

PROPAGANDA: DIE DEURKE WAPEN VAN DIE KOMMUNISME

KAPT C. NELSON *

During the Second World War the effectiveness and importance of the application of propaganda in influencing a mass society became evident. Under the influence of Hitler and his follower Joseph Goebbels the use of propaganda was developed into a fine art and was systematically used to convey Nazi ideas to the uninformed masses. Nowadays this same weapon is used by the Communists to extend their influence beyond the borders of the Soviet Union.

Propaganda may be seen as the deliberate attempt by an individual or group to influence another person or group so that in a given situation the reaction of the influenced person will be that desired by the group. It is not always possible to influence everyone, as people identified as 'nuclear-personalities' have certain attitudes of long standing which they are normally not apt to surrender. The great masses, however, are 'uninformed stuff' and have no strong opinions of their own, but tend to be guided by their need to belong to a group. Hence their opinions are determined by those of the group. It is towards reaching the group — the masses — that the propaganda programme is directed. By means of the radio, newspapers, and other media certain ideas are transplanted beyond their borders. This process is usually so ingeniously conducted that the groups influenced are not aware of it. One of the reasons why they are caught unawares may be attributed to the fact that the propagandist confronts them with certain ideas on nationalism or peace which are accepted by the group. Under this cover the real motives — in this case the Communist values and way of thinking — are conveyed. It is in these hidden and underlying motives that the real threat to any state lies, as the bulk of its society is gradually indoctrinated to come to accept certain Communist principles, giving the Communist Government the opportunity to extend its sphere of influence and mainstay over another government. In this fashion countries are subjugated without any wars being fought.

Inleiding

'*Agitatsaya i propaganda* are honorific words in Russia. They are honorific because the importance of these activities in the pattern of world revolution is recognized and respected.'¹

Die Weste in die algemeen en die Republiek van Suid-Afrika in die besonder staan vandag gekonfronteer met die grootste bedreiging (uitdaging?) in die geskiedenis naamlik Kommunisme en kommunistiese imperialisme. In 'n kort tydbestek van minder as sestig jaar het die Kommunisme beslag gelê op miljoen vierkante kilometer grondgebied. Geen ryk in die verlede was so omvangryk soos die wat vandag vanuit Moskou en Peking geregeer word nie en geen vroeëre ryk het oor so 'n geweldige militêre vermoë beskik soos wat vandag in die hande van enkele kommunistiese despote gesentreer is nie.²

Hierdie nuwe imperialisme het gedurende die afgelope paar jaar deurgebreek nie alleen tot aan die grense van die Republiek van Suid-Afrika nie, maar ook binne lands kan die aanslag aan gevoel en waargeneem word. Kwelvrae wat ontstaan by die aankouing van hierdie ontstellende verskynsel is die volgende: hoe het die Kommunisme ten spyte van sy fundamentele tekortkominge, gebreke, aggressiwiteit, immoraliteit en valsheid daarin geslaag om binne so 'n kort tydbestek soveel vordering te maak? Hoe het die Sowjet-Unie daarin geslaag om

die kommunistiese ideologie aan tientalle lande en honderde miljoene mense te verkoop as die enigste objektiewe en wetenskaplike ideologie, die enigste stelsel wat met die waarheid omgord is en die enigste stelsel wat 'n geregverdigde eis om wêreldheerskappy het? Hoe het die Sowjet-Unie, die grootste imperialis van alle tye, daarin geslaag om die situasie so te bewimpel, dat 'n groot persentasie van alle onafhanklike state hom tans as die grootste anti-imperialistiese agent beskou? Hoe het die mees blatante aggressor in die geskiedenis daarin geslaag om van homself 'n beeld as die groot vredesoeker op te bou?

Onmiddellike antwoorde op al hierdie vrae is talryk. Tog sal by 'n nadere ondersoek gevind word dat die Kommunisme se suksesverhaal in die volgende geleë is: eerstens in die aanwending van brute geweld en dreigemente van geweld; tweedens in die toepassing van 'n meedoënlose diplomatie waar onverbidelike eise gestel word, maar weinig konsessies gemaak of kompromieë aangegaan word;

* Kapt C. Nelson is 'n dosent in Staatsleer aan die Militêre Akademie.

1. W. Schramm: *Soviet Concept of Psychological Warfare* soos verkort in W.E. Daugherty en M. Janowitz: *A Psychological Warfare Casebook*, (Baltimore, 1968), p 787.

2. R. Ketchum: *What is Communism?*, (New York, 1955), p 9.

derdens in die totstandbrenging van ekonomiese onderhoriges en afhanklikes; vierdens in geheime politieke optrede; vyfde in die pleeg van roekelose ondermyning (subversie) en sesdens deur die implimentering van 'n weldeurdragte, goedberedeneerde, fyn-beplande en deeglik-gesistematiseerde propaganda-program.

In 'n kort artikel soos hierdie is dit nie moontlik om sinvol elkeen van bogemelde metodes of tegnieke te bespreek nie, gevolglik sal met 'n bespreking van die propaganda-instrument volstaan word en juis omdat dit in die kommunistiese strategie vir die vernietiging van die bestaande orde en vervanging daarvan deur die 'universele sosialistiese Utopia', op so 'n uiters prominente wyse figureer.

Propaganda as Kommunistiese Magsinstrument

Daar is basies twee faktore waarop die mag van 'n staat berus naamlik geweld en die aanvaarding van die dominante ideologie deur die burgers. In teenstelling met die demokratiese staat waar staatsmag gesien word as die vermoë van die staat om sy burgers te beskerm, wette te maak en wetsverbrekers te straf, belastings te hef en welvaart te verseker, vind ons in die totalitêre staat dat mag beskou word in terme van mag self. Daar is niks hoër as mag nie, dit is die alfa en die omega.³

Hierdie opvatting van magsverabsolutering is heersend in die Sowjet-Unie en die situasie word gevolglik aangetref dat verdediging en propaganda die grootste en belangrikste staatsondernemings is. Wat propaganda aanbetref word dit toegepas deur miljoene 'opvoedkundiges', elke lid van die kommunistiese party, tienduizende 'agitators', die radio, televisie, pers, skrywers, kunstenaars, vermaaklikheids-groepe, slagspreukskrywers, weer-magsoffisiere, vakbondleiers en werksvoor-manne.⁴

Oor die belangrikheid van propaganda, as instrument om die burgers tot aanvaarding van die kommunistiese ideologie te beweeg, het Lenin verklaar dat dit van wesentlike belang vir die uiteindelijke oorwinning van die Party is.⁵ Verder was dit sy oortuiging dat so lank as wat dit 'n probleem was om die voorhoede van die proletariaat vir die Kommunisme te wen, propaganda tereg die eerste plek ingeneem het.⁶

Lenin se opvolger, Stalin, het insgelyks die krag van hierdie wapen ingesien en onomwonde verklaar dat 'if our Party program for some reason goes lame.... then our entire State and Party work must inevitably languish'.⁷

Die liggaam in die Sowjet-Unie wat belas is met alle propaganda-aktiwiteite, binnelands sowel as buitelandse, staan bekend as *Agitprop*, oftewel die Departement van Agitasie en Propaganda van die



(Foto Z.A.B. Zeman: *Nazi Propaganda in 1932.* Die byskrif lui: 'Hulle het vir Duitsland se vryheid gely.'

Sentrale Komitee van die Kommunistiese Party.⁸ As een van sewe administratiewe departemente onder die direkte beheer van die Kommunistiese Party is *Agitprop* op sodanige wyse georganiseer en met gesag beklee, dat elke faset van die gewone man se leefwyse ooreenkomstig partyvoorskrifte gereguleer en beïnvloed kan word.⁹

Wat is Propaganda?

Alvorens hierdie bespreking verder gevoer word, is dit belangrik om die begrip propaganda eers te definieer. Ofskoon daar talle definisies oor hierdie onderwerp bestaan, kan 'n goeie begrip gevorm word aan die hand van die volgende definisie, soos verstrek deur Terence Qualter. Hy definieer propaganda as 'the deliberate attempt by some individual or group to form, control, or alter the attitudes of

3. J. Kieffer: *Realities of World Power*, (New York, 1952) p 756.

4. R.M. Christenson en R.O. McWilliams: *Voice of the People: Readings in Public Opinion and Propaganda*, (New York, 1967), pp 395-6.

5. W. Schramm. *op cit.* p 782.

6. *Ibid.* p 783.

7. *Ibid.*, p 782.

8. *Ibid.* p 784.

9. *Ibid.* p 784.

other groups by the use of the instruments of communication, with the intention that in any given situation the reaction of those so influenced will be that desired by the propagandist'.¹⁰

Uit die definisie blyk dit dus duidelik dat dit die primêre oogmerk van propaganda is om die houding van ander groepe te vorm, te beheer of te verander sodat hulle in enige gegewe situasie sal reageer soos deur die propagandis verlang. Propaganda word derhalwe doelbewus beplan. Wat Terence Qualter se definisie egter nie uitspel nie, is die propaganda media. Om 'n saak te bevorder word onder andere van verklarings, boeke, pamflette, gerugte, uitstallings, standbeelde, monumente, statistiese uittreksels of beroepe gebruik gemaak. Dit is alles propaganda.¹¹ Hierbenewens is dit belangrik om aan te toon dat propaganda by uitstek gemik is op groot groepe soos 'die jeug van die volk', 'die vlottende stem', 'die werkersklas', 'the black majority', of selfs 'die volk'.¹² Laastens dui die definisie aan dat propaganda 'n doelbewuste poging is om groot groepe se houdings te verander deur die gebruikmaking van alle moontlike kommunikasie-instrumente. Dit behels taal in gesproke of geskrewe vorm, alle vorms van grafiese aanbiedinge, musiek, vertonings, uitstallings en enigiets wat deur die oog en oor waargeneem kan word.¹³

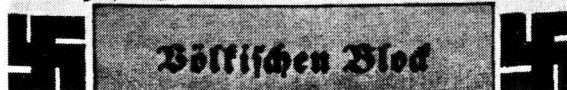
Watter Groepe se Houdings kan Verander word?

Teen die agtergrond van bostaande definisie is daar 'n belangrike verdere vraag wat beantwoording verdien naamlik wie se houding verander kan word; anders gestel, welke groepe in 'n gemeenskap 'n ideale propagandateiken vorm? Ten opsigte van hierdie aangeleentheid het die Nazis, soos die Kommunisme vandag, 'n baie besliste mening gehuldig. Dit was dat 'the bulk of society is made up of people whose political knowledge is low and whose political decisions can be controlled. The intellect of the people is such that they act through sentiment and emotion rather than through reason... A movement, by the proper use of coercion and persuasion, can sway people into following it'.¹⁴ Hitler se persoonlike siening was dat 'the political understanding of the great masses is not sufficiently developed for them to arrive at certain general political opinions by themselves and to select suitable persons'.¹⁵

Joseph Goebbels, een van die vernuftigste uitdraers van Hitleristiese propaganda wat die wêreld ooit geken het, was 'n soortgelyke mening toegegaan. Sy siening was dat 'Masses are unformed stuff. Only in the hands of the political artists do the masses become a people and the people a nation'.¹⁶



Kopf- u. Handarbeiter wählt:



(Foto Z.A.B. Zeman: *Nazi Propaganda*, (New York, 1937) p 30).

Nazi-Propaganda waarmee haat teen die Jode reeds in 1924 aangeblaas is.

Dit is dus duidelik dat, volgens Nazïstiese en ook kommunistiese denke, die ganse gemeenskap vir 'n houdings- en gesindheidsverandering vatbaar is. Ten opsigte van buitelandse propaganda is daar vandag universele aanvaarding van die feit dat daar in enige gemeenskap, ongeag moderne massa-kommunikasiemedie, slegs 'n relatief klein aantal persone is wat in internasionale aangeleenthede belangstel en gevolglik op 'n buitelandse geïnisiëerde propaganda-program sal reageer. Die meerderheid sal egter op 'n buitelandse geïnisiëerde propaganda-boodskap reageer indien die materiaal wat aangebied word vir die gewone man in sy alle-

10. T. Qualter: *Propaganda and Psychological Warfare*, (New York, 1962), p 27.

11. *Ibid.*

12. *Ibid.*, p 28.

13. *Ibid.*, p 18–19.

14. H. Kumata en W. Schramm; *Propaganda Theory of The German Nazis* soos verkort in W.E. Daugherty en M. Janowitz: *op.cit.*, p 49.

15. H. Kumata en W. Schramm: *op.cit.*, p 49.

16. *Ibid.*

daagse lewe van direkte persoonlike belang en nut is.¹⁷ By die bepaling van wie 'n ideale teiken vir buitelandse propaganda vorm, dien dit verder aangetoon te word dat daar basies, in enige gemeenskap, twee persoonlikheidsstipes onderskei kan word naamlik die 'nuclear' en die 'sosiale'-persoonlikheid.¹⁸ Eersgenoemde omsluit vaste houdings teenoor sekere idees, doelstelling, opvattinge en mense. Hierdie karaktertrekke word gedurende die kinder stadium gevorm en gedurende die groei-proses versterk. Mense met hierdie persoonlikheids-eienskappe is nie vatbaar vir 'n houdingsverandering nie, tensy die vaste houding deur 'n traumatiese ondervinding op een of ander stadium vernietig word. Dit behoort dus verstaanbaar te wees waarom persone wat opgegroeï het in 'n milieu waar demokratiese opvattinge stelselmatig ingeskerp is, selde tot totalitêre organisasie of opvattinge 'bekeer' word. Om dieselfde rede is dit duidelik waarom kommuniste nie maklik tot 'n demokratiese lewensbeskouing en lewenswyse oorreed kan word nie.

Persone met sosiale persoonlikheids-eienskappe onderskei hul daarin dat hul houdings neig om groepsgebonde te wees. Hierdie houdings is nie vaste karaktertrekke nie, maar varieer namate die groepshouding verander.

Teen die agtergrond van bostaande onderskei K.J. Holsti¹⁹ die volgende vyf groepe wat vatbaar is vir buitelandse propagandistiese beïnvloeding:²⁰

- Die groep by wie daar nog nie vaste houdings aanwesig is nie en gevolglik nie vyandig teenoor die propagandis staan nie.
- Die groep wat oningelig ten opsigte van sekere idees of onderwerpe is en by wie 'n openbare mening nog nie uitgekristalliseer het nie.
- Die groep wat, al is dit slegs gedeeltelik, die opvattinge van die propagandis deel.
- Jeugdige en onverskillige ('apathetic') mense.
- Die groep by wie daar 'n hegte solidariteitsgevoel bestaan.

Propaganda-tegnieke en Toepassing deur die Kommuniste

Een van die doelstellings van buitelandse propaganda is om sekere teikengroepe se lojaliteit teenoor hul regering of toegeneentheid tot ander regerings te verander hetsy deur dit te vernietig of te versterk. Ten opsigte van kommunistiese buitelandse propaganda is dit die oogmerk om goed geselekteerde teikengroepe se lojaliteit teenoor die gevestigde gesag in die besonder en toegeneentheid tot Westerse regerings in die algemeen, te verander. Om hierdie teikens 'sag te maak' word hul regerings of Westerse regerings as 'klike', 'strooi-pop-bewinde', 'onderdrukkers', 'uitbuiters', 'imperialiste' of 'fasciste' beswadder.²¹ Hier-

benewens word aanklagte van korrupsie en skandale teen genoemde regerings gelê. Kortom: enige denkbare metode om die gevestigde gesag of Westerse regerings by die teikengroepe in diskrediet te bring word aangewend. Kommunistiese propagandiste besef dat indien hul daarin kan slaag om 'n teikengroep se lojaliteit teenoor sy eie regering of die Westerse regerings in die algemeen te verander, dit maklik sal wees om 'n ander lojaliteit in plek daarvan te stel. Daardie groepe wat natuurlik alreeds vervreemding van die regering toon vorm nie alleen uitstaande teikens nie, maar vorm ook voortreflike materiaal waaruit 'vyfde kolonne' georganiseer kan word.²²

'n Verdere algemene tegniek behels die uitbuiting van potensiële of bestaande verskille in 'n gemeenskap tot so 'n mate dat oproer, stakings en opstande plaasvind. Die oogmerk van die propagandis met die stook van hierdie gewelddadigheid is om die regering tot drastiese teenoptrede te dwing en sodoende sy internasionale aansien skade te berokken en vertroue in hom te ondermyn.²³

Deur van 'n soortgelyke tegniek gebruik te maak probeer kommunistiese propaganda ook om 'n wig tussen bevriende state en bondgenote in te dryf.²⁴ Dit is byvoorbeeld die doel van die kommunistiese-beheerde 'African National Council' om die swartmense, veral swart jeugdige, in die Republiek van Suid-Afrika tot oproer op te sweep in 'n poging om die regering tot drastiese en onpopulêre teenoptrede te dwing en sodoende sy aansien te skaad en die vertroue van sy bondgenote in hom, te ondermyn.

Verdere spesifieke tegnieke wat deur die Kommuniste aangewend word om propaganda te versprei, is:

a. Etiketering

Hiervolgens word 'n persoon of land 'n emosionele etiket om die hals gehang. In kommunistiese propaganda word na Westerse regerings verwys as 'kapitalistiese klike', 'bloedsuiers

17. K.J. Holsti: *International Politics: A Framework for Analysis*, (New Jersey, 1972), p 214.

18. *Ibid.*, pp 214–5.

19. K.J. Holsti is professor in Staatsleer aan die Universiteit van British Columbia en internasionaal aanvaarde kenner van internasionale verhoudinge.

20. K.J. Holsti: *op.cit.*, pp 216–9.

21. *Ibid.*, p 220.

22. *Ibid.*, p 221.

23. *Ibid.*

24. *Ibid.*

van die volk', en 'imperialisties-kapitalistiese oorlogstokers'²⁵, terwyl daar na Fidel Castro, die Kubaanse diktator, verwys word as 'the torch of liberty and the saviour of humanity'.²⁶ Dit is opvallend hoedat teikens regoor die wêreld, maar veral in die sogenaamde Derde Wêreld, positief op hierdie tipe propaganda reageer sonder om objektiewe oordeel aan die dag te lê. Dit wil dus voorkom asof daar waarheid geleë is in die Pavloviaanse siening naamlik dat die mens meer geneig is om op woorde te reageer as op die feite van die werklikheid.

b. Herhaling

Hiervolgens word kommunistiese slagspreuke tot vervelens toe herhaal, maar in die proses word 'n bepaalde indruk gewek. Sels 'n blante leuen kan, deur genoegsame herhaling, as waarheid tot inslag gebring word.²⁷

c. Volgehoue Oordrywing²⁸

In kommunistiese propaganda word Marxisme en Leninisme aan die wêreld voorgehou as die 'enigste' ideologie wat met die waarheid omsluit is, wat eg is, wat moreel regverdigbaar is en wat boonop wetenskaplik gefundeer is. Dit is

"Since last November, I have lived every waking hour mindful that a nuclear war would mean in one hour an American death toll equal to 300 World War II's."—PRESIDENT LYNDON JOHNSON



(Foto M. Choukas: *Propaganda Comes of Age*, (Washington, 1965) p 209). Pleidooi om wêreldvrede.

natuurlik oordrywing in die heel ergste graad. Met hierdie oordrewe siening word egter volhard en volgehoue totdat die teiken se weerstand verkrummel en hy dit eenvoudig nie meer beraagteken nie, maar as sodanig aanvaar.

d. Oordrewe Veralgemening

Hierdie tegniek stem nou ooreen met bogemelde. 'n Sprekende voorbeeld van gebruikmaking van hierdie tegniek in kommunistiese propaganda is die verwysing na en verkondiging van 'sosialistiese solidariteit'. 'n Verdere voorbeeld: Pleks van na 'nasionale bevrydingsbewegings' in Afrika te verwys as terroriste, word in kommunistiese propaganda verwys na die 'mass revolt of all the people against a reactionary, pup-

pet government propped up by the imperialists'.²⁹

e. Analogie

Hiervolgens word 'n idee, persoon, land of beleid met iets anders geïdentifiseer sodat die teiken dit sal goed- of afkeur afhangend van wat verlang word. Kapitalisme word byvoorbeeld in kommunistiese propaganda gelykgestel met uitbuiting, dekadensie, verval en agteruitgang.³⁰ Vergelyk in hierdie verband die onlangse Verenigde Nasies besluit om Sionisme aan rassisme gelyk te stel.

f. Identifikasie

Enige propagandis wat sy sout werd is, weet dat daar by die mens 'n natuurlike vrees vir vreemdedelinge bestaan. Derhalwe probeer kommunistiese propagandiste om hulself so nou moontlik met die leefwyse van die teiken te vereenselwig en te identifiseer.³¹

g. Getuigskrif

Hiervolgens word van 'n befaamde persoon, instelling of idee gebruik gemaak om 'n instelling of leerstelling te kritiseer of aan te prys. 'n Bekende variasie op hierdie tema is 'the appeal to authority'.³² In kommunistiese propaganda word van die teiken verwag om dit wat aan hom opgedis word vir soetkoek op te eet, bloot omdat een of ander 'gesaghebbende' persoon of instelling (gewoonlik Moskou) dit as waar, eg en noodsaaklik beskou.

h. Feite-Seleksie

Kommunistiese propagandiste maak intensief van hierdie tegniek gebruik. Wanneer 'n uiteensetting of motivering van 'n onderwerp verstrekkend word, word slegs op die feite wat dit 'bewys' of begunstig, gewys.³³

j. 'Bandwagon' of 'Kudde-instink'

Deur die toepassing van hierdie tegniek word daar op die teiken se sosiale begeerte 'om te

25. *Ibid.*

26. M. Mannes: *And now a word from our sponsor: The Kremlin* soos aangehaal in R.M. Christenson en R.O. McWilliams: *op.cit.*, p 405.

27. C.A. Siepman: *Propaganda Techniques* soos aangehaal in R.M. Christenson en R.O. Williams: *op.cit.*, p. 332.

28. *Ibid.*

29. K.J. Holsti: *op.cit.*, p 22, 232.

30. *Ibid.*, p 222.

31. *Ibid.* asook C.A. Siepman: *op.cit.*, p 332.

32. K.H. Holsti: *op.cit.*, p 222; C.A. Siepman: *op.cit.*, pp 334-5.

33. K.J. Holsti: *op.cit.*, p 222.

behoort' geteer. Voorbeelde in kommunistiese propaganda is: 'the whole world knows that the United States and its allies seek war while the Soviet Union and its allies want only peace', of 'all progressive people demand that... all peace-loving people recognise that...'³⁴ Die idee word by die teiken tuisgebring dat hy en sy verkeerde idees in die minderheid is en by die regdenkende meerderheid behoort aan te sluit. Clyde Milles³⁵ het hierdie tegniek soos volg verduidelik: 'A technique to make us follow the crowd, to accept the propagandist's program en masse'.³⁶

k. **Frustrasie – Sondebok**

Een van die mees effektiewe metodes om gevoelens van haat en verontregting by die teiken op te wek en hom tot optrede aan te vuur, is om die blaam op 'n sondebok te plaas. Kommunistiese propaganda gemik op lande van die Derde Wêreld bring by hierdie lande die idee tuis dat hul ekonomiese en maatskaplike probleme suiver gewyt kan word aan 'kapitalistiese eksploitasie' en 'imperialistiese onderdrukking'.³⁷ Vir die kommuniste het die aanwending van hierdie tegniek die verdere voordeel dat dit die swakhede van die kommunistiese stelsel verdoesel en die aandag van hul eie probleme aflei.

l. **Konstante Emosionele Beroep**

'n Uiters doeltreffende metode om 'n houdingsverandering by die teiken teweeg te bring, is om 'n konstante emosionele beroep deur middel van simbole op hom te doen om sodoende sy aandag af te lei of, soos die Nazis geglo het, te verhoed dat hy begin dink en allerlei dwaas-hede aanvang.³⁸ Hoe word hierdie emosionele beroep bewerkstellig? John Kieffer³⁹ verduidelik dit soos volg: 'There must be flags, buntings, buttons, badges and medals so that the average man may never lose sight of the impressive device representing the ideology. There must be slogans and sound symbols, marches, marching songs, hymns and popular songs. Rituals, ceremonies, pageantry and impressive displays of military power must be constantly fed to the people along with clever little stories of lots of future might. Almost anything that will appeal to the senses and impress the popular mind is permissible'.⁴⁰

Kommunistiese Propagandamedia

'n Medium van besondere betekenis wat deur die Kommunisme aangewend word, om buitelandse propaganda te versprei, is front-organisasies. Daardeur word kommunistiese propagandiste in staat gestel om groepe en individue te beïnvloed wat normaalweg nie bereik sou kon word nie, vanweë hul weiering om aan 'n openlik-erkende kommunistiese organisasie te behoort. Onder die voorwend-



(Foto Z.A.B. Zeman: *Nazi Propaganda*, (New York, 1973) p 80). 'Rusland bewapen ... en Duitsland?' Burgerlikes word opgeroep tot die stryd.

sel dat hierdie organisasies hul slegs ten doel stel om alle 'progressiewe' mense by aangeleenthede soos 'vrede', 'beter begrip' of 'vriendskap' te betrek, aanvaar baie lidmaatskap en word sodoende nie alleen slagoffers van kommunistiese propaganda nie, maar ook werktuie in die hande van Moskou.⁴¹

Bekende kommunistiese frontorganisasies is die volgende: die 'World Federation of Trade Unions', die 'World Federation of Democratic Youth', die 'International Union of Students', die talle Russiese tussenstaatlike vriendskapsverenigings en die 'World Peace Movement'. Veral laasgenoemde organisasie is vandag een van die vernaamste buitelandse verspreiders van kommunistiese propaganda.

34. *Ibid.*

35. C. Milles — skrywer van 'What everybody should know about propaganda'.

36. C.A. Siepmann: *op.cit.*, p 337.

37. K.H. Holsti: *op.cit.*, pp 222—3.

38. J. Kieffer: *op.cit.*, p 79.

39. J. Kieffer is 'n bekende na-oorlogse Amerikaanse geopolitiese denker.

40. *Ibid.*, pp 79—80.

41. K.J. Holsti: *op.cit.*, p 228.

Hierdie organisasie het in 1948 in Frankryk ontstaan. Dit is deur liberaliste en pasifiste totstand gebring met die doel om die gevare van kernwapens en die Koue Oorlog bloot te lê.⁴² Russiese en Europese kommuniste het egter spoedig dominerende invloed in die organisasie verkry en dit in 'n pro-kommunistiese propagandamedium omskep. Sedertdien beywer die 'World Peace Movement' hom om alle vorme van militêre ontwikkeling in Wes-Europa op 'n subtiele wyse teen te werk. Dit veroordeel die 'aggressiewe houding' van NAVO, die uitbouing van die Wes-Duitse weermag (veroordeel dit as Nazi-herryserienis) en enige optrede wat daarop gemik is om Wes-Europa se militêre weerbaarheid te vergroot. In Frankryk gebruik die 'World Peace Movement' selfs simbole soos nasionalisme en 'Amerikaanse kulturele dominasie' ten einde Franse te oorreed om kant te kies teen NAVO en die Amerikaanse militêre teenwoordigheid in Wes-Europa.⁴³

Benewens front-organisasies beskik die Sowjet-Unie ook oor uiters effektiewe propaganda-media in die vorm van buitelandse nasionale kommunistiese partye.⁴⁴ Terwyl dit die taak van 'n Russiese propagandis is om aanhangers te bekom, is dit die taak van hierdie partye om lede te verkry.

'n Uiters belangrike medium vir die verspreiding van propaganda — binnelands en buitelands — is die pers. Oor die plek van die pers in die hiërargie van propagandamedia het Stalin hom soos volg uitgelaat: 'The press is the strongest instrument with which, day by day, hour by hour, the party speaks to the masses in their own essential language. There is no other means so flexible for establishing spiritual links between the party and the working class.'⁴⁵

Lenin het die taak van die kommunistiese koerant soos volg uitgespel: 'A newspaper is not only a collective propagandist and collective agitator, but also a collective organizer'.⁴⁶ Om hierdie taak te vervul het die party aan die Russiese pers die volgende opdragte gegee:

- Om die Marxisties-Leninistiese idees te propageer;
- Om vir die beginsels van die party te agiteer;
- Om die werkers te organiseer vir die aanwending van hierdie beginsels in die alledaagse lewe;
- Om 'n permanente skakel met die massas totstand te bring;
- Om hulle in die gees van Kommunisme op te voed;
- Om die party en regering se beleid te verduidelik;
- Om die gewoonte van kritiek en self-kritiek aan te wakker;
- Om sosialistiese wedyering te organiseer;

- Om vir vrede te veg;
- Om die oorlogstokers aan die kaak te stel.⁴⁷

Dit behoort dus verstaanbaar te wees waarom die Sowjet-Unie ook in die verspreiding van internasionale propaganda voorkeur aan die pers as mediurn verleen en waarom hy 'n absolute monopolie oor nuusberigte vanuit Rusland handhaaf. Die res van die wêreld is eenvoudig verplig om van kommunisties-geïnspireerde en -gefabriseerde nuusberigte oor aangeleenthede in die kommunistiese kamp gebruik te maak.

Die buitelandse kommunistiese pers word gevoed deur *Sovinformburo*, terwyl die vrye pers deur *Tass* bedien word. Die amptelike stempel wat *Tass* dra spreek uit die feit dat dit as opleidingsinstelling vir alle Russiese diplomate dien en die enigste instelling is wat amptelike regeringsverklarings versprei.⁴⁸

Naas die pers word die radio ook intensief aangewend vir die verspreiding van buitelandse propaganda, want dit kan sekuur op 'n teiken ingestel word, maklik gelanseer word en na willekeur gebruik word sonder inagneming van nasionale grense en natuurlike hindernisse. Ter illustrasie van die intense aanwending van radio-media kan gemeld word dat die Sowjet-Unie in 1972 daagliks 64 uur in 16 tale na Afrika alleen uitgesaai het.⁴⁹ Die Sowjet-Unie beskik oor twee buitelandse uitsaai-stasies te wete Radio Moskou en Radio Vrede en Vooruitgang. Laasgenoemde is die bekendste vanweë sy uiters opruiende propaganda.⁵⁰

Betreffende die krag van radio-media as instrument in die verspreiding van buitelandse propaganda het Terence Qualter hom soos volg uitgelaat: 'Radio is now accepted by all the major states as a legitimate instrument of power politics. It has become the most powerful single instrument of political warfare the world has ever known. More flexible in use and infinitely stronger in emotional impact than the printed word, as a weapon of war waged psychologically radio has no equal'⁵¹.

42. *Ibid.*, p 228; R. Ketchum: *op.cit.*, p 184.

43. K.J. Holsti: *op.cit.*, pp 228—9.

44. *Ibid.*, p 233.

45. A. Buzek in Christenson en McWilliams: *op.cit.*, p 400.

46. *Ibid.*

47. *Ibid.*, p 401.

48. A.M.G. Little: *The Soviet Propaganda Machine* soos aangehaal in W.E. Daugherty en M. Janowitz *op.cit.*, p 791—92.

49. *Bulletin van die Afrika-Instituut van Suid-Afrika*, Pretoria, Deel XII, Nr 4, Mei 1972, p 139.

50. *Ibid.*, p 141.

51. T. Qualter: *op.cit.*, p 80.

Verdere media wat deur die Sowjet-Unie aangewend word om propaganda buitelandse te versprei, is persoonlike kontakmaking, films, handelsuitstallings, die stuur van sportspanne, vermaaklikheidsgroepe, die kulturele uitruilprogram, diplomatieke onderhandelings en tans op baie intense wyse, die ope forum van die Algemene Vergadering van die Verenigde Nasies.⁵²

Temas in die Russiese Buitelandse Propaganda

Die aanwending van bogemelde media tesame met die toepassing van sielkundige tegnieke hierbo vermeld, het reeds daartoe gelei dat die Sowjet-Unie in die meeste lande van die Derde Wêreld 'n beeld van homself opgebou het as modern, geïndustrialiseerd, vredeliewend en progressief.⁵³ Die hoof-temas waarvan in die propaganda-program gebruik gemaak is, is nasionalisme, modernisasie en vrede.

Nasionalisme

Dit is belangrik om aan te toon dat alhoewel die Sowjet-Unie nasionalisme in inter-blok propaganda sterk veroordeel (behalwe Russiese patriotisme), hy dit in die Derde Wêreld en elders vuriglik propageer. Welke vorm nasionalisme aanneem is van minder belang. Dit word byvoorbeeld aangewakker al is dit gebaseer op gebiedseise, (nasionale bevrydingsoorloë, onteiening van Westerse ondernemings of die eliminasië van Westerse militêre basisse.⁵⁴

Russiese propaganda in Asië, Suidoos-Asië, Afrika en die Midde-Ooste is daarop ingestel om Westerse invloed uit te skakel deur by hierdie lande die idee tuis te bring dat enige verbintenis met die 'imperialiste' nie alleen hul soewereiniteit, gebiedsintegriteit en onafhanklikheid in gevaar stel nie, maar hul ook blootstel aan 'neo-kolonialisme'. Vir West-Europese teikens word nasionalisme gepropageer as 'n anti-Amerikanisme. Lande in hierdie wêrelddeel word gewaarsku dat die 'dekadente' Amerikaanse kultuur besig is om hul te verswelg en dat die Verenigde State van Amerika NAVO slegs steun om homself te beskerm en die ander bondgenote te domineer.⁵⁵

Modernisasie

Hierdie tema word hoofsaaklik gebruik om teikens in die onderontwikkelde wêreld te beïnvloed. Dit is die oortuiging van die Sowjet-Unie dat hierdie lande die kommunistiese voorbeeld sal volg indien hulle vertrouwd gemaak word met die indrukwekkende suksesse van die Russiese wetenskap, wetenskap en tegnologie.

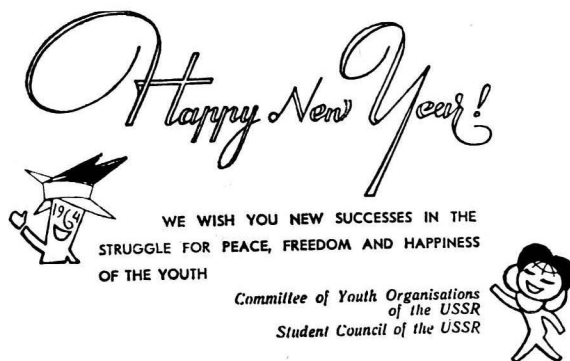
Die intensiewe wyse waarop hierdie tema aangewend word blyk uit die massiewe hoeveelheid inligting wat aan die arm lande beskikbaar gestel word. Daarin word met groot nadruk vermeld dat die Sowjet-Unie binne vyftig jaar grootmoondheidsstatus bereik het en die groeikoersoorlog teen die Verenigde State van Amerika wen. Die huidige ekonomiese probleme waarmee die Weste te kampe het word verder voorgedra as bewys van die inherente swakheid van die Kapitalisme.

Russiese propaganda gemik op die arm lande plaas verder spesiale klem op die ontwikkeling van sy

Asiatiese republieke, omdat toestande daar ooreenstem met die in die meeste arm lande.⁵⁶

Vrede

Die rede waarom hierdie tema so prominent in Russiese buitelandse propaganda figureer is omdat dit teer op die menslike vrees vir oorlog, ontwrigting en vernietiging. Teenoor die lande van die Derde Wêreld verkondig die Sowjet-Unie 'vreedsame naasbestaan' en 'normalisering van verhoudings'.⁵⁷ Die bewys dat dit egter bloot vir propagandadoeleindes bedoel is, blyk uit die ware betekenis wat die Kremlin aan hierdie begrippe heg. Terwyl vrede naasbestaan vir die Weste 'leef en laat leef' beteken, beskou die Sowjet-Unie dit eenvoudig as 'n geleentheid om op nie-militêre en op 'n uitgerekte wyse 'n ondermyningsveldtog te voer,⁵⁸ met ander woorde om sy 'strategie van die indirekte benadering'⁵⁹ toe te pas.



(Foto M. Choukas: *Propaganda Comes of Age* (Washington, 1965) p 237)
'n Feesgeleentheid is hier benut om die Kommunistiese propaganda-offensief na die Amerikaanse studente uit te dra.

Ewe belangrik is dit om aan te toon hoedat die détente-tema vir propagandadoeleindes aangewend word. Nadat oud-president Richard Nixon in 1972 die détente-offensief met 'n besoek aan die Sowjet-Unie van stapel gestuur het, het *Pravda* verklaar dat hierdie 'veranderde houding van die Verenigde State' (dit wil sê die aanvaarding van die beginsel van vrede naasbestaan) 'is a forced one and that it is precisely the power — the social, economic and military power of the Soviet Union and the Socialist Countries — that is compelling

52. K.J. Holsti: *op.cit.*, pp 232—3; A.M.G. Little: *op.cit.*, p 793; N. Padelford en G.A. Lincoln: *International Politics. Foundations of International Relations*, (New York, 1954), p 457.

53. K.J. Holsti: *op.cit.*, p 229.

54. *Ibid.*, p 229—30.

55. *Ibid.*, p 230.

56. *Ibid.*, p 320—1.

57. *Ibid.*, p 231.

58. J. Dunner: *Dictionary of Political Science*, (London, 1965), p 404.

59. O. Ibele: *Political Science. An Introduction*, (London, 1972), p 524.

American ruling circles to engage in an agonizing reappraisal of values'.⁶⁰

Ontwapeningspropaganda staan in noue verband met die vrede-stema. Russiese leiers en diplomate kom vorendag met indrukwekkende skemas vir 'complete and general disarmament' dog wanneer dit op stuk van sake kom, word hardnekkig geweier om die geringste toegewings te maak.⁶¹ In werklikheid is hulle besig met die opbou van 'n leër, lugmag en vloot sonder enige gelyke.

Gevolgtrekking

Propaganda is vandag ongetwyfeld een van die belangrikste instrumente wat deur die Kommuniste aangewend word om wêreldheerskappy te verkry. Mense se houdings en gesindhede kan daarmee verander word en met ander houdings en gesindhede vervang word.

Die Nazis het daarop geroem dat hulle die Duitse Derde Ryk deur middel van propaganda gebou het. Die Kommuniste roem vandag daarop dat hulle deur middel van propaganda miljoene mense tot aanvaarding van die Marxisties-Leninistiese ideologie beweeg het en uiteindelik die wêreld met behulp daarvan sal oorwin. Tog is daar in sekere Westerse kringe die oopvatting dat die Kommuniste nie so suksesvol in hul propagandaveldtog is soos algemeen aanvaar word nie. Die mening word selfs gehuldig dat dit bloot propaganda met propaganda is!

Weliswaar bestaan daar geen gepubliseerde wetenskaplike bevindings oor die sukses van kommunistiese buitelandse propaganda nie. Die werklikheid toon egter ontseggelik aan dat die Kommuniste wel daarin geslaag het om in baie lande, in mindere of meerdere mate, mense se gesindhede ten gunste van Moskou, Peking en Havana, te verander.

Ter illustrasie hiervan kan verwys word na die feit dat die Sowjet-Unie vandag oral in die ontwikkelde wêreld erkenning geniet as vurige kampverger vir die armes, onderdrukte, werkloos en vyand van 'kapitalistiese imperialisme'.

K.H. Holsti skets die sukses van die Sowjet-Unie as gevolg van die effektiewe gebruikmaking van propaganda soos volg: 'There is ample proof that the citizens of underdeveloped countries view the Soviet Union and its diplomatic objectives in a different light than most Western publics do'.⁶²

Hierin lê die Sowjet-Unie se propaganda-sukses opgesluit. Die stem-magtige onverbonden Derde Wêreld se onverbondenheid is verbreek en verander in kommunistiese toegeneentheid. As voorbeeld kan na die lande van Afrika verwys word. Met die uitsondering van enkele pro-Marxistiese dikture bestaan daar in Afrika geen pro-kommunistiese regering nie. Desnieteenstaande is die kommunistiese invloed in meeste baie sterk en praat Afrika die taal van die Kommuniste. Die begrippe

en slagspreuke wat hul gebruik en die betekenis wat hulle daaraan heg is dié van Moskou, Peking en Havana.

Hoe effektief word hierdie instrument deur die Westerse demokratiese state gebruik ten einde houdingsverandering by mense te weeg te bring? Hier is daar 'n opvallende verskynsel te bespeur. Wat gebruikmaking daarvan in sy ekonomiese lewe aantref neig die demokratiese staat om die Kommuniste selfs na die kroon te steek. Wat die gebruikmaking daarvan in sy politieke lewe aantref staan die demokratiese staat egter afsydig en selfs vyandig daarteenoor. Propaganda word op hierdie terrein beskou as iets wat die demokrasie onwaardig is en die mens van sy fundamentele regte en vryhede sal beroof. Daar wil nie te kenne gegee word dat die Westerse demokrasie sy verhewe beginsels soos die vryheid van die pers, spraak, beweging, godsdiens en assosiasie moet laat vaar en, vir propagandadoeleindes, die Kommuniste slaafs moet navolg nie. Wat wel beklemtoon wil word is dat hy egter onvergeeflike kort-sigtigheid en domheid sal openbaar as hy nie die krag en doeltreffendheid van die propaganda-wapen besef nie.

As die Kommuniste daarin kon slaag om met behulp van propaganda sy ideologie wêreldwyd te verkoop, dan bestaan daar geen rede waarom demokrasie nie veel groter sukses daarmee kan bereik nie. Die ware wat hy te koop kan aanbied kan immers nie geëwenaar word nie. Allermins nie deur die Kommuniste nie. Verder is dit die demokrasie en die Christendom wat die groot wêreldrewolusie is en nie die ateïstiese Kommuniste nie.

Ten slotte is dit die oortuiging dat hierdie wapen onontbeerlik is in rewolusionêre oorlogvoering (insurgensie en terroriste oorloë). Daar is vandag universele aanvaarding dat hierdie tipe oorlog 'n politieke oorlog, met ander woorde 'n propaganda-oorlog, eerder as 'n militêre konflik is. Wie dus hierdie tipe oorlog wil wen moet toesien dat hy die oorlog veg met die wapens waarmee hy beveg word.

Portugal het nie sy ryk verloor omdat hy militêr onopgewasse was nie, maar omdat hy die stryd om die 'hearts and minds' van die mense verloor het. Ongeag die teenwoordigheid van 500 000 soldate toegerus met die gesofistikeerdste wapens beskikbaar, is die Verenigde State van Amerika in Viëtnam die vernedendste nederlaag in sy geskiedenis toegedien. Waarom? Omdat hy voor die wêreldwye kommunisties-geïnspireerde propaganda-aan-slag geswig het.

60. H. Jackson in *Sen Jackson warns on dente pitfalls. Aviation Week and Space Technology*, 8 October 1973, Vol 99, No 15, p 65.

61. K.J. Holsti: *op.cit.*, p 231.

62. *Ibid.*, p 237.