

JACQUES ELLUL, *PROPAGANDELE* [PROPAGANDES], ARAD, EDITURA SENS, 2024, TRADUCERE DE OCTAVIAN SOVIANY

Mihail Ungheanu³³⁶

REZUMAT

Jacques Ellul a fost un sociolog și teolog protestant francez. Opera sa este vastă, abordând o mare varietate de probleme, una dintre temele sale principale fiind dezvoltarea tehnologică/inrobirea societății și a omului de către aceasta. Cartea sa despre propagandă nu este doar o simplă carte despre subiect, ci o lucrare despre modul în care așa-numitul sistem/societate tehnică afectează omenirea. Propaganda nu este doar un instrument al unui anumit tip de regim sau instituții. Ea se naște din necesitățile politice ale regimurilor democratice și din infrastructura internă a societății tehnice. Este o activitate omniprezentă care afectează viața interioară a omului, traumatizându-l permanent și însuflându-i o stare de supunere și ascultare, chiar dacă țintele propagandei nu sunt conștiente de această influență externă. „Propagande” ne oferă un exemplu al modului în care sistemul/societatea tehnicistă operează. Contribuțiile gânditorului francez la această temă reprezintă un pas spre emancipare, deoarece nu există nicio modalitate de a ieși din situația dificilă în care se află omenirea actuală fără a conștientiza dificultățile cu care aceasta trebuie să se confrunte.

Cuvinte-cheie: Jacques Ellul, propaganda, societatea tehnicistă, tehnocrație.

1. INTRODUCERE

Cititorul român are acum la dispoziție unul dintre cele mai importante texte care descriu ce este propaganda. Cartea despre care

³³⁶ Cercetător la Centrul European pentru Studii Etnice, Contact e-mail: mihail_li@yahoo.com.

vorbim se numește în limba franceză „Propagandes” sau în traducere românească „Propagande”, oferită de Editura Sens din Arad. Cartea este scrisă într-un stil foarte concis și clar, oferind o definiție și o descriere a ceea ce este cu adevărat fenomenul de propagandă. Jacques Ellul a fost un sociolog și teolog protestant francez a cărui operă cuprinde subiecte din foarte multe domenii și care ne oferă ceea ce pe englezește se numește „insights” (vederi-în, înțelegeri-din) în tematicile abordate.

Una dintre principalele sale contribuții se referă la importanța pe care tehnica a dobândit-o pentru existența umană și la modul în care acest fenomen ar trebui văzut ca fiind cea mai importantă problemă spirituală a secolului al XX-lea. După cum se vede din lumea în care trăim astăzi, problema tehnicii sau a sistemului/societății tehnice se află în centrul problemelor lumii; cea mai importantă problemă spirituală a secolului al XX-lea a fost (și este) problema tehnicii, a sistemului tehnic, așa cum l-a numit Ellul (sau *das Gestell* în termeni heideggerieni).

Propaganda nu trebuie înțeleasă în primul rând ca o armă politică, deși în mod secundar este exact asta, ci ca ceva mai profund. Propaganda s-a generalizat și este prezentă peste tot, fiind, în același timp, o activitate secretă³³⁷, invizibilă la prima vedere. Toată propaganda, ca orice activitate tehnică, este preocupată de eficiență. Propaganda se face pentru a produce rezultate, pentru a provoca o acțiune din partea celor căzuți victime influenței ei – căutarea eficienței este forța principală din spatele ei. Ea trebuie să fie o armă puternică în serviciul politicii, conform concepției curente, sau al publicității. În realitate propaganda nu e doar un instrument al politicii înțeleasă într-un sens restrâns de activitate specifică, ci ea aparține universului tehnic, sistemului tehnic sau

³³⁷ Jacques Ellul, *Propagandele*, Arad, Sens Publishing House, 2024, p. 9.

tehnologic, deoarece principala sa preocupare se bazează pe căutarea eficienței. Propaganda, pentru a fi înțeleasă corect, trebuie studiată ca un fenomen global care cuprinde întreaga societate și nu doar unele grupuri mici și separate dintr-o națiune. Națiunea ca atare și ca întreg este ținta propagandei, cu diverse tipuri de propagande adresate diferitelor grupuri și subgrupuri ce sunt parte din națiune. Propaganda înglobează multe aspecte și acțiuni și prezintă mereu o dimensiune instituțională. Printre diferitele componente ale ei pot fi numărate acțiunea psihologică, războiul psihologic, reeducarea și spălarea creierului, formarea sensibilității (*sensitivity training* în limbajul de azi), relațiile publice și umane. Scopul fundamental al acestora este unul singur, adică acela de a adapta individul la o anumită societate, activitate, grup etc., nu pentru a-l emancipa sau a-l ajuta să se auto-realizeze în libertate. Toate acestea aparțin propagandei ca fenomen global. Desigur, există și propagandă în sens restrâns, atunci când este făcută oficial, care are un scop formulat explicit, de către o instituție și care e caracterizată de folosirea explicită a unui anumit set de mijloace vizând obținerea cutărui efect etc. În acest sens (restrâns), propaganda este definită prin combinarea tehnicilor de organizare și conducere referitoare la acțiune. În adevărata sa formă atotcuprinzătoare, propaganda este un întreg și nu contează dacă a fost făcută de (fostele) țări democratice din Occident sau de fostele țări socialiste din blocul estic. Ea are aceeași natură indiferent de statul care o face: Germania nazistă, RDG, China maoistă, Uniunea Europeană, UNESCO etc.

Propaganda este totuși o necesitate. Cu toate acestea, o necesitate reprezintă un fel de putere și un factor care afectează libertatea umană în mod eminamente negativ. O necesitate este ceva inevitabil și o negare a libertății umane. Pe lângă aceasta, există tendința omenirii de a reifica aceste necesități, de a le acorda un fel de statut de sacralitate, astfel încât omul își construiește și adoptă

tipuri de atitudini și idei, prin care să își poată justifica lipsa de acțiune/non-acțiune, pe care sociologul francez le numește „religia faptelor”, a inevitabilului, a subordonării tuturor valorilor față de așa-numitele fapte, a supunerii oarbe față de necesitate, a supunerii față de ceva exterior etc. Atunci când omenirea vede lucrurile prin aceste lentile, încetează să mai gândească în mod critic la aceste fapte aparent inevitabile și la așa-numitele necesități și ajunge să confunde judecata de probabilitate cu judecata de valoare. Prin urmare dispare însăși idea de a reflecta asupra acestora ca și idea de a își schimba propriul comportament și atitudini sau de a modifica circumstanțele exterioare. A pune pe un fenomen eticheta de necesar – fie că este sau nu este –, înseamnă a refuza să mai abordezi chestiunea, înseamnă a refuza să mai reflectezi asupra ei și înseamnă a-i acorda un soi de legitimitate contrafăcută.

Necesitatea propagandei nu este egală cu legitimitatea ei, nu o determină. Universul determinat de necesitate este lumea slăbiciunii omului sau, cum spune gânditorul francez, a negației omului, a negării acestuia. Atunci când ne confruntăm cu ceva care este o necesitate, primul pas care trebuie făcut este să devenim conștienți de aceasta pentru a putea, eventual, să reflectăm asupra acestui fapt și a vedea dacă este așa sau nu. Și în cazul propagandei trebuie procedat la fel, „necesitatea” ce i se atribuie trebuie luată sub lupă și trebuie scos la lumină faptul că sub această etichetă de necesitate nu se află nici o legitimitate, ci se ascunde un procedeu care e profund nociv omului.

Recunoașterea faptului că anumite fenomene și activități duc la înstrăinarea de sine a omului constituie un prim pas către atingerea unui anumit grad de libertate, de redobândire a ființei sale. Lucrările lui Ellul despre propagandă, despre sistemul și societatea tehnicistă, despre revoluție și revoluții se încadrează în acest demers. Propaganda reprezintă un pericol pentru omenire, deoarece

ținta demersului său este omul, sufletul său, ideile sale, viața sa interioară și capacitatea sa de a acționa. Exercițarea continuă a propagandei, care este în contradicție cu principiile declarate ale democrației, face imposibilă o societate cu adevărat democratică și liberă. Este important să înțelegem contextul unui fenomen pe care cineva îl cercetează și încearcă să îl înțeleagă. La un anumit nivel, propaganda este o armă, mână de specialiști, partide politice, corporații sau oricine are interesul de a influența un grup, societatea și așa mai departe, la un alt nivel, propaganda este ceva diferit. Ea este produsul societății tehnice, al sistemului tehnicist în care trăim – tehnica modernă nu este un instrument, ci mult mai mult. Ea este un mediu în care trăim, o matrice, un sistem de mijloace caracterizat de auto-creștere, și de căutarea prin mijloace raționale a mereu mai multă eficiență; acest mediu formează și deformează societatea, omul și natura. Societatea devine o entitate condusă și ordonată de căutarea eficienței, caracterizată printr-o creștere a mijloacelor de care dispune și o reducere și evacuare a adevăratelor scopuri; în sistemul tehnic sau în societatea tehnică, mijloacele au întâietate asupra scopurilor și obiectivelor și devin scopurile societății existente. Mijloacele determină scopurile care sunt alese. Pentru această societate, centrată în jurul anti-valorii de eficiență considerată din punctul de vedere al Mașinii, propaganda este o necesitate. Problemele care o afectează necesită propagandă pentru a promite soluția la aceste probleme, soluții – tot tehnice – care dau naștere altor probleme, care vor fi rezolvate prin mai multă propagandă. Propaganda oferă o falsă vindecare indivizilor, individul fiind „vindecat” în sensul adaptării și integrării în mecanismul colectiv și al completei alienării.

2. PROPAGANDA ȘI SOCIETATEA TEHNICISTĂ

După cum s-a văzut până acum, propaganda nu este atât arma politică a unui regim, cât o activitate declanșată de existența societății tehnice/tehnocratice moderne. Este un proces care îl cuprinde pe om în totalitatea sa. Procesul propagandistic contribuie la crearea unei uniformități care conduce la crearea unei societăți din ce în ce mai integrate (astăzi se vorbește de orașe inteligente, de internet al corpurilor și lucrurilor, de convergență digitală etc). Propaganda trebuie înțeleasă în contextul extinderii puterilor statului, al centralizării crescânde, al dezvoltării tehnicilor de guvernare și administrare, al dezvoltării mașinilor, al științelor organizaționale etc. Scopul central al politicilor de propagandă este integrarea tuturor indivizilor în noua structură societală, fără prea multă oprimare, lin, pentru a face omul ascultător față de ea, incapabil să aibă o gândire sau o abordare critică față de problemele care există în ea³³⁸. Scopul propagandei va fi îndeplinit în momentul în care individul se integrează cu entuziasm în această societate tehnocratică, fără sentimente negative, fiind convins de binele suprem al acestei integrări și al acestui tip de societate. Propaganda este o tehnică bazată pe mai multe științe care stau la baza procedurilor sale, cum ar fi sociologia, psihologia socială și așa mai departe. Știința, fie că este fizică, chimie sau sociologie, este tehnostiință. Este o căutare a puterii și a eficienței, nu a adevărului.

Ellul descrie ce este cu adevărat propaganda, ce și câte tipuri de propagandă există, care sunt condițiile ei de posibilitate, care sunt caracteristicile ei, cum se naște, care sunt efectele pe care le dezvoltă etc. Propaganda trebuie înțeleasă în contextul tehnicii moderne,

³³⁸ *Ibidem*, p. 19.

care nu poate fi înțeleasă dacă reducem tehnica la un simplu instrument de care omul dispune după bunul său plac; tehnica tradițională poate fi înțeleasă după acest model. Tehnica modernă – Ellul nu folosește expresia „tehnologie” pentru că tehnologia este discursul despre tehnică – este un sistem de mijloace, un mediu în care trăiește omul modern, un mediu care modelează sufletul și atitudinile omului, gândirea omenirii ca atare și căutarea continuă a mijloacelor raționale pentru a atinge eficiența. Tehnica este un tip de a fi în lume, un impuls și o căutare a creșterii eficienței prin cele mai raționale mijloace, este o viziune asupra lumii preocupată de eficiență și putere, de transformarea lumii și a naturii umane. Acesta este cadrul în care propaganda ca mijloc rațional de a produce ceva trebuie să fie înțeleasă și descrisă. Așa cum tehnica poate fi înțeleasă ca un fenomen social și spiritual total, așa este și propaganda. Propaganda nu este reductibilă la publicitate, chiar dacă există o suprapunere între cele două. Este un fenomen social, politic și spiritual total care afectează întreaga societate și fiecare individ. Este o expresie a tehnicii care afectează politica, așa cum arată cartea lui Ellul în lucrarea sa *L'illusion politique* (practic, deciziile și politica se bazează pe experți, acest mod de a pune lucrurile fiind o negare a esenței politicii, o evacuare a discuțiilor și dezbaterii).

Una dintre principalele utilizări ale propagandei este condiționarea oamenilor ca grupuri și indivizi. Această condiționare este deopotrivă impusă și dorită de oamenii care sunt prinși în ea – de nevoia de justificare morală, de securitate, de stabilitate, de nevoia de integrare într-un grup, fie el societate, națiune, stat etc. Efectele propagandei, ca și nevoile mai sus menționate, sunt necesare și ireversibile, inevitabile (din pricina transformărilor tehnice și politico-sociale ce au produs modernitatea). Una din rădăcinile propagandei este dorința de integrare prezentă în indivizi. Această dorință de integrare este prezentă la indivizii dezrădăcinați

din societatea modernă. Grupurile organice sunt destrămate sau pe cale de destrămare, iar oamenii trebuie să fie integrați într-o nouă structură. Toată lumea este prinsă sau pe cale de a fi prinsă de astfel de grupuri sau organizații – de exemplu, partide a căror adevărată funcție este de a integra oamenii în stat, sindicate, state, întreprinderi internaționale, organizații internaționale sau blocuri politice internaționale. Același impuls de creștere a integrării interne este generat și de relațiile internaționale și de concurența dintre state, ceea ce face ca nevoia de integrare internă într-un stat să fie mult mai puternică. Statele democratice sunt cele care au împins propaganda, deși cele nedemocratice au perfecționat-o (deși tot în numele democrației, prosperității și libertății se face). Competițiile internaționale între diferiți actori geopolitici, de exemplu între Occident și blocul țărilor socialiste, fac, de asemenea, parte din acest context. Astfel de competiții și conflicte fac și mai necesară propaganda în interiorul națiunii. Statele democratice trebuie să se angajeze în astfel de acțiuni care afectează individul într-un mod fundamental, alienându-l, negându-i demnitatea și umanitatea pentru simplu motiv că nu pot recurge la mijloacele de care dispun statele totalitare și despotice. Propaganda în toate manifestările sale este fundamental aceeași indiferent de conținut sau cine o face și nu există propagandă bună sau rea, în sensul de bună sau rea din punct de vedere moral. Este un atac asupra psihicului și sufletului uman.

Fundalul concepției lui Ellul asupra propagandei este constituit de concepția tehnicii ca fenomen spiritual și global. Viziunea sa are unele rădăcini în opera teologului rus Nikolai Berdiaev, care a scris despre tehnică și intrarea într-o nouă eră, era organizației³³⁹. Organizația este un fel de lume sau mediu artificial impus lumii naturale și sociale. Este ceea ce Ellul numește „la

³³⁹ Daniele Cérézuelle, *La technique et la chair [Tehnologie și trupul]*, Paris, Editura L' Echappee, 2021, pp. 236-241.

technique”. Propaganda ca fenomen global este o expresie a acestor ere, a acestui sistem care stă la baza ei. Berdiaev numește întreprinderea tehnică *cosmo-urgos*, ca fiind creatoare sau creatoare de lumi. Tehnica, desigur, nu este ceva ce se referă la lucruri materiale. Berdiaev indică aspectele sale non-materiale: există tehnici referitoare la scris, contabilitate, tehnici psihanalitice, tehnici șamanice ale extazului (Mircea Eliade), tehnici de raționare și așa mai departe. Una dintre principalele caracteristici ale tehnicii și ale societății modelate de aceasta este capacitatea sa de a integra și, astfel, de a anihila și converti orice forță opusă care încearcă să se manifeste în interiorul său.

3. PROPAGANDA ȘI SOCIETATEA DE MASĂ

Chiar dacă propaganda poate fi văzută ca un instrument, ea nu este doar un instrument. Este un fenomen global, derivat din sistemul tehnicist. Ea este ghidată, la fel ca sistemul tehnic, de nevoia de eficiență. Eficiența este alfa și omega acesteia. Propaganda este o expresie a modului în care societatea modernă a fost transformată prin intermediul tehnicii. Ea vizează atât individul, cât și grupul/masa. Ea nu se adresează individului izolat într-o mulțime luată în singularitatea lui. Ea ignoră particularitatea persoanei și ia în considerare doar ceea ce individul are în comun cu ceilalți³⁴⁰. Propaganda nu lasă decât impresia care este adaptată la individualitatea fiecăruia. Apartenența la mulțime slăbește individul făcându-l mai permeabil la acțiunea propagandei și creând falsa conștiință a propriei persoane ca fiind o persoană matură, capabilă de gândire independentă și impermeabilă la manipulare. Ea este legată de masificarea societății, iar aceasta reprezintă o forță cuprinzătoare care face o adevărată individualizare a individului,

³⁴⁰ Jacques Ellul, *op. cit.*, 2024, p. 26.

creând comportamente nevrotice și infantile. Societatea de masă și individualismul nu sunt opuse. Într-un fel, sunt același lucru, deoarece individualismul distruge structurile care pot fi folosite pentru a opri masificarea. Individualismul real existent face exact acest lucru, deșrădăcinează și alienează societatea și popoarele, făcând posibilă preluarea lor de către tehnocrație și propagandă.

Propaganda funcționează deosebit de bine cu mulțimea singuratică. „Emanciparea” promisă prin dizolvarea cadrului tradițional de referință, a moravurilor sociale, a instituțiilor etc. este cea care face posibilă apariția și eficiența propagandei, deoarece acest proces conduce la o situație în care individul simte că nu are nicio certitudine, nicio siguranță, niciun sistem valoric real de referință, provocând sentimente de vulnerabilitate și sentimentul de lipsă de putere. Acesta este un gol pe care propaganda îl umple, oferind o falsă terapie și o falsă înputernicire. Este instrumentul perfect de integrare socială și de alienare a omului. Propaganda nu atacă direct prejudecățile, ideile preconcepute, stereotipurile etc. ale indivizilor sau ale societății. În schimb, încearcă să se folosească de ele. Scopul principal al propagandei este acela de a determina propagandistul să acționeze, de a crea în el disponibilitatea de a acționa atunci când va veni momentul. Ea oferă viziuni de ansamblu asupra lumii și a faptelor existente și, în același timp, construiește mecanismele interioare care îi determină pe cei supuși propagandei să acționeze chiar și împotriva propriilor convingeri profunde, excluzând orice act de îndoială și reflecție din partea victimelor sale. Prin eliminarea oricărui act de reflecție și a punctelor de vedere personale, individul este pus în situația de a accepta și de a aproba condițiile anormale care există în societate, într-un grup etc. Se oferă un set de răspunsuri prestabilite la problemele cu care oamenii se confruntă. Acest act ar putea fi numit raționalizare, un act de autojustificare care este necesar deoarece omul simte nevoia de a fi

justificat în gândurile și acțiunile sale. De asemenea, falsifică realitatea creând probleme artificiale, care cer să fie rezolvate. Activitatea de propagandă se dovedește a fi un mecanism care se autopropulsează și se autoalimentează. Acțiunea ei creează în indivizii fel de mediu interior care afectează și contaminează orice anti-venin posibil care ar putea fi folosit împotriva sa.

Nașterea propagandei în forma sa modernă se datorează statelor democratice. Una dintre condițiile de posibilitate este situația internațională, competiția dintre statele democratice însele și competiția cu statele non-democratice. În domeniul relațiilor internaționale, competiția dintre state/corporații/ blocurile de putere a făcut necesară adoptarea de către statele democratice a tehnicilor de propagandă, iar în domeniul interior necesitatea integrării unei mulțimi. Și aici iese la iveală o contradicție. Tehnicile de propagandă sunt prin natura lor nedemocratice și, prin urmare, contrazic principiile care ar trebui să construiască democrațiile. Ele sunt, de asemenea, o negare și un atac la natura omului, la libertatea ca atare. Existența propagandei depinde, de asemenea, de existența mijloacelor de informare în masă. O altă condiție pentru atingerea scopurilor sale este distrugerea microgrupurilor, anihilarea posibilității individului de a găsi mijloace de rezistență și echilibru mental în aceste grupuri.

4. ELIMINAREA INTEPRETĂRILOR MULTIPLE ȘI A DIALOGULUI ȘI DEZBATERII

Propaganda, pentru a-și atinge scopurile, trebuie să fie totală, să cuprindă totul. Trebuie utilizate toate mijloacele existente: presa scrisă, radioul, televiziunea și, în prezent, internetul etc. Fiecare dintre acestea are propriul său mod de lucru și produce

efecte specifice și fiecare poate fi folosit pentru a se adresa unei părți diferite a societății și a vieții unui individ. Cu alte cuvinte, toate aspectele vieții mentale și psihice sunt sub un atac continuu. Poporul ca întreg și fiecare persoană în parte sunt vizate în integralitatea lor. Fiecare aspect al vieții interioare, sentimentele și gândurile sunt țintele activității propagandiștilor. Atât sfera privată, cât și cea publică a societății sunt atacate. Indivizii sunt alimentați continuu cu motive, idei și un cadru global de interpretare a lumii care sunt menite să inducă individului o stare de pregătire, care îl va obliga să acționeze la momentul oportun în conformitate cu intențiile propagandei³⁴¹. Propaganda creează și se folosește de mituri – imagini globale ale realității, care trebuie să invadeze mintea persoanelor vizate. Astfel, indivizii și masele trebuie să fie transformate în mecanismele lor interioare. Imaginea globală, mitul, pe care propaganda îl imprimă sau încearcă să îl imprime în psihicul uman ar trebui, în mod ideal, să poată fi interpretat într-un singur fel, ar trebui să facă imposibilă ajungerea la concluzii diferite sau să permită interpretări diferite și ar trebui să ocupe întregul câmp al conștiinței. Ar trebui să invadeze și să ocupe întreaga viață interioară și întreaga sferă a conștiinței. Atitudinea unei persoane prinse și invadate de propagandă este una exclusivistă, sectară; alte idei sau puncte de vedere sunt excluse. Dezbateră sau divergența nu sunt tolerate în psihicul format de acest proces. Nu trebuie să existe nicio tensiune între ideile, sentimentele, punctele de vedere și acțiunile pe care le are individul care a căzut sub vraja propagandei. Nicio opoziție reală la conținutul propagandei nu ar trebui să existe în sfera publică după ce a avut loc procesul de propagandă sau, dacă nu se poate ajunge la o unanimitate totală, forțele opuse ar trebui să fie limitate doar la o facțiune extrem de redusă în rândul poporului. În

³⁴¹ *Ibidem*, p. 31.

mod ideal, efectul dorit se instalează în momentul în care adversarul renunță la poziția și punctul său de vedere și devine un instrument al acestuia. Îndeplinirea propagandei în acest sens este ilustrată de autocritica pe care așa-numiții deviați de la linia partidului trebuiau să o facă în fosta URSS în fața partidului sau în procese false prin care recunoșteau că erau sabotori, dușmani ai poporului și așa mai departe. Dușmanul partidului/guvernului/etc. suferă o schimbare interioară atât de puternică și de cuprinzătoare încât îl va face să recunoască că el, ca dușman al partidului/guvernului, este rău, dezgustător, că partidul/guvernul/etc. are dreptate. Adversarul este astfel convertit. Propaganda încearcă să producă un proces de conversie în rândul ținutelor sale.

5. TIPURI DE PROPAGANDĂ

Mecanismul care stă la baza propagandei este totalitar (nu doar în sens politic). Acesta cere abolirea oricărei opinii sau gânduri diferite și tinde să ocupe întreaga viață interioară a individului, a maselor și a societății. Educația, arta, literatura, istoria, diplomația și alte domenii aparținând sferei intelectuale și publice își pierd independența și devin astfel instrumente ale propagandei.

Pentru a-și atinge scopul principal – acțiunea, propaganda trebuie să insuflă o schimbare globală a viziunii asupra lumii în persoana și societatea în ansamblul său. Propaganda poate fi directă și vizibilă, dar trebuie să fie pregătită de propaganda sociologică, care creează un anumit climat care face posibilă funcționarea propagandei explicite și vizibile. Propaganda sociologică se aseamănă cu activitatea de pre-propagandă care creează o anumită atmosferă spirituală, care creează ambiguități și răspândește imagini, sentimente sau idei care par să nu aibă un scop precis etc. Toate aceste tipuri de propagandă trebuie să meargă împreună, una nu poate funcționa fără cealaltă, la fel cum propaganda scrisă și cea

orală merg mână în mână. Propaganda ascunsă este cea mai eficientă în a-i face pe oameni să adopte un anumit curs de acțiune fără ca aceștia să conștientizeze forța externă care le dirijează sentimentele și comportamentul. Ea este sau ar trebui să fie un proces permanent continuu, trebuie să se exercite fără a permite breșe în atingerea efectelor sale. Se înțelege de la sine că trebuie să aibă loc pe parcursul unei perioade foarte lungi de timp. Ea trebuie să facă imposibil pentru cei vizați accesul la sisteme de referință ce îi sunt externe.

Există pre sau sub/infra- propagandă (implicită) și propagandă activă, propagandă de criză. Propaganda implicită este foarte importantă. Ea pregătește terenul pentru cea explicită și dirijată. Acest subnivel al propagandei mobilizează cetățenii, îi pregătește să intre în acțiune atunci când va veni momentul. Dacă cineva trebuie să intre în acțiune, trebuie să fie pregătit, să fie motivat atât psihologic, cât și material. Ea deschide indivizii la anumite influențe externe care îi vor face pregătiți să acționeze, să participe la o acțiune la un moment dat. La acest nivel infra, propaganda nu are un conținut precis, definit, nu se referă la o anumită idee sau punct de vedere. În schimb, ea acționează prin manipulări psihologice și perceptive, sub modificarea unui personaj, infuzând anumite sentimente și stereotipuri atunci când trebuie. Este nevoie de mult timp pentru a obține acest efect și se află sub nivelul percepțiilor, pătrunde în viața interioară și modifică chiar unele tendințe prezente în aceasta. Două instrumente sunt la dispoziția sa: condiționarea și mitul. Propaganda este un fel de antrenament comportamental cvasi-behaviorist, care încearcă să inducă în țintele sale o condiție reflexă. Adică, în anumite circumstanțe, datorită prezenței unor cuvinte, semne, simboluri, persoane, imagini etc. declanșatoare, un anumit comportament ar fi pus în aplicare. Prin urmare, mintea și sufletul indivizilor sunt, într-un fel, refăcute.

Aceasta este condiția prealabilă pentru succesul propagandei mai deschise și mai explicite.

Celălalt element al funcționării propagandei este, așa cum am menționat deja, mitul. Mitul poate fi înțeles ca un motiv global/imagie conducătoare, o viziune a obiectivelor și scopurilor care sunt considerate dezirabile. Aceasta este o imagine vie care preia controlul asupra psihicului individului. Ea conține tot ceea ce cineva ar trebui să-și dorească și care scoate în afara legii/exclude din câmpul conștiinței tot ceea ce nu se potrivește cu ea sau care nu aparține valorilor întruchipate în această imagine motrice. Mitul rasei, al Proletariatului, al Statului sunt câteva exemple. Dar mitul și condiția reflexă trebuie reînnoite constant.

O propagandă bine făcută cuprinde tot timpul individului și al societății. Este un proces care devine un mediu în care individul trăiește și respiră la fel de mult ca sistemul tehnic. Propaganda își atinge obiectivele prin crearea unui cadru – acest mediu – care îl cufundă pe individ într-un torent de imagini, idei etc. care construiesc influențe imperceptibile. Acestea devin eficiente prin repetarea lor permanentă și prin bombardarea continuă a societății și a indivizilor. În acest fel, mașina de propagandă obține ceea ce îi trebuie: adeziunea indivizilor. Acest proces trebuie să fie permanent, deoarece ideile, convingerile, imaginile și sentimentele necesare pentru a determina individul să acționeze într-un anumit mod au nevoie de foarte mult timp pentru a prinde rădăcini și a crește. Este un flux de impulsuri, de mici șocuri imperceptibile care țintesc diverse sentimente și gânduri, ele fiind generate de diferitele tipuri de instrumente din arsenalul propagandistic.

Scopul principal al propagandei nu este de a modifica ideile (eventual indirect), ci de a pune în mișcare o acțiune din partea oamenilor care suferă efectele acesteia. Cineva - individ, grup sau întreaga societate - trebuie să fie angajat către un curs precis de

acțiune. Cineva trebuie să fie determinat într-un mod irațional să comită un act. Acest lucru se realizează prin crearea în mintea propagandei a unei credințe/unui set de credințe active și mitice și prin stabilirea unor reflexe prin utilizarea celor mai eficiente mijloace aflate la dispoziția sa. O observație importantă a lui Ellul este că nu contează ce idei nutrește cineva, nu există o legătură directă sau cauzală între acestea și comportamentul său. Este un spațiu în care se instalează propaganda și în care ea preia frâiele. Propaganda nu face apel la inteligența individului vizat, deoarece procesul de construire a convingerilor intelectuale este lung și riscant. Ceea ce urmărește acest proces este obținerea unei decizii de a acționa care să fie scurtă, fără a implica dezbateri sau întrebări care ar putea pune în pericol declanșarea acțiunii vizate. Acest lucru nu este realizabil dacă în grup sau în forul interior al indivizilor ar există deliberare și alegere. Acțiunea declanșată face ca efectul propagandei să fie ireversibil³⁴². Dacă acțiunea a avut loc, înseamnă că a fost o acțiune colectivă. Acțiunea pe care individul o realizează trebuie să aparțină unei acțiuni colective, altfel nu se poate vorbi de o acțiune declanșată de propagandă. Propaganda are loc în cadrul unor grupuri (națiuni etc.). O astfel de acțiune nu are sens decât în cadrul unui mănunchi de acțiuni individuale reflexive și convergente. A imprima o asemenea armonie și coerență unor multiple acțiuni individuale necesită existența unei organizații. Organizația/organizarea care stă la baza acțiunii de propagandă coordonează și creează unitatea interioară necesară fiecărui individ din mulțimea supusă propagandei, astfel încât fiecare acțiune a acestora să poată deveni și să se topească într-un act unitar, iar mulțimea de indivizii să acționeze ca o unitate. Acțiunea reflexă pe care o declanșează propaganda este doar un început, un prim impuls

³⁴² *Ibidem*, p. 56.

care este preluat de forța organizatoare și extins, legându-l de alte acte similare și prelungindu-i efectul. Odată ce acțiunea declanșată are loc, nu mai există cale de întoarcere. După ce acțiunea a fost întreprinsă, individul trebuie să adere la ea, să găsească o justificare pentru ea.

Propaganda nu apare de nicăieri. Există o bază pentru propagandă. Ea nu poate proveni din nimic. Bazele pot fi găsite în indivizi și în viața lor. Ea își găsește suportul în nevoi - reale sau imaginare și în curențele profunde ale societății. A face ca indivizii să fie pregătiți să se angajeze într-o acțiune este un mod de a descrie unul dintre principalele obiective ale propagandei. Un alt mod de a descrie obiectivele acesteia este de a o înțelege ca pe un mecanism prin care sunt produse supunerea și subjugarea³⁴³. Propaganda afectează într-adevăr în mod negativ ținutele sale. Ea le schimbă viața interioară și crește probabilitatea ca indivizii și societatea să devină din ce în ce mai pasive, incapabile de a gândi și acționa cu adevărat independent. Efectele provocate de propagandă sunt profunde, modificând nu numai opiniile sau atitudinile indivizilor, ci și impulsurile interioare și structura mentală și emoțională³⁴⁴. Fiecare instrument folosit de propagandă produce un efect diferit, care poate fi combinat prin utilizarea necesară a tuturor mijloacelor de care dispune expertul în propagandă. Cum arată acest efect?

Propaganda lucrează cu orice tendințe și sentimente care se găsesc în indivizi și societate. Ellul numește acest efect cristalizare, deoarece utilizează tendințe vagi și nedefinite, adesea lipsite de un obiect precis, prezente în psihicul uman. Propaganda oferă obiectele pentru aceste tendințe și organizează aceste sentimente etc. într-un sistem coerent. Ulterior, ea îngheață această structură, deci, se produce cristalizarea. Prejudecățile și stereotipurile sunt

³⁴³ *Ibidem*, p. 67.

³⁴⁴ *Ibidem*, p. 251.

consolidate, justificate și întărite; propaganda nu lucrează împotriva lor, ci cu ele. Individului i se spune că adăpostirea acestor prejudecăți și sentimente este justificată. După momentul în care propaganda a început să utilizeze și să direcționeze aceste prejudecăți, ură, dragoste și așa mai departe, începe să fie foarte dificil să te retragi din ele sau să schimbi atitudinile.

Acolo unde existau idei și tendințe vagi, există acum o ofertă de judecăți și idei deja făcute, judecăți de valoare și așa mai departe, care furnizează muniția pentru conflict. Nu mai este nevoie de reflecție și gândire personală și, strict vorbind, acestea devin imposibile, deoarece viața interioară a omului este colonizată de propagandă. Stereotipurile predominante și ideile curente sunt standardizate, consolidate și întărite, astfel încât modelele de gândire sunt furnizate pentru multe aspecte ale vieții. Propaganda codifică standardele politice, sociale și morale, ceea ce este în sine necesar. Dar propaganda conferă acestui proces o forță atât de puternică încât face imposibilă schimbarea lor sau modificarea procesului de formare. Individul crede că toate aceste seturi predefinite de credințe, idei etc. sunt ale sale, deși ele sunt de natură colectivă. Acest proces ocupă întreaga conștiință a persoanei și expulzează alte sentimente, idei, judecăți, valori etc. Ceea ce este personal sau individual dispare din persoana afectată³⁴⁵. Minte devine închisă la idei noi și conflicte interioare. Prin urmare, se poate spune că propaganda creează indivizi monolitici, complet uniificați, ale căror opinii și convingeri nu mai sunt accesibile criticii. În acești indivizi nu mai există tensiuni, conflicte interioare, întrebări fără răspuns, îndoieli sau reflecție critică de sine. Ei au fost plini de certitudini de neclintit și de îndreptățire de sine.

³⁴⁵ *Ibidem*, p. 254.

Rezultatul procesului descris mai sus este alienarea omenerii și a individului. Deoarece este un proces continuu, pare să fie permanent. O ființă alienată nu mai este ea însăși, ci altcineva sau altceva. Această pierdere a propriei ființe ar putea însemna apartenența la altcineva sau integrarea în ceva mai mare. Individul care a devenit victima propagandei duce o viață artificială, falsă, acționând după impulsuri și pulsuni străine de ființa sa³⁴⁶. De asemenea, propaganda întărește înclinația individului de a se pierde într-o structură sau într-un grup mai mare, declanșează procesul de dizolvare a individualității și particularității proprii, de eliberare a individului de conflictele, îndoielile și suferințele sale interioare și de conducere a acestuia într-o unitate fuzională în grup.

După cum s-a arătat deja, există propagandă și propagandă. Există multe tipuri ale acesteia, cum ar fi propaganda politică și sociologică (după cum s-a menționat deja), strategică și tactică, explicită, de agitație, verticală și orizontală, rațională și irațională. Printre acestea, există un alt tip de propagandă mai fundamental, propaganda sociologică. Propaganda sociologică este cea mai fundamentală și izvorăște din însăși țesătura societății. Ea nu este rezultatul unei decizii deliberate conștiente. Nașterea ei este spontană.

Un alt tip de propagandă este cea de integrare. Ea este cea mai interesantă și se aseamănă într-un fel cu cea sociologică. Ea denotă răspândirea și infuzia unei ideologii, a unui set de credințe, norme și judecăți prin intermediul contextului social existent. Este opusul propagandei de sus, care se face în mod deliberat. S-ar putea spune că ea creează condițiile de posibilitate pentru celelalte tipuri de propagandă, că fără ea nu ar exista o modelare a psihicului uman. Structurile politice, sociale și economice permit unei ideologii să

³⁴⁶ *Ibidem*, p. 260.

pătrundă în viața de zi cu zi, făcând posibilă participarea maselor și adaptarea individului. Ea este difuză și creează un climat care influențează oamenii în mod clandestin, fără a semna că este propagandă. Ea acționează prin intermediul obiceiurilor și al obișnuințelor. Creează din interior, în mod inconștient, noi obiceiuri și modele de gândire, astfel că în acest proces noi criterii de alegere și de judecată fiind adoptate ca și cum ar proveni de la individ și nu din exterior, din propagandă. Este un proces de adaptare treptată care modelează indivizii în mod inconștient, făcându-i receptivi la influențele externe. Ca metodă, ea este folosită fără voie chiar de către experți. Publicitatea, relațiile publice etc. se combină și produc și impregnează viața indivizilor cu o anumită concepție despre viață etc. Aceasta este propaganda la cel mai profund nivel. Propaganda trebuie să modifice mediul și, la acest nivel, ea trebuie să procedeze cu blândețe. Ea pregătește terenul pentru alienarea viitoare.

O altă mare distincție în acest domeniu de studiu este între propaganda de agitație și propaganda de integrare, echivalentul aproximativ al distincției lui Lenin între agitație și propagandă, dar oarecum invers, și distincția între propaganda de subversiune și propaganda de colaborare cu inamicul. Propaganda de agitație este cea mai vizibilă și mai zgomotoasă, de cele mai multe ori conținutul ei este subversiv și este folosită împotriva guvernului de către opoziție; ea este orientată spre rebeliune sau război. Acest model de propagandă poate fi folosit împotriva unui anumit tip de oameni de către guvern, cum ar fi „chiaburii” din fosta URSS sau nevaccinații din pandemia Covid-19 din zilele noastre. Este cel mai ostentativ tip de activitate propagandistică, dar, atunci când o revoluție sau o lovitură de stat reușește, există un alt tip de propagandă care trebuie să o înlocuiască. Aceasta este propaganda de integrare. Ea este menită să-i transforme pe toți cei care iau parte la ea, transformându-i pe toți în soldați ai noii ordini, oricare ar fi aceasta. Este un proces

care funcționează treptat, imperceptibil, lent, necesitând perioade lungi de timp pentru a-și atinge scopul. În termenii lui Mao, aceasta este „educația politică”.

Datorită acestui tip de propagandă pe care Ellul o numește „propaganda integrării”, omul devine complet alienat și o expresie a grupului din care face parte. Autoritatea nu se risipește în aer. Ea se transformă, devenind anonimă, colectivistă etc. și atotprezentă, invadând din toate colțurile. Propaganda orizontală este cea din interiorul grupurilor, în timp ce cea verticală este cea pe care am putea-o numi „clasică”, fiind făcută de un lider și de forțe conștiente în spatele scenei, de experți; ea caută să influențeze mulțimea de dedesubt și folosește toate mijloacele centralizate ale mass-mediei. Propagandiștii sunt în afara ei. Propaganda verticală este de natură politică; cealaltă este sociologică. Ea se face într-un mod deliberat, folosind toate mijloacele de comunicare existente, de sus în jos. Cei afectați de ea, chiar dacă sunt într-o mulțime, rămân singuri, izolați. Acest tip de propagandă necesită pasivitate din partea țintelor sale. Acest lucru nu înseamnă că nu acționează, ci o fac energic și pasional, deși nu este acțiunea lor, așa cum am văzut deja (deși victimele propagandei cred că este a lor). Ele sunt complet alienate și transformate în obiecte; sunt confiscate din exterior. Propaganda, nu numai aceasta, pare foarte apropiată de posedare (demonică).

Propaganda orizontală se desfășoară în interiorul grupurilor, între egali, și în absența unui lider (formal). Acest mod de a face propagandă necesită o aderență conștientă din partea propagandiștilor, conținutul este prezentat într-o manieră didactică și se adresează inteligenței indivizilor vizați. Cel care face propagandă joacă rolul unui animator, al cuiva care discută lucrurile, iar uneori prezența sa nu este cunoscută. Deși adeziunea la această propagandă este conștientă, ea este totuși involuntară, deoarece țintele sale sunt prinse într-o dialectică între individ și grup, fiind

supuse presiunii venite din partea grupului/ mediului de apartenență. Acest mod dialectic al propagandei conduce la acceptarea ei în mod voluntar. Este o adeziune intelectuală, deoarece țintele pot exprima și înțelege clar conținutul care le este impus. Cu toate acestea, nu este o acceptare autentică, deoarece conținutul, informațiile și raționamentul din spatele lor au fost falsificate de la început. Ceea ce este remarcabil în acest context, este grupul restrâns în cadrul căruia are loc procesul. Acesta trebuie să se desfășoare într-un ritm lent, cu întâlniri și discuții repetate, iar prin toate acestea individul își va descoperi propria convingere, care - surpriză, surpriză - va fi identică cu cea a grupului. Propaganda orizontală are nevoie de o organizație uriașă de oameni, în timp ce cea verticală are nevoie de mass-media centralizată și de aparatul de comunicare publică.

6. INFORMARE/INFORMAȚIE ȘI PROPAGANDĂ

Există, de asemenea, propaganda rațională și irațională, însă mai există și problema relației între informare și propagandă. A fi informat pare să fie ceva necesar pentru ca o persoană să fie o liberă, chiar o condiție a libertății. Uneori propaganda este considerată irațională, iar informația rațională, ea furnizând fapte. Dar nu este atât de simplu. Conținutul propagandei este adesea rațional și nu se bazează, în general, pe minciuni. Elul arată că există cazuri în care se folosesc minciuni, dar propaganda cu adevărat reușită se folosește de fapte și adevăr. De exemplu, reclamele pentru automobile sau laptopuri se bazează pe informații referitoare la aspectele tehnice ale produselor respective. Așadar, propaganda poate fi foarte rațională. Propaganda se poate baza pe fapte, statistici și idei economice, așa cum au făcut sovieticii în anii 1950. În ciuda informațiilor factice,

aceasta a fost propagandă deoarece a încercat să dovedească în mod rațional superioritatea sistemului comunist asupra celui capitalist.

Tipul irațional de propagandă tinde să dispară deoarece unul dintre principalele impulsuri care alimentează propaganda - nevoia de autojustificare - ajunge la un punct în care argumentele serioase și conținutul legat de fapte trebuie să fie prezente în fluxurile de propagandă. Nevoia de autojustificare cere omului să creadă că acționează rațional și bine întemeiat. Propaganda frenetică este neobișnuită, sau era neobișnuită atunci când Ellul și-a scris cartea pe această temă. Deoarece propaganda tinde să devină din ce în ce mai rațională și în raport cu faptele existente, diferența dintre ea și informație dispore. O propagandă șocantă și mai violentă este mai puțin eficientă decât una mai orientată spre fapte și mai rațională. O doză mare de frică insuflă o acțiune imediată, în timp ce o doză de informații rezonabile creează o adeziune pentru o perioadă mult mai lungă de timp. În ciuda întregului conținut factual, a informațiilor și a faptelor pe care propaganda le transmite, ceea ce rămâne este mitul care îi determină pe oameni să treacă la acțiune. Ceea ce rămâne în individ este imaginea irațională globală, *mythos*-ul, o viziune a viitorului și presiunea emoțională. Acestea îl vor face pe individ să acționeze, nu statisticile, faptele empirice sau conținutul rațional mediat de propagandă. Secretul constă în provocarea unui răspuns irațional bazat pe elemente raționale și factuale. Informația nu este eficientă; propaganda este necesară pentru a pune lucrurile în mișcare. Deși statul democratic a făcut posibilă propaganda modernă, propaganda în sine nu este democratică³⁴⁷. O propagandă care respectă sau încearcă să respecte persoana umană nu este una eficientă³⁴⁸.

³⁴⁷ *Ibidem*, p. 368.

³⁴⁸ *Ibidem*, p. 367.

O altă consecință a propagandei este deconectarea și separarea care apare între cei care exercită puterea/propaganda și popor. Această separare este de același tip cu cea produsă de dezvoltarea tehnicii, și anume cea dintre noile aristocrații ale tehnologiei și oamenii normali. În ciuda diferențelor dintre diferitele tipuri de propagandă, efectul tuturor acestora este crearea și consolidarea segregării grupurilor. Ea anihilează dialogul, îl face imposibil și demonizează oponentul. Acesta devine un vrăjmaș, iar dacă oponentul refuză să se vadă pe sine ca inamic, devine exilat în categoria unui cu totul altul, a incognoscibilului, a ceva care se află dincolo de orice fel de necunoaștere, recunoaștere, respect și așa mai departe; umanitatea îi este refuzată. Societatea devine o lume de celule perfect izolate, în care fiecare vorbește singur cu sine însuși, în care fiecare devine convins de corectitudinea sa, de a avea întotdeauna dreptate etc. Cu cât oamenii vorbesc mai mult, cu atât crește lipsa de contact și de comunicare.

7. CONDIȚIILE DE POSIBILITATE ALE PROPAGANDEI

Propaganda este dependentă de anumite condiții care o fac posibilă. Una dintre condiții este existența unei societăți cu o clasă de mijloc puternică. Oamenii care trăiesc în mizerie nu sunt deschiși la efectele propagandei fiind preocupați de cu totul altceva. Un anumit nivel de bunăstare și educație este necesar. Invențiile moderne care au produs mijloace de transport moderne (acestea permit oamenilor să se adune și să formeze o mulțime, să ia parte la acțiuni comune chiar dacă participantul vine de departe), mass-media sunt, de asemenea, o condiție de posibilitate, și ar trebui să adăugăm IT-ul, internetul și alte dispozitive de rețea. Propaganda la scară largă nu ar fi posibilă fără ele. O altă condiție este existența

societății de masă și a individualismului. Societatea de masă și individualismul merg mână în mână. Individualismul și societatea de masă nu sunt contradictorii. Așa-numita emancipare a individului promisă de modernitate are loc prin distrugerea micilor grupuri organice din care acesta face parte, cum ar fi unitatea familială, de exemplu. Distruge micile grupuri organice care alcătuiesc societatea. Destrămarea acestor legături - familie, sat, parohie - a lăsat individul singur în fața întregii societăți sau a statului. Indivizii atomizați alcătuiesc o societate deoarece nu mai fac parte dintr-o structură organică. O societate de masă nu poate exista fără acești indivizi separați, uniți în sine, monade cu adevărat izolate și prizoniere ale identității lor determinate de relațiile reciproce. Propaganda este menită să funcționeze numai într-o societate individualistă, lipsită de legături organice între membrii săi³⁴⁹. Deoarece individul pretinde că este egal cu toți ceilalți, el devine o abstracție, o fantomă fără carne, un număr.

În teorie, într-o societate individualistă, individul este valoarea supremă și este liber. Realitatea arată însă altfel. El este supus multor forțe și influențe și nu este stăpânul vieții sale. Și într-un grup organic, individul este supus unor influențe, dar este protejat împotriva presiunilor externe, cum ar fi propaganda. Deoarece grupul organic are o viață spirituală, materială și emoțională bine structurată, el oferă un mediu care poate rezista penetrării propagandei. Aceste structuri nu sunt sensibile la contagiunea psihologică ceva important pentru succesul propagandei de masă. Ruperea acestor micro-structuri și migrația către o zonă urbană produce condiția de dezrădăcinare necesară pentru existența și realizarea propagandei. Individul devine începutul și sfârșitul tuturor lucrurilor, al tuturor judecăților, valorilor etc. care au ajuns

³⁴⁹ *Ibidem*, p. 143.

la el prin simpla apartenență la un grup organic. El trebuie să devină măsura tuturor lucrurilor; el nu poate face altceva decât să devină sursa propriei sale judecăți. El nu mai are acces la experiența acumulată și la valorile fostului grup organic. Responsabilitatea este atât de mare încât îl zdrobește pe individ și acesta se află într-o poziție minoritară; fiecare individ devine o minoritate. Acesta este un teren propice pentru propagandă. Individul este acum confruntat și înghițit de marele curent subteran al societății, de un flux de stimuli împotriva căruia nu are niciun mecanism de apărare. El este supus influenței unui stat din ce în ce mai centralizat (corporații transnaționale, fundații internaționale și alte organizații, toate expresie a spiritului tehnocratic) și a societății de masă. Individul devine mai puțin stabil, iar noi nevoi și probleme îl vor bântui, acestea cerând soluții pe care propaganda va fi fericită să le ofere.

O societate de masă este individualistă, alcătuită din grupuri și organizații locale slabe, plină de puternice curente subterane, un loc în care indivizii aparțin unor colective mari și influente. În această societate, există o anumită unitate psihologică a oamenilor care trăiesc în ea și o uniformitate a vieții materiale. În ciuda diferențelor încă existente, există unele puncte unificatoare în această societate de masă, cum ar fi interesul pentru tehnică, o anumită mitologie, dorința de bunăstare și aceleași prejudecăți etc. Simpla realitate a apartenenței la o societate de masă în care oamenii se pot aduna cu ușurință în mulțimi schimbă psihicul omenirii. Această schimbare rezultă din existența în acest tip de societate. Ea nu are nevoie de prezența propagandei pentru a se produce. Persoana născută de această societate este mai credulă, mai disponibilă mai berechet, mai sugestibilă și mai excitabilă pentru intențiile propagandei. În aceste condiții, propaganda devine nu numai posibilă, ci și o necesitate. Circumstanțele civilizatoare și efectele dezvoltării tehnice și sociale o cer. Din societatea de masă ies la

iveală simboluri și stereotipuri care vor fi utilizată de mașina propagandei. Acestea există și în alte tipuri de societăți și grupuri mici, dar nu sunt atât de abstracte, de inflexibile și gata să fie manipulabile ca în societatea modernă/contemporană.

8. CONCLUZII

Așa cum afirmă sociologul francez, propaganda este mult mai mult decât expresia voinței politice a unui partid, stat etc. Ea este totalitară pentru că tinde să înghită totul și pe toată lumea. Propaganda, ca manifestare a sistemului tehnic, este, de asemenea, o expresie a ceea ce Herbert Marcuse a numit mod de gândire unidimensional sau funcțional, o formă de gândire care face imposibil pentru oamenii prinși în ea să se gândească măcar la alternative atunci când sunt confrunțați cu realitatea. "Funcțional" denumește aspectul de eficiență inerent acestui mod de a gândi și de a vorbi, căutarea inerentă și pretenția la putere inerentă sistemului tehnic/tehnicii moderne, care strălucește prin limbaj și gândire.

După cum s-a văzut deja, una dintre principalele caracteristici ale propagandei este înrudirea sa cu actul de a se informa. Majoritatea persoanelor informate (de către mass-media) și educate cred că sunt imune la propagandă, considerând în același timp că orice punct de vedere opus este propagandă. Acesta este un efect al relației strânse dintre propagandă și informație și unul dintre efectele debilitante ale fluxurilor permanente de propagandă care afectează psihicul oamenilor. Majoritatea părților constitutive ale societății, instituțiile și organizațiile au devenit părți ale uriașei mașini de propagandă. Sindicatele și partidele joacă același rol: de a integra individul/grupul în sistem și de a-l înstrăina de sine, creând o nouă personalitate. Totul și toată lumea devin „parte a mașinii”, așa cum spune un cântec al lui Jethro Tull (1988, *Chrysalis*). Propaganda modelează și creează o falsă subiectivitate în indivizi.

Cu toate acestea, chiar dacă este un fenomen negativ, democrațiile trebuie să apeleze la propagandă. Propaganda a devenit o realitate odată cu apariția marilor națiuni democratice și cu necesitatea de a face față unei competiții dure la nivel internațional. Pentru a face acest lucru, un stat trebuie să creeze o unitate de sentimente și de gândire în societate și în rândul cetățenilor săi, altfel, participarea la competiția internațională ar deveni extrem de dificilă. Deoarece eficiența este un alt nume pentru obiectivul principal al propagandei, ideea că acest proces ar putea respecta demnitatea și libertatea individului dispare. Condițiile relațiilor internaționale, problemele geopolitice, alianțele, diversele iterații ale Războiului Rece sau impunerea religiei schimbărilor climatice afectează și distorsionează funcționarea internă a diferitelor state, culturi sau alte entități sociopolitice implicate. Statele democratice, dar nu numai ele, sunt obligate să utilizeze miturile democrației și să le exporte (promovarea tiraniei ca propagandă pare puțin contraproductivă). Este o necesitate care nu poate fi evitată și, prin urmare, democrația este subminată prin însăși existența propagandei. Propaganda, la fel ca tehnica, este un fel de ceea ce Martin Heidegger numea a-fi-în-lume și o funcție inevitabilă a unei societăți înghițite de sistemul tehnic și de subordonarea omului față de mașină - chiar într-un sens abstract: o organizație este o mașină care ar trebui să aducă unitate și ordine funcțională într-un grup. Acest proces de alienare și renunțare a început cel puțin odată cu inventarea ceasului mecanic, care posedă în sine sursa de putere. Cazul ceasului mecanic este un exemplu al pătrunderii tehnologiei în viața umană. Acest dispozitiv mecanic dictează ritmul vieții umane, și nu numai în orașe. Grupurile și oamenii nu mai acționează în funcție de ritmul lor sau al naturii, ci în funcție de ritmul ceasului și de cel impus de necesitățile sistemului tehnic (care include ca subset sistemele de comunicare, transport, comerț, industrie și

servicii, sistemul culminând cu administrația și tehnicile manageriale - modelate după cibernetică și teoriile comunicării, acest sistem fiind organizat în rețele). Informatica și cibernetica care au adus în sfârșit unitate sistemului tehnic, care posedă acum, conform lui Ellul, o capacitate de *feed-back*, de auto-corectare. Această evoluție conduce la o prezență tot mai mare a statului în societate (sisteme la scară largă precum comunicațiile, economia și producția și gestionarea energiei nucleare necesită o forță tot mai centralizată) și la o fuziune între stat și alte entități - precum întreprinderile și corporațiile. Sistemele la scară largă precum comunicațiile, transportul, energia și, în special, utilizarea energiei nucleare creează necesitatea apariției acestui sistem centralizat. Progresul tehnicii duce în această direcție, în ciuda afirmațiilor făcute în timpul dezvoltării industriale sau mai recent, conform cărora noile descoperiri tehnice ar duce la o scădere a centralismului și a intervenționismului autorităților în viața socială. Dezvoltarea tehnică sporește centralizarea și concentrarea controlului în mai puține mâini – tehnocrații.

9. BIBLIOGRAFIE

Cérézuelle Daniele, *La technique et la chair [Tehnologie și trup]*, Paris, Editura L' Echappee, 2021.

Ellul Jacques, *L'idéologie marxiste chrétienne [Ideologia marxistă creștină]*, Paris, Editura La Table Ronde, 2006.

Ellul Jacques, *La technique ou l'enjeu du siècle [Tehnologia sau provocarea secolului]*, Paris, Editura Economica, 1990, 2008.

Ellul Jacques, *Le système technicien [Sistemul tehnic]*, Paris, Editura Les Cherche-Midi, 2004, 2012.

Ellul Jacques, *Sistemul tehnicist*, Arad, Editura Sens, traducere de Octavian Soviany, 2022.

Ellul Jacques, *Propagandele*, Arad, Editura Sens, traducere de Octavian Soviany, 2024.

Marcuse Herbert, *Der eindimensionale Mensch [Ființa umană unidimensională]*, München, Editura Deutscher Taschenbuch Verla, 1994, 1998.