**Η προπαγάνδα στη ζωή μας**

Είναι γεγονός αναμφισβήτητο πως η προπαγάνδα είναι συνυφασμένη με την καθημερινότητα, **μασκαρεμένη έντεχνα** σε κάθε περίσταση ή **έκφανσή** της που ξεγελά και τον πλέον καχύποπτο. Φορώντας δεκάδες προσωπεία, συχνά φαίνεται να υφίσταται ως αναγκαίο κακό ή και αθώα πλάνη. Η προπαγάνδα υπάρχει παντού, από την καθημερινή επικοινωνία μεταξύ μας, τα ΜΜΕ, τις διαφημίσεις, τα κουτσομπολιά, το εμπόριο, κοκ… Συχνά είναι δύσκολο να τη διακρίνει κανείς, αφού για να κατανοήσεις τη προπαγάνδα, πρέπει πρώτα να εντοπίσεις το στόχο που εξυπηρετεί.

Η προπαγάνδα είναι ίσως το κυρίαρχο όπλο των κυβερνήσεων. Ενώ η γνώμη του λαού **φαινομενικά** δεν έχει καμία σημασία, όσο καταπιεστικό και αν είναι ένα καθεστώς, πρέπει να φροντίζει να καλλιεργεί τις συνειδήσεις προς το συμφέρον του, όποιο κι αν είναι αυτό. Όσο ανίσχυρος κι αν φαίνεται ο λαός, όλοι οι άρχοντες συμφωνούν πως ο λαός είναι κάτι που οι εξουσιαστές πρέπει να φοβούνται. Φωνή λαού, οργή Θεού λέει η παράδοσή μας, και είναι κάτι που ακόμα και ο Χίτλερ παραδέχτηκε. Γι αυτό και ίδρυσε το υπουργείο Δημόσιου Διαφωτισμού και Προπαγάνδας, αρχηγός του οποίου διετέλεσε ο μαέστρος της προπαγάνδας Δόκτωρ Γιόζεφ Γκαίμπελς. Η προπαγάνδα του Χίτλερ, του εξασφάλισε την υποστήριξη του λαού του, την εσωτερική ασφάλεια και σταθερότητα προκειμένου να εξαπολύσει την επίθεση προς την Ευρώπη.

Αλλά ας μην πηγαίνουμε μακριά. Στην αρχαία Αθήνα, η εκκλησία του δήμου ήταν η κυριότερη δημοκρατική συνέλευση. Από εκεί παίρνανε σημαντικές αποφάσεις για εσωτερικά και εξωτερικά ζητήματα, με την ψήφο των αθηναίων πολιτών να ασκεί την απόλυτη εξουσία. Βέβαια, για να παρθεί μια απόφαση, τον πρώτο λόγο είχαν οι ρήτορες, που απήγγειλαν λόγους προκειμένου να πείσουν το λαό να πάρει την απόφαση που συνέφερε τους ίδιους τους ρήτορες ή τους “εργοδότες” τους. Ο στόχος τους ήταν να κερδίσουν με το μέρος τους την κοινή γνώμη και τελικά να κερδίσουν το εκάστοτε ψήφισμα. Βέβαια η δημαγωγία ήταν μέγιστο παράπτωμα, αλλά βλέπετε οι ισορροπίες μεταξύ δημαγωγίας και καθοδήγησης είναι πολύ λεπτές.

Η ανάγκη της προπαγάνδας λοιπόν έχει ανακαλυφθεί χιλιάδες χρόνια τώρα. Σήμερα όμως, πρόκειται για μια τέχνη που έχει εξελιχθεί πολύ, αφού πολλοί τομείς της τεχνολογίας και των επιστημών έχουν συμβάλλει σε αυτή την εξέλιξη. Με τη μαζική είσοδο των τηλεοράσεων και του ραδιοφώνου στα σπίτια του κόσμου, έγινε κατανοητό πως για να χειραγωγήσεις ένα λαό, δε χρειάζεται να τον τρομοκρατείς με όπλα, στρατό και αστυνομία. Μπορείς, αντίθετα να πλάσεις την πραγματικότητά του, όπως εσύ επιθυμείς, και να τον καθοδηγήσεις σε ό,τι συμπέρασμα θέλεις. Ο άνθρωπος είναι ικανός να πιστέψει το οτιδήποτε, αρκεί να του το θέσεις με έξυπνο τρόπο. Πάνω απ’ όλα, δε χρειάζεται να λες την αλήθεια, παρά μόνο να ντύσεις όμορφα το ψέμα.

{…} Κάποιοι σίγουρα γνωρίζετε για το πείραμα του αμερικάνου ψυχολόγου  J. E. Asch, πείραμα που επαληθεύει τον παραπάνω συλλογισμό: Ο Asch, λοιπόν, έδειξε σε έξι πρόσωπα μια γραμμή ορισμένου μήκους και τους ζήτησε να βρουν την αντίστοιχη τους, ανάμεσα σε τρεις άλλες που είχαν κι αυτές παρουσιαστεί στον πίνακα. Από τις τρεις επιλογές που είχαν η σωστή ήταν ολοφάνερα σωστή, αφού οι άλλες δύο ήταν αρκετά μικρότερες. Οι πέντε από τους έξι «εθελοντές» όμως, ήταν υπάλληλοι του επιστήμονα. Σε αυτούς είχε δοθεί η εντολή να διαλέξουν ομόφωνα, χωρίς να δείξουν καμία αμφιβολία, μία λάθος γραμμή. Οι πέντε υπάλληλοι «διάλεγαν» πρώτοι και μετά, αφού είχε ακούσει τους προηγούμενους, ήταν η σειρά του αληθινού πειραματόζωου να διαλέξει. Τα περισσότερα από τα υποκείμενα του πειράματος, ενώ έβλεπαν ότι η γραμμή που είχαν διαλέξει οι προηγούμενοι ήταν λάθος, επέλεγαν την ίδια –τη λάθος! Και το πιο περίεργο, ίσως το πιο σημαντικό, είναι ότι μόλις το υποκείμενο μάθαινε τη συνομωσία δεν παραδεχόταν ότι διάλεξε τη λανθασμένη γραμμή υποκύπτοντας στην πίεση της… «κοινής γνώμης», αλλά ότι ήταν δικό του λάθος, αβλεψία, ανοησία, κακή εκτίμηση.

Η προπαγάνδα λοιπόν, μπορεί να χρησιμοποιήσει με μεγάλη επιτυχία τις πτυχές της ανθρώπινης συμπεριφοράς προς το συμφέρον του στόχου που εξυπηρετεί: Αρκεί να πείσεις την πλειοψηφία, και αυτή με τη σειρά της θα παρασύρει και τους υπόλοιπους. Αλλά, ξέρετε, η προπαγάνδα μπορεί να είναι τόσο καλοσχεδιασμένη, που δε χρειάζεται καν να καταφύγει στο ψέμα: Ακόμα καλύτερα αποτελέσματα από το ψέμα -που ούτως ή άλλως μπορεί να αποκαλυφθεί και να οδηγήσει την προπαγάνδα σε ναυάγιο- εγγυάται η χρήση της παραποιημένης-μισής αλήθειας, ή η προβολή ενός μεμονωμένου γεγονότος προκειμένου να προκύψει ένα γενικό συμπέρασμα. Επίσης η χρήση μεμονωμένων γεγονότων τα οποία προβάλλονται αλλεπάλληλα σαν καταιγισμό ειδήσεων, προσφέρουν ένα αποτέλεσμα, στο οποίο δημιουργείς μια εντύπωση που βεβαίως δεν προέρχεται από ψεύδη, αλλά δεν αποκαλύπτει και την πραγματική κατάσταση που ίσως να επικρατεί. Έχει να κάνει αποκλειστικά και μόνο με το “πού εστιάζουν οι κάμερες”.

Στο σύγχρονο κόσμο η προπαγάνδα είναι κυρίαρχο συστατικό της καθημερινότητας. Εντοπίζεται εύκολα ή δύσκολα παντού. Δε θα ξεχάσω την αποτυχημένη προσπάθεια των ΜΜΕ να πείσουν τον κόσμο στο ΝΑΙ του δημοψηφίσματος. Αυτό είναι ένα παράδειγμα άτεχνης, πανικοβλημένης, κακής προπαγάνδας. Ακόμα και εκπομπές που έχουν σκοπό να αποκαλύψουν προπαγάνδες ή συνομωσίες (βλέπε **Zeitgeist)**, είναι και αυτές ουσιαστικά προϊόντα προπαγάνδας. Ο σκοπός, λένε, αγιάζει τα μέσα. Πολλές φορές μπορούμε να πούμε πως η προπαγάνδα δεν είναι “μόνο καλή ή μόνο κακή”. Το βασικότερο είναι να τη διακρίνουμε όσο ευκολότερα και γρηγορότερα μπορούμε και πάνω απ’ όλα να κατανοήσουμε το στόχο της. Και όταν σαν φερέφωνα, γιατί συνήθως αυτό είμαστε, την αναπαράγουμε, ας γνωρίζουμε τουλάχιστον ποιανού συμφέροντα εξυπηρετούμε. Τα δικά μας, μάλλον ποτέ.

Διογένης Παπαγιαννάκης

**Παρατηρήσεις**

**Α.**Να αποδώσετε την περίληψη του κειμένου (100-120 λέξεις)

**Β1. «Η προπαγάνδα είναι ίσως το κυρίαρχο όπλο των κυβερνήσεων.»** Να αναπτύξετε τη δοσμένη φράση σε μία παράγραφο 80-100 λέξεων με την μέθοδο της αιτιολόγησης.

**Β2.**Να εντοπίσετε την δομή καθώς και τη μέθοδο ανάπτυξης της τέταρτης παραγράφου του κειμένου δικαιολογώντας την απάντησή σας  («**Η ανάγκη της προπαγάνδας λοιπόν… παρά μόνο να ντύσεις όμορφα το ψέμα**»).

**Β3.**Σε κάποια σημεία του κειμένου ο αρθρογράφος προβαίνει στη χρήση α’ και β’ πληθυντικού προσώπου ενώ σχεδόν σε όλο το κείμενο κυριαρχεί το γ’ ενικό πρόσωπο. Να εξηγήσετε, δικαιολογώντας την απάντησή σας, τι επιτυγχάνεται με την χρήση του β’ και γ’ πληθυντικού προσώπου.

**Β4.**Να δώσετε ένα συνώνυμο για κάθε μία από τις παρακάτω λέξεις: μασκαρεμένη, έντεχνα, συμβάλλει, φαινομενικά.

**Β5.**Να δημιουργήσετε τρεις προτάσεις στις οποίες θα καθίσταται κατανοητό το περιεχόμενο των παρακάτω λέξεων: συμβάλλει, χειραγωγήσεις, ομόφωνα.