

KONRAD SŁOWIŃSKI  
Instytut Politologii KUL

SPRAWOZDANIE Z OGÓLNOPOLSKIEJ KONFERENCJI  
„PROPAGANDA W SYSTEMACH DEMOKRATYCZNYCH  
I NIEDEMOKRATYCZNYCH”  
(LUBLIN, 30 XI-1 XII 2011 R.)

W roku akademickim 2009/2010 powstał na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II Instytut Politologii, składający się z pięciu katedr politologicznych. Jedną z nich – Katedra Historii Współczesnej i Ruchów Społecznych – zorganizowała na przełomie listopada i grudnia 2011 r. dwudniowe sympozjum. Organizatorzy za główny cel tego spotkania przyjęli przeanalizowanie wpływu propagandy na ukształtowanie określonych poglądów i zachowań całych zbiorowości czy też poszczególnych jednostek oraz na ile była ona w stanie upowszechnić trwałe postawy społeczne. Zamierzono przedstawić wieloaspektowe działania propagandy w najnowszej historii Polski oraz jej dzisiejsze skutki i dokonać analizy poczynań aparatu propagandowego państwa i jego roli w kreowaniu rzeczywistości. Ponadto podjęto próbę znalezienia odpowiedzi na pytanie, jak dalece w świadomości dzisiejszych Polaków zakorzeniły się tworzone przez nią stereotypy i mity.

Tematykę sympozjum zapowiedział jeden z jej organizatorów dr hab. Marek Wierzbicki, prof. KUL, który stwierdził, że przedmiotem dyskusji będą m.in. skutki propagandy w sferze życia politycznego, społecznego i kulturalnego zarówno w systemach demokratycznych, jak i niedemokratycznych. Postawił też pytania: „Czy istnieją i jakie są zależności między kształtem propagandy a systemami politycznymi? Jak wyglądała propaganda w systemach niedemokratycznych, totalitarnych, autorytarnych, w różnych dyktaturach i jak wygląda propaganda w systemach demokratycznych?”, na które uczestnicy sympozjum starali się odpowiedzieć.

Jako prelegenci na konferencji wystąpili: prof. dr hab. Stanisław Wójcik (KUL), dr Agnieszka Łukasik-Turecka (KUL), dr Robert Szwed (KUL), dr Leszek Pietrzak, prof. dr hab. Tomasz Stryjek (ISP PAN), o. prof. dr hab. Leon Dyczewski (KUL), prof. dr hab. Eugeniusz Cezary Król (ISP PAN), dr Sebastian Piątkowski (IPN Radom), dr hab. Mariusz Mazur (prof. UMCS), dr Piotr Oseka (ISP PAN), dr hab. Jacek Wołoszyn (KUL), dr hab. Janusz Wrona (prof. UMCS), dr hab. Marek Wierzbicki (prof. KUL), red. Adam Leszczyński („Gazeta Wyborcza”) oraz red. Małgorzata Piasecka (Radio „Zet”).

Konferencję uroczystie otworzył prof. dr hab. Stanisław Wójcik, dyrektor Instytutu Politologii KUL, który serdecznie powitał przybyłych gości. Poprowadził on również blok I sympozjum zatytułowany *Propaganda po 1989 r.* Wystąpienia zapoczątkował referat dr Agnieszki Łukasik-Tureckiej pt. *Język propagandy politycznej. Analiza wystąpień Donalda Tuska*. Miał on na celu ukazanie mechanizmów perswazji i środków językowych stosowanych w tekstach premiera Tuska, wygłoszonych w specyficznym, ze względu na parlamentarną kampanię wyborczą 2011 r., okresie. Autorka na podstawie analizowanych tekstów omówiła takie mechanizmy perswazji, jak: dobór słownictwa w celach perswazyjnych, powoływanie się na powszechność sądu czy stosowanie przenośni i porównań w wypowiedziach polityka. Ponadto ukazała środki językowe wykorzystywane w tekstach Tuska, takie jak: superlatywy czy przymiotniki podkreślające prawdziwość wygłaszanych tez. Omawiane mechanizmy i środki językowe zostały bogato zilustrowane przykładami fragmentów jego wypowiedzi.

Następnie głos zabrał dr Robert Szwed, przybliżając temat *Ile propagandy w mediach? Zagadnienie pomiaru wpływu mediów na odbiorców*. Prelegent zwrócił uwagę na silne oddziaływanie mediów na opinię społeczną, a co za tym idzie – również na ich odpowiedzialność. Z racji tego, że media są w dzisiejszym świecie podstawowym instrumentem definiującym rzeczywistość, na nich spoczywa główny ciężar odpowiedzialności oraz decydowania w pewien sposób o tym, co jest bardziej istotne, a co mniej. Dlaczego pewne wydarzenia są przedstawiane szeroko i skrupulatnie, podczas gdy inne – jak się wydaje równie ważne – są traktowane ogólnikowo. Autor referatu postawił również pytanie: „W jakim stopniu komunikaty medialne są komunikatami propagandowymi?”. Z racji tego, że media potrafią skutecznie wpływać na odbiorców, mogą być wykorzystywane właśnie do działań propagandowych. Pojawił się tu także problem odróżnienia perswazji od propagandy. To, co dla jednych jest szerzeniem prawdy i dobrych rozwiązań, dla innych będzie zwykłą agitacją. Zależy to od tego – jak to ujął prelegent – po której stronie propagandy się stoi.

Nad zagadnieniem *Propagandy historycznej Rosji wobec Polski 2004-2011* zastanawiał się dr Leszek Pietrzak. Zwrócił on uwagę na to, że współczesna rosyjska propaganda historyczna jest ważnym obszarem dążeń Rosji do odzyskania statusu światowego mocarstwa. Jej zasadniczym celem jest budowa świadomości państwowej obywateli Federacji Rosyjskiej wokół idei mocarstwowej oraz tworzenie wygodnego dla Kremla klimatu politycznego w relacjach z krajami, które w przeszłości przynależały do bloku komunistycznego. Polska jest najważniejszym krajem dla rosyjskiej propagandy historycznej, która w praktyce realizowana jest za pomocą kampanii tematycznych. Jak zauważył prelegent, dotychczas mieliśmy do czynienia z trzema takimi kampaniami. Pierwsza z nich miała miejsce w latach 2004-2005. Jej celem było odrzucenie prób podważenia wyzwoleńczego charakteru ofensywy Armii Czerwonej 1944-1945 i obarczenia ZSRR współodpowiedzialnością za wybuch II wojny światowej. Druga kampania miała miejsce w pierwszej połowie 2009 r. i była zwią-

zana z uprzedzeniem międzynarodowej dyskusji o sojuszu ZSRR i III Rzeszy, jaka mogła powstać w związku z 70. rocznicą wybuchu II wojny światowej i polskimi obchodami tego wydarzenia. Trzecia kampania miała miejsce w okresie od kwietnia do sierpnia 2011 r., a jej celem było wyhamowanie polskiej dyskusji na temat zbrodni katyńskiej, jaka rozgorzała na nowo w warunkach politycznego zbliżenia Polski i Rosji po katastrofie w Smoleńsku w dniu 10 kwietnia 2010 r. Rosyjska propaganda historyczna pozostaje w jaskrawej sprzeczności z wynikami badań historycznych. Nie należy jej jednak traktować wyłącznie jako tematu badań naukowych. Jest to obszar, który winien być przedmiotem analiz politycznych w aspekcie potencjalnych zagrożeń dla przyszłych polsko-rosyjskich relacji.

Ostatnim wystąpieniem w tym bloku tematycznym był referat prof. dr hab. Tomasza Stryjka, zatytułowany *Czy dawniejsza „propaganda” i współczesna „polityka wobec Pamięci” to terminy tożsame? Na przykładach krajów posowieckich*. Prelegent rozpoczął od wyjaśnienia, co rozumie przez pojęcie *propaganda*. Zwrócił uwagę na to, że historycy zdążyli się już przyzwyczaić do przekonania, że propaganda państwa, propaganda władzy jest zjawiskiem występującym wówczas, gdy państwo ma totalne panowanie nad instrumentami przekonywania, czyli nad mediami, nad środkami informacji. Według prelegenta ma to jednak miejsce przede wszystkim w przypadku państw autorytarnych i totalitarnych. Natomiast w krajach demokratycznych, jeśli chodzi o stosowanie propagandy, można raczej mówić o akcjach i kampaniach propagandowych władzy, prowadzonych wobec konkretnego „przeciwnika”. Następnie przeszedł do wyjaśnienia terminu *polityka wobec pamięci*, przez które rozumie publiczne konstruowanie obrazu przeszłości, tożsamości, wyrażające się w prowadzonych dyskusjach. Obejmuje ono politykę wobec pomników, muzeów oraz prawnych decyzji państwa wobec nich. Podkreślił, że w przypadku państw posowieckich istnieje ze strony krajów Unii Europejskiej coś w rodzaju oczekiwań względem dostosowania polityki wobec pamięci do nowych realiów, podyktowanych warunkami panującymi w demokratycznych krajach.

Komentarze do tych referatów wygłosił o. prof. dr hab. Leon Dyczewski podkreślając, że samo określenie *propaganda* jest bardzo dyskusyjne. Skoncentrował się on w swym wystąpieniu głównie na odróżnieniu terminu *propaganda* od terminu *informacja*, które są często ze sobą łączone. Prelegent zdefiniował informację jako czynnik zmierzający do zmniejszenia poziomu niewiedzy na jakiś temat, natomiast propaganda to rozpowszechnianie w konkretnym celu informacji, aby przekonać do czegoś określoną zbiorowość ludzką. Różnica między tymi pojęciami jest zasadnicza, jednak czasem ulega zatarciu. Propagandę może uprawiać każdy – bez względu na to, czy ma władzę czy nie – a głosząc swe poglądy, chce pozyskać do określonych celów słuchających. Natomiast osoba przekazująca informacje pragnie jedynie poszerzyć świadomość odbiorców.

W trakcie I debaty panelowej pt. *Propaganda wiecznie żywa? - systemy polityczne a kształt propagandy*, prowadzonej przez dr. hab. Marka Wierzbickiego, głos zabrali

prof. dr hab. Eugeniusz Cezary Król, dr Piotr Osęka, dr hab. Janusz Wrona (prof. UMCS) oraz prof. dr hab. Tomasz Stryjek. Jako pierwszy do głównego pytania dyskusji odniósł się Eugeniusz Cezary Król, który zdecydowanie stwierdził, że propaganda, jako przyrodzony aspekt działalności publicznej człowieka, jest wiecznie żywa. Jak zauważył – istnieją wartości, które w propagandzie w ciągu lat ulegają zmianie; są to: narzędzia, formy oraz sam zakres pojęciowy terminu *propaganda*. Wskazał również na istnienie trzech zasadniczych i stałych aspektów propagandy, mianowicie informowania, perswadowania i rytualizowania. Odniósł się także do pytania, czy propaganda ulega zmianie w zależności od systemu politycznego, w którym występuje. Według niego, kiedy pod uwagę weźmie się instrumenty i techniki propagandy, to nie ulegają one zmianie. Jednak pod względem używanych technologii transformacja ta jest już bardzo widoczna. Podkreślił, że istota propagandy jest ta sama zarówno w krajach demokratycznych, jak i autorytarnych, choć różni się bez wątpienia swą treścią. W systemach demokratycznych propaganda jest spluralizowana, znacznie barwniejsza, nie jest poddawana administracyjnej kontroli. Natomiast w krajach totalitarnych treści propagandy są wręcz „reglamentowane”, nadzorowane i zagrożone karą. Postawił również pytanie, czy powinno się odróżniać propagandę od reklamy.

Następnie głos zabrał prof. dr hab. Tomasz Stryjek, który zgodził się z przedmówcą odnośnie do pejoratywnego znaczenia terminu *propaganda*. Zastanawiał się nad kwestią, czy w dzisiejszej demokracji termin ten można jeszcze „uratować”, czy jego wydźwięk już zawsze kojarzyć się będzie jako swojego rodzaju epitet. Postawił również pytanie, czy nie lepiej pozostawić ten termin w określeniu do państw niedemokratycznych. Wskazał także, że nasilenie się propagandy przypada zawsze na okres przedrewolucyjny, rewolucyjny i postrewolucyjny. Dr ha. Janusz Wrona – jak sam stwierdził – zgodził się z większością tez postawionych przez prof. dr hab. Eugeniusza Króla z jednym – według niego, biorąc pod uwagę propagandę w krajach demokratycznych i autorytarnych, nie widzi różnicy co do głoszonych przez nią treści. Posłużył się w swym wywodzie przykładem Polski z czasów kształtowania się PRL-u. Według niego nigdy wcześniej społeczeństwo polskie nie spotkało się z propagandą rozwiniętą na tak szeroką skalę. Różnice w poglądach uwidoczniły się także w przypadku wskazanych przez prof. Króla trzech zasadniczych stałych aspektów propagandy, a więc informowania, perswadowania i rytualizowania. Według prof. Janusza Wrony informowanie w krajach niedemokratycznych zastąpione zostało raczej przez komentarz. Jako ostatni głos zabrał dr Piotr Osęka, który odniósł się do kwestii podobieństw propagandy i reklamy, zdecydowanie je od siebie odróżniając. Rozgraniczył również propagandę stosowaną w państwach demokratycznych od tej z krajów autorytarnych. Posługując się przykładem kampanii prezydenckiej w kraju demokratycznym i pochodów pierwszomajowych, skonstruowanych przez sowietów, wskazał na zasadnicze różnice między głoszoną propagandą.

W II debacie panelowej, pt. *Współczesne media – miejsce dominacji jednej ideologii czy pole konfrontacji różnorodnych światopoglądów?*, prowadzonej przez dr Agnieszkę Łukasik-Turecką, uczestniczyli: o. prof. dr hab. Leon Dyczewski, red. Adam Leszczyński, red. Małgorzata Piasecka oraz dr Robert Szwed. Uczestnicy dyskutowali nad kwestią, czy współczesne media są miejscem dominacji jednej ideologii czy też są polem konfrontacji różnorodnych światopoglądów. Zwrócono uwagę na to, że wolność i niezależność mediów to dwie różne kwestie. Wolność mediów gwarantuje konstytucja, natomiast dużo trudniej jest z ich niezależnością. Prof. Dyczewski zwrócił uwagę na to, że terminem, który nierozzerwalnie wiąże się z propagandą, jest *manipulacja* i w przypadku państw demokratycznych mamy do czynienia głównie z manipulacją. W swych rozważaniach podjął również kwestię, która często pojawia się we współczesnych mediach, tzw. opcji, czyli pewnej nieokreśloności poglądów politycznych. Red. Małgorzata Piasecka zwróciła uwagę na to, czym w dzisiejszym świecie są media, gdyż w dobie Internetu, forów i blogów media nie zacieśniają się jedynie do gazet i telewizji. Nie bez znaczenia dla niezależności mediów jest też jej zdaniem pośpiech i ciągłe ściganie się mediów w walce o odbiorcę. Według niej idealną sytuacją byłaby taka, w której media byłyby sceną, na której ścierałyby się różne poglądy, a nie same konkurujące ze sobą media. O tym, że nie ma mowy o dominacji w mediach jednej ideologii mówił red. Adam Leszczyński. Jego zdaniem w polskich mediach istnieje pluralizm i nie ma tam miejsca na żadne odgórne sterowanie i „knebel”. Stwierdził, że każda gazeta, każda telewizja chce odbiorcę do czegoś przekonać, ale nie można mówić o żadnej manipulacji. Dr Robert Szwed w swych rozważaniach zwrócił uwagę na to, że w różnych mediach stosuje się różne elementy ideologii. Wszystkie dążą jednak do tego, by sprzedać pewien produkt, czyli reklamę, i należy ten fakt rozpatrywać pod kątem trzech zasadniczych aspektów: biznesowego, ideologicznego i społecznego.

Drugi dzień konferencji rozpoczął się od II bloku referatów (1918-1945). Jako pierwsza miała wystąpić dr Elżbieta Magiera, która jednak nie dotarła na sympozjum. W jej imieniu referat pt. *Propaganda wychowania państwowego w szkolnictwie polskim II Rzeczypospolitej 1918-1939* odczytał dr hab. Jacek Wołoszyn. Autorka podkreśliła istotne zmiany oświatowo-wychowawcze, które dało się zaobserwować po przewrocie majowym. Zmiany te miały na celu integrację całego społeczeństwa wobec obozu sanacyjnego i osoby marszałka Józefa Piłsudskiego. Nowe wychowanie państwowe główny nacisk kładło na wdrożenie społeczeństwa do myślenia kategoriami państwa i polskiej racji stanu. Do wszystkich typów szkół wprowadzono ideologię wychowawczą i w jej wyniku dokonano reformy oświaty. Ideał wychowania państwowego był formułowany na podstawie pojęcia państwa jako wartości nadrzędnej. Zawierał on trzy podstawowe komponenty: bojownika, obywatela i pracownika. Określały one człowieka toczącego bój o potęgę i mocarstwowość Polski, jednostkę ideową, uspołecznioną, twórczą, odpowiedzialną, obowiązkową, karną i po-

słuszną, kierującą się ideą solidarności i współdziałania, pracowitą i wartościową pod względem moralnym. Ideał wychowania państwowego, zmierzając do wyrobienia miłości do Ojczyzny, szacunku dla władzy państwowej i pracowitości wypełnił jedną z największych luk w świadomości narodu polskiego, która powstała wskutek długich lat niewoli i polityki zaborców. Istotną rolę w koncepcji wychowania państwowego odgrywał kult i działalność Józefa Piłsudskiego.

Następnie głos zabrał prof. dr hab. Eugeniusz Cezary Król, który mówił o *Poszukiwaniu modelu propagandy w państwach totalitarnych*. Wychodząc od rozwiniętej, trójdzielnej definicji pojęcia *propaganda*, przeanalizował elementy rzeczowe, składające się na zakres teoretyczny i funkcjonalny tego pojęcia. W szczególności zainteresowały go cechy charakterystyczne aparatu propagandowego, tworzonego i rozbudowywanego w warunkach systemu totalitarnego Rosji Radzieckiej/Związku Radzieckiego, faszystowskich Włoch i narodowosocjalistycznych Niemiec. Podjął próbę prześledzenia działalności propagandowej w okresie walki o władzę Wszechzwiązkowej Komunistycznej Partii (bolszewików)/WKP(b), (włoskiej) Narodowej Partii Faszystowskiej/PNF i Narodowosocjalistycznej Partii Robotniczej Niemiec/NSDAP. Dokonał też przeglądu działań propagandowo-indoktrynacyjnych w latach sprawowania przez te partie władzy państwowej. Na podstawie analizy treści propagandowych, a także stosowanych środków i technik masowego oddziaływania zaproponował model strukturalno-funkcjonalny propagandy, występujący w trzech czołowych, należących już do zjawisk historycznych, państwach totalitarnych. Inspiracji i materiału faktograficznego dostarczyła polska i obcojęzyczna literatura przedmiotu, a także wydawnictwa źródłowe, w tym publikacje wspomnieniowe.

Jako kolejny wystąpił dr Sebastian Piątkowski z referatem pt. *Wszechobecny wróg. Stereotyp komunisty w publicystyce prasy codziennej Generalnego Gubernatorstwa (1939-1945)*. Prelegent podkreślił, że w okresie okupacji niemieckiej na terenie Generalnego Gubernatorstwa ukazywało się około 60 tytułów prasowych, począwszy od dzienników z bieżącymi informacjami, poprzez tygodniki, miesięczniki, a skończywszy na wydawnictwach specjalistycznych. Trzy z tych tytułów były kolportowane na terenie całego Generalnego Gubernatorstwa – był to „Nowy Kurier Warszawski” (wydawany w bardzo dużym nakładzie), „Goniec Krakowski” oraz „Kurier Częstochowski”. Badania właśnie nad tym ostatnim, który w przeciwieństwie do dwóch pozostałych tytułów kolportowany był głównie w mniejszych miasteczkach i miejscowościach, pozwalają na ciekawą obserwację tego, w jaki sposób w poszczególnych latach przedstawiano stereotyp komunisty. Hitleryzm „karmił się” bolszewizmem, a po podpisaniu paktu Ribbentrop-Mołotow należało w jakiś sposób przekonać społeczeństwo do tego, że dotychczasowy przeciwnik, z którego do tej pory się wyśmiewano, teraz w nowej sytuacji stał się sojusznikiem. Co ciekawe, prasa gadzinowa ukazująca się w GG na jesieni 1939 r. tak naprawdę pominęła ten problem. Można było dowiedzieć się z niej o pewnych aspektach funkcjonowania ZSRR, ale tematyka



ta była traktowana bardzo marginalnie. Sytuacja zmieniła się diametralnie w czerwcu 1941 r. W artykułach prasowych z tego okresu tematyka ZSRR wręcz „ekspłodowała”. Wraz z rozpoczęciem ofensywy na Wschodzie pojawiło się nowe zadanie dla prasy – czyli przedstawienie opinii społecznej tego, co się działo w określony i korzystny dla hitlerowców sposób. W tym celu właśnie „ukuto” w Berlinie dwa podstawowe pojęcia, za pomocą których określano na łamach gadzinowej prasy zaistniałą sytuację, mianowicie posługiwano się bądź terminem *krucjata bolszewicka* bądź *wyprawa krzyżowa*. Analogia do średniowiecza jest w tym przypadku oczywista i miała na celu przekonanie opinii społecznej do pewnej „misji”, którą wypełniali hitlerowcy. Kładziono nacisk na to, by przekonać opinię społeczną, że wojna na Wschodzie była wojną międzynarodową. Na każdym kroku starano się też deprecjonować przeciwnika, a lista określeń, jakich w tym czasie używano do przedstawienia Stalina, była bardzo długa, począwszy od „czerwonego cara”, a skończywszy na „skutecznym masowym mordercy”.

Komentarz do tej części konferencji wygłosił dr hab. Mariusz Mazur. Zwrócił on uwagę na negatywny wydźwięk słowa *propaganda*. Przedstawił także podstawową różnicę między propagandą w krajach demokratycznych a totalitarnych, która polega na tym, że w państwach demokratycznych brak jest wielkiego aparatu stworzonego tylko i wyłącznie do tego, by zmusić społeczeństwo do określonego sposobu myślenia.

Wystąpienie tegoż prelegenta pt. „AK – zapluty karzeł reakcji”. *Błąd w sztuce* otworzyło III blok referatów (1945-1989). Podkreślił on, że plakat autorstwa Włodzimierza Zakrzewskiego pt. *Olbrzym i zapluty karzeł reakcji* stał się symbolem propagandy komunistycznej, jej podejścia do bohaterów narodowych i zakłamania. Z drugiej strony wokół niego powstało wiele mitów, które żyją już własnym życiem bez odniesienia do zdarzeń z przeszłości. Plakat nie był ani wybitnym dziełem sztuki, ani skutecznym instrumentem manipulacyjnym, a nagromadzone w związku z nim pomysły stworzyły fikcję historyczną. Z dużym prawdopodobieństwem można też założyć, że przyniósł on swoim twórcom więcej szkód niż pożytku. W 1945 r. nie odegrał większej roli w praktyce społecznej, nie był powszechnie rozpoznawalny. Ówczesni dysponenty propagandy po wydrukowaniu i rozwieszeniu zmienili decyzję i chcieli wyeliminować go z przestrzeni publicznej, a potem z pamięci poprzez usunięcie ze świata przedstawień. Można powiedzieć nawet, że tak jak sam autor wstydził się go. Co najmniej od końca lat 40. nie pamiętano o nim. Wrócił do świadomości powszechnej dopiero na początku lat 80. XX w., a jego wymowa i wyrazistość doprowadziły do tego, że stał się trafną metaforą powojennego stosunku władzy do Armii Krajowej. Stał się oskarżeniem, ale już nie AK, lecz ówczesnej władzy i metod jej postępowania. Obecnie jest instrumentem popkultury oraz bieżącej walki politycznej, w której nadal manipuluje się kontekstem obrazu, jego znaczeniami i historią.

Ostatnią prelekcję wygłosił dr Piotr Osęka z Polskiej Akademii Nauk. Referat pt. *Propaganda PRL w świetle wybranych teorii socjologicznych i antropologicznych*,

przyniósł nowe spojrzenie na zagadnienie propagandy. W niezwykle interesujący i intrygujący sposób przedstawił on problematykę, ukazując różne spojrzenia na tę kwestię z punktu widzenia socjologów oraz antropologów.

O *Szkole jako elemencie systemu propagandy Polski Ludowej* mówił dr hab. Jacek Wołoszyn. Jak zauważył, w państwach komunistycznych doszło do zlania się systemu oświaty i propagandy, pozostających pod pełną kontrolą rządzących. W obu przypadkach sens działalności wyznaczały „węzłowe zadania wysuwane przez partię”. Jednym z ważnych elementów obu systemów – stanowiącym ich strukturę wykonawczą – była szkoła. W jej murach przede wszystkim zachodził proces socjalizacji (w tym politycznej) młodych ludzi. Obejmował on również tak zwaną edukację społeczną, czyli kształtowanie świadomości politycznej, realizowanej w sposób planowy, zgodny z oczekiwaniami elit politycznych. Cele „edukacji społecznej” pokrywają się właściwie z zadaniami propagandy politycznej. Placówki oświatowe w reżimach komunistycznych otrzymały bowiem trzy podstawowe zadania: przekazywanie wiedzy (odpowiednio wyselekcjonowane fakty prawdziwe oraz zmyślane – służące umacnianiu więzi młodego pokolenia z rządzącą partią), wyrabianie potrzeby aktywności społecznej oraz wpajanie ideologii socjalistycznej wraz z kształtowaniem odpowiadających jej postaw. Sam proces przekazu argumentów propagandowych dokonywał się za pośrednictwem różnych źródeł (choćby poprzez dobór treści programów nauczania, podręczników, lektur, filmów, sztuk teatralnych czy uroczystości szkolnych i oficjalnych). W tym momencie, wprowadzając w życie założenia wzorca wychowawczego, sprawujący władzę po prostu manipulowali umysłami młodych ludzi, kreując przy okazji wizję „nadrzeczywistości” – swoistego świadomościowego substytutu świata autentycznego.

Blok III konferencji zamknął komentarz podsumowujący, wygłoszony przez dra hab. Janusza Wronę. Zwrócił on uwagę na fakt, iż z biegiem lat zmieniały się zasięg, właściwość i ranga społeczna propagandy. Zmiany te determinowane były przez różne czynniki, m.in. przez transformację w strefie politycznej, rozwój technologii czy wreszcie zmianę mentalności samych odbiorców.

Na zakończenie, podobnie jak miało to miejsce po pierwszym dniu konferencji, toczyła się żywa dyskusja. Jej uczestnicy zgodnie wyrazili pogląd, że główne cele spotkania zostały zrealizowane, choć nie powinno to oznaczać zamknięcia dyskusji nad tak szerokim zagadnieniem, jakim jest propaganda.