

”みんな”

の

正体

あなたは  
自分の頭で考えていない。

”【14分解説】プロパガンダ/大衆扇動の手法/  
あなたは騙されている【洗脳】”より (Youtube)



「プロパガンダの秘訣とは、狙った人物を、本人がそれとはまったく気づかぬようにして、プロパガンダの理念にたっぷりと浸らせることである。いうまでもなくプロパガンダには目的がある。しかしこの目的は抜け目なく覆い隠されていなければならない。その目的を達成すべき相手が、それとまったく気づかないほどに。」

パウル・ヨーゼフ・ゲッベルス（Paul Joseph Goebbels）（1897～1945）はドイツの政治家

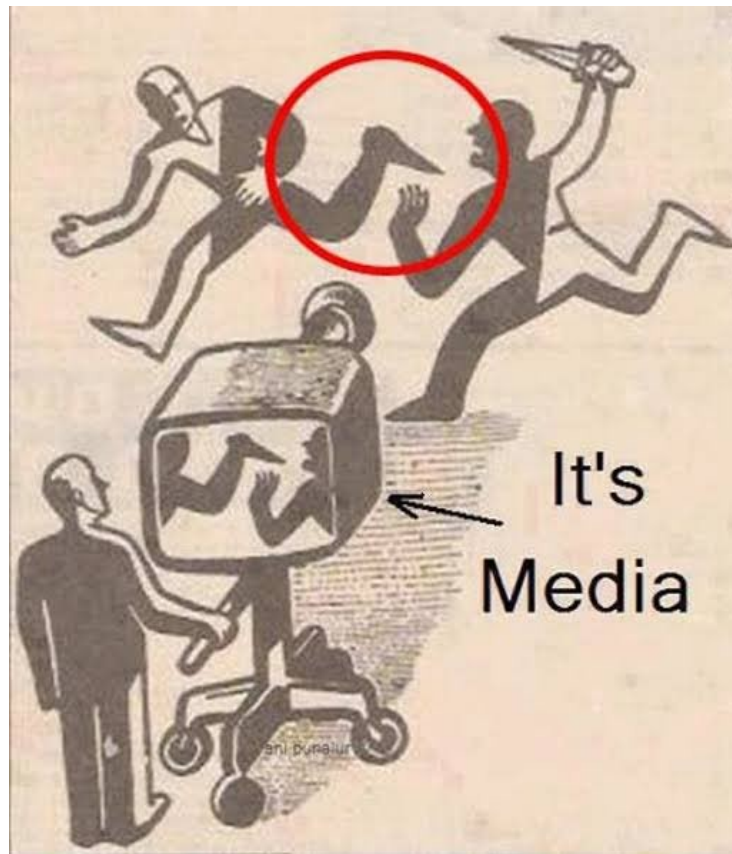
# プロパガンダとは何か？

- ・プロパガンダとは、“**大衆の扇動、説得**”をする手法のことである。  
元々の由来は、1622年設立の「布教聖省」にあたる。  
(sacra congregatio de propaganda fide)
- ・1622年当時のカトリックは、免罪符を売りさばき、私腹を肥やしていた。  
それに怒ったプロテスタントが抵抗運動を高めた。  
これを“宗教改革”と呼ぶ。
- ・この運動に対し、カトリックは対抗作として、布教聖省（ふきょうせいしょう）を設立した。目的は海外への布教活動、言論統制の強化だった。
- ・もし民衆がプロパガンダに対して、対抗策を身に着けなかった場合…  
プロパガンダは大いにその力を発揮するだろう。

Q.ではどうすればプロパガンダに対して、対抗する手段を持てばいいか？  
答えは以下の2つを理解しておく必要がある。

①大衆は無思慮である。

②マスメディアが巨大な影響力を持っている。



・現代はプロパガンダにあふれていて、  
誰しもが大衆扇動にさらされる危険がある。

- ・平均的なアメリカ人は一週間に 30 時間、  
テレビを視聴し、一日あたり数百の広告に  
さらされている。  
日本でも、新聞、看板、ポスター、TV、  
スマホ、広告を見ない日はない。

・いかなる時も、誰かが商品を買わせようとしていて、  
私達を教育しようとしている。

そして、  
何が正しくて真実か、何が美しいか教えようとしている。

では、このような状況下でどうするか？

前提として、人間は”認知的儉約家”であると  
理解すること

認知的儉約家とはどういう意味か？

①人間の処理能力には限界がある。

②人は無自覚に問題を考えずに単純化してしまい、  
深く考えずに説得を受け入れてします。

③説得を受ける人たちは以下の二つの  
プレゼンテーションを受ける。

A. 周辺ルート

(物事の周辺を見ているか。)

B. 中心ルート

(物事の中心を見ているか。)

## (周辺ルートの場合)

- ・ 単純な手がかりによって情報を処理する  
多数派。



## (中心ルートの場合)

- ・ 情報を精査し,思慮深い少数派層。



- ・言うまでもなく、プロパガンダ餌食になるのは  
前者の周辺ルートを選択する人々！

そして、大衆扇動を目的とする場合、

”周辺ルート”を対象とするのが前提的。

短く、覚えやすく、視覚に

訴えるプロパガンダは  
容易く洗脳することができる！

- ・しかし、短く、覚えやすく、視覚に  
訴える”周辺ルート型プロパガンダ”は、  
中心ルート型にとっては  
**逆効果になる。**

**(看破される可能性もある。)**

- ・なぜなら情報の不足さ、イメージ先行のプロパガンダは  
単純な白黒議論になるから。

- 2006年、小泉内閣の郵政民営化を争点にした際、自民党は広告会社にある分析を依頼した。その依頼は、メディアを使って選挙戦をどう闘うべきか？結果は以下の通りである。

INVIDIOUS 検索 🔍 ログイン

構造改革に否定的	<b>C層</b> IQが高い 構造改革の危険性を熟知し、構造改革に反対する人々	<b>A層</b> 構造改革によって利益が得られる1%の人々	構造改革に肯定的
	<b>D層</b> 既に失業などの痛みにより構造改革を恐れる人々	<b>B層</b> 主婦、若者、高齢者層など構造改革についてはよく分からないがイメージだけで小泉政権を支持する人々	

IQが低い

6:27 / 14:04 IQが低い -7:37 🔊 ⚙️ 1x ◀ 🔍



多数派である B 層は、

マスメディアに流されやすく、

”IQ が低い人々”であり、

まさしく、”郵政民営化についてはよく分からないが、  
小泉のキャラクター性を支持する。”

こういった人々に、プロパガンダを大量に行い、  
自民党は選挙で圧勝した。

・本来、人は特定のブランドや特定のアーティスト、  
特定の生活習慣がある。

それらを無自覚に一定の方向に支持させる手段は、

まさにマーケティングという名の  
プロパガンダの餌食にされている。

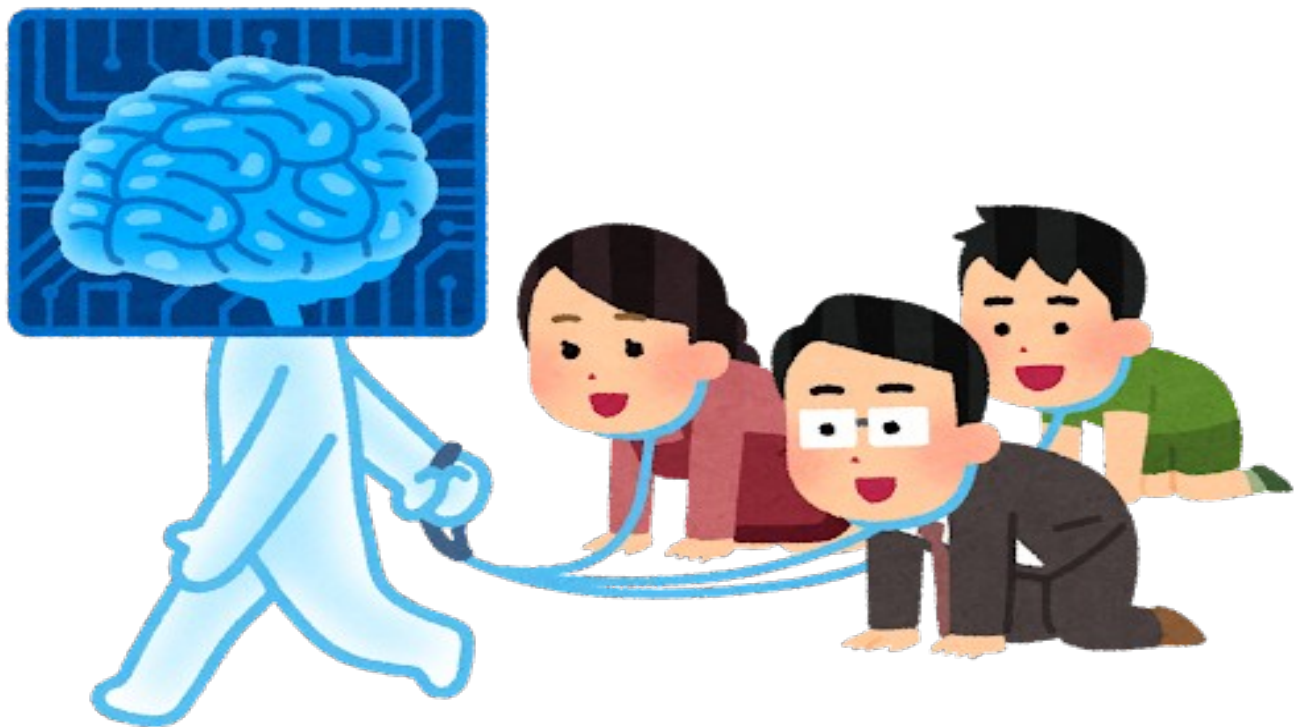
現代では、この様なプロパガンダが数多く浴びせられ  
ているということ。

**供給過多、情報処理の欠如。**

つまり、今の人々はより情報処理が落ちているし、  
それが推奨されている。

その結果、  
論理に訴える説得よりも、  
無思想的でイメージ先行のプロパガンダが  
世界を支配する。

この様な状況は民主主義の危機  
である。



これらを回避するためには、  
私達、”一人ひとりが重要な物事  
を周辺ルートで処理する可能性を  
最小限”で処理する必要がある。

一人ひとりが問題に対して、  
教育によって高め、  
プロパガンダを理解し、  
看破する能力を身につけることが  
民主主義の継続に必要である。



## (まとめ)

- ・プロパガンダは、日常に多く存在し、避けられず、イメージをかき立て、大衆の無知につけ込んで行われる。
- ・マスメディアが形成する大衆の価値観は、現実が大きく与えている。

私達はプロパガンダから逃れることは  
できません。

だからこそ、恣意的（しいてき）で  
感情的な情報に対して深く考え、  
物事の単純化をしてはならない。

(避けなければならない)

大衆が無知に  
なればなるほど、  
単純化、  
感情的になり、  
さらに大衆の  
無知が加速する。

おわり