

## A politikai propaganda funkcióiról

Amióta léteznek és ameddig még létezni fog a politika és a tőle elválaszthatatlan politikai ideológia, mindig jelen volt és jelen lesz a politikai propaganda is. Közöttük több irányú, kölcsönös viszony van. Eस्पedig abban az értelemben, hogy az ideológia biztosítja a politikai gyakorlat számára az elméleti megalapozást, mégpedig a politikai doktrínák, programok megfogalmazása formájában, amelyek így lehetővé teszik „célként tételezni érdemes értékek“ felismerése alapján a megfelelő cél- és eszközrendszer kialakítását, felhasználását a politikai tevékenységben. Ebben aztán megint jelentős szerepet játszik a propagandamunka, amely egyrészt megismerteti a közösséggel a politikai vonalat, másrészt az ideológia eszközeként biztosítja a szervezett politikai munkát. Néha éppen megfordítva, a propaganda válik a politika közvetlen eszközévé, s felhasználásával a továbbiakban ez hozza mozgásba és működteti az ideológiai tevékenységet.

Végső soron a modern történelemben — természetesen nem hagyva figyelmen kívül a létező társadalmi-gazdasági alakulatok ellentétes osztálytársadalmát — a politikai propaganda minden ország politikai rendszerének a lényeges részét alkotja. Ezért helytállóan tartjuk azt a megfogalmazást (lásd Michal Szulzewski: *A politikai propaganda*. Bp., 1974. — erre a munkára a továbbiakban még támaszkodunk), miszerint a propaganda, szűkebb értelemben a politikai propaganda, célja a közösség ideológiai-politikai ismereteinek állandó bővítése, meggyőző és politikailag motivált nevelése, célja továbbá hatni az emberek tudatára és érzelmeire, annak érdekében, hogy magukévá tegyék az adott korszakban fellelhető s egymással gyakran harcban álló ideológiák valamelyikét, kialakítsák a neki megfelelő magatartási-viselkedési normákat, és azok értelmében cselekedjenek. A marxista politikai propaganda azonban, eltérően napjaink reakciós érdekeket szolgáló propagandáitól, a munkásosztály tudományosan megalapozott forradalmi ideológiáját hivatott szolgálni. Nem tévesztendő össze valamilyen voluntarisztikus megfontolásokból követett manipulációs mesterkedéssel. Ilyen módon a propagandát — így általában, tehát teljesen történelmietlenül, osztályjellegétől függetlenül — irracionális, erkölcsileg gyanús machinációnak tekintik, és minden esetben összekapcsolják az osztálynyomás gépezetének működésével, az ellentétes érdekű társadalmi erők összecsapása — közöttük a nemzetközi konfliktusok — során az uralkodó-kizsákmányoló osztályokat kiszolgáló, a lakosság többségének manipulatív befolyásolására irányuló tevékenységgel. Eppen ezzel a sztereotípiával szemben kell hangsúlyoznunk, hogy a szocialista-kommunista típusú politikai propaganda lényegét tekintve a munkásosztály, a dolgozók legáltalánosabb érdekeinek, történelmileg meghatározott törekvéseinek szolgálatában álló, átgondolt, racionális alapokra támaszkodó szervezett közéleti tevékenység, amely arra ösztönzi mind az egyéneket, mind a tömegeket, hogy minél tudatosabban vegyenek részt nemcsak a kizárólagosan „személyes“, hanem a közügyek intézésében, tehát a szó legtágabb értelmében felfogott politikában is. A politikának viszont a szocializmus-kommunizmus építése egész időszakában, Lenin szavaival élve, „a nép, a proletariátus dolgának kell lennie“, a kommunistáknak pedig nem elég csak azt bebizonyítaniuk, hogy győzelemre tudják vezetni a tömegeket a hatalom megszerzéséért vívott harcban, hanem meg kell mutatniuk, hogy az új társadalom építéséért folytatott munka megszervezéséhez is értenek. De, mint Lenin hangsúlyozta: „Ez a legnehezebb feladat, mert arról van szó, hogy új módon megszervezzük tíz- és tízmilliók életének legmélyebb alapjait — gazdasági alapjait.“

Elhhez tehát nem kis mértékben járul hozzá a politikai propaganda, amelynek feladata kimondani a minél teljesebb igazságot — nyilvánosságra hozni a tényeket, még ha esetenként válogatva is, de sohasem meghamisítva azokat. Ugyanakkor elég és hathatós, valós érvet felsorakoztatni az ismertett tények alátámasztására, meggyőzni ezáltal a közösséget a követendő cél helyességéről, hogy az minél inkább bevéssődjék a tudatba, és ezáltal valóban anyagi erővé váljék. A marxista politikai propaganda mint a szocialista-kommunista építést szolgáló politika kifejtése és igazolása, a társadalmi tudat alakításának eszköze, bár középpontjában a politikai ideológiának a tudatba való bevitele és meggyökereztetése áll, mégsem szorítkozik csupán erre, hanem az egész ember újjáalakítására törekszik. Ugyanis az új rend megteremtése olyan mélyreható, a társadalom minden területére ki-

terjedő folyamat, amely mind nagyobb tömegek, ténylegesen — legalábbis potenciálisan — az egész lakosság tudatos cselekvését tételezi fel, ez pedig nyilvánvalóan szükségessé teszi az egész személyiség formálását.

A politikai propaganda értelmezésének módszertani szempontból téves mind az ún. autonomizmus, mind az ún. instrumentalizmus néven ismert formája. Az előbbi a propaganda problematikáját a társadalmi valóságtól függetlenül, a politikai eszméktől, céloktól elszakítva, kizárólag az alkalmazott módszerek sajátosságaira koncentrálna vizsgálja; az utóbbi pedig minden módszer felhasználását megengedő, azok milyenségét teljesen figyelmen kívül hagyó, csak az ún. „ráhatás hatékonyságát” szem előtt tartó, „univerzális eszköznek” tünteti fel. A marxizmus felfogásában és gyakorlatában a világ forradalmi megváltoztatását szolgáló, elvszerű politikai propaganda szüntelenül befolyásolja azt a viszonyt, amely a tömegek tudatában a korábbi ismeretek és az új információk által formált világmép, valamint az ideológiai alapelvekre épülő világnézet között alakul ki. (A témáról részletesebben áttekintést ad Ion Drăgan *Opinia publică, comunicarea de masă și propaganda în societatea contemporană* — Buc., 1980. — című munkája is.)

Anélkül, hogy már itt részletekbe bocsátkoznánk a propaganda lényegét, sokféle feladatát és eszközét illetően, emlékeztetnünk kell arra a lenini megkülönböztetésre, miszerint a *propaganda* — egészen sajátosan értelmezve — bizonyos helyzetben jelentkező hol ún. *külső*, hol ún. *belső* vezetés formájában. „Volt idő — mondotta Lenin 1922-ben —, amikor a rendelet a propaganda egyik formája volt. [...] Az egyszerű munkásnak és parasztnak rendeletek formájában azonnal megmutattuk politikai elképzeléseinket. Ennek eredményeként nyertük meg azt a nagy bizalmat, mellyel a néptömegek irántunk viseltettek és viselnek. A forradalom kezdetén erre az időre, erre az időszakra szükség volt, enélkül nem álltunk volna a forradalmi hullám taraján, hanem az események mögött kullogtunk volna. Enélkül nem nyerhettük volna meg a munkások és parasztok bizalmát, akik az életet új alapokon akarták felépíteni.” Vagyis a politikai forradalom győzelmét közvetlenül követő és a szocializmus építésének a legelső szakaszában — nálunk is — a rendeletek érvényesítése volt a társadalomvezetésnek az az egyik sajátos, külső formája, amely kifejezte az állam — akkor szükségszerűen — fellettes hatalmát polgárai felett. A kezdeti időszak dekrétumai, rendeletei, elsősorban a megdöntött osztályoknak, de a dolgozók kevésbé öntudatos vagy félrevezetett elemeinek is *megszabták* azt a magatartást, amelyet az új helyzetben, a szocialista állam törvényeinek keretében nyilvánítaniuk *kell*, a dolgozók alapvető tömegei számára pedig a párt, az új rendszer iránt bizalmat ébresztő programot *nyújtottak*, amelynek megvalósítása *biztosította* annak a feltételét, hogy építeni kezdjenek, majd megvalósíthassák a szocialista társadalmat. Ennek a folyamatnak az előrehaladása nyomán a propaganda sajátos értelemben felfogott formájával, az ún. „külső vezetéssel” szemben mind nagyobb teret hódít a „belső vezetés”, a rendeletek, utasítások helyett mindinkább előtérbe kerül ennek a társadalmi tevékenységnek, a propagandának a tényleges formáit megtestesítő informálás, meggyőzés, ösztönzés stb. Úgy tűnik azonban, hogy a „külső” és a „belső” vezetés között adott esetben nincs merev, áthatolhatatlan válaszfal. Gondolunk itt mindenekelőtt a társadalmi tulajdonhoz, a munkafegyelemhez való új típusú magatartás kialakításáért és egyetemessé tételéért folytatott propagandára — még az antagonisztikus osztályok felszámolása utáni időszakban is —, amelyben az előzőekben értelmezett „külső” és „belső” vezetés szükségszerűen összefonódik, a kettő kiegészíti egymást. Ugyanakkor azonban hiba volna elfeledkezni arról, hogy a propaganda sohasem jelentkezik öncélúan és önmagában, mindig mint másodlagos tényező szerepel, amely bizonyos szándékokat, megvalósuló akciókat előz meg, kísér, segít.

Az így, a maga valóságos társadalmi funkcióit kifejező értelemben felfogott propaganda mind a kapitalista, mind a szocialista társadalmi-gazdasági alakulatban a politikai rendszer alkotóeleme. Mellőzve a polgári politikai rendszer részét alkotó propaganda bővebb vizsgálatát, hangsúlyoznunk kell, hogy miként a szocializmus politikai intézményeinek szervezeti és működési elveiben, a fejlődés különböző szakaszainak sajátosságai ellenére a meghatározó jelleg a demokratizmus, ezt fejezi ki, ehhez igazodik a propaganda is, mint a politikai rendszer eleme és ezen belül a tömegkommunikáció eszközei révén megvalósuló ideológiai és politikai nevelés.

Ugyancsak messzire vezetne a tömegkommunikáció fogalmának s a vele kapcsolatos nagyon szerteágazó problémakörnek a részletes elemzése. De a propaganda fogalmának és szerepének tárgyalása néhány megállapítást ezzel összefüggésben mégis szükségessé tesz.

A kommunikáció — mint lényegében kapcsolat egyének vagy társadalmi csoportok között — mindig információcserét tételez fel (a téma részletes kifejtését nyújtja A. N. Alekszejev *A tömegkommunikáció szociológiája* című tanulmánya a *Kommunikáció* című gyűjteményes kiadvány I. kötetében — Bp., 1977). E csere kapcsán tehát mindenekelőtt felvetődik az információ, szűkebben a társadalmi információ szakkörökben sokat vitatott fogalma. Az erre a kérdésre adott, leginkább pontosnak tekinthető válasz szerint a társadalmi információ az, amit az emberek és emberi közösségek egymással kicserélnek, vagyis az olyan információ, amely úgymond a társadalomban „forgalomban van”. (Mivel az *Igaz Szó* 1981. évi 11. számában bővebben tárgyaltam a problémát, részletesebb elemzése helyett itt csak néhány általánosabb utalásra szorítok.)

Általában jellemző az információra, hogy faktologikus, konceptuális és normatív. Az egyének, de főleg a társadalmi közösségek között megvalósuló információcsere, a kommunikáció folyamata lényegét tekintve történelmileg meghatározott, s mint ilyen minden esetben az adott társadalom strukturáinak egyike, amelyben visszatükröződnek a többi strukturák, miközben maga is aktívan hat rájuk. Így nyilvánvaló, hogy mindegyik konkrét kommunikációs típusban, annak minden formájában kifejeződik az illető társadalmi viszonyok rendszere valamilyen sajátosságával, mégpedig az adott termelési módból, ténylegesen tehát az alapból kiindulva. A kommunikáció jelensége azonban — mindenek ellenére — nem helyezhető egy sorba a társadalmi tudatformákkal vagy a társadalmi intézményekkel, s nem is kezelhető velük egyformán.

A kommunikáció — hangsúlyozottan pedig a tömegkommunikáció — alapját képező információ minden formája szükségszerűen anyagi jellegű, és egyben közvetettséget tételez föl. Vagyis mindenféle tömegkommunikáció feltételezi egyrészt az egymással érintkező szubjektumok (a tudat és a tevékenység hordozói) meglétét, másrészt jelek (ezek között mindenekelőtt az élő, illetve az elektromágneses hullámok útján közvetített emberi beszéd, kép vagy nyomtatott szövegek és ábrák) felhasználását, továbbá azt, hogy a kommunikáció valamilyen módon (a különböző jelek és jelrendszerek — közöttük a beszélt-írott vagy a rádió, a televízió adásai sugározta nyelv — felhasználása révén) közvetített legyen.

A tömegkommunikáció két mozzanata — a szubjektum és az eszköz — közül az elsődleges, a kiindulópont a szubjektum. Az eszköz pedig, bár tárgyi, műszaki feltételezettséget is jelent a közvetettség tekintetében, főleg intézményekben ölt testet, és ezeket az ilyen munkára specializált szakembereket tömörítő intézményeket, szerveket nevezük a tömegkommunikáció társadalmi eszközeinek, eltérően a műszaki felszereléstől. Az előbbieket a tömegkommunikáció adó (alkotó) oldalának a formális, tartós, kikristályosodott, ideológiailag elkötelezett momentumait képviselik. Az utóbbiak pedig a tudomány és a technika színvonalától függő, de semmiképpen sem ideologikus jellegű, a termelőeszközökkel azonos minősítés alá eső, valójában azok közé tartozó kategóriák.

Az előbbi sommás megállapításokkal távolról sem merítettem ki a tömegkommunikációval kapcsolatos sokrétű problematikát. Csupán azokra a vonatkozásokra utaltam, amelyek közvetlen kapcsolatban vannak a propaganda tematikájával, még közelebről a politikai propaganda társadalmi funkcióinak kérdésével.

Mielőtt rátérnék ezek áttekintésére, szükségesnek tartom hangsúlyozni, hogy a propaganda és agitáció klasszikus, Plehanov, illetve Lenin adta meghatározását a jelenlegi körülmények között is érvényesnek tartom, még, ha a fogalom rész-kérdéseinek vizsgálata során a tartalom kiszélesedése következtében új formákban való jelentkezése tárgyalásakor nincs is mindig az előtérben az eredeti definíció. Egyébként közismert a propagandának és az agitációnak a Lenin *Mi a teendő?* című munkájában adott, s egy Plehanovtól származó megfogalmazással azonosuló meghatározása, miszerint a propagandistának „sok eszmét» kell adnia, olyan sokat, hogy ezeket az eszméket teljes összességükben csak (viszonylag) kevesen fogják azonnal elsajátítani. Az agitátor viszont [...] minden igyekezetével arra fog törekedni, hogy [...] *egy eszmét* adjon a »tömegeknek« [...] A propagandista ezért főleg nyomtatott, az agitátor pedig *élő* szóval hat. A propagandistának más képességekkel kell rendelkeznie, mint az agitátornak. Kautskyt és Lafargue-ot például propagandistának, Bebelt és Guesde-ot agitátornak nevezzük.”

A lenini meghatározás érvényességének az aláhúzásakor távolról sem szándékozunk azt kanonizálni, hiszen a tömegkommunikáció intézményrendszerének, társadalmi eszközeinek (szervezetek-intézmények) és műszaki-technikai felszerelésének (nyomda, rádió, televízió, film stb.) rendkívül gyors ütemű és sokirányú fejlődésével, különösen a szocialista viszonyok között a propaganda és az agitáció társadalmi funkciói annyira kiszélesedtek és a fogalompár — propaganda-agitáció — két oldala annyira egymásba hatolt, hogy a metodológiai jelentőségű megkülön-

böztetésen túl, a gyakorlati tevékenységben mind funkcionálisan, mind operacionálisan teljes egységet alkotnak. Szemléltető és helyeseltető ebben az összefüggésben a fennebb már idézett M. Szulczewskinek az az eljárása, amellyel a politikai-nevelő munka lényegét kifejező fogalompár két oldalát úgy különbözteti meg egymástól, mint egyrészt makropropagandát (ez a tényleges propaganda), másrészt pedig mint mikropropagandát (ez valójában az agitáció).

Anélkül, hogy a „makro-“, illetve „mikropropaganda“ eltérő sajátosságait, éppen az előbbiekből, különösen hangsúlyoznánk, megkíséréljük a továbbiakban, persze a teljesség igénye nélkül, röviden áttekinteni a politikai propagandának — most már így egészen felfogva — a társadalmi feladatait. Ezeknek mintegy a megalapozását és összefoglalását adja az RKP Programja, megállapítva: „Az ideológiai és politikai nevelő munkában — inkább, mint bármely más területen — világos szemléletre, egységes irányításra és ugyanakkor kitartó, mindennapi gyakorlati tevékenységre van szükség. A gyakorlati munkát az elméleti munkával szervesen összekapcsolva, szüntelenül fejlesztjük a kommunista harcoss forradalmi szellemét mindazzal szemben, ami nem felel meg az új történelmi, társadalmi feltételeknek, az új érvényre juttatásáért, a kommunizmus felé történő szilárd előrehaladásunkért vívott harcban. Csakis a kommunista ideológiai és elméleti felkészülése színvonalának szüntelen emelésével érhetjük el azt, hogy az RKP örökké forradalmi párt maradjon, és biztosítsa a nép határozott előrehaladását a kommunizmus felé!”

Hogy az RKP milyen jelentőséget tulajdonít a párt közvetlen irányításával megvalósuló politikai propagandának, azt sok más mellett bizonyítja, hogy a Politikai Végrehajtó Bizottság határozata szerint 1982 elején a Központi Bizottság plénuma az ideológiai és politikai nevelés kérdéseivel kíván foglalkozni. A propaganda feladatai közül az egyik, amely mondhatni mintegy kiindulásul szolgál, az a tájékoztatás, a társadalmi mozgás során kialakuló helyzetkép megismertetése a közössel. Ennek a tájékoztatásnak maximálisan tudományosnak, megbízhatónak kell lennie, mert csak ez szolgálhatja igazán a szocialista-kommunista társadalom építésének ügyét. Ez a cél alapvetően egybeesik az általános emberi haladás irányával, s így nemcsak lehetővé teszi, de egyben meg is határozza a tájékoztatás objektív jellegének és a pártos állásfoglalásnak az egybefonódását. A tájékoztatás tudományossága, objektivitása — de semmiképpen sem objektívizmusa — és pártos jellege nem egyeztethető össze valamiféle mítosz kialakításával, illúziók keltésével, a tények lakkozásával, vagy ellenkezőleg: túlzott sötétítésével, egyszerűen semmilyen szélsőségnél tett engedménnyel, a voluntarizmussal, a subjektívizmussal. Ennek a tájékoztatásnak a valóságot a lehető legadekvátabb módon kell visszatükröznie. A bármilyen irányú túlzások vagy ferdítések nemcsak hogy megengedhetetlenek, de kifejezetten károsak, félrevezetik az embereket, megingatják bizalmukat a politikai vezető erőben, gátolják bennük a felelősségérzet kialakulását, s ezzel együtt a tudatos és következetes részvételt a közügyek intézésében.

A marxista politikai propaganda tájékoztató funkciójának tehát az igazság legteljesebb feltárására kell törekednie; az igazságnak benne első számú alapelvként kell érvényesülnie. Hiszen a szavaknak végső soron csak akkor van hatásuk, ha összhangban állnak a valósággal, mellyel az emberek mindennapi tapasztalataik során találkozhatnak.

A tájékoztatás őszintesége egyben feltételezi nemcsak a konkrétságot, hitelességet, pontosságot és részletességet, hanem az időszerűséget, az újdonságot és a közérthetőséget is. Ugyanakkor annak a biztosítását, hogy a tájékoztatás révén megismert tények és a velük együtt kapott bizonyítékok, érvek alapján minél több ember maga jusson helyes következtetésekre, alakítsa ki az azoknak megfelelő magatartási formát, és azt érvényesítse a társadalmi gyakorlatban.

Ezzel a tájékoztatás már a tudatformálásnak, a meggyőzésnek, vagyis a propagandának egy másik funkciójába torkollik. Meggyőzni pedig annyit jelent, hogy mivel a propagandamunka nemcsak az értelemre, hanem az érzelmekre is hat, ezáltal az ismeretek, a tapasztalatok és az érzések között új kapcsolatot alakít ki. Az emberek számára vitathatalanná, sajátta tesz az objektív valóság bizonyos jelenségeiről a tudományos vizsgálódás módszerével kialakított és az adott fejlődési szint ismeretanyaga által érdemében meg nem cáfolható nézeteket, szervesen beépíti őket az egyed személyiségrendszerébe. A meggyőződés, ami semmiképpen sem tévesztendő össze valamilyen eszkatologikus, a ráció! mellőző, a priori kialakított hittel, „olyan nézet, mellyel az egyén annyira azonosult, hogy konzekvenciáit saját életvitelében is kész érvényesíteni — írja Zrinszki László. — Elsősorban világnézeti, politikai és erkölcsi meggyőződésről beszélhetünk, ezeknek van a legnagyobb jelentőségük az egész magatartás motivációjában.”



Jóllehet különböző, a politikai propagandával foglalkozó munkák sokszor éles határvonalal választják el egymástól a propaganda meggyőző, illetve a szélesebb értelemben felfogott tudatformáló funkcióit, mind a módszertani megfontolás, mind a gyakorlati tapasztalat a kettő elválaszthatatlan egységét bizonyítja. Abból kell kiindulnunk, hogy a politikai propaganda folyamatos és sok vektorú tevékenység, s mint ahogy célja az emberek tudatának, hangsúlyozottan politikai tudatának a formálása, a kommunista párt vezette propagandamunka esetében feladata egyértelműen és kifejezetten a marxista—leninista ideológiának, a szocializmus-kommunizmus eszmeiségének a meggyökereztetése a dolgozók mind szélesebb rétegeinek, majd egészének a gondolkodásában, eikötelezetté téve őket az új társadalom ügyé iránt. Ez pedig úgy valósul meg a legeredményesebben, hogy a társadalom kommunikációs rendszere érvényesíti azt, amit Marx írt a sajtóval kapcsolatban: „A sajtó mint *intelligencia* viszonyul a nép állapotaihoz, de éppannyira mint *érzelem* is viszonyul hozzájuk.“

A kommunista politikai propagandának mind a maga teljességében, mind részfunkcióiban természeténél fogva semmiképpen sem adminisztratív, hanem kizárólag csak a pedagógiai, a szellemi ráhatás eszközeivel kell elérnie célját. Ennek megfelelően számolni kell azzal, hogy milyen közegben folyik, elsősorban milyen rétegekhez, csoportokhoz szól. Így aztán a propagandát a társadalom kommunikációs rendszere elemeként is kezelve — márpedig, mint már utaltunk rá, ez a megközelítési mód teljesen helytálló — a társadalmi kommunikáció olyan specializált eszközeinek, mint a sajtó, rádió, televízió, világos, elvszerű politikai vezetés mellett feltétlenül tekintettel kell lenniük az olyan pedagógiai szempontokra, mint a tervszerűség, az állhatatosság—következetesség, a maximális érthetőség — de nem vulgarizálás —, az érdekesség, vonzerő, egyszersmind a monotonitásnak a lehetőség szerinti kizárása vagy legalábbis a minimálisra korlátozása, érvényesítve ugyanakkor a fokozatosság, a mértékletesség elvét mind a tartalom, mind a forma tekintetében. „A nevelő munkában — mutat rá Nicolae Ceaușescu elvtárs az RKP Központi Bizottsága és a Legfelsőbb Gazdasági és Társadalmi Fejlesztési Tanács 1981 novemberének végén tartott együttes plenáris ülésén elhangzott előadói beszédében — rendkívül fontos feladatok hárulnak a sajtóra, a rádióra és a televízióra. Legyünk azon, hogy a sajtó, a rádió, a televízió tükrözze hasábjain, adásaiban és műsoraiban a pártunk és államunk által kifejtett fokozott bel- és külpolitikai tevékenységet, a nép hősie erőfeszítéseit. Mindazzal, amit tesznek, hozzá kell járulniuk a nép forradalmi neveléséhez, az új, szocialista ember kialakításához.“

A politikai propaganda *eo ipso* eszközei: politikai szervezetek, élükön a kommunista párt gyűlései, a szervezett politikai oktatás, az élőszóval vagy a rádió és televízió útján közvetített előadások, a könyvek, brosrák, a sajtóorgánumok (az időszaki vagy időleges kiadványok) és egyéb nyomtatványok mellett közvetett — de nem lebecsülendő — szerepük van a társadalmi tevékenység olyan területeinek is, mint az irodalom, a művészet, a színház, a film, a sport, a turisztika stb.

A politikai propaganda témakörének kimerítő tárgyalása még sok — a propagandaakció anatómiája, stratégiája és taktikája, valamennyi összetevője, a propaganda és a tudomány viszonya stb. — kérdés elemzését tételeznék fel. Mindez azonban, még leegyszerűsített formában is további vizsgálódást igényelne. Az ilyen átfogó bemutatástól való eltekintés azonban távolról sem jelenti — a szó legáltalánosabb értelmében felfogott — propagandamunka jelentőségének lekicsinylését a sokoldalúan fejlett szocialista társadalom megteremtésének és a kommunizmus felé haladásának időszakában. Annál is inkább, mert, mint ahogy már többször említettük, a propaganda mint a közélet szerves alkotórésze az embereket a köz szempontjából hasznos irányú tevékenységre buzdítja. Az egész népet átfogó jellege és folyamatosága révén a közügyek irányításának, a hazai fejlődés jelenlegi szintjén a szocialista öngazgatásnak nagyon fontos eleme. Erre a tényre és az ebből adódó következtetésekre egyébként ismételtelen felhívják figyelmünket a párt-dokumentumok. Így a pártfőtitkár a már idézett előadói beszédében többek között ezeket mondta: „Hangsúlyoznom kell, hogy az ország általános fejlődésében elért eredmények bizonyítják azt a hatást, amelyet a politikai-nevelő munka, az ideológiai tevékenység szocialista társadalmunkban gyakorol. Ugyanakkor azonban a fennálló hibák bizonyítják a politikai-nevelő tevékenység komoly fogyatékoságait is. [...] Határozott intézkedéseket kell tennünk e hiányosságok felszámolásáért és az ideológiai, a nevelő tevékenység, a politikai és kulturális tömegmunka, a szocializmust, a kommunizmust tudatosan építő új ember formálására irányuló tevékenység megjavításáért.“