

# PETRU PÂNZARU Társadalomlélektan és propaganda

A társadalomlélektan, e tudományos diszciplína és a propaganda bensőséges kapcsolatát még nem méltatták kellőképpen. A néptömegek szocialista tudatának alakítására és fejlesztésére hivatott rendszeres és folyamatos tevékenységként, a társadalmi attitűdök, a mentalitások megváltoztatásának eszközeként, egyszóval: a régi és az új harcának egyik legfontosabb fegyvereként értelmezett propagandára gondolunk. Tárnya és foglalataskodásai természete folytán a társadalomlélektan mint tudomány közvetlenül hozzájárulhat az ideológiai, politikai-nevelési és kulturális munka hatékonyságának növeléséhez, mind össztársadalmi szinten, mind pedig a szűkebb csoportok kisebb léptékű méreteiben. (Ezzel összefüggésben utalunk a *Teorie și metodă în științele sociale* sorozat III. kötetében megjelent *Considerații asupra psihologiei sociale ca știință* című tanulmányra.)

Az elméleti—módszertani viszonylatban jól megalapozott s a gyakorlatban hatékony propagandatevékenység haszonnal alkalmazhatja a társadalomlélektan tudományos kutatásait a társadalmi-emberi meggyőződéses, magatartások, állásfoglalások kialakulására és változásuk módjára, mint ahogyan a hírközlésre vonatkozó társadalomlélektani kutatások fontos eredményeit is. Sőt, mi több: a korszerű propaganda már nem is nélkülözheti azokat a mérési, illetve kutatási módszereket és technikákat, amelyeket a szociológia és társadalomlélektan a közvéleménykutatásban használ.

Megkíséreljük áttekinteni a társadalomlélektan és a propaganda azon érintkezési pontjait, amelyekben az együttműködés a leggyümölcsözőbbnek ígérkezik:

1. A társadalomlélektan tanulmányozza és értelmezi a csoportban, a társadalmi osztály, a nemzetiség, a nemzet kereteiben tekintett egyedek mentalitása, nézetei, magatartásai kialakulásának belső mechanizmusait, s térítő-konkrétumokban változásaik társadalmi, ideológiai és művelődési-pszichológiai feltételeit. A propaganda egyik legfontosabb eszköze az egyedek, társadalmi csoportok és osztályok, nemzetiségek és nemzetek tudata és társadalmi pszichéje alakításának és befolyásolásának.

2. A társadalomlélektan felöleli a történelmi megismerési, érzelmi és akaratú folyamatok, valamint azon objektív társadalmi tényezők egész skáláját, amelyek e folyamatok módosulását, egyik vagy másik irányba terelődését magyarázzák, s ily módon — adott körülményekre vonatkoztatva — a propaganda rendelkezésére bocsátja a tömegek „szellemi-ideológiai meteorológiájának“ térképét; jó hasznát veszi ennek a nagy társadalmi közösségek lelkiállapotának és nézetének szüntelenül hullámzó vizein hajózó propagandista.

3. Tudományként a társadalomlélektan az objektív igazság megállapítására törekszik, hogy ne csupán a tárgykörébe tartozó sajátos — szellemi-ideológiai — jelenségekkel és folyamatokkal kapcsolatos valóságnak megfelelő magyarázatokat dolgozzon ki, hanem kiművelhesse a társadalmi haladás közvetlen szolgálatába állítható, a gyakorlati, átalakító társadalmi tevékenységnek megfelelő eszközöket is. A

marxista—leninista propaganda erejének és hatékonyságának legfőbb forrása az igazság előbbrevitele.

4. Közös végül a társadalomlélektanban és a propagandában az is, hogy mindkettő az emberek nagy csoportjaival, széles néptömegekkel, nem pedig elszigetelt egyedekkel foglalkozik.

Melyek hát a propagandatevékenység — korszerű társadalomlélektani koncepciók szerint megítélt — jellemzői?

Egyik elsődleges nézőpontként megemlíthető, hogy a propaganda tudományosan elemezhető és megalapozható. A társadalomlélektan a propaganda eredete és történelmi fejlődése, tartalma, funkciói és cselekvési módszerei problémáinak a tisztázására törekedett és lörekszik manapság is. A társadalomlélektani szakkönyvek döntő többsége rendszeresen és magától értetődően beiktat a legfontosabb fejezetek sorába kifejezetten a propagandáról szólót is. Példaként emlíjtük a következőket: O. Klineberg társadalomlélektani tankönyve (1940), mely *Magatartások és vélemények* című fejezetében összefoglalást ad a propaganda kérdéseiről; Kretch és Crutschfield 1948-ban írt művének egyik legerjedelmesebb fejezete szól a propagandáról; Jean Stoetzel kézikönyve (*La psychologie sociale*, 1963) a *Kollektív információ* című fejezetben tárgyalja a propaganda sajátos kérdéseit. A társadalomlélektan szempontjából érdekes mozzanatok találhatóak Jacques Ellul, G. Bouthoul, Gurvitch, Piéron és mások szociológiai, politikai és lélektani műveiben is.

Az említettekén kívül, valamint az enciklopédiákban és szaklexikonokban található fejezetek és a folyóiratokban itt-ott előforduló cikkek mellett számos, a propaganda különféle problémáinak szentelt könyv is megjelent. (A továbbiakban jó néhányra hivatkozni fogunk. Ezekén kívül megemlítjük még az alábbiakat: *Dictionary of Social Science*, 1964; J. B. Witton: *La propagande internationale — instrument de guerre ou de paix*, 1949; Jacques Ellul: *Propagandes*, 1962; Jacques Ellul: *Un cas du passage de l'information à la propagande*, az *Année sociologique* 1963-ban; Alfred Sauvy *Le pouvoir et l'opinion* 1950-ben megjelent művének *Psychologie collective et propagande* című fejezete; J. Driencort: *La propagande, nouvelle force politique*, 1950.) E könyvek tematikája nagyon változatos: a propaganda természetével, tartalmával és céljával foglalkoznak, az alapjául szolgáló értelmi-érzelmi indítékokkal; s szólnak a technikákról, a legmegfelelőbb eljárásokról, amelyek révén a propagandisztikus hatás kifejthető.

\*

A gazdag pszichoszociológiai irodalomban a propagandáról kifejtett szempontok felületes rendszerezése során mindenekelőtt a következő vonatkozásokra irányítjuk a figyelmet: a propagandatevékenység eredete és fejlődése, a propaganda meghatározására irányuló kísérletek a társadalomlélektan szempontjából; azon alanyok sajátosságai, akikhez a propaganda szól, a propaganda hatása és hatékonysága növelésének útjai; néhány megjegyzés propagandánkról a társadalmi fejlődés jelenlegi szakaszában.

Történelmileg a *rendszeres* propagandatevékenység alapjait a francia forradalom idején rakták le, s Napóleon korában öltött nagy méreteket (Jacques Ellul: *Histoire des institutions*, 1956). A *Grand Larousse*, miután leszögezi, hogy a politikai propaganda tulajdonképpen egyidős a politikai versengéssel és a politikai harccal, hangsúlyozza: a modern politikai propaganda — az ideológia és a politika fúziójával, illetve a nyomdatechnika gyorsan terjedő eszközeinek felhasználásával — a francia forradalom idején jelent meg. „Akkor folyt le az első propaganda-

hadjárat, s az volt az első háborús propaganda. Akkor szabadult fel és szervezkedett első ízben egy nemzet olyan doktrína nevében, amely egy csapásra az egyetemest célozta. Első ízben társul egy világnézet expanziója a bel- és külpolitikához, s e tény már önmagában természetszerűen kitermeli a propagandát" (J. M. Domenech: *La propaganda politique*, 1959).

A propaganda-jelenség s kialakulásának, fejlődésének marxista kutatói egyöntetűen kidomborítják azokat az objektív társadalmi tényezőket, amelyek a XIX., de kiváltképpen a XX. században meghatározták a közvélemény befolyásolhatósága fokának jelentős növekedését a tökéletesített propaganda-eszközök révén. A következő tényezőkről van szó: a politikai harcok, az osztályharcok éleződése; a néptömegek társadalmi-politikai és nemzeti felszabadulási jellegű forradalmi cselekvéseinek indítékai; mind több nemzet és nemzeti állam kialakulása és megszilárdulása; a városiasodás folyamata, amely a tőkés termelési viszonyok és a tőkés iparosítás kiterjedésének kísérőjelensége, s a népesség mind nagyobb összpontosulásához vezet; a válságok és a háborúk, amelyek megsokszorozták a modern élet fokozatos uniformizálódásának tényezőit, s egyidejűleg azokat a műszaki találmányokat is (rotációs gépek, rádió, film, televízió), amelyek azonnali és egyidejű ráhatást tettek lehetővé ezekre a nagyobbodó néptömegekre.

Hasonlóképpen a társadalomlélektan sok művelőjét foglalkoztatta a propaganda meghatározása, s a befolyásolási eszközökhöz, a meggyőződések és magatartások megváltoztatásának különféle eszközeihez, különösen a neveléshez fűződő viszonyának a tisztázása. Bizonyos meghatározások általánosabb jellegűek, láthatóan tudományos szintézisre törekvők. Bartlett szerint például „a propaganda kísérlet a társadalom véleményének és magatartásának befolyásolására, hogy a személyek meghatározott magatartást tanúsítsanak és meghatározott véleményt valljanak". Az olasz filozófiai lexikon a propagandáról a következőket tartalmazza: „Olyan technika, amellyel megkísérik — percepcióik és értékítéleteik módosításával — a csoportot vagy a személyek magatartását megváltoztatni, s cselekvést kiváltani adott eszmék, intézmények, személyek, dolgok érdekében." Más meghatározások magukon viselik a néptömegekkel és közvéleménnyel kapcsolatos sajátosan polgári politikai magatartások és ideológiák jegyeit. A szintézisre törekvők kategóriájába tartozik — a már idézettekén kívül — Lumley meghatározása is, amely szerint „a propaganda kifejezés a latin *propagare* kifejezéssel egyazon családba tartozik; szélesebb értelemben: terjesztés, védelmezés" (J. E. Lumley: *The Propaganda Menace*, 1933). A legtöbb polgári szerző (például Laswell) szerint a propaganda a néptömegek becsapásának, félrevezetésének hatékony eszköze az uralkodó osztályok hasznára való politikai, gazdasági és ideológiai alárendeltségük biztosítására. Ebben a szellemben fogalmaz Yung és Doob is. Yung szerint a propaganda az eszme, nézet, magatartás terjesztésének olyan akciója, amelyben nem magyarázzák meg világosan a hallgatónak vagy az olvasónak a propaganda igazi célkitűzését (Kimbal Yung: *Social Psychology*, 1930). Doob a propagandát a következőképpen minősíti: „Bizonyos, az egyedek csoportjai magatartásának ellenőrzésében érdekelt személyek szuggesztívó útján végzett rendszeres kísérlete a szóban forgó csoportok magatartásának ellenőrzésére, következőképpen cselekvéseik ellenőrzésére is" (L. W. Doob: *Propaganda — Psychology and Technic Aspect*, New York, 1935).

A propagandáról szóló polgári irodalom bizonyos részét az jellemzi, hogy a propagandát a publicitással azonosítja, és szembeállítja a nevelési folyamattal. Alfred Sauvy antagonizmust lát a hírközlés, az oktatás és a propaganda között. „Határozottan elhatároljuk a hírközlést a propagandától. A propaganda célja az

alárendelés, a hírközlésé pedig a szellemi felemelés és felszabadítás“ (Alfred Sauvy: *Introduction à la psychologie politique. La nature sociale*, 1959). Gustave Le Bon *Psychologie des foules* című könyvét — kezdetlegessége ellenére is — Sauvy hasznos bevezetőnek tartja a propaganda módszertanába, s mesterével egybehangzóan vallja, hogy a propagandának el kell kerülnie a szellem foglalkoztatását; dogmákat kell becsepegtetnie a lelkekbe, feltételes reflexeket keli kialakítania; éppen ezért le kell egyszerűsíteni a problémákat, s inkább az érzelmekre, mint a mindig bajt hozó rációra kell apellálni! A propagandáról szóló teljes fejezet e szellemben fogant, amiről végkövetkeztetése is tanúskodik: „A propaganda nem egyéb, mint a sebész számára nélkülözhetetlen érzéstelenítő szer, amelyről még azt sem köteles tudni, hogy mennyi ideig hat.“

Számos, nem marxista szerzőnél találunk ésszerűbb, antikommunizmussal nem mérgezett szempontokat. A H. Piéron szerkesztésében közzétett alkalmazott lélektani tankönyv *Propaganda és publicitás* című fejezetében G. Durandin rámutat a közönség befolyásolása két típusának minőségi különbségeire, s hangsúlyozza a propaganda bonyolultságát. A propaganda szerinte nem csupán már előbb kialakult szükségletek adott irányba terelését és hangsúlyozását jelenti. Kiemeli az eszmék propagálásában részt vevő megismerő és érzelmi mechanizmusok szerepét is. Noha a propaganda nem áll távol a publicitástól, különbözik is tőle, minthogy olyan kívánalmakat szuggereál vagy érvényesít, amelyek gyakran módosítják a magatartásformákat, a lelkeséget, sőt, a meggyőződéseket is. „A propaganda befolyásolja az emberi lény alapvető magatartásait“ — írja idézett művében Domenach.

Függetlenül definícióik eltéréseitől a társadalomlélektan különböző művelői abban kétségtelenül egyetértének, hogy napjainkban a propagandának, kiváltképpen a politikai propagandának óriási a meggyőző hatása. Kretch és Crutchfield — talán nem is szándékolatlan túlzással — a következőket írja: „A propaganda az embereket vezérlő egyik legfőbb hatalommá vált. Úgy tűnik, veszélyesebb fegyver, mint az atombomba, s hatékonyabb békeeszköz, mint az ENSZ. Rendre a propaganda erőnyei közé sorolták: viszonylag szerény költségeit, szubtilitását, azt a lehetőségét, hogy formáit majdnem a végtelenségig variálja“ (D. Kretch—R. S. Crutchfield: *Théories et problèmes de psychologie sociale*, 1951).

A tudományos tárgyilagosság alapelvétől gyakran eltérő Domenach általános szellemének elfogadása nélkül idézzük egyik józan megállapítását: „Az igazságnak bizonyos légkörre van szüksége, hogy létezzék és győzedelmeskedjék. Naivitás volna azt hinni, hogy egy olyan évszázadban, amelyben minden probléma tömegméretekben jelentkezik, hasonló légkör s vonzóerő a propaganda felhasználása nélkül is kialakítható lenne... A propaganda az önmagukban, hivatásukban, jövőjükben hívó társadalmak természetes megnyilvánulása.“

\*

A propaganda többet jelent eszmék vagy — egy társadalmi osztály adott világnézetéből következő — ideológiák terjesztési módjánál. A propaganda szervezett társadalmi közösségek meggyőzésének módja, alapfontosságú eszköze bizonyos eszmék, a társadalmi életet alkotó tények és események ideológiai értékelésének és értelmezésének helyességéről vagy helytelenségéről, s ugyanakkor arra is törekszik, hogy — az általa szolgált politikai és társadalmi eszméknek megfelelő cselekvések kiváltásáért — a szóban forgó közösségek alkalmas magatartásukat is kialakítsák. A propagandatevékenységben a lényeges ideológiai vonatkozás összefonódik a lélektanival, helyesebben: a társadalomlélektanival, ami azt is jelenti, hogy nemcsak

az emberek eszéhez és ítélőképességéhez szól, hanem az emberi személyiség érzelmi tényezőihez is, valamint a társadalmi érzelmekhez; hiszen tartalmában az ideológiai-racionális összetevő egyben emotív tartalom hordozója is. Egyszóval: a propaganda elméleti, politikai, művelődési, de nem kevésbé lélektani értékek hordozója is.

Az elméleti lélektani és a politikai bensőséges kapcsolata annyira hangoztatott és fontos, hogy figyelembevétele nélkül lehetetlen megérteni egy lényeges tény, nevezetesen bármely propaganda osztályjellegét. „Az adott eszmék, doktrínák, politikai elméletek magyarázatára, terjesztésére törő propaganda osztály- és pártos jellegű“ (*Dicționarul politic*. Sub redacția lui B. Ponomariov, București, 1959).

A propaganda közvetlenül vonatkozik a társadalmi osztályok azonnali és távlati alapérdekeire, s ebből következően — a szembenálló társadalmi osztályok kifejeződéseként — félre nem ismerhető különbség és szembenállás adódik a munkásosztály és a polgárság propagandája, vagy a történelmileg haladó osztályok és a pozitív történelmi szerepüket már eljátszott, esetleg éppen hanyatló osztályok propagandái között. Noha nem magától, önműködően valósul meg, a felsőbbrendűség mindenkor azé a propagandáé, amely következetesen harcol a társadalmi és nemzeti igazságosság eszméiért, a haladó eszmékért, az emberi méltóságért és szabadságért, a tartós és igazságos békéért.

Ilyen — a proletariátus forradalmi céljait és történelmi hivatását kifejező — eszmények oldalán áll a munkásosztály filozófiai, politikai és etikai felfogására építő és ahhoz igazodó marxista—leninista propaganda. Még az ezzel a felfogással nyilván nem rekonszenvező polgári kutatókat is arra készítetik a realitások, hogy elismerjék e propaganda hatalmas meggyőző erejét. „A marxizmust sugárzása erejével jellemezhetnők; arra alkalmas filozófia, hogy elterjedjen a néptömegek között; mindenekelőtt azért, mert egyezik az ipari civilizáció adott helyzetével, aztán meg azért is, mert megfelelője egy olyan dialektikának, amely — anélkül, hogy lényegében eltorzulna — szélsőséges egyszerűsége redukálható. Ennek ellenére bizonyos, hogy a marxizmus nem terjedhetett volna el olyan széleskörűen és gyorsan, ha Lenin át nem írta volna a gyakorlati tevékenység módszerévé“ — állapítja meg Domenach *La propagande politique* című művében. Ez nem csupán a marxista—leninista propaganda erejének elismerését jelenti, hanem egyik alap-jellemzőjét is: e propaganda széttephetetlen kapcsolatát a társadalmi élet gyakorlatával, a munkásosztály forradalmi harcának stratégiájával és taktikájával.

A továbbiakban — a kommunista sajtó átfogó levelezői hálózatára hivatkozva — ugyancsak Domenach jegyzi meg, hogy „ez a tájékoztatási tevékenység a kommunista propaganda felsőbbrendűségének egyik kétségbevonhatatlan eleme: lehetővé teszi számára az ellenfél propagandájáénál gyorsabb cselekvést; ezzel megzavarja s igen gyakran maga mögé is utalja az ellenséges propagandát“.

A propaganda az egyik legnagyobb felelősséggel járó társadalmi tevékenység. Tárgykörébe tartoznak a rendkívül széles néptömegeket állandóan intenzíven foglalkoztató és érintő életbevágóan fontos bel- és külpolitikai kérdések. A propaganda formáinak és eszközeinek változatossága (ideológiai oktatás, könyvkiadás, sajtó, rádió, televízió, előadások, filmek), nagy hatósugara és gyorsasága csak hangsúlyozza ezt a fontosságot.

A propagandatevékenység során felhalmozódott gazdag tapasztalat, a propaganda jelenlegi és távlati feladatai tartalmazzák és megkövetelik további tökéletesítésének lehetőségeit és szükségességét. E vonatkozásban nélkülözhetetlenek tűnik

a társadalomlélektan és a szociológia elméleti és módszertani eszközeinek hasznosítása. A tudományos társadalomlélektan kidolgozta fogalmi és értelmező apparátus lehetővé teszi az — esetenként bizonyos propagandisták tevékenységében még érezhető — szokványos eljárások és irányzatok kiküszöbölését. Ez az empirizmus a rutin és az elévült módozatok elburjánzásának táptalaja, olyan eljárások megőrkítője, amelyek nagy hatékonyságú eszméket is elszegényítenek.

A társadalomlélektani és szociológiai ismeretek biztos ellenszerei a propagandatevékenységben megnyilvánuló formalizmusnak. A propagandatevékenység egyik hibája, amely ellen pártunk nagy energiával harcol, a realitások egysikű — vagy csak pozitív, vagy csak negatív oldalait láttató — ábrázolásának irányzata. Ez nem dialektikus, hanem irreális, tehát leszerelő álláspont. Az alkotó marxizmus szellemében fogant propaganda arra hivatott, hogy *a valóságot teljes — ellentmondásos — bonyolultságában, pozitív és negatív oldalaival ábrázolja, s rámutasson a hiányosságok és hibák kiküszöbölésének módozataira*. Ehhez még hozzá kell fűznünk azt is, hogy a propaganda nem öncélú, de nem is egyszerűen bizonyos eszmék és ismeretek felvilágosító jellegű terjesztési módja. A sablon, a szürkesség és az egyhangúság terheitől megszabadított, s a tudomány és művelődés — mai fejlettségének megfelelő — vívmányaival gyarapodó ideológiai propaganda olyan mértékben bizonyíthatja a hatékonyságát, amilyenben sikerrel emeli a néptömegek szocialista öntudatát, mozgósítja energiáit, képességeit és elhatározását társadalmi cselekvésünk minden aspektusának tökéletesítésére.

A propagandával kapcsolatos társadalomlélektani kutatások figyelemre méltó következtetései azt bizonyítják, hogy csupán a kifejező, szuggesztív erejű propaganda hatásos; főként az, amely alanya lelkiállapotához, sajátos problémáihoz igazodva tör célra. Felsül az a propagandista, aki nem képes felkelteni hallgatói vagy olvasói érdeklődését a közlés tartalmát és formáját illetően, nem csigázza fel gondolataikat, nem alakítja pozitív értelemben értékítéleteiket, nem mozgósítja érzelmi és — főként — akarati energia-tartalékaikat.

A propagandista fő hivatása nem merülhet ki magyarázatok megfogalmazásában, eszmék, értékelések, elméleti, ideológiai, politikai ismeretek közvetítésében; meg kell győznie hallgatóját vagy olvasóját a magyarázatok, eszmék, értékítéletek helyességéről; a meggyőzés alapján rá kell bírnia őket bizonyos magatartások vállalására, a cselekvés serkentésére kedvező lelkiállapotot kell kialakítania, növelnie kell az időszerű és haladó politikai, gazdasági, társadalmi célok megvalósítására irányuló akaratot. Mindez a megismerés, az érzelem és az akarat lélektani-társadalmi folyamatainak ismeretét is megköveteli. E folyamatok eléggé bonyolultak. hiszen nem elszigetelt egyedekről van szó, hanem embercsoportokról, társadalmi rétegekről és osztályokról, a nemzetiségről, a nemzetről. Ez megkívánja, hogy a propagandista beleélje magát a propaganda alanyainak lelkivilágába, lélektanának mágnese büvkörébe.

