

Κατανοώντας την Προπαγάνδα, του Αργ. Αργυριάδη

Η προπαγάνδα στηρίζεται στους ψυχολογικούς μηχανισμούς της αλλαγής των στάσεων, καθώς και στη θεωρία των σχημάτων του Piaget: Οι πληροφορίες, που διαχέει, γίνονται εύκολα αποδεκτές, όταν δεν συγκρούονται με αυτές, που είναι ήδη οργανωμένες σε σχήματα και επομένως είναι ευχερέστερο να αφομοιωθούν. Τελικός στόχος η αναπροσαρμογή των σχημάτων και η αναδιάταξη των πληροφοριών που περιέχουν δεδομένου ότι αποτελούν δυναμικές οργανωσιακές δομές. Το περιεχόμενό τους είναι λογικό αλλά και συναισθηματικό και η επεξεργασία γίνεται και στα δύο επίπεδα, αν και οι περισσότερες έρευνες καταλήγουν ότι τελικά επικρατεί η θυμική διάσταση.



Η προπαγάνδα αποτελεί ένα άθροισμα τεχνικών από ένα κέντρο εξουσίας προς μια ομογενοποιημένη, μέσω ψυχολογικών χειρισμών, ομάδα με σκοπό τη διασφάλιση της ενεργούς συμμετοχής ή της ανοχής ή της συναίνεσής της. Τα βασικά χαρακτηριστικά της προπαγάνδας είναι τα εξής:

1. Πρόθεση του κράτους να εναρμονίσει τους στόχους των πολιτών με τις δικές του επιδιώξεις
2. Ύπαρξη διαχωριστικών ορίων ανάμεσα στο συμβάν και στην κοινή γνώμη
3. Επιλεκτική διάχυση πλευρών της πληροφορίας
4. Κοινή γνώμη, που έχει συνηθίσει να ερμηνεύει τον κόσμο με στερεότυπα, γενικευμένες κατηγορίες, διπολικές αναπαραστάσεις. Τα ΜΜΕ εμφανίζονται ως η ενδιάμεση ρυθμιστική αρχή ανάμεσα στις υποκειμενικές αντιλήψεις και την πραγματικότητα.
5. Κοινή γνώμη, η οποία αγνοεί πως η συμμετοχή της στις διεργασίες του δημοκρατικού πολιτεύματος υφρίζονται μόνο κατ' επίφαση, επειδή η κυρίαρχη τάξη ελέγχει τη ροή της πληροφορίας, ανάλογα με τα συμφέροντά της.
6. Η προπαγάνδα πρέπει να διαχέεται σε όλες τις εκφάνσεις τη καθημερινότητας, για να είναι αποτελεσματική.
7. Το συναίσθημα νοείται ως συμπλήρωμα των ορθολογιστικών αντιλήψεων για την απεικόνιση της πραγματικότητας και μάλιστα αναπληρώνει σε μεγάλο βαθμό την έλλειψη σφαιρικής πληροφόρησης. Τα ΜΜΕ επιχειρούν μέσω μιας επιτυχούς ή ανεπιτυχούς μείξης συναισθήματος και εκλογίκευσης να παρουσιάσουν το γεγονός ή την είδηση υπό το πρίσμα της κυρίαρχης ιδεολογίας (ιδεολογικός χειρισμός).
8. Οι πολίτες εσωτερικεύουν ως δικές τους πολιτικές τοποθετήσεις, ιδεολογίες και κουλτούρες, που παρουσιάζονται ως υποδειγματικές από τα ΜΜΕ. Ο άνθρωπος, εξαιτίας της περιορισμένης εμπειρίας, της έλλειψης εναλλακτικών, της ανεπαρκούς καλλιέργειας θεωρείται ως παθητικός δέκτης, ανίκανος να διαχειριστεί το συλλογικό, αλλά παραμένει υπεύθυνος μόνο για τον ατομικό προσδιορισμό του.

9. Η προπαγάνδα εμπερικλείει την έννοια του σχεδιασμού, της στρατηγικής και της βαθιάς γνώσης των ψυχολογικών – κοινωνικών δυναμικών της κοινής γνώμης.. Η απλοϊκή άποψη ότι οι ομάδες εξουσίας μπορούν εύκολα να διαχειριστούν τη μάζα, έχει προ πολλού ανασκευαστεί.

10. Η προπαγάνδα σήμερα νοείται ως ένα είδος συμβολαίου, οι όροι του οποίου μπορούν ανά πάσα στιγμή να τεθούν σε επαναδιαπραγμάτευση.

Η ίδια η κοινωνία δεν είναι παρά μια φαντασιακή θέσπιση επικοινωνιακών σχέσεων και αλληλεπιδράσεων. Ως τέτοια ήταν αναμενόμενο να χρησιμοποιηθεί ως εξουσιαστικό εργαλείο και ως αναπαραγωγή της κυρίαρχης ιδεολογίας. Υπό το πρίσμα αυτό η προπαγάνδα μπορεί να οριστεί ως διάδοση του αξιακού συστήματος των κέντρων εξουσίας με τέτοιο πειστικό τρόπο, ώστε οι αναπαραστάσεις των πολιτών να συγκλίνουν προς τους στόχους της ηγετικής τάξης. Η αμφισημία των νοημάτων και οι πολλαπλές πιθανότητες ερμηνείας της αντικειμενικότητας μειώνονται, εξαιτίας της συστηματικής προσπάθειας της εξουσίας να αποκρύψει εναλλακτικές νοηματοδοτήσεις και να υπερτονίσει όσες μπορούν ευχερέστερα να περιγράψουν τις αντιλήψεις της.

Οι πολίτες ενδίδουν σε αυτή, συνειδητά ή ασυνείδητα ως αντίδραση σε μαζικά συναισθηματικά βιώματα και συλλογικές απειλητικές εμπειρίες. Το σίγουρο είναι πως η προπαγάνδα είτε ως αποσιώπηση είτε ως ψέμα είτε ως τεχνική υποθάλπει την κατάλυση της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, διακυβεύει τα ιδεώδη και λεηλατεί την ελεύθερη βούληση διότι:

- Η προπαγάνδα δημιουργεί ανάγκες ή επιτείνει τις υπάρχουσες
- Δραματοποιεί λανθάνοντα ή υπαρκτά συναισθήματα
- Αναζωογονείται με την επανάληψη
- Γίνεται πιστευτή, όταν εκπέμπεται από πολλές πηγές, που αλληλοσυμπληρώνονται
- Είναι αποτελεσματικότερη όταν προβάλλει τα μηνύματά της σε φαινομενικά ουδέτερο πλαίσιο.
- Γίνεται περισσότερο πετυχημένη όταν τα νοήματά της δεν είναι διεκδικητικά ή απαιτητικά, αλλά φαντάζουν ως λογικά αποκυήματα της σκέψης των πολιτών.
- Δηλητηριάζει τον κριτικό λόγο, όταν ενσωματώνει τα αντίθετα επιχειρήματα με τέτοιο τρόπο, ώστε να τα γελοιοποιήσει, κάνοντας την κοινή γνώμη να υποθέσει πως μετέχει μιας δημοκρατικής αντιπαράθεσης.
- Εκτροχιάζει την ορθή σκέψη παρουσιάζοντας ψευδή δεδομένα ή αποσιωπώντας άλλα. Για παράδειγμα εμφανίζουν μια ιδέα, ως πολύ πιο διαδεδομένη απ' ό,τι πραγματικά είναι, έναν υποθετικό κίνδυνο ως απειλή, οδηγούν την κοινή γνώμη σε εκβιαστικά διλήμματα του τύπου «πτώχευση ή ξεπούλημα των βασικών δικαιωμάτων», «ανοχή στους μετανάστες ή διασάλευση της δημόσιας ασφάλειας», χωρίς να την εκθέτουν σε πραγματικές λύσεις.

Η προπαγάνδα στηρίζεται στους ψυχολογικούς μηχανισμούς της αλλαγής των στάσεων, καθώς και στη θεωρία των σχημάτων του Piaget: Οι πληροφορίες, που διαχέει, γίνονται εύκολα αποδεκτές, όταν δεν συγκρούονται με αυτές, που είναι ήδη οργανωμένες σε σχήματα και επομένως είναι ευχερέστερο να αφομοιωθούν. Τελικός στόχος η αναπροσαρμογή των σχημάτων και η αναδιάταξη των πληροφοριών που περιέχουν δεδομένου ότι αποτελούν δυναμικές οργανωσιακές δομές. Το περιεχόμενό τους είναι λογικό αλλά και συναισθηματικό και η επεξεργασία γίνεται και στα δύο επίπεδα, αν και οι περισσότερες έρευνες καταλήγουν ότι τελικά επικρατεί η θυμική διάσταση.

Σε κάθε περίπτωση η προπαγάνδα εκμεταλλεύεται το φόβο για τη διαφορετικότητα και την ανάγκη του ατόμου να μοιράζεται κοινές αξίες με τις ομάδες, στις οποίες «ανήκει».