

## **Propaganda—factor de transformare revoluționară a conștiinței sociale**

Prof. univ. dr. Ion Drăgan

Creșterea eficienței activității politico-ideologice desfășurate prin sistemul complex de propagandă organizat și condus de Partidul Comunist Român constituie caracteristica fundamentală a programului său ideologic, a măsurilor stabilite pentru infăptuirea acestuia, reprezentind direcția principală a orientărilor, preocupărilor și eforturilor îndreptate spre ridicarea calității întregii munci politice, organizatorice și de educație în etapa făuririi societății socialiste multilateral dezvoltate. „Este necesar ca și în domeniul activității ideologice, al muncii politice de masă, de formare a conștiinței socialiste — sublinia secretarul general al partidului nostru — să se acționeze cu toată hotărîrea pentru ridicarea rezultatelor la nivelul sarcinilor puse de Comitetul Central, de partid, al cerințelor actualei etape de dezvoltare a societății noastre. Este, într-adevăr, necesar să realizăm o nouă calitate și în acest domeniu, altă în organizarea și desfășurarea muncii ideologice și politico-educative, cît și în ridicarea nivelului ideologic și politic al comuniștilor, al maselor largi populare. Este de înțeles că în centrul activității educative, ideologice, trebuie să stea mobilizarea și unirea eforturilor comuniștilor, ale tuturor oamenilor muncii, fără deosebire de naționalitate, ale întregului popor, în vederea realizării Programului partidului, a planului de dezvoltare economico-socială a ţării”<sup>1</sup>.

Funcția activă, transformatoare și participativă a propagandei — ca expresie a eficienței acesteia — este puternic subliniată în expunerile recente ale secretarului general al partidului nostru, deopotrivă cu critica la adresa unor tendințe iluminist-abstracte, dogmatice, a manifestărilor de formalism și festivism existente în acest domeniu, manifestări care provin dintr-o insuficientă legare a propagandei noastre de procesul viu al infăptuirii planurilor de dezvoltare economico-socială, de activitatea practică, concretă, din fiecare localitate și unitate de muncă. În ultimii ani, în procesul elaborării, adincirii și aplicării programului ideologic — contribuție teoretică, politică și ideologică de cea mai mare însemnatate a partidului nostru, a secretarului său general — , P.C.R. a acordat o mare importanță organizării, conducerii și orientării propagandei pe baze științifice, corespunzător exigențelor, particularităților și condițiilor determinante de obiective, transformările, realitățile și sarcinile economico-sociale, politice și educaționale specifice etapei de făurire a societății socialiste multilateral

<sup>1</sup> Nicolae Ceaușescu, *Cuvântare la Consfătuirea de lucru de la C. C. al P. C. R., 5—7 septembrie 1979*, în ziarul „Scînteia” din 9 septembrie 1979.

dezvoltate în țara noastră. Măsurile de întărire a caracterului *activ, militant, revoluționar* al activității politico-educative, de perfecționare a conținutului, formelor și metodelor de desfășurare, de organizare diferențiată și în perspectivă a propagandei au creat premise pentru amplificarea rolului acestoria în formarea și dezvoltarea conștiinței sociale socialiste a întregului nostru popor, în înfăptuirea programului de dezvoltare economico-socială a țării.

Trebuie spus că preocupările pentru definirea științifică a condițiilor, principiilor și regulilor propagandei moderne, eficiente, s-au amplificat pe plan mondial, reunind eforturile politologilor, sociologilor, psihologilor sociali, ale oamenilor politici și responsabililor pentru activitățile de informare și propagandă. Într-o lucrare de analiză a propagandei<sup>2</sup> sunt reproduce într-o formulă sintetică neajunsurile și limitele *propagandei clasice* în raport cu ceea ce își propune să fie o *propagandă modernă și eficientă*. Astfel, propaganda tradițională era: 1. în contradicție evidentă cu psihologia modernă; 2. adeseori doctrinară și abstractă; 3. utiliza forme plăcute și insipide; 4. apela la acțiuni dirijate numai după intuiție; 5. nu lipsea un sistem și o coordonare; 6. un mare efort pentru rezultate mediocre; 7. înțîrziere în raport cu evenimentele și cu necesitatea de a reacționa imediat la acestea; 8. se desfășura ca și cum fiecare persoană ar reacționa la fel; 9. uita că propaganda nu poate fi decât *diferențiată*.

În contrast cu această propaganda tradițională, empirică, cea modernă se bazează, între altele, pe contribuțiile științifice ale sociologiei, psihologiei, lingvisticii, politologiei, pe studiul științific al transmiterii eficiente a mesajelor. Pe baza acestor studii s-a dovedit că, în organizarea informării și propagandei ca mijloace instituționalizate de influențare a concepțiilor, atitudinilor, opiniilor, a comportamentelor individuale și colective, trebuie luate în considerare și că mai bine cunoscute particularitățile psihosociale ale diferitelor grupuri și categorii sociale cărora le sunt destinate mesajele propagandistice. Efectele acestor mesaje — capacitatea lor de a transforma conștiința și conduită oamenilor, de a forma curente de opinie publică — sunt condiționate social și psihologic de structura și disponibilitățile publicului receptor, de atitudinile preexistente. Propaganda fiind o informare sau comunicare socială persuasivă, s-a impus cu necesitate abordarea ei după celebra formulă a lui Harold D. Lasswell: „*Cine, ce spune, pe ce canale, cui și eu ce efecte?*”, cu un accent tot mai mare asupra acestei verigi finale — dar esențiale în orice proces al comunicării și persuasiunii de masă —, anume *publicul*, care trebuie văzut nu numai ca un receptor pasiv și amorf, ci ca un factor activ, esențial pentru întreaga strategie a informării colective și a propagandei.

Cercetările din aceste domenii au arătat că o serie de procese psihosociale și de mecanisme psihologice, ca expunerea selectivă față de surse și mesaje, imunizarea convingerilor, rezistența grupurilor restrinse față de schimbarea atitudinilor sociale, echilibrul cognitiv condiționează și limităază, într-un fel sau altul, efectele informării de masă și ale propagandei. Toamă de aceea, propaganda eficientă trebuie să pornească de la studiul complex al publicului, grupurilor și indivizilor cărora le este adresată.

Experiența de pînă acum arată că posibilitățile metodologice și teoretice oferite de sociologie și psihologie pot fi valorificate în studierea

<sup>2</sup> Monica Charlot, *La persuasion politique*, Armand Colin, Paris, 1970, p. 23–24.

problemelor ridicate de organizarea și perfecționarea activității de informare și a propagandei politice în mai multe direcții : 1. determinarea riguroasă a caracteristicilor, structurilor și compoziției audienței, a diferitelor grupuri și categorii cărora le este adresată propaganda, în vederea diferențierii și particularizării acesteia ; 2. studierea comparativă a forței de pătrundere și influențare a diferitelor canale, forme, mijloace de propagandă ; 3. măsurarea eficienței informative și de influențare a propagandei, a intensității și profunzimii transformărilor de conștiință ; 4. cunoașterea opiniilor, dorințelor, așteptărilor, opinioilor oamenilor în legătură cu diferite forme și mijloace de propagandă politică ; 5. determinarea motivației subiecților în raport cu activitatea de informare și de propagandă ; 6. evaluarea nivelului de integrare eficientă a acesteia în practica economică, socială și politică și.a.

Pe baza cercetărilor de sociologie și psihologie se pot da răspunsuri fundamentate științifice la astfel de probleme, cum sint : a. cunoașterea motivației oamenilor în receptarea mesajelor de informare și de educare, atitudinile lor psihologice față de aceste mesaje ; b. cunoașterea rolului grupurilor restrinse în cadrul cărora oamenii se află zilnic și care au un rol important în receptarea și fixarea mesajelor și ideilor propagandei ; c. cunoașterea mecanismelor receptării și formării convingerilor și a noilor atitudini social-politice, a efectelor psihosociale ale propagandei, adică ale integrării conținutului acesteia în structura personalității fiecarui om al muncii.

Necesitatea aprofundării cercetărilor sociale (cu metodele sociologiei, psihologiei, ale altor științe sociale și umane) în domeniul propagandei, al analizei și evaluării complexe a eficienței acesteia, derivă, în mod deosebit, din faptul că această activitate se adresează direct oamenilor, avind ca finalitate profundă *transformarea omului* care reprezintă, după cum subliniază tovarășul Nicolae Ceaușescu, *forța hotărîtoare a tuturor transformărilor revoluționare din societate și din întreaga lume*. În acest spirit, în activitatea generală a partidului se cer intensificate munca directă *cu oamenii*, preocuparea pentru educarea și formarea în spirit revoluționar a fiecarui om, pentru îndepărțarea rebuturilor din munca de educație, pentru dezvoltarea conștiinței patriotice, revoluționare, a concepției materialist-științifice despre lume, a unei înalte conștiințe morale în rândurile întregului popor, în atitudinea și conduită fiecarui membru al societății noastre.

În noua etapă istorică, asupra căreia își pune amprenta puternic revoluția științifică și tehnică, în perioada înfăptuirii programelor istorice ale Congresului al XII-lea al P.C.R., dimensiunea calitativă devine latura și direcția hotărîtoare atât în domeniul activității economice, cât și a celei sociale, iar această transformare radicală, constă în „trecerea de la cantitate la o nouă calitate” în toate sferele vieții economice, sociale și culturale, ridică la rangul de imperativ major problemele „factorului uman”, ale educației, conștiinței, cunoașterii, ale realizării noii personalități umane și generalizării conștiinței socialiste în rândurile întregului popor. În acest sens, secretarul general al partidului nostru atrăgea atenția că „Trebuie să trecem la o calitate nouă a activității noastre, atât în domeniul economic, cât și în domeniul conducerii politice a societății. Această nouă calitate trebuie să se exprime în afirmarea cu putere a revoluției tehnico-științifice,

a cunoașterii umane în toate sectoarele de activitate. Ea trebuie să se manifeste prin ridicarea nivelului tehnic și a calității tuturor produselor, prin creșterea gradului de calificare și a orizontului de cunoștințe al maselor largi populare și, pe această bază, prin ridicarea substanțială a productivității muncii<sup>3</sup>. Între alte expresii ale concretizării noii calități și condiții ale acestui imperativ, secretarul general al partidului evidențiază și intensificarea activității de formare a omului nou, afirmarea principiilorumanismului revoluționar, care pune pe primul plan omul, manifestarea plenară a capacitațiilor sale creațoare, a personalității sale.

În dialectica dezvoltării noastre sociale capătă o importanță crescîndă aici factori care țin de nivelul de cunoaștere și conștiință al oamenilor, de educarea lor în spiritul valorilor politice și morale ale socialismului, de gradul în care stăpînesc cuceririle științei și tehnicii contemporane, dezvoltarea economico-socială, perfecționarea relațiilor sociale și chiar a structurilor sociale fiind influențate în mod hotărîtor de factorii educaționali, de conștiință politică și nivelul formării umaniste a tuturor membrilor societății noastre.

În perioada făuririi societății socialiste multilateral dezvoltate, după ce au fost consolidate cadrele social-economice ale noii orînduirii, ritmul dezvoltării economice și sociale depinde într-o măsură hotărîtoare de conștiința oamenilor, de orientarea lor politico-ideologică, de simțul responsabilității, datoriei și disciplinei, de atitudinile lor sociale. Conștiința socialistă devine o componentă hotărîtoare a funcționării armonioase a întregului sistem economic, social și politic, aceasta cu atât mai mult în contextul perfecționării și lărgirii democrației noastre socialiste, al trecerii la infăptuirea principiilor autoconducerei muncitorești. Ansamblul structurilor sociale, modului de organizare și al mecanismelor de funcționare a societății noastre cere tot mai puternic participarea activă a oamenilor muncii la conducerea proceselor economico-sociale, a întregii vieți sociale, o angajare conștientă a întregului popor. O astfel de participare presupune un înalt nivel de conștiință, de responsabilitate, de gîndire politică, de cunoaștere, fără de care orice cadru democratic își poate pierde semnificațiile și funcțiile constructive și dinamice. În aceste condiții creșterea, funcțiile active ale propagandei, trebuind să se dezvolte caracterul ei participativ, în sensul de a fi concomitant o activitate de informare, educare, influențare și o parte a ansamblului practicii sociale. Așadar, în opera de făurire a societății socialiste multilateral dezvoltate se accentuează progresiv caracterul dezvoltării economico-sociale și politice ca *proces istoric conștient*, iar formarea și întărirea conștiinței socialiste a maselor devină un factor al accelerării progresului economico-social, al perfecționării moral-politice a societății, al înămintării spre comunism. Transformarea conștiinței și formarea omului nou este un proces de durată, complex, poate cel mai dificil al întregii opere de făurire a socialismului și comunismului. Numai în cîteva decenii de construcție socialistă nu se poate lichida tot ce s-a imprimat în modul de gîndire și de comportare al omului în cursul secolelor dominate de orînduirile bazate pe exploatare și asuprire. Con-

<sup>3</sup> Nicoale Ceaușescu, *Cuvîntare cu prilejul conferirii titlului de doctor în științe politice și de doctor în economie*, 24 ianuarie 1978, în vol. România pe drumul construirii societății sociale multilateral dezvoltate, vol. 15, București, Edit. politică, 1978, p. 420.

știință și conduită oamenilor continuă a fi terenul celor mai puternice înfrântări dintre spiritul nou, revoluționar, între principiile și valorile socialismului și reminiscențele concepțiilor și mentalităților perimate, obiceiurilor vechi, înrădăcinate de secole în viața oamenilor. Toamna de acela, în programul ideologic-educativ al partidului se atribuie un rol esențial formării tipului uman al societății socialiste și comuniste caracterizat printr-un înalt spirit de răspundere față de interesele generale ale societății, prin pasiunea pentru munca creațoare, printr-o atitudine consecvent revoluționară militantă, printr-o ținută morală aleasă, printr-o elevată viață spirituală.

Pornind de la o serie de concluzii dezvoltate în domeniul sociologiei, propagandei, analizele propuse în acest studiu iau în considerare trei concepte, care, după părerea noastră, definesc în modul cel mai concluziv caracteristicile, natura și rolul istoric al propagandei politice în societatea noastră socialistă.

1. Este o *propagandă de transformare*, menită să contribuie la restructurarea complexă a conștiinței, a atitudinilor, reprezentărilor social-politice, a mentalității și a raporturilor inter-umane, a întregului sistem de valori care orientează gindirea, munca și comportamentele oamenilor — formate și sedimentate de-a lungul istoriei dominate de existența proprietății private, a exploatarii și asupririi de clasă —, potrivit cu idealurile și principiile revoluționare ale socialismului și comunismului. Ea apare astfel ca fiind contrariul propagandei burgheze care este, în fond o propagandă de „confirmare”, de menținere și întărire a atitudinilor, a modului de gindire și de conduită format și perpetuat de societățile de clasă. Este evident că din noua sarcină istorică a propagandei politice socialiste — din caracteristica ei de a fi o propagandă de „transformare revoluționară” a conștiinței sociale, a relațiilor sociale și a personalității umane” — rezultă marile ei răspunderi ideologice și politice, dar totodată și dificultățile mult mai mari pe care le are de rezolvat, în comparație cu orice alte tipuri și forme istorice de propagandă. Sint relevante, în acest sens, sublinierile teoretice dezvoltate de secretarul general al P.C.R., tovarășul Nicolae Ceaușescu : „Transformarea oamenilor, înarmarea lor cu concepția înaintată despre viață și societate — materialismul dialectic și istoric —, cu cele mai noi cunoștințe și concluziile științei, constituie una dintre cele mai complicate probleme, cu mult mai grea, în multe privințe, decât dezvoltarea economiei. De aceea, activitatea ideologic-educativă, de dezvoltare a conștiinței sociale, constituie o sarcină permanentă a întregului partid care cere o munca stăruitoare, plină de răspundere și răbdare. Fără nici o exagerare trebuie spus că insuși viitorul comunist al patriei noastre depinde de dezvoltarea cu succes a acestei munci”<sup>4</sup>.

2. Este, în esență ei, o *propagandă strategică*, pe termen lung, care își realizează misiunea istorică sub forma unor efecte cumulative, în cursul unui proces îndelungat, contradictoriu, de luptă între nou și vechi, în cursul căruia se realizează transformarea radicală a relațiilor sociale și a conștiinței

<sup>4</sup> Nicolae Ceaușescu, *Exponere cu privire la Programul P. C. R. pentru îmbunătățirea activității ideologice, ridicarea nivelului general al cunoașterii și educației sociale a maselor, pentru așezarea relațiilor din societatea noastră pe baza principiilor elicti și echității sociale și comuniste*, 3 noiembrie 1971, în vol. *România pe drumul construirii societății sociale multi-lateral dezvoltate*, vol. 6, București, Edit. politică, 1972, p. 631.

sociale. Propaganda noastră nu se reduce, deci, la un mod de influențare vizând doar efecte acționale pe termen scurt, nu se limitează cîtuși de puțin la ceea ce un sociolog și politolog burghez (J. Ellul) a denumit-o „*ortopraxie*”, termen care se aplică foarte bine unei mari părți a propagandei burgheze, adică aceluia tip de propagandă pe care acest autor o caracterizează (și pentru care el și pledează), privind-o ca o activitate care urmărește obținerea unor efecte reflexe pe calea procedeelor iraționale. J. Ellul îl citează pe Bartlett, după care „scopul propagandei este de a obține rezultate de acțiune și nu de a dezvolta înțelegerea politică a evenimentelor”<sup>5</sup> devenind el însuși prizonierul unei interpretări iraționale și „*ortopraxiste*” a propagandei moderne. Condiția propagandei moderne, eficiente ar consta, după el, în elaborarea acțiunii de propagandă pe suportul apelului la instincte, la sentimente, mituri, la irațional. Dacă analizele lui Ellul viziază un anumit tip al propagandei reacționare și al publicității politice și comerciale burgheze, atunci analizele sale – cu toată exagerarea și tranșanța simplificatoare a formulărilor – pot fi considerate ca avînd o anumită îndreptățire; ele nu pot fi însă valabile pentru propagandă în general, chiar cea mai modernă, și cu atît mai puțin pentru practica propagandei revoluționare, progresiste, pentru propaganda socialistă, fondată tocmai pe rațiune, apel la înțelegere, la formarea de convingeri, idei, a conștiinței revoluționare, ca premisă a acțiunii practice. Este necesar să precizăm, totodată, că și acest tip nou de propagandă poate beneficia de rezultatele cercetărilor psihologice, ea neputind ignora contribuțiiile psihologiei sociale și ale sociologiei decit în detrimentul eficienței, utilizind deci simboluri care se adresează, deopotrivă, „rațiunii” și „sentimentelor” oamenilor.

Cum menționează, adeseori, J. Ellul, concepțile „*ortopraxiste*” despre propagandă (obținerea prin propagandă a unei acțiuni în sine, care nu constituie pentru individ un obiectiv conștient și voluntar și nici consecința unei anumite judecăți de valoare sau unei schimbări conștiente de opinie și de convingere) se bazează pe presupunerea că în societatea modernă există o distanță, o separare între „gîndire și acțiune”, între opinii, convingeri, pe de o parte, și actele sau conducele oamenilor, pe de altă parte.<sup>6</sup> De unde și concluzia că propaganda nu trebuie să-și propună schimbarea opiniielor. Si J. Ellul citează, în acest sens, o serie de psihologi care susțin „că nu există continuitate necesară de la convingere la acțiune și eu atit mai puțin raționalitate intrinsecă a opiniei și a celor.” În aceste discontinuități, propaganda inseră o pîrghie. Ea nu caută să creeze înțelepti și rezonabili, ci prozeliți și militanți<sup>7</sup>, iar procedeele ei nu trebuie să se adreseze opiniei oamenilor, ci angajării lor inconștiente într-o acțiune oarbă. Recunoaștem aici prelungirea pînă la absurd a unor idei despre ființă umană și conduită sa puse în circulație de teoriile psihanalitice. Or, este demonstrată legătura strinsă care există între *opinii, atitudinile sociale și conduită* oamenilor, precum și caracterul social-rațional al acestor laturi ale personalității umane și ale manifestărilor ei. Propaganda nu poate fi deci, ruptă de opinia publică și de acțiunea asupra ei; caracteristic

<sup>5</sup> J. Ellul, *Propagandes*, Armand Colin, Paris, 1962, p. 6.

<sup>6</sup> J. Ellul, *Propagandes*, ed. cit., p. 39, 40.

<sup>7</sup> Idem, p. 40.

propagandei este tocmai influențarea opiniei publice și a atitudinilor oamenilor, și, pe această cale, inducerea unor schimbări ale conduitelor și acțiunilor lor. Această teorie susținută de J. Ellul este expresia fidelă a propagandei și publicității reacționare, stigmatizată, pe bună dreptate, ca un „viol psihic” al maselor, ca o „persuasiune clandestină” sau ca un factor de alienare a omului societății moderne și contemporane.

3. *Propaganda socialistă* este o *propagandă participativă* și nu o simplă acțiune iluministă, de invățare abstractă a unor scheme ideologice, este o componentă organică a practicii sociale și politice. Unii dintre cei mai avizați critici ai propagandei burgheze au dezvăluit că aceasta acționează la nivelul maselor, în mod maseat, ca un narcotic social, ca un mijloc de evaziune social-politică, ca un substitut al acțiunii politice, favorizând astfel apatia politică. Trebuie precizat că, în opoziție cu acest tip de propagandă, activitatea politico-ideologică desfășurată în țara noastră este menită să stimuleze activismul social-politic al maselor, atitudinea militantă, participarea conștientă și activă a oamenilor muncii la decizie, la realizarea programului partidului, la elaborarea și infăptuirea politicii partidului, la conducerea societății.

Un merit deosebit al programului ideologic al partidului îl constituie amplificarea spiritului revoluționar militant al activității politico-educative, intensificarea preocupațiilor pentru legarea propagandei de sarcinile concrete, practice ale construcției socialiste în țara noastră, ceea ce a și făcut ca acest program să exerce o puternică influență dinamică asupra tuturor laturilor vieții economico-sociale și ale muncii politico-educative desfășurate unitar de către întregul sistem al educației socialiste a oamenilor muncii. Măsurile de întărire a caracterului activ, militant revoluționar — a sensului participativ — al activității politico-educative au creat un cadru nou, eficient pentru amplificarea rolului acesteia în procesul de formare și dezvoltare a conștiinței sociale a întregului nostru popor.

Se desprind astfel o serie de aspecte pe baza analizei sistemului celor trei concepte de analiză a propagandei menționate, îndeosebi a celei de propagandă cu *caracter strategic și participativ*. O serie de autori subliniază că efectele propagandei trebuie abordate în mod diferențiat, după cum este vorba de *campanii pe termen scurt* sau *campanii de durată, strategice*. „Există două tipuri de campanii de propagandă care au ca scop influențarea opiniei și a comportamentului public. Un tip de campanie constă într-un proiect pe termen scurt avind ca scop, de exemplu, să determine publicul ca acum sau într-un viitor apropiat să cumpere un produs, să voteze în favoarea unui anumit candidat sau să ia parte la demonstrații de stradă. Celălalt tip de campanie este un proiect pe termen lung, destinat să nu afecteze vreo acțiune, imediată, ci să formeze sau să modifice într-o perioadă de mai mulți ani valorile de bază și concepțiile proprii ale indivizilor și ale societății. Profesorul Michael Choukas, în carteasă *Propaganda vine din cele mai vechi timpuri*, consideră că „efortul pe termen scurt constituie o propagandă tactică, iar efortul pe termen lung o propagandă strategică”<sup>8</sup>.

De asemenea, efectele propagandei sunt diferențiate după cum se urmărește menținerea atitudinilor fundamentale (propaganda de „confirmare”)

<sup>8</sup> Robert Cirino, *The Importance of Propaganda*, 1971, p. 308—309.

sau, dimpotrivă, *schimbarea lor radicală*, ceea ce este, evident, mult mai dificil și necesită campanii strategice de lungă durată. „Este mult mai ușor să convingi oamenii să se lege de ideile și acțiunile lor prezente, decât să și le schimbe. Cu alte cuvinte, cei care apără *statu-quo*-ul au de făcut o treabă mai ușoară decât cei ce sprijină o schimbare de orice fel (...). În timp ce propaganda tactică nu va reuși să schimbe atitudinile de bază, propaganda strategică susținută ani de zile poate avea succes în dezvoltarea, modificarea și schimbarea unor credințe și concepții fundamentale ale individului”<sup>9</sup>.

Analiza relației dintre campaniile de propagandă pe termen scurt și propaganda strategică relevă o serie de consecințe atât în ce privește orientarea muncii de educație și influențare, cât și în privința cercetării efectelor sau eficienței acestei activități. În acest cadru ne referim, pe scurt, la *trei* aspecte. În primul rînd, la problema echilibrării în munca noastră de propagandă a acțiunilor pentru obținerea de efecte și rezultate directe, „primare” (cum sunt uneori numite în teoria propagandei) în diferite sectoare de activitate, cu prioritate în activitatea economică (eficiență acțională directă), și acțiunea generală care vizează țelurile fundamentale, de perspectivă, ale educației și propagandei — formarea conștiinței socialiste, a unui om nou, a personalității umane de tip communist. Considerăm că imbinarea armonioasă a acestor două modalități și obiective ale propagandei este o condiție esențială pentru obținerea unei eficiențe globale înalte a muncii politico-educative, corespunzător cu cerințele și țelurile supreme ale societății socialiste, cu finalitățile majore ale acestia, cu valorile fundamentale ale socialismului și comunismului. Credem că este esențial ca în organizarea, desfășurarea și mai ales în *continutul* propagandei să se implementească armonios urmărirea unor rezultate imediate (pe plan economic, social, cultural, politic) cu promovarea constantă a valorilor și obiectivelor strategice ale noii noastre societăți, evitind unele tendințe pragmatice sau tendințele abstracte ale unei propagande doctrinale și generale.

Este meritul P.C.R. de a fi pus pe primul plan al strategiei propagandei noastre promovarea valorilor politice, filozofice și morale de bază ale societății noastre socialiste. Realizarea marilor sarcini economico-sociale ale programului de făurire a societății socialiste multilateral dezvoltate este de neconceput fără educarea la toți membrii societății noastre a unei noi atitudini față de muncă și de avuția societății, fără formarea noii conștiințe și conduite economice socialiste, parte componentă a conștiinței socialiste.

În intensificarea activității pentru dezvoltarea conștiinței socialiste și perfectionarea activității politico-educative se oglindestă concepția partidului nostru, potrivit căreia socialismul este menit să-și afirme superioritatea față de capitalism nu numai prin capacitatea de a realiza o mai înaltă productivitate a muncii sociale, ci și prin dezvoltarea spiritualității și a unei conștiințe sociale noi, prin realizarea unor noi relații socioumane, printr-o dezvoltare fără precedent a ființei umane, prin împlinirea idealurilor de libertate, dreptate și egalitate ale oamenilor.

<sup>9</sup> *Idem*, p. 310—311.

A doua concluzie, care derivă din aceeași analiză conceptuală, se referă la necesitatea de a fundamenta în mai mare măsură acțiunile de propagandă și achizițiile unor științe sociale, cum sunt psihologia socială, sociologia, politologia și.a., mai ales în ceea ce privește cunoasterea factorilor și mecanismelor social-psihologice ale receptării, asimilării și integrării în structurile de personalitate a mesajelor și informației propagandistice și, în consecință, ale creșterii eficienței etice, politico-educative a diferitelor canale, forme și mijloace de propaganda. O propagandă eficientă necesită cunoasterea mecanismelor și formelor de persuașune capabile să trezească atenția oamenilor, adaptind formele mesajului propagandistic la atitudinile, opinile și interesele diferitelor grupuri sociale, categorii și medii sociale, la necesitățile combaterii ideilor nefavorabile și întăririi atitudinilor favorabile, pentru determinarea acțiunii sociale, ca expresie sintetică a eficienței propagandei, pentru evitarea greșelilor și exceselor care pot genera reacții negative și chiar bloaje față de mesajele propagandei. Integrarea mai activă a cercetării sociale și a rezultatelor acesteia în munca de propagandă constituie, în etapa actuală, unul dintre factorii transformării cantității într-o nouă calitate și în acest domeniu vital pentru progresul și continua perfecționare a societății noastre.

În sfîrșit, a treia concluzie, derivând din abordarea propagandei sub acest dublu aspect al efectelor ei acționale imediate și al rezultatelor strategice (vizând omul, conștiința, relațiile interumane de tip nou), se referă, după părerea noastră, la modul în care este *studiată eficiența propagandei*, mai ales modalitățile de evaluare și criteriile de evaluare a efectelor. Credeam că a început să se facă abuz de metoda chestionarelor pentru înregistrarea de opinii și mai ales pentru evaluarea eficienței informaționale a propagandei (teste de informații și cunoștințe, după care se trag tot felul de concluzii privind eficiența mai mare sau mai mică a propagandei). Nu poate fi, desigur, contestată această metodă (o practicăm și noi), dar trebuie combătută folosirea ei unilaterală și adeseori în forme simplificate, dacă nu simpliste.

Studierea eficienței propagandei ca formă a „acțiunii sociale” — activitate care urmărește scopuri ideologice, educative și acționale — poate beneficia de concepțele, metodele și de criteriile evaluative oferite de *praxeologie*, definită de T. Kotarbinski ca știință generală a „acțiunii eficiente”, adică a acțiunii în care distanța dintre scopurile urmărite și rezultatele efective devine minimă. Măsurarea eficienței propagandei prin raportul *scop-efect* este mult mai dificilă decât în cazul altor activități (de exemplu, cea economică sau activitatea de cercetare într-o serie de științe, mai ales tehnice), fiind îndeosebi greu de evaluat efectele integrale, diferențiate ale activității de propagandă. Efectele pot fi „directe”, imediate, manifestate prin reacțiile și conduitile grupurilor vizate — acestea fiind mai ușor de observat și măsurat —, dar pot fi și de „durată” („efekte secundare” la nivelul ideologiei, gîndirii politice, al sistemului de valori), rezultate formate prin acumulare și sinteză la nivelul conștiinței grupului sau clasei respective (al structurii de personalitate a membrilor acestora), efecte aproape imposibil de evaluat cu metodele și tehniciile obișnuite ale sondajelor de opinie. În cazul efectelor „secundare”, cumulative, compararea efectivă a scopurilor și rezultatelor devine anevoieasă, iar datele obținute pe această cale sunt cu totul relative. Analiza și evaluarea praxeologică de

tip *scop-efect*, aplicabilă deci în identificarea efectelor primare, directe, ale propagandei devine ineficientă în stabilirea efectelor de durată, măsurarea acestora presupunând o metodologie sociologică și psihologică mult mai complexă.

Cercetările motivationale, utilizarea scalelor pentru evaluarea atitudinilor fundamentale ale oamenilor, observarea și înregistrarea sistematică, pe perioade mai lungi de timp, în cercetări longitudinale, a conducei oamenilor în producție, în viața socială, înregistrarea manifestărilor lor de activism social și politic, participarea lor activă în producție, în munca politică, în viața culturală, ca și observarea experimentală, constituie modalități mai fecunde, mai obiective și mai eficiente de cercetare și măsurare a forței și eficacității muncii de propagandă.

Se impune deci trecerea la cercetări complexe ținând seama de faptul că propaganda este ea însăși o acțiune de influențare de mare complexitate, în esență o influențare de tip persuasiv a diferitelor categorii de populație, influențare motivată politic, în conformitate cu anumite scopuri social-politice și ideologice.

Un scop important al propagandei este să antreneze grupurile sau masele la acțiunea socială și politică. Propaganda este menită să transforme publicul (legat prin opinii comune) dintr-o formăție pasivă într-o formăție participativă, activă. Desigur, aceasta presupune ca propaganda să influențeze nu numai nivelul opiniei și cunoștiințelor, ci să cuprindă în sfera ei de acțiune și atitudinile sociale, contribuind la educarea maselor în spiritul concepției materialist-stiințifice despre lume. Tocmai în această direcție evidențiază documentele partidului nostru necesitatea creșterii rolului, eficienței educației și propagandei în etapa actuală de dezvoltare a țării noastre.

Activitatea politico-educativă desfășurată în țara noastră este o propagandă *participativă, militantă, revoluționară*.

Propaganda noastră politică impletește tot mai armonios eforturile pentru explicarea realităților și fenomenelor social-politice actuale, în dinamica lor, pentru însușirea de către toți oamenii a concepției teoretice și politice a partidului, cu stimularea participării lor active la viața economică și social-politică, la soluționarea problemelor practice din fiecare colectiv de muncă, la lupta pentru promovarea noului, la întărirea ordinii și disciplinei, la aplicarea hotărîrilor partidului și statului. În această orientare se reflectă concepția partidului nostru despre unitatea dintre munca politico-educativă și practica social-politică. Criteriile de bază ale eficienței muncii de partid și propagandei constau după cum a subliniat secretarul general al partidului nostru, tovarășul Nicolae Ceaușescu, în Consfătuirea de lucru de la C.C al P.C.R. din septembrie 1979, nu în numărul ședințelor și conferințelor, ci în *participarea tuturor oamenilor muncii la îndeplinirea în cele mai bune condiții a hotărîrilor partidului și legilor țării, a planului de dezvoltare economico-socială, a sarcinilor ce revin fiecărui județ din planul național unic, la îndeplinirea planului de producție, problema fundamentală a activității partidului și baza dezvoltării generale a țării*.

În aceste condiții crește rolul, funcțiile active ale propagandei, trebuind să se dezvolte caracterul ei participativ, în sensul de a fi simultan o activitate de informare, educare și mobilizare plenară a tuturor oamenilor

muncii la infăptuirea politicii partidului, a planurilor de dezvoltare economică și socială a țării.

În această perspectivă, societatea noastră în întregul ei este un imens organism de propagandă, de educare, în care fiecare comunist are o parte de răspundere, de contribuție, de influență. Pe lîngă celelalte ipostaze ale existenței și personalității noastre sociale, sătem cu toții — conștient sau nu — și propagandiști. Un inger, un maistru, un muncitor de înaltă calificare, un șef de echipă de muncă — care este un exemplu de responsabilitate și atitudine novatoare, militantă, revoluționară — este adeseori un propagandist mai eficient decât propagandistul de profesie. La conștientizarea și afirmarea acestei laturi a vieții, muncii și răspunderii fiecărui poate contribui într-o măsură crescîndă activitatea de propagandă mai fermă, corespunzător exigențelor și concepției dezvoltate în expunerile și lucrările secretarului general al partidului, tovarășul Nicolae Ceaușescu, potrivit căreia participarea activă la munca de propagandă este o îndatorire a fiecărui comunist, a tuturor cadrelor, a întregului nostru partid. „Trebuie înțeles — spunea tovarășul Nicolae Ceaușescu în Cuvîntarea la Consfătuirea de lucru de la C.C. al P.C.R. din septembrie 1979 — că fiecare comunist trebuie să fie și un bun organizator și un bun propagandist, să cunoască politica partidului, să explice tuturor și să acționeze pentru realizarea ei”<sup>10</sup>.

În orientarea acestei activități, în îndrumarea, conducerea unitară și perfecționarea ei continuă, corespunzător cu evoluția realităților noastre social-politice, cu cerințele practicii construcției socialiste, ale creșterii rolului dinamic și transformator al factorului conștient în întreaga dezvoltare socială, se exprimă o funcție hotărîtoare a exercitării *rolului conducător al partidului nostru în societate*, al îndeplinirii misiunii sale istorice și mandatului incredințat de poporul român — infăptuirea societății sociale multilateral dezvoltate și comuniste în patria noastră.

În orientarea acestei activități, în îndrumarea, conducerea unitară și perfecționarea ei continuă, corespunzător cu evoluția realităților noastre social-politice, cu cerințele practicii construcției socialiste, ale creșterii rolului dinamic și transformator al factorului conștient în întreaga dezvoltare socială, se exprimă o funcție hotărîtoare a exercitării *rolului conducător al partidului nostru în societate*, al îndeplinirii misiunii sale istorice și mandatului incredințat de poporul român — infăptuirea societății sociale multilateral dezvoltate și comuniste în patria noastră.

Dincolo de teoria și tehnica — în care oas, un cursant  
înțelege să scrie în scrisul său învățătoare

al teoriei și tehnicii să scrie în scrisul său învățătoare

<sup>10</sup> Nicolae Ceaușescu, *Cuvîntare la Consfătuirea de lucru de la C.C. al P.C.R. 5—7 septembrie 1979, „Scîntea”*, 9 septembrie 1979.