

Propaganda vs verità



Ci si stupisce in questa campagna elettorale della bassezza delle cose dette e dei metodi usati. Si dice che ne uccide la penna più che le armi. Si dice ma non si comprende, ecco la dimostrazione:

l'intelligence della gran parte della propaganda elettorale obbedisce fedelmente ai principi formulati da [Joseph Paul Goebbels](#), Ministro della Propaganda nel Terzo Reich dal 1933 al 1945, uno dei più importanti e geniali (genio del male) gerarchi nazisti. □ I suoi *Principi* (circa venti) sono quanto di peggio possa offrire la comunicazione, in quanto non differenziano, non progettano, non ascoltano, ma semplicemente "assalgono". I principi che vi riporto sono una trasposizione italiana ridotta del più ampio [manifesto di propaganda](#) prodotto da Goebbels, ma che ben ne esprimono il senso: comunicazione unilaterale, martellante e con i paraocchi. □ Leggendoli si pensi alla dittatura mediatica, sono tutt'ora usati da molti, purtroppo non solo in politica, ma anche nella comunicazione dei mass media e nella pubblicità.

- 1. Principio della semplificazione e del nemico unico.** □ E' necessario adottare una sola idea, un unico simbolo. E, soprattutto, identificare l'avversario in un nemico, nell'unico responsabile di tutti i mali.
- 2. Principio del metodo del contagio.** □ Riunire diversi avversari in una sola categoria o in un solo individuo.
- 3. Principio della trasposizione.** □ Caricare sull'avversario i

propri errori e difetti, rispondendo all'attacco con l'attacco. Se non puoi negare le cattive notizie, inventane di nuove per distrarre.

4. Principio dell'esagerazione e del travisamento. □

Trasformare qualunque aneddoto, per piccolo che sia, in minaccia grave.

5. Principio della volgarizzazione. □ Tutta la propaganda deve essere popolare, adattando il suo livello al meno intelligente degli individui ai quali va diretta. Quanto più è grande la massa da convincere, più piccolo deve essere lo sforzo mentale da realizzare. La capacità ricettiva delle masse è limitata e la loro comprensione media scarsa, così come la loro memoria.

6. Principio di orchestrazione. □ La propaganda deve limitarsi a un piccolo numero di idee e ripeterle instancabilmente, presentarle sempre sotto diverse prospettive, ma convergendo sempre sullo stesso concetto. Senza dubbi o incertezze. Da qui proviene anche la frase: "Una menzogna ripetuta all'infinito diventa la verità".

7. Principio del continuo rinnovamento. □ Occorre emettere costantemente informazioni e argomenti nuovi (anche non strettamente pertinenti) a un tale ritmo che, quando l'avversario risponda, il pubblico sia già interessato ad altre cose. Le risposte dell'avversario non devono mai avere la possibilità di fermare il livello crescente delle accuse.

8. Principio della verosimiglianza. □ Costruire argomenti fittizi a partire da fonti diverse, attraverso i cosiddetti palloni sonda, o attraverso informazioni frammentarie.

9. Principio del silenziamento. □ Passare sotto silenzio le domande sulle quali non ci sono argomenti e dissimulare le notizie che favoriscono l'avversario.

10. Principio della trasfusione. □ Come regola generale, la propaganda opera sempre a partire da un substrato precedente, si tratti di una mitologia nazionale o un complesso di odi e pregiudizi tradizionali. □ Si tratta di diffondere argomenti che possano mettere le radici in atteggiamenti primitivi.

11. Principio dell'unanimità. □ Portare la gente a credere che le opinioni espresse siano condivise da tutti, creando una falsa impressione di unanimità.

Questi principi valsero a conquistare l'opinione pubblica (il nazismo entrò nel Reichstag il 30 gennaio 1933 con il voto popolare espresso mediante elezioni democratiche) e costarono al mondo oltre 68 milioni di morti. Ecco, ora si comprenderà a pieno perché ne uccide più la penna che la spada. Quello che per voi era solo un insieme di parole ha acquisito significato: 68 milioni di vite strappate all'esistenza.

E adesso andate a votare. Solo la cultura ci salverà.