

**"la paura è Il miglior modo di controllare un popolo è tenerlo costantemente in ansia. Un popolo che ha paura è docile e plasmabile a piacimento. "come il trend verso la banalità, la semplificazione e la trivializzazione proposto dalle industrie sia ora prolifico in tutta la società. "**

## **EGEMONIA E PROPAGANDA <sup>1</sup>**

*di Colin Todhunter*



### **Controllo sociale**

Nelle società moderne la conoscenza si è espansa fino al punto in cui specializzazioni e sotto-specializzazioni sono la norma. E' semplicemente impossibile per una sola persona avere una conoscenza profonda in tutte le discipline. Dobbiamo rivolgerci ad altri per sopperire a quella mancanza di conoscenza, di solito in termini relativamente semplicistici. **La maggior parte di noi deve prendere per oro colato molte delle idee e concetti con cui veniamo bombardati in questa era di massiccia comunicazione istantanea, e di sovraccarico di informazioni.**

Tendenzialmente alla gente piace la semplicità. In molti casi, non possedendo sufficiente esperienza sulla materia, essi la richiedono. La gente richiede pacchetti di conoscenza facili da maneggiare, e questi pacchetti vengono presi come scorte di conoscenza 'a buon senso' che permettono alla gente di cavarsela, per quanto quella 'conoscenza' possa essere sbagliata o mal rappresentata.

Anche i politici e i media conoscono il bisogno di semplicità della gente. E qui sta il problema, particolarmente in un mondo sempre più complesso e confuso. Al fine di portare le masse verso certe idee e di rendere le cose 'semplici' per esse, sia i politici che i media hanno ampiamente preso spunto da Edward Bernays, il padre di pubblicità, propaganda e pubbliche relazioni. Ecco dove la semplicità si trasforma in manipolazione.

Bernays sapeva bene come manipolare gruppi di persone e come agganciare le masse con i prodotti e messaggi della società moderna. Ora siamo tutti soggetti a questo tipo di manipolazione, ogni giorno e tutti i giorni, con il bombardamento incessante dei commerciali. E' stato l'accademico statunitense Rick Roderick ad aver notato recentemente come **il trend verso la banalità, la semplificazione e la trivializzazione proposto dalle industrie sia ora prolifico in tutta la società.**

Si riferisce ad un fenomeno rampante, **quello di problemi e questioni importanti ridotte ad una sorta di moda attraverso la continua ripetizione.** Per esempio, dibattiti politici apparentemente in una situazione di stallo come le questioni sui gay o

sull'aborto, sono diventate praticamente un dibattito inutile. Girano intorno agli stessi pochi argomenti così spesso che sono quasi diventati una moda. Questo non significa che **le questioni non siano importanti di per se stesse, significa che sono state ridotte a dibattiti mordi-e-fuggi.**

Si può arrivare **al punto in cui alla gente semplicemente smette di importare qualcosa.** Davanti a tanti e tanto differenti movimenti, tutti chiusi in dibattiti infiniti, può essere facile che nella popolazione si diffonda una sorta di apatia e inattività. Infatti, **molte questioni sono state ridotte a slogan dai media compiacenti.** Per esempio, decine di anni di pubblicazioni serie sul femminismo sono state sopraffatte dalle Spice Girls che gridano lo slogan 'girl power' a ogni occasione. Una questione seria usata come stratagemma commerciale per vendere musica. Ma che voleva dire 'girl power'? Chi se ne importa, gridalo e basta.

Barak Obama recitava il mantra 'speranza e cambiamento', che vuol dire tutto e niente allo stesso tempo. Anche se in certi casi gli slogan mordi-e-fuggi possono davvero dire qualcosa di serio, vengono ripetuti un milione di volte, al punto di diventare mera retorica senza significato.

E poi ci sono tutti quegli spot nei canali inglesi in India, che per vendere riducono tutto al minimo comun denominatore 'il bianco è di moda, il nero no' (per quale motivo una frase pertinente al colore della pelle non è considerata razzista in India?), 'perché tu vali' (senso dell'autostima ridotto all'usare smalto per le unghie o rossetto) 'è molto, molto sexy' (la natura della sessualità ridotta agli effetti di un deodorante). **Questioni complesse diventano comodi modi di dire e vengono ridotte ad identità confezionate da vendere sul mercato.**

Insieme a tutto questo troviamo **il cinismo e la messa in ridicolo, cioè, se gli argomenti seri non diventano banali attraverso la ripetizione, diventano oggetto di scherzi e battute.**

Rick Roderick amava ricordare un vecchio show per la TV negli USA per dimostrare come la società incoraggia il ridicolo, il triviale e l'accettazione delle cose come sono (ma non dovrebbero essere). 'Laverne and Shirley' andò in onda dal 1976 al 1983. Roderick ricordava che Laverne e Shirley lavoravano in una fabbrica di birra a Milwaukee. Sarebbe potuto essere un film realista socialista, invece era una sitcom. Tutti i problemi che incontra spesso la classe lavoratrice erano ridotti a banalità, il 'mal comune' della trivialità e piccoli scherzi senza profondità.

Oggi un fenomeno simile si può osservare in Gran Bretagna, attraverso la demonizzazione delle parti più povere della classe lavoratrice inglese da parte dei media principali e di vari commentatori sociali. Chiamati 'chavs' (mocciosi, ndt), la loro vita viene stigmatizzata, ridicolizzata e banalizzata.

Roderick porta anche a discussione la nozione che John F Kennedy (JFK) fu ucciso in un colpo di stato, e da allora il governo degli USA sta agendo in segreto. Questo può essere vero o no, ma dal momento che abbiamo avuto centinaia di libri e molti film su JFK, la gente tende a spegnere la tele, scrollare le spalle e dire può essere oppure no, ma chi se ne importa? E' diventato banale. Per Roderick, questo è solo un altro esempio di come si possono prendere questioni di vitale importanza umana e buttarle nella banalità.

Esattamente quello che si vuole: **banalità e beffa, che trova la sua ultima espressione nel cinismo, nell'apatia e nell'accettare e conformarsi allo status quo.**

Date dunque per assodate le maggiori sfide che dobbiamo affrontare, dalla guerra nucleare al disastro ecologico, ciò di cui abbiamo realmente bisogno è investire in riforme sociali ed economiche, e in grandi idee. Ma **anche le idee del tempo passato, che potrebbero essere di ispirazione per le cause di oggi, non sono forse state ridotte a mediocri banalità? Non sono foraggio per il mercato?** Non vengono forse sbeffeggiate e derise da una popolazione forzata alla depressione, che considera apatia e cinismo come un imperativo dell'umana condizione?

**Quale miglior modo di controllare una popolazione se non inducendola all'apatia e alla banalità, ed incoraggiando la banalizzazione di cause, idee e dei drammi di**

**certi strati della società?** Quale miglior modo per controllare il dissenso che ridicolizzare i dissidenti, o, se non dovesse funzionare come nel caso del governo indiano, accusare di comportamento sedizioso 7000 legittimi manifestanti anti-nuclearisti a Kudankulam - gente di campagna e semplici pescatori?

Dovremmo forse ignorare tutto questo e tornarcene seduti, ed essere soddisfatti di una cultura che dedica più colonne di inchiostro alla storia di Simon Cowell che si mette della placenta in faccia per sembrare più giovane, che alla morte di uno dei più grandi storici del ventesimo secolo, Eric Hobsbawm? Ci rimetteremo seduti e comprenderemo lo shampoo perché siamo caduti nella bugia che 'io valgo'? Perché se è così, nei guai non ci stanno solo i 7000 manifestanti legittimi di Kundakulam (<http://www.countercurrents.org/ctw300912.htm>) e altri che stanno affrontando simili maltrattamenti - ci siamo anche tutti noi!

**"Il segno distintivo di una società intelligente è la possibilità di fare domande. Se ho un dubbio, ho il diritto di fare domande. Qui il semplice atto di fare domande è trattato come comportamento sedizioso."** Aruna Roy (politico indiano e attivista sociale).

---

<sup>1</sup> L'Articolo (del 3/10/2012) *"Egemonia e propaganda. L'importanza della banalizzazione nel cementare il controllo sociale"* è tratto dal sito: [www.comedonchisciotte.org](http://www.comedonchisciotte.org).