

Жак Елюл

СН⁰ 114288

ПРОПАГАНДАТА

НЕ СЕ ИЗНАСЯ

София, 2024

93617

32.019.5

133554

2
87
45

БИБЛИОТЕКА - УНСС

Инв. №



120000133556

Originally published in France as:
PROPAGANDES by JACQUES ELLUL

© Armand Colin 1962, Paris
ARMAND COLIN is a trademark of DUNOD Editeur – 11,
rue Paul Bert – 92240 MALAKOFF

© Издателство „Изток-Запад“, 2024

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

© Доротея Табакова, превод, 2024

© Библиотека Димитровски, оформление на корицата, 2024

УНСС

ISBN 978-619-01-1419-2 (мека подвързия)

ISBN 978-619-01-1420-8 (твърда подвързия)

Съдържание

Предварителни думи.....	9
-------------------------	---

Глава I

Характеристики на пропагандата.....	18
-------------------------------------	----

I. Външни характеристики	20
--------------------------------	----

Човекът и масата	20
------------------------	----

Тотална пропаганда	23
--------------------------	----

Континуитет и продължителност на пропагандата	31
---	----

Организация на пропагандата	34
-----------------------------------	----

Ортопраксия.....	39
------------------	----

II. Вътрешни характеристики	47
-----------------------------------	----

Познаване на психологическия терен.....	47
---	----

Фундаментални течения на обществото	53
---	----

Актуалното положение	57
----------------------------	----

Пропагандата и колебаещите се	63
-------------------------------------	----

Пропагандата и истината	67
-------------------------------	----

III. Категориите на пропагандата.....	77
---------------------------------------	----

Политическа пропаганда и социологическа пропаганда	78
--	----

Агитационна пропаганда и интеграционна пропаганда	87
---	----

Вертикална пропаганда и хоризонтална пропаганда.....	96
--	----

Рационална и ирационална пропаганда.....	100
--	-----

Глава II

Условия за съществуване на пропагандата	104
---	-----

I. Социологическите условия.....	105
----------------------------------	-----

Индивидуалистко общество и масово общество	105
--	-----

Общественото мнение	114
---------------------------	-----

Средствата за масова комуникация.....	116
---------------------------------------	-----

II. Обективни условия на пропагандата, отнасящи се до човека	119
Необходимост от среден стандарт на живот	119
Средна култура	122
Информацията	126
Идеологиите	130

Глава III

Необходимостта от пропаганда	132
---	------------

I. Необходимостта от пропаганда за властта	135
Дилемата на съвременната държава	135
Държавата и нейната функция	146
II. Необходимостта от пропаганда за индивида	152
Обективното положение	153
Субективното положение	160

Глава IV

Психологически ефекти от пропагандата	174
--	------------

Психологическа кристализация	175
Алиенация чрез пропаганда	181
Ефект на психическа дисоциация чрез пропаганда	190
Създаване на потребност от пропаганда	194
Нееднозначност на психологическите последиствия	199

Глава V

Социополитически ефекти	204
--------------------------------------	------------

I. Пропаганда и идеология	204
Традиционна връзка	204
Новите отношения между пропаганда и идеология	206
II. Ефект върху структурата на общественото мнение	212
Промяна на конститутивни елементи на общественото мнение	213
От мнение към действие	217
III. Пропаганда и групиране	221
Капсулиране на групите	222
Ефекти, отнасящи се до политическите партии	225
Ефекти в света на труда	230
Ефекти върху Църквата	236

IV. Пропаганда и демокрацията.....	239
<i>Необходимостта от пропаганда за демокрацията</i>	<i>239</i>
<i>Демократична пропаганда.....</i>	<i>242</i>
<i>Ефекти от международната пропаганда</i>	<i>248</i>
<i>Влияние на вътрешната пропаганда.....</i>	<i>256</i>
Анекс I	
Ефикасност на пропагандата.....	263
Анекс II	
Пропагандата на Мао Дзъдун.....	305
Апендикс I	
Алиениращата информация.....	315
Апендикс II	
Информация и технологична система.....	326
Библиографски бележки	337
Допълнителна библиография.....	341