

Милена Якимова

---

**СТРАХ И ПРОПАГАНДА**

София, 2022

© Издателство „Изток-Запад“, 2022

Всички права на български език запазени. Нито една част от тази книга не може да бъде възпроизвеждана или предавана под каквато и да е форма и по какъвто и да било начин без изричното съгласие на издателство „Изток-Запад“.

© Милена Якимова, автор, 2022

© Деница Трифонова, оформление на корицата, 2022

ISBN 978-619-01-1014-2

**Милена Якимова**

**СТРАХ и  
ПРОПА-  
ГАНДА**



---

## СЪДЪРЖАНИЕ

---

УВОД.....	9
-----------	---

### ЧАСТ ПЪРВА ПРОПАГАНДА / 25

<b>Глава първа. Модерната пропаганда .....</b>	<b>27</b>
Пропагандата: фигури и техники .....	28
Има ли добра пропаганда? .....	35
Пропаганда, лъжа, истина .....	39
Пропагандата: черна и бяла.....	44
Кой е пропагандираният? .....	46
<b>Глава втора. Антилибералната пропаганда в България 2013–2018 .....</b>	<b>51</b>
Пропагандната вълна: надигането.....	55
Пропагандната картина на света в българските печатни и онлайн медии .....	66
<i>Европа</i> .....	67
<i>Либералите-соросоиди</i> .....	68
<i>Авторски и анонимни текстове</i> .....	71
<i>Типология на медиите по теми (пропагандисти,         пропагандни таблоиди и хибриди)</i> .....	73
<i>Кои са лошите, когато всичко е лошо?</i> .....	86
<i>Протагонистите</i> .....	97
<i>Картината на света според популистката пропаганда:         обобщение</i> .....	107

<b>Глава трета. Журналистите</b> .....	113
За свободно изразеното мнение: таблоидизация и свиващ се пазар .....	115
За професионализма .....	120
Перипетии на свободното слово .....	125
За добросъвестното преследване на истината: формите на компромиса .....	132
Пак за пропагандата .....	141

ЧАСТ ВТОРА  
**СТРАХ / 145**

<b>Глава четвърта. Тревожност, страх и пропаганден ефект</b> .....	147
Сянката на миналото .....	148
Хипотезата: тревожност и пропаганден ефект .....	157
Страх, опасност, риск: дозаплитане на концептуалната мрежа .....	164
Преобразуването на тревожността в страх .....	169
Амбивалентността на риска. Или защо той вече не е дързост .....	175
<b>Глава пета. Конформизъм и паресия: върху данни от интервюта и фокус групи</b> .....	187
Резониращите тревожности: 19 интервюта .....	188
Паресия без дързост: фокус групите .....	205
<i>Комуникативни профили на фокус групите</i> .....	205
<i>Българската изключителност:         отвѣд разликите в комуникативните профили</i> .....	208
<i>Миметическият танц на паресията и ерудита</i> .....	211
<i>Националният суверенитет: обида и възмездие</i> .....	215

<b>Без заключение:</b>	
<b>самоомерзението като културен стереотип .....</b>	<b>223</b>
<b>Цитирана литература .....</b>	<b>227</b>
<b>Благодарности.....</b>	<b>237</b>

## Увод

От началото на новите глобални протести от края на първото десетилетие на нашия век общата диагноза на разностилни и политически съвсем различни автори – от различни страни, с различни вкусове и професии, някои публицисти, други академици, трети тинк-танкови експерти – е, че хегемонията на либералния ред е подкопана, изправена пред тежки предизвикателства, все по-съмнителна. Трябва да се каже обаче, че онова, което се подразбира под „либерален ред“ в тези диагнози, не е едно и също: понякога става дума за глобализираните финансови пазари, друг път – за ексцесиите на експресивния индивидуализъм, трети път – за правовия ред, основан на индивидуалните права и разделението на властите. И предизвикателствата пред институциите и формите на политическото на свой ред също са от различен порядък – глобалната финансова криза от 2007–2008 г., мигрантската криза, проточилата се десетилетия политика на ограничаване на публичните разходи, наричана още политика на остеритет, надигналите се социални недоволства срещу новите неравенства. Спояването им в едно по специфичен и определим начин – така че всяко едно от тези предизвикателства да може да означава всяко друго **и в същото време** всяко едно да означава цялото множество на тези предизвикателства – ще наричам оттук насетне нова антилиберална и антиглобалистка пропаганда\*.

---

\* Хипотезата ми е, че това е валидно за модерната пропаганда, за пропагандата в масови анонимни и администрирани общества въобще, но тази хипотеза трябва да се проверява емпирично. Освен това антиглобалистка тя е само в реториката си, но не и в целите си.

И ще покажа каква пропаганда се развихря в българските он-лайн и печатни медии от есента на 2013 г. насам. Но за да я разберем, не стига да разгледаме фигурите ѝ, да ги опишем, да измерим разпространението им, да идентифицираме каналите и техниките ѝ. Защото пропагандата е въздействие върху нагласите за действие чрез промяна на категориите, в които възприемаме света. Затова не можем да я оценим, ако я схващаме само като стратегия и машинария. Трябва да я разберем и като ефект, тоест да знаем как ни въздейства и как самите ние я задействаме и разпространяваме и какви наши фрустрации облекчава и насочва. Всяка пропаганда създава псевдооблекчение, защото, както пишат Лео Льовентал и Норберт Гутерман (Loeventhal and Guterman 1949, p. 11), когато питаме *какво* (да направим), тя ни отговаря *кой* (е виновен), защото ни поставя в позицията на жертви и превръща идеята за справедливост в отмъстителност.

При това трябва да имаме предвид, че ценностният сблъсък в какъв свят живеем и в какъв свят искаме да живеем, в който се намесва изследваната пропаганда, по-скоро още не се е състоял. Такъв сблъсък се случва едва когато множество дифузни и хетерогенни парчета преживяване и дискурс се споят във – както го именуват Ересто Лакло и Шантал Муф (Laclau and Mouffe, 1985, p.130) – верига на еквивалентност. Антилибералната и всъщност антидемократична пропаганда, която ще опиша, е претендент за спояване на такава верига по описания вече начин – всяко нещо е всяко друго (Обама е Демократическата партия, демократите са ЕС, ЕС е Меркел, Меркел значи мигранти, мигранти значат тероризъм, тероризъм значи САЩ, САЩ значат Демократическата партия, Демократическата партия значи Хилари, Хилари значи ЛГБТ...) и заедно с това е всички взети заедно.

Но на кого най-вече разчита тази конкретна, а и всяка пропаганда? На „нас“, разбира се. Ние, нейните обекти, сме много по-ефикасни в препредаването ѝ, отколкото техническите устройства, които използва, и отколкото пропагандистите, независимо дали са на заплата или по убеждение. Защото за да бъдем ефикасни ретранслатори, необходимо е да изпълним само две условия: а) да възприемаме себе си през категориите, които пропагандната картина ни предоставя, **без обаче** б) да ги виждаме като произ-



ведени от нея. Тоест основният механизъм на всяка пропаганда е, че създава внушение, че категориите, които тя предоставя, всъщност не са предоставени отвън, а са лично отвоювани, авторски изработени, изразяващи собствена, индивидуална позиция. Това, разбира се, означава просто, че ласкателството е могъщо оръжие, без което никоя пропаганда не може.

Но както ни казва нейният изследовател Харолд Ласуел (Lasswell 1938, pp. 185–9\*), тя не може и просто да изобретява неща, а винаги трябва да се съобразява с някакви дадености; тя не може да твори от нищото, а ѝ се налага да се ориентира в съществуващите нагласи, предразсъдъци, недоволства. Затова антилибералната пропаганда, която ще изследвам тук, разчиташе на и усилваше популистките недоволства и възмущения. Едно предупреждение: популизмът започва да става пейоратив от петдесетте години на миналия век насам (вж. Stavracakis 2018); дотогава той е конотиран по-често позитивно – когато терминът се използва, той се отнася за надигания на множествата, които се чувстват обезправени, изключени, без достъп до силите, които управляват живота им (надигания като тези, каквито имаме и след 50-те години и каквито виждаме през последното десетилетие в новите глобални протести, деветдесет и деветте процента срещу единия). Множествата обаче не са непосредствено колективни тела. Различни символни артикулации се борят за надмощие да определят и да означат множествата като едно. Единият от тези претенденти беше, да речем егалитаристкото „99% срещу 1%“ – за такъв „ляв популизъм“, изцяло егалитаристки и съответно позитивно конотиран, се застъпва теоретично и политически Шантал Муф (Mouffe, 2018, pp. 5–7). Но на сцената се появиха и други популисти – не егалитаристи, а експесионалисти и изолационисти като Виктор Орбан, Марин Льо Пен, засенчилите ги Доналд Тръмп. Разбира се, държавно стикованата машина на

---

\* Макар да се позовавам на отделни страници от този анализ на пропагандата (като само един от тегелите на мобилизационни действия) от Първата световна война, всъщност за това става дума из цялата книга. Цитирам достъпното ми преиздание от навечерието на Втората световна война, но анализът е публикуван още през 1927 г.

руските медии, контролирани от Кремъл, в най-висока степен спомогнаха за консолидирането на антилибералния популизъм в държавна суверенистка пропаганда. Впрочем десните популисти на Запада в най-голяма степен се възползваха от руската пропагандна реторика, независимо с какъв геополитически наклон я използваша – дали проруски или антируски. И съответно на свой ред я захранваха.

Напоследък популистите временно минаха в отстъпление. Най-малкото защото каузите, на които залагаха, бяха много мощно адресирани от изолационизма и национализма на извънредните мерки за овладяване на коронавирусната пандемия от 2020–2021 – миграцията (а и мобилността) бяха рязко ограничени, държавата интервенира с публични средства в отношения, които се опосредяваха дотогава пазарно. И това бе извършено от администрациите на държавите, все едно дали на власт бяха либерални или популистки правителства. На популистите-изолационисти чак им се наложи да станат космополити или да изчакат снишени. Или пък – като Болсонаро и Тръмп – да протестират срещу администрациите на държавите си.

Начинът на популистите днес да говорят на публиката е организиран около идеята за суверенитет. Народът трябва да си върне суверенитета, отнет му от либералните елити и глобализацията – това е централното послание. А народът-суверен – това пък е празното означаващо на веригата на еквивалентност както за левия, така и за десния популизъм. Защото и популизмът, центриран в левия народ (на социално угнетените), и онзи, фокусиран в дясната нация (на културно оскърбените от глобализацията, вж. Вацов 2017, с. 57–8), и двата вида популизъм се опитват да реанимират политическото, като поставят въпроса за рамката, тоест за онова „ние“, което търпи последиците от действията на управлението и поради това трябва да има думата в решенията какви да са тези действия. Левите и десните популизми в последното десетилетие често бяха неотличими от кремълския наратив за държавния суверенитет и го използваша като критически ресурс да обясняват защо нещо не е наред в обществата ни. И това, което не ни изглеждаше наред, се обясняваше с външни намеси, с вмешателства от страна на сили, дърпащи отвън конците на

властта в националните държави (по-долу ще видим по-подробно спецификите на тази популистко-пропагандна теза). В крайна сметка тук лежи едно от най-важните неща, които можем да научим от конспиративните теории: тяхното най-малко общо кратно е кохерентността – отличителната черта на това, което Хофстедтер (Hofstadter, 1996, р. 34) през 1964 г. нарича „параноиден стил“ – склонността да си обясняваме конспиративно света и да обвиняваме някого, че ни е отнел нещо ценно. На Хофстедтер впрочем леви изследователи на популизма приписват главна роля в свързването на популизма предимно с десни движения и превръщането на думата в пейоратив. Но, припомнят ни същите тези изследователи, популизмът има свои формални черти, които не го обвързват по необходимост нито с лявото, нито с дясното. Първата му и основна формална черта е силният апел и позоваване на народа, а как символно ще бъде конструиран този народ, това е отделна работа. Популизмът е сигнал, че нещо не е наред в начина, по който живеем заедно, порив към преучредяване на това „заедно“.

Че нещо действително не е наред в начина, по който сме организирали живота си, беше сигнализирано поне от края на първото десетилетие на новия век – с глобалната вълна от протести. Тези сигнали постепенно се спояваха в общ речник, но тъкмо този процес на спояване беше прекъснат – носителите на сигналите не се организираха, сигналите останаха принципно негативни, а формирацията им се език на протестите беше експроприиран. Тъкмо експроприацията на езика на – да я наречем – популистката критика, повдигната от протестите от новия век, е един основен сюжет в тази книга. Тези протести останаха ограничени – в голяма степен – до екстатичния си момент. Те пропаднаха в чистата актуалност на площадното отвоюване-окупиране на публичността, окупирана преди това от развихрения корпоративен сектор; реституция на публичността в акта на окупацията. Те бяха тъжни, може би някак меланхолични дори – не излъчиха политически платформи, не посочиха към утрешен ден, не се стабилизираха в колективни тела, не създадоха времеви хоризонт. Не го правят и антирасистските протести от 2020 г. в САЩ, нито българските протести от същата година срещу пленената държава

ва. Това са протести на тялото, което остава все по-оголено, все по-незащитено от социални мрежи и институционални структури, тялото без достойнство, индигнадо. В екстатичната телесност на окупираните градски пространства най-силният критически жест беше тъкмо на изстъпването на тази уязвимост, оголеност. Доколкото отвъд екстатичността се формираше език, който да изкаже страданието или да артикулира недоволството, общата му формула беше, че така повече не се търпи. Това, което не се търпи, беше отчасти посочено, отчасти названо: ние сме индигнадос, възмутени от отнетото ни достойнство, защото нямаме никакъв достъп до отношенията, силите и структурите, които определят живота ни, и защото публичните институции не просто не могат да се противопоставят на тази несправедливост, но са станали част от несправедливостта, неин инструмент. Телесният език на посочването на несправедливостта разбираемо остана негативен – посочи какво не трябва да е както е, без да посочи кои сме ние, които настояваме на това, и без да посочи какво трябва да е. Негативността имаше функцията (а често и намерението) да остави това потенциално „ние“ отворено, универсализируемо, една от ключовите черти на всеки популизъм (ние не сме част, ние сме всички).

От друга страна, празнотата на протестното „ние“ имаше и своята предпоставка – фрагментираността на социалния живот, този ексцес на индивидуалната свобода, при който вече няма нито достатъчно индивидуалност, нито свобода. Фрагментираността прави хората използвани и заменими човешки ресурси.

Но празнотата на протестното „ние“ бе и ресурс за злоупотреба. Негативният език на популистките надигания срещу ексцесите на неолибералния социален и икономически ред беше стратегически „прихванат“ и използван за целите на управляемостта на фрагментираните общества. С това бе отнета и „идеологическата инициатива“ по изговарянето на това „ние“ отдолу. Критическите послания бяха експроприирани и опаковани за паразитна пропагандна употреба в името на управляемостта.

Но как да различим популистка критика от пропагандната ѝ метаморфоза? Предлагам един критерий, който е достатъчно ясен: критикът-популист призовава народа да си вземе властта,

пропагандистът категорично не иска това. Първият призовава за действие, вторият призовава да сме гневни, но да оставим действието на него. Кремълската пропаганда беше най-бърза в опаковането на иманентните популистки критики, но продуктите ѝ циркулираха свободно за употреба и бяха използвани за най-разнообразни локални тактически цели и от най-разнородни играчи, при това далеч извън пределите на източните части на Европа. Ще видим чертите на този „пакет“ за управляемост за определен отрязък от време в българските медии, но той не е локално специфичен нито за българското общество и медии, нито за Източна Европа. Подобни наративи с леки контекстуални вариации и едни и същи техники на дисеминирането им можеха да се наблюдават и в президентските кампании в САЩ през 2016 г. и 2020 г., и в рускоезичните издания в балтийските страни, и в реториките на крайнодесни и радикално леви партии в Германия. Накратко, гласовете на популистките надигания бяха прихванати в определени семпли (ще ги видим и чуем по-долу) наративи, които само усиливаха състоянието на фрагментираност, но го правеха управляемо.

Днес не само разговорно, но и медийно, политически и академично думата „пропаганда“ се употребява свободно, някак се нормализира, без да е проведена кой знае каква дискусия. Когато започнах тази работа обаче, тази употреба срещаше отпор, на първо място от самите пропагандисти – но не само. Усилията да се регулира медийно съдържание също избягваха думата и се опитаха да кодифицират термина „дезинформация“. Затова трябва да кажа директно: ако искаме да разберем какво се случва с публичните дискурси, дори ако искаме да разберем „инфодемиеите“, терминът „дезинформация“ не ни върши особена работа. Затова говоря за пропаганда, а не за „дезинформация“ и „фалшиви новини“. Терминът „пропаганда“ обаче не може и не бива да се използва за регулация на съдържание. А терминът „дезинформация“ не върши никаква особена работа по разбирането на социални процеси и публични дискурси защото главната операция, извършвана от онова, което се нарича с този термин, не е да де-информира, а да оркестрира впечатления, да формира **рефлекс**и как да възпремаме света и себе си в него. Това, което се нарича „дезинформация“, не върши своята работа на нивото на фактическата неистина, а

превръща критиката – готовността за размяна на аргументи, ангажимента с преобразуването на онова, което бива критикувано – във фаталистично очакване. Това е причината да твърдя, че терминът дезинформация пропуска същността на онова, което бива извършвано – формирането на очаквания, възприятия, усещания за собственото ми място в света (който в днешната пропагандна картина върви към свършек). Пропуска и още един факт – че медийните послания ни въздействат афективно и че са свършили своята афективна работа много преди да ни хрумне да проверяваме надеждността на фактите и на източниците на информация. Несъмнено е, разбира се, че терминът „дезинформация“ служи на практическите опити да се регулира публикуването на медийно съдържание, без да се въвежда цензура. Както е несъмнено и че дезинформация – погрешно и зловредно информиране – има: на 8 септември 2020 г. в разгара на поредните антикорупционни протести в България от епохата на ЕС не друг, а БНТ тиражира информация – веднага опровергана и предизвикала извиненията на медията, – че протестите за оставка на правителството и главния прокурор от същата година свикват „народен съд“, насрочен за следващия ден, горещата и необработена от историческата памет дата 9 септември. Въпреки извинението за грешката и свалянето на новината от сайта на БНТ, злото е сторено – съобщението циркулира като фалшива новина сред част от проправителствените медии и в социалните мрежи дълго след извинението на обществената телевизия. Това си е класическа фалшива новина, но само през такива примери не можем да добием представа какво се случва в медиите. Още повече, че самият термин „фалшива новина“ придоби широка популярност сред политиците – когато нещо не подкрепя политиките им, то се обявява за фалшива новина, а надеждна е тази, която върви с тях (вж. Vosoughi, 2018, p. 1146).

За да го разберем – както онова, което се случва в медиите днес и което се случва на нас, потребителите на медии днес, – много по-добра работа ни върши думата пропаганда; ако, разбира се, проявим достатъчно разум да не си въобразяваме, че като се каже „пропаганда“ се разбира само Кремъл. Както показахме в доклада на изследването „Антилиберални дискурси и пропаганд-

ни съобщения в българските медии“\*, клишетата на кремълската пропаганда се използват обилно, но се използват от най-разнообразни играчи и за различни тактически цели, които далеч не винаги имат нещо общо с каквито и да е кремълски интереси.

Защо да го наричаме пропаганда, а не примерно дискурс? Това е въпрос-възражение, който през 2017–2018 г. се чуваше от много посоки. А някак неусетно след това думата „пропаганда“ се настани в публичните говори и през 2020 г. я чуваме обилно от проправителствените кръгове в България в опити да неутрализират протестите срещу себе си. Аз обаче ще се върна към възраженията отпреди медийната приемливост на думата „пропаганда“, защото в тези възражения бяха вложени различни тревоги. Ще ги обобща до две основни линии. Едната е ляво-радикална, загрижена далеч повече за колективния суверенитет, отколкото за индивидуалните права. Другата ще назова ценностно-либерална.

Споделената им тревога е, че днес думата „пропаганда“ е задължително пристрастна, не може да се употребява като технически дескриптивен термин. Оттам насетне притесненията започват да се разпластяват и различават: като използваме думата в днешния контекст, задължително отправяме упрек, защото контекстът така се е изменил, че думата значи само лоши неща – промиване на мозъци, стратегически – евентуално зъл – план и пр. Тоест опасението е, че дори да има пропаганда, тя не е задължително лоша, но днешният хегемонен либерален дискурс ѝ е отредил такова ценностно място. И наричайки нещо „пропаганда“,

---

\* Нататък ще го споменавам като „Доклада“. Изследването е проведено през 2016–2017 г. от екип на Фондация за хуманитарни и социални изследвания – София в състав: Димитър Вацов, Албена Хранова, Боряна Димитрова, Боян Знеполски, Деян Кюранов, Константин Павлов, Мартин Канушев, Милена Якимова, Том Джунс и Цветозар Томов с финансовата подкрепа на Фондация *Америка за България*. За изследването ще става дума много в книгата, тъй като в нея представям направените от мен анализи. Но ето накратко: то включваше обемен анализ на медийни публикации, както и проучване на обществените нагласи с качествени и количествени методи. Резултатите са публикувани на [https://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2020/02/REPORT\\_PART1\\_VGN.pdf](https://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2020/02/REPORT_PART1_VGN.pdf). Аналитични текстове са публикувани в свободно достъпния брой на списание *Критика и хуманизъм*, кн. 47, бр. 1, 2017 г. ([https://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2018/05/KX-47-Print-01\\_05\\_2018-re.pdf](https://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2018/05/KX-47-Print-01_05_2018-re.pdf))

усилваме либералния дискурс, чиято хегемония е заплашена, което пък е добре. Само че заплахата намалява, когато бъде названа „пропаганда“.

Ценностно либералните тревоги са по-други: „пропаганда“ е хлъзгав термин, защото влиянието ѝ е трудно измеримо, което компрометираща критиката на посланията ѝ и опитите за регулацията ѝ. Така че защо не дискурс. Работата е обаче какъв дискурс? Когато за един дискурс кажем, че е пропаганда, казваме, че той най-малкото се бори за хегемония: не за място под слънцето, а за хегемония. Това означава за седиментиране и обективизиране в устойчиви не толкова когнитивни, колкото перцептивни схеми. Той иска да организира нашите възприятия и да канализира нашите афекти – и да ни задейства или обездвижи като маса, докато сякаш ни говори – ласкае и плаши – индивидуално. Всяка пропаганда се вълнува само от множествата, а техниките ѝ да ни докосва лично са само инструмент за постигане на масови ефекти.

Пропагандата, както казва Жак Елюл, за когото ще стане дума в първа глава, функционира като организиращ мит, който през начупеността, разрывите на социалния опит оплита паяжината на привидна пълнота и цялост. Това обаче важи за всеки хегемонен дискурс. Значи ли, че всеки хегемонен дискурс е пропаганден? Всеки хегемонен дискурс задейства техники на създаването и поддържането на практически истинна илюзия за цялостност, свързаност, последователност, изгражда вериги на еквивалентност. Така и, впрочем, всеки хегемонен дискурс е винаги потенциално застрашен, тъй като илюзорната цялост и кохерентност на опита се постига с цената на игнориране на негови сегменти, които винаги могат да надигнат глас. Но за да наречем един дискурс пропаганден, това спояване трябва да става по определен начин – по-нататък ще го опиша като нарушаване на закона на логическите типове. Димитър Вацов – в сравнение между научен и пропаганден дискурс (2017а) го определи като „отказ от модализация“, отказ от ограничаване на претенцията на казаното до определен контекст, време или отношение. От това обаче произтича нещо решаващо важно за пропагандата – да се изключи действието на закона за непротиворечието и на закона за изключеното трето. Така се създава една машина за правдопо-



добност, която няма нищо общо с въпросите за това кое е истинно и кое – не. Тук се откроява втора отличителна черта на пропагандата – жертване на истината в името на правдоподобността. По това тя изглежда да прилича на фикционалните жанрове. Но и се отличава от тях: претенцията ѝ е да назовава и посочва реалността. И го прави, като заобикаля и блокира действието на елементарни логически закони в името на това днес да посочва един враг, утре – друг, претендирайки, че винаги говори за едно и също (враг днес са мигрантите, утре – соросоидите, вдругиден – ЦРУ, идната седмица – Западът като цяло).

Това, което искам да покажа в тази книга, е как популистките импулси, идващи отдолу и изиявяващи се в новите глобални протести от първото десетилетие на новия век насам, бяха пропагандно прихванати и опаковани в една изразена картина, чиито контури са семпли, наситеността ѝ – монотонна, а разпространението – нарастващо. И ще бъде разработена хипотезата, че тази картина докосва и задвижва две нишки на социално възприятие, които се отнасят едновременно до идеята за съвместност (респективно до несигурността по отношение на това какво ни свързва) и до усещането за време (респективно несигурността по отношение на бъдещето). На одобрението на кого разчита тази пропагандна картина на света? Защото тя ляга удобно върху недоволства и фрустрации, дава спойка на сегменти от опита и на неговата неудовлетвореност. Но на чие признание разчита, за да пледира за истинност?

Ще видим по-долу една версия – за нас, обектите на пропагандата, тази картина е удобна за търсенето на авторитет. Авторитетът винаги има привкуса на трансцендентност по отношение на властта, затова и често прибягваме до него, за да я критикуваме. Но тази картина същевременно не иска авторитети – тя търси авторитета на мнозинството и го изисква като полагащ се на мнозинството по рождение. В някакъв смисъл тази картина докосва много разнородни и амбивалентни пластове на недоволство, неравномерно разпръснати между различни социални статуси и групи; съчленява противоречиви недоволства – **недоволството от недостатъчната меритокрация** и **недоволството от постоянната конкуренция**.