Prawicy, szczególnie PiS w swojej działalności, usiłują dość skrzętnie korzystać z „nauk” tego niemieckiego przewodnika. No, bo jak postrzegać np. motywy inicjatyw ministrów: kultury, dotyczące teatrów, muzeów, produkcji filmowej (A. Holland), twórczości literackiej (O. Tokarczuk), plastycznej..., czy edukacji (Historia i teraźniejszość prof. Roszkowskiego)? Tutaj warto dodać mariaż „kaczyźmu” z Kościołem katolickim, głównie orientującym się w kierunku schizmy toruńskiej i jasnogórskiej. Opoka Kościoła katolickiego, to nic innego, jak tylko od ponad dwóch tysięcy lat kształcone doświadczeniem działania propagandowe, generowane przez hierarchię, bardzo arbitralnie i skoordynowanie, mające na celu – poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji – głównie zabezpieczenie interesów tej organizacji.

W potocznym znaczeniu propagandzie nadaje się krytyczne konotacje, utożsamiając je z negatywnymi aspektami samej

polityki, tj. zabiegami demagogicznymi, populistycznymi, złośliwą dyskredytacją wobec oponentów itd... Pojęcie propagandy kojarzy się najczęściej z epokami niemieckiego nazizmu, czy komunizmu. Ale czy siekiera może służyć tylko zbrodni?

Dotychczasowe badania mechanizmów propagandy politycznej skłaniają się do określenia tego – bądź co bądź – intelektualnego wyzwania jako wyjątkowe wieloznacznością i wielowymiarowe pojęcie. Walter Lippman, amerykański socjolog i publicysta, rozumiał propagandę jako konsekwentny, trwały wysiłek wytwarzania lub kształtowania, inicjowania wydarzeń w taki sposób, aby wpływać na społeczne możliwości postrzegania określonych przedsięwzięć, idei lub grup. Jeżeli więc dla dobra wspólnego taki wpływ jest możliwy i korzystny, należy dopuścić do stosowania technik marketingowych, ale i zezwolić na konieczność takiego działania, np. w celu uniknięcia chaosu.

Inny amerykański badacz tego tematu, Leonard Doob, sformułował kilka podstawowych elementów procesu transmisji propagandy: jej nadawca, treści jego przekazu, ich percepcja, pierwsze reakcje odbiorców, zmiany wytworzone z wpływu przekazu u ludzi poddawanych propagandzie. Można jeszcze wymienić trzy inne funkcje propagandy: informacyjno-interpretacyjną, dezinformacyjną i demaskatorską. Pierwsza z nich zwraca uwagę na fakt pojawiania się w niej rzetelnej informacji o rozmaitych zjawiskach społecznych, gospodarczych, politycznych itp., także sugerowanie wyrazistych interpretacji. Funkcja dezinformacyjna zakłada rozpowszechnianie fałszywych informacji, np. ostatnio głoszonych przez premiera o znakomitym stanie budżetu państwa czy – przed wyborami, w ramach ich kampanii – możliwości pozyskiwania przez emerytów lekarstw w sposób nieodpłatny. Natomiast funkcja demaskatorska służy odkrywaniu prawdziwych, ale i często fabrykowanych, niezgodnych z prawdą informacji, dotyczących działań prowadzonych przez przeciwników politycznych (przykład: opinie generowane przez Zjednoczoną Prawicę o Unii Europejskiej i

stosunkach z sąsiadami Polski).

Ogólnie mechanizmy marketingu, każdego rodzaju, więc i politycznego, są niezwykle skomplikowane. Nie mogą być obsługiwane przez dyletantów. Posługujący się nimi, biorący czynny udział w kształtowaniu poglądów opinii społecznych, powinni rozumieć co najmniej ogólne znaczenia tych mechanizmów i umieć korzystać z porad specjalistów tematu, politologów, psychologów, socjologów, analityków i itp. fachowców. Powinni również sobie uzmysłowić i zapamiętać, że poliarchia, nowoczesna demokracja, zapewnia obywatelom możliwość realnego uczestnictwa w polityce. Fundamentalną rolę odgrywa w niej rywalizacja polityczna i świadomość, że demokracja jest stanem idealnym, więc nieosiągalnym, można jedynie do niego dążyć...

Elity ugrupowań politycznych, zwłaszcza te nobilitujące się przymiotnikami od rzeczownika demokracja, również powinny przyjąć do wiadomości, że propaganda to nic wstydliwego, pejoratywnego... Propaganda towarzyszy władzy politycznej od początków ludzkości, nie należy więc zauważać jej w kategorii dychotomii: zło – dobro, etyczny – nie etyczny. Trzeba raczej zwracać uwagę na techniczny i neutralny charakter zjawiska. W kategoriach oceny moralnej należy postrzegać decyzje osób odpowiedzialnych za przedsięwzięcia propagandowe i skutki tych decyzji.

Nie ma tutaj miejsca na szczegółowy wykład o pojęciu funkcji, konieczności zrozumienia i stosowania propagandy przez usiłujące istnieć i funkcjonować ugrupowania polityczne – ponoć w imię społecznego dobra. Temat ten wymaga wieloletniego, uniwersyteckiego kształcenia. Ale warto go przywołać dla zwrócenia na jego znaczenie uwagi, choćby w kontekście najbliższej przyszłości Polski, po wymieceniu z niej złogów kacyzmu.

Á propos złogów... Moje postulaty na szansę renesansu polskich uwarunkowań krajowych i międzynarodowych po odejściu Kaczyńskiego, to – w kolejności:

- ustawa przywracająca w Polsce jej stan prawny sprzed dnia wyborów w 2015 r., przygotowujący do naprawę rzetelnych reform, zgodnych z traktatami zawartymi z Unią Europejską,
- w jak najszybszym czasie zdelegalizowanie podmiotów składających się na Zjednoczoną Prawicę (sprzyjanie obchodzeniu ustawy zasadniczej, grabież majątku państwowego, wyprowadzanie Polski z Unii Europejskiej...),
- wstępne zmarginalizowanie i w kolejności wszczęcie procedury impeachmentu wobec osoby pełniącej aktualnie obowiązki prezydenta, wielokrotnego przestępcy konstytucyjnego,
- wszczęcie postępowań karnych przed stosownymi sądami i osądzenie osób pełniących kierownicze funkcje w resortach oraz podległych im menedżerów w państwowych jednostkach gospodarczych, tych wszystkich, którzy przez minione osiem lat mijali się z literą prawa,
- odstąpienie od dotychczasowej umowy konkordatowej zawartej z Watykanem i przystąpienie do negocjacji nad nową, sprawiedliwą, zapewniającą faktyczny rozdział państwa od Kościoła, na warunkach odpowiadających filozofii współczesnych uwarunkowań cywilizacyjnych Unii Europejskiej.

Czy te postulaty są możliwe do spełnienia? Bardzo wątpliwe. Dotychczasowa opozycja, która 15. października uzyskała w sejmie większość jest za słaba. Za słaba, przede wszystkim wielością podmiotów politycznych, z jakich się składa. Także tych podmiotów obfitością sprzecznych ze sobą idei i – zauważmy to szczerze – interesów. I – przy całej mojej sympatii do Tuska i docenieniu znaczenia jego przedwyborczych spotkań z Polakami – to jednak nie widzę w nim de Gaulła lub Churchilla, mogącego, jak tamci, w kryzysowym dla ich państw czasie, stanąć na wysokości zadania, jakiego ci, co obalili PiS oczekują dla Polski.

Nowa opozycja, tym razem składająca się ze Zjednoczonej Prawicy, obojętnie, podzielonej czy nie, przy zachowaniu

żywołności tych formacji, z przewidywanym ich wiernym pomocnikiem u boku, lokatorem pałacu Namiestnikowskiego, także sprzyjającą hierarchią Kościoła katolickiego, mogącego utracić znaczące profity materialne, stanie się naprawdę totalną opozycją dla nowego parlamentu i nowej władzy wykonawczej. Należy pamiętać, że kaczyści dysponują – póki co – ogromnymi funduszami, jakie lekką ręką będą mogli przeznaczać na nieczne cele propagandy dezinformacyjnej. I nie łudźmy się, do czasu istnienia ich organizacji, będą władać wieloma instrumentami nacisku i przemocy, zdolnymi osłabiać, niszczyć demokrację. Skóra przestępcy jest dla niego celem możliwości przeżycia, będzie o nią walczyć każdym sposobem. Warto przywołać tu wiekami udowodnioną prawdę: demokrata do przestępcy odnosi się w sposób humanitarny, przestępca odpowiada pięścią... Czy w każdych okolicznościach wypada być demokratą, nadstawiającym drugi policzek?

Owszem, muszę jednak zdecydowanie pochylić czoła przed Donaldem Tuskiem, chapeau bas!, w zasadzie chyba jako jedynemu sprawcy pogromu pisowców tego pamiętnego 15. października. On jeden spośród zmagających się jego koalicjantów w kampanii potrafił w mocny, zdecydowany sposób pootwierać serca i przewietrzyć sumienia Polaków, skierować ich „na właściwą stronę mocy”.

Hołownia, aby się stać trybunem, powinien nauczyć się wolniej mówić, natomiast więcej czasu poświęcić na myślenie.

Kosiniak – brak mu zdecydowania, ogólna treść jego wystąpień przypomina skądinąd świetną baletnicę, która jednak przed każdą figurą zastanawia się nad kierunkiem możliwości wykonania kolejnego kroku. Niepewny taki koalicjant.

Czarzastego pijarowcy musieliby dopiero „ułożyć”, zdyscyplinować, ożywić. Jest bowiem w swoich wystąpieniach nieciekawym, wygląda na człowieka ustawicznie niedospanego i po prostu nudnego... Polityk, zwłaszcza lider, publicznie powinien tryskać tylko energią i feerią słów, porywających, nawet

targających uczuciami słuchaczy. Tusk, występując niby spontanicznie, bez marynarki, w koszuli, z przypiętym do jej kołnierza biało czerwonym serduszkim, błyskawicznie chwycił widownię. Słuchający go zaczęli się z nim identyfikować. Czarzasty w żółtym sweterku, a nawet w garniturze, przedstawia się nudnym abnegatem. Gdyby nie kilka innych osób z jego ugrupowania, typu Agnieszki Dziemianowicz-Bąk, wątpię, aby Nowa Lewica znalazła się w sejmie.

Tych pomniejszych koalicjantów, np. Zielonych, w ogóle w kampanii nie dało się zauważyć. Summa summarum: z mojej obserwacji ostatniej kampanii wyborczej wynika, że generalnie tylko Donald Tusk przyczynił się do wysokiej frekwencji przy urnach i klęski Kaczyńskiego. Wspólników ciągnął za sobą...

Należy jednak zauważyć, że jako pierwszy minister w nowym rządzie, który zapewne (mam nadzieję) niebawem powstanie, Tusk będzie – niestety – zakładnikiem współpracowników, wywodzących się z wielu – dziewięciu?, dziesięciu? – ugrupowań, mającym wielu hamulcowych (takich Marków Sawickich, ksywa „na razie”). Życzę mu wyjątkowego hartu ducha i siły myślenia lisa-Talleyranda!, nawet Bismarcka!, któremu udało się zjednoczyć ojczyznę. Także proponuję dokonania przez Koalicję Obywatelską, też innym jej koalicjantom, dogłębnej, fachowej analizy sposobów prowadzenia przez swoje sztaby ostatniej kampanii wyborczej. Wyciągnięcia z niej wniosków i po ich rozpatrzeniu, już starając się unikać przeszłych błędów, od pierwszego dnia po powołaniu nowego rządu namawiam do natychmiastowego przystąpienia w profesjonalnym podejściu do kolejnej bitwy. Tuż za progiem Nowego Roku nowe wyzwanie, wybory samorządowe i do parlamentu europejskiego. Nie ma czasu na jakąkolwiek formę zadowolenia i odpoczynku! Wynik wyborów 15. października 2023 roku może być dla Polski ostatnią szansą jej racjonalnego bytu.

W działaniach propagandowych nadchodzącego czasu postulowałbym o szeroko instytucjonalne wdrożenie sposobów przywracania pierwotnych, właściwych znaczeń pojęciom związanym z polityką,

gospodarką, życiem społecznym. Gebelsowska propaganda PiSu wykrzywiła bowiem, zmieniła ich formaty, zatruwając ludzkie umysły nie tylko ksenofobią. Wieloletnie wmawianie Polakom tezy głoszącej, że Niemcy, jak w czasach nazizmu, są nadal ich wrogiem, że Unia Europejska jest opresyjną w stosunku do nas instytucją, podobnie jak kiedyś ZSRR, że Tusk jest podwójnym agentem, rosyjskim i niemieckim itd., itd. znacząco podzieliło społeczeństwo i zmanipulowało jego mentalność. Niektóre z pojęć, jak patriotyzm, katolicyzm, szacunek do tradycji kaczyści zamienili w pustostowia, albo fałszywe hasła, sprowadzając je do sloganów i frazesów. Religijno narodowa adoracja klęsk wyzwoleńczych, tzw. żołnierzy wyklętych i wiele innych spraw związanych z historią, powinny być zastąpione rzetelną, udokumentowaną wiedzą, nie interesownymi umizgami polityków czy Kościoła.

A jednak, ocierając się już długim swoim życiem o mentalność zbiorowości polskiej, nie mogę się pozbyć wątpliwości co do możliwości stanowczej europeizacji Polski. Panie redaktorze Skalski, wpisując się w Pana niepokoje, obawiam się, biorąc pod uwagę kiepskie możliwości propagandowe, czyli dotychczasowej opozycji aroganckie sposoby komunikowania się ze społeczeństwem, że w najbliższym czasie Polska będzie pachnieć nadmiarem pudru. Niestety, puder nie likwiduje mankamentów podłoża... Obym się mylił.

Autorstwo: Andrzej Markowski-Wedelstett

Źródło: StudioOpinii.pl