

## 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.