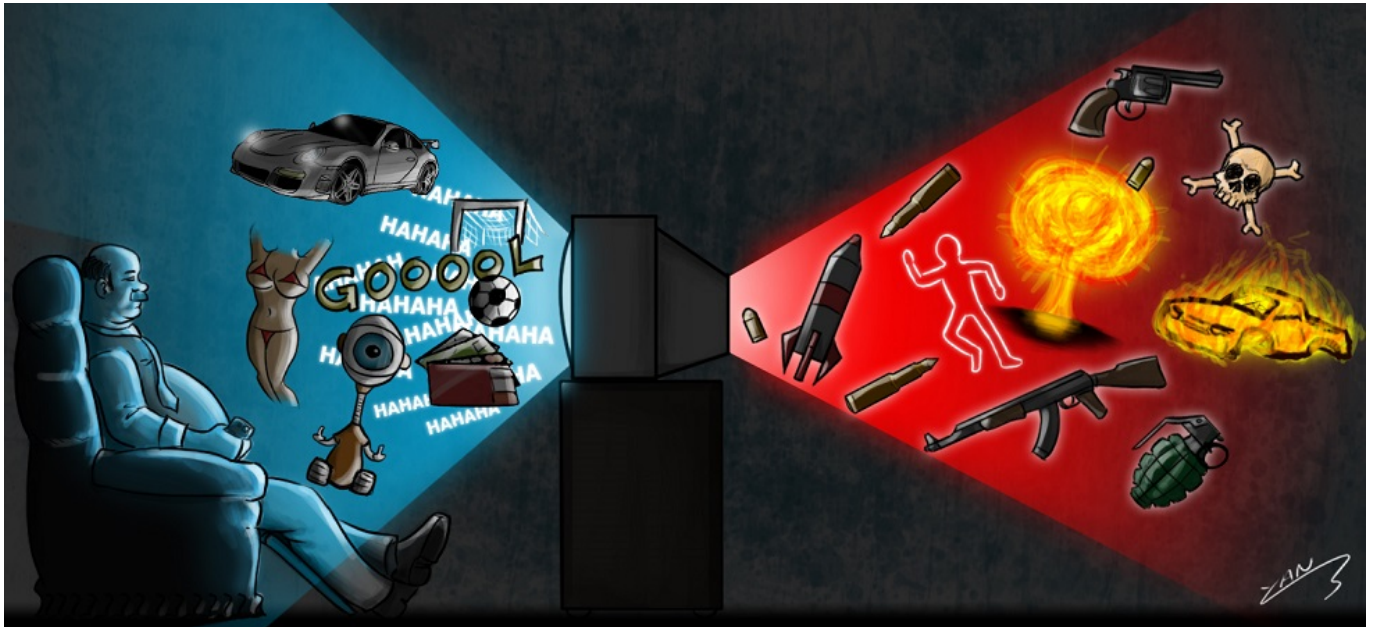


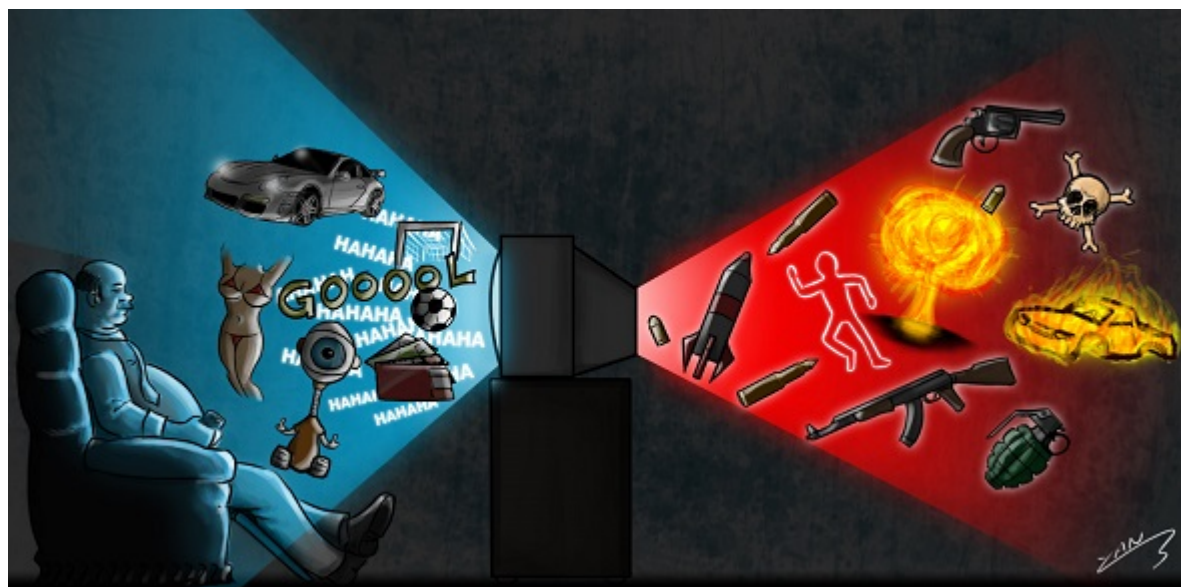
# Μέθοδοι λειτουργίας της Προπαγάνδας

Ορθοδοξία / Κοινωνικά θέματα

Αθανάσιος Κολιοφούτης, Δρ. Θεολογίας - Εκπαιδευτικός



Προχωρώντας στην ανατομία των μεθόδων προπαγάνδας, όπως εξετάζονται μέσα από τη διαφωτιστική μελέτη του κ. Αθ. Κολιοφούτη (<https://www.rempptousia.gr/?p=61911>), που αφορά την ποιμαντική αντιμετώπιση της επιχειρούμενης από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αντιχριστιανικής προπαγάνδας, πληροφορούμαστε στο παρόν δημοσίευμα τις μεθόδους ανάπτυξης των προπαγανδιστικών μέσων χειραγώγησης του κοινού.



Πηγή:<http://collapseofindustrialcivilization.com/>

Η προπαγάνδα, ως είδος λόγου, είναι ξένη με κάθε μορφή λεκτικής επικοινωνίας, η οποία εδράζεται στην αρχή της επιχειρηματολόγησης και διεξάγεται σύμφωνα με τους κανόνες της αποδεικτικής διαδικασίας. Θέτοντας όπως ελέχθη, ως πρώτιστο στόχο την προσέγγιση ενός μαζικού ακροατηρίου και προκειμένου να επιτύχει τον στόχο αυτό, χρησιμοποιεί πλήθος περίτεχνων τεχνικών και μεθόδων. Η επίκληση στο συναίσθημα είναι ίσως η πιο αποκάλυπτη μέθοδος της προπαγάνδας. Η προσφυγή του προπαγανδιστή στον ψυχικό κόσμο του ακροατή του στηρίζεται, κατά τον Hurley[25] στο ακόλουθο εκβιαστικό ερώτημα, αντιμέτωπο με το οποίο φροντίζει έντεχνα να τον φέρει: «Θέλετε να γίνετε αποδεκτός και να συμπεριληφθείτε, να αγαπηθείτε και να είστε ισότιμος με τα άλλα μέλη της ομάδας; Αν ναι, θα πρέπει να δεχτείτε το ΧΨΖ ως αληθές».

Σε περίπτωση κατά την οποία ο αποδέκτης της προπαγάνδας απαντήσει αρνητικά στο παραπάνω ερώτημα, πολύ δε περισσότερο όταν το υπόλοιπο πλήθος στον οποίο αναφέρεται το μήνυμα ανταποκριθεί με ενθουσιασμό στην αποδοχή του, διατρέχει το κίνδυνο να χάσει το αίσθημα της ασφάλειας του πλήθους και να αποκοινωνικοποιηθεί. Η προτροπή να ακολουθήσουμε τη «μόδα» μας ενθαρρύνει να σκεφτούμε ότι, επειδή όλοι οι άλλοι υιοθετούν μια συγκεκριμένη συμπεριφορά, το ίδιο θα πρέπει να κάνουμε κι εμείς, προκειμένου να ταυτιστούμε με το σύνολο και να μην αποξενωθούμε απ' αυτό. Ο προπαγανδιστής φροντίζει πάντοτε να διεγείρει τα συναισθήματα και τον ενθουσιασμό του πλήθους για να κερδίσει την αποδοχή του για όσα εισηγείται.

Υπάρχουν όμως και πολλές άλλες μέθοδοι[26]: Η παρουσίαση μόνο των πληροφοριών με θετικό περιεχόμενο προς αυτό που θέλουμε να επιτύχουμε και η ταυτόχρονη αποσιώπηση των αρνητικών είναι μία απ' αυτές. Η προσπάθεια του

προπαγανδιστή να πείσει το κοινό για μια ιδέα η πρόταση που έχει την ελάχιστη αρνητική επίδραση από όλες τις άλλες που προτείνονται, επίσης χρησιμοποιείται πολλάκις. Η γλωσσική τεχνική του να χρησιμοποιεί λέξεις, φράσεις, τοπικούς ιδιωματισμούς, σαρκασμούς και χιούμορ, που χρησιμοποιούνται στη καθημερινή ζωή των πολιτών, για να δείξει ότι καθρεφτίζει τις απόψεις του «μέσου πολίτη», συνδράμουν επίσης προς αυτή τη κατεύθυνση.

Η διαμονοποίηση του όποιου εχθρού, με τη χρήση στερεοτύπων εθνικού ή φυλετικού ρατσισμού και η υπερβολή των φυσικών χαρακτηριστικών ή της συμπεριφοράς τους, ανεξάρτητα από την ισχύ τέτοιων στερεοτύπων, χρησιμεύει να αντιπαραβάλει τους ήρωες, που πρεσβεύουν όλα όσα επιθυμεί ο προπαγανδιστής, ενάντια στους κακοποιούς, που πρεσβεύουν πάντοτε την αντίθετη άποψη. Η τεχνική της πόλωσης περιλαμβάνει τη μέθοδο της σύμπραξης με μία από δύο αντιλήψεις, ιδέες, πρόσωπα. Ο προπαγανδιστής δημιουργεί μια κατάσταση, όπου ο κόσμος χωρίζεται σε μαύρο ή άσπρο και οι δέκτες έρχονται ενώπιον αυτών των δυό επιλογών.

Με την τεχνική της μεταφοράς, επιδιώκεται να ειπωθεί ένα στοιχείο με τον ίδιο ακριβώς τρόπο, που θα ιδωθεί ένα άλλο στοιχείο. Να συνδεθούν με άλλα λόγια τα δυό αυτά στοιχεία, με τέτοιο τρόπο ώστε να προβάλλουν το ίδιο θετικό ή αρνητικό συναίσθημα. Οι υπερβολές, οι ανακρίβειες, οι μισές αλήθειες, οι υπεραπλουστεύσεις, τα συνθήματα, η ειρωνία, η υπερβολή, η χρήση αβάσιμων υπαινιγμών, η υπερεκτίμηση και η υποτίμηση συχνά αποτελούν θεμελιώδη εργαλεία για τον προπαγανδιστή. Η χρήση ευφημισμών και ήπιων λέξεων επιλέγεται απ' αυτόν όταν αναγκάζεται να εξωραΐσει την εικόνα μιας δυσάρεστης προτροπής, προκειμένου να γίνει πιο εύκολα αποδεκτή από τις μάζες.

Οι γενικότητες και οι πομπώδεις εκφράσεις που ηχούν σημαντικές, ενώ έχουν μικρή σημασία, αποσκοπεί στην αποδοχή και έγκριση ενός μηνύματος, χωρίς αποδεικτικά στοιχεία. Η πρόκληση τεχνητού φόβου και η προβολή της ενδεδειγμένης λύσης για τη αποφυγή των καταστροφικών, όπως προβάλλονται, συνεπειών μιας επιλογής, είναι επίσης αξιοσημείωτη. Προηγείται η απειλή, που πάντα διογκώνεται, την οποία διαδέχεται η προβολή της ενδεδειγμένης κατά τον προπαγανδιστή, συμπεριφοράς του κοινού σχετικά με την επικείμενη απειλή. Κατόπιν καταβάλλεται προσπάθεια να γίνει κατανοητό ότι η προτεινόμενη λύση θα είναι αποτελεσματική στην αντιμετώπιση της απειλής και τέλος αναδεικνύεται η δυνατότητα του κοινού να προβεί σε υλοποίηση και εφαρμογή της προτεινόμενης λύσης. Η επανάληψη της αλήθειας που προπαγανδίζεται επέχει ιδιαίτερη σημασία. Ο ίδιος ο Γκέμπελς, υπουργός προπαγάνδας της χιτλερικής Γερμανίας υποστήριζε, ότι «αν θέλουμε μια ιδέα να διεισδύσει στις μάζες, πρέπει να την

επαναλαμβάνουμε συνεχώς και πάντα»[27].

Η προβολή της αξιοπιστίας της πηγής που προπαγανδίζει είναι υψίστης σημασίας. Λαμβάνοντας αυτό υπόψη ο προπαγανδιστής οφείλει να δίνει πάντα την εντύπωση ότι το περιεχόμενο της προπαγάνδας προέρχεται από μια αξιόπιστη και απολύτως σεβαστή πηγή. Γι' αυτό συνηθίζει να επικαλείται αυθεντίες, απόψεις ειδικών η μερικές φορές και στατιστικές, ως αναφορές και πηγές. Το κεντρικό κίνητρο για αυτό είναι ότι οι άνθρωποι έχουν την τάση να εστιάζουν σε αυθεντίες για τη γνώση ενός πράγματος και να καθοδηγούνται απ' αυτές. Η γνώμη του ειδικού είναι αποτελεσματική για τη νομιμοποίηση της αλλαγής και συνδέεται με τον έλεγχο της πληροφορίας[28]. Η σύνδεση ενός προσώπου η μιας ιδέας με ένα σύμβολο εξυπηρετεί την ίδια αναγκαιότητα, αφού το κύρος του συμβόλου μεταφέρεται στο πρόσωπο η την ιδέα και καθιστά πιο εύκολη την αποδοχή του.

Η προπαγάνδα δεν ταυτίζεται με την πειθώ, αν και δεν αποκλείεται να τη αξιοποιεί για την επίτευξη των στόχων της. Όπως προκύπτει από όλα όσα αναπτύξαμε διεξοδικά παραπάνω, η προπαγάνδα σχετίζεται με μια προσπάθεια του υποκειμένου να διαμορφώσει τις σκέψεις και τα συναισθήματα των άλλων, κατά τρόπο σύμφωνο προς τους στόχους αυτού που τις επικοινωνεί. Αντίθετα, η πειθώ είναι μεν μια μορφή σκόπιμης επιρροής, αλλά υπό την έννοια ότι επιδιώκει να διαφοροποιήσει τον τρόπο με τον οποίο οι άλλοι σκέφτονται, αισθάνονται η πράττουν, περισσότερο δια της ενθάρρυνσης, παρά δια της επιβολής[29]. Στην προπαγάνδα, η μεταβίβαση των πληροφοριών από το Εγώ στο Εσύ στοχεύει σε ένα μονόλογο.

Ο προπαγανδιστής με όλες τις παραπάνω τακτικές που καταδείξαμε επιχειρεί να μειώσει την εσωτερική σύγκρουση μεταξύ του « Εγώ και του Άλλου » και επιδίδεται σε μια προσπάθεια ενοποίησής τους. Η σύγκρουση μεταξύ του « Εγώ και του Άλλου » περιορίζεται η εκμηδενίζεται και μετατρέπεται σε μια σύγκρουση με το « επονείδιστο τρίτο μέρος ». Αντίθετα, στην περίπτωση που κάποιος προσπαθεί να πείσει κάποιον η κάποιους άλλους για την ανωτερότητα των θέσεων που πρεσβεύει, το Εγώ και το Εσύ βρίσκονται σε μια διαλεκτική αλληλεξάρτηση και αλληλεπιδρούν το ένα με το άλλο, διασφαλίζοντας τη δυνατότητα τροποποίησης απόψεων, στάσεων και συμπεριφορών[30]. Όπως πολύ εύστοχα επισημαίνει και ο Bernays τελικά αυτό που διακρίνει την εκπαίδευση από την προπαγάνδα είναι ότι, στη μεν πρώτη, επιδιώκεται η υπεράσπιση αυτού που πιστεύουμε, ενώ στη δεύτερη η υπεράσπιση αυτού που δεν πιστεύουμε.

[Συνεχίζεται]

1994, σ. 120.

[26] Για όλες τις τεχνικές της προπαγάνδας που αναλύονται παρακάτω βλ. σχ. Randal M., *Propaganda and the Ethics of Persuasion*, Ontario 2003, σσ. 95-136.

[27] Welch D., *The Third Reich, Politics and Propaganda*, New York 2002, σσ. 22-28.

[28] Jowett - O' Donnell , οπ. παρ., σ. 291.

[29] Mulholland J., *Handbook of Persuasive Tactics: A Practical Language Guide*, London and New York 1994, σσ. xv-xvi.

[30] Marková I., « Persuasion and Propaganda », *Diogenes* 55, 37, 2008, σσ. 37-50.

**<http://bit.ly/1cFSnms>**