

Lucian LEUȘTEAN

DE LA ISTORIE ȘI PROPAGANDĂ POLITICĂ

LA ISTORIA PROPAGANDEI

Între istorie și propaganda politică există o relație cu dublu sens. Pe de o parte, în cadrul produselor propriu-zise ale propagandei politice se folosesc unele teme și simboluri aparținând domeniului istoriei, iar pe de altă parte în anumite realizări istoriografice se utilizează tehnici și metode specifice propagandei. În același timp, finalitatea comună a acestor două procese se plasează în aria politicului, dorindu-se influențarea opiniei publice într-o anumită direcție determinată de interesele repartizării, conservării sau transferului de putere.

Dacă fenomenul captării de către propaganda politică a unor subiecte istorice este unul firesc și, în ultimă instanță, inevitabil, în schimb "politizarea" istoriei, folosirea ei ca instrument de propagandă reprezintă un pericol potențial de anvergură. În fapt, dominarea unei bune părți a istoriografiei românești de către instanțele politice cu putere de decizie este o constantă a spațiului cultural românesc în ultima jumătate de secol. O operație tranșantă îndeplinită de comuniști după obținerea puterii a fost transformarea propagandei de partid într-o ideologie a dominației prin "confiscarea" culturii, a tradiției și a istoriei. Rescrierea acesteia din urmă în funcție de "idealurile superioare" de "tip nou" a condus la apariția unui produs hibrid, cu pretenții științifice și cu țeluri precise în legitimarea puterii. S-au găsit, bineînțeles, și acele personaje care au oferit o "autoritate epistemică"¹ acestei cruciade împotriva istoriei naționale.

Din nefericire, se constată o anume continuitate a procesului de subordonare a istoriei față de politic și după 1989. Există un anumit segment al istoriografiei românești care a urmat cu servilism propaganda politică a puterii. Această propagandă a speculat foarte bine câteva tendințe latente ale societății românești: patriotismul gregar, complexele în fața Occidentului, invidia față de cei mai dăruși (antiintelectualismul ca un caz particular), atitudini ce pot fi regăsite la orice mare comunitate insuficient educată și individualizată. Aceste realități ale psihologiei

populare nu aveau cum să nu fie speculate de către o propagandă profesionistă. Elementul fundamental al campaniei propagandistice a puterii la constituit însă naționalismul. Dintre toate valorile "suprapersonale", valorile naționale sunt cele pe care omul le acceptă cu cea mai mare ușurință, consimțind să se subordoneze întregului național, grație sentimentului de a fi parte a acestuia. "Naționalul" este la îndemâna maselor și nu presupune nici o realizare cantitativă. Ne simțim puternici atunci când ne subordonăm "naționalului".

Un anumit segment al istoriografiei a preluat cu entuziasm misiunea, de fapt continuarea celei din perioada comunistă, de a "legitima", de a oferi sprijinul unei autorități pretins științifice pentru propaganda puterii. Nu s-a reușit depășirea acelei viziuni "euforice" asupra istoriei românilor, cum o numea Vlad Georgescu, concepută ca un lung șir de victorii reputate asupra nenumăraților dușmani ce ne-au înconjurat dintotdeauna, dorindu-ne pieirea. O parte a istoriografiei românești continuă să fie un instrument pentru realizarea unor interese "superioare", îndeosebi naționale.

Un loc aparte în cadrul relației dintre istoriografie și propaganda politică a puterii este deținut de către cultivarea sentimentelor antimonarhice. În acest scop a fost adus în prim-plan un personaj istoric controversat – mareșalul Ion Antonescu. Această operațiune nu s-a datorat interesului pentru personalitatea fostului dictator sau grijii pentru memoria sa, ci simplului fapt că mareșalul reprezintă arma ideală, "națională", în lupta dusă împotriva fostului suveran al României, Mihai I. Cea mai importantă calitate a lui Ion Antonescu, în acest context, este aceea de a fi mort. Astfel el a devenit "un nume pentru Istorie!", "un profet", "un actor de elită al Istoriei" care "dominând istoria națională, s-a impus pe scena istoriei continentale și, în continuare nemijlocită, a celei uniuersale" și care "a plecat în Istorie, adică acolo de unde venise, aidoma tuturor antemergătorilor legendari ai neamului românesc!"² Prin prezentarea acestor citate nu ne propunem inițierea unei polemici asupra mareșalului Antonescu, ci numai ilustrarea unui anumit tip de limbaj împrumutat de la propaganda politică și utilizat în ceea ce s-ar dori o "lucrare științifică". Acest gen de limbaj, și exemplele care ne stau la dispoziție sunt nenumărate, nu mai este un mijloc de comunicare interumană, ci o modalitate de consacrare a unor sentințe, a unor adevăruri definitive. Nu se mai stimulează reflexia critică, ci se stabilesc reflexe condiționate, se ascultă monologul puterii.

Încercarea noastră de schițare a relațiilor dintre istorie și propaganda politică are un țel precis și anume acela de a pleda pentru o nouă (pentru noi !) metodă de cercetare: analiza de conținut. Această metodă este împrumutată din instrumentarul de lucru al altor domenii (sociologie, politologie, futurologie, teoria comunicării), dar ea poate furniza rezultate deosebite și pentru cercetarea istorică.

Metoda analizei de conținut își are rădăcinile în perioada celui de-al doilea război mondial când experții serviciilor de informații ale aliaților căutau o modalitate de a obține informații despre națiunile inamice. Sub conducerea lui Paul Lazarsfeld și Harold Lasswell s-a organizat un colectiv care a realizat o analiză de conținut al ziarelor germane și a reușit, coroborând informații aparent disparate, să obțină rezultate surprinzătoare³. Harold Lasswell, Nathan Leites și asociații lor își vor prezenta apoi metoda în lucrarea *Language of Politics. Studies in Quantitative Semantics*, apărută în 1965⁴. Cea mai recentă știre despre aplicarea acestei metode o avem din traducerea, în 1989, a celebrei cărți a futurologului american John Naisbitt, *Megatendințe*.

Analiza de conținut este o analiză de limbaj (în sens larg, văzut ca un sistem de semne). Prin această metodă se observă funcțiunile diferite ale limbajului în conexiune cu intențiile acelor care folosesc limbajul și efectele obținute prin folosirea lui. Când scopul și rezultatele unui limbaj sunt conexe la ansamblul eforturilor care se fac cu scopul de a participa la putere sau de a influența repartizarea puterii, atunci se poate vorbi de funcția politică a limbajului. Nu trebuie pierdute din vedere nici cazurile marginale: efectul neintențional asupra puterii sau absența totală a impactului dorit. De asemenea, nu ar trebui eludat faptul că intențiile și efectele politice nu exclud în mod necesar pe cele economice sau de altă natură.

Relația cu dublu sens între politică și limbaj determină apariția a două întrebări fundamentale: care sunt efectele politicii asupra limbajului și care sunt cele ale limbajului asupra politicii? Spre exemplificare s-ar putea lua "limba de lemn" din perioada comunistă. Expresiile acesteia, gata făcute, standardizate, erau rezultatul direct al "încăleșării în proiect" a puterii comuniste. Limbajul de lemn își pierduse funcția cognitivă și pe cea expresivă, rămânând o simplă rezultantă a funcției organizatorice a comunicării. Pe de altă parte, limba de lemn era unul din cele mai eficiente mijloace de masificare a societății și de uniformizare a ideilor; nu era în ultimă instanță decât cadrul oferit pentru a transmite monologul puterii. Rezultatele de anvergură socială pe care limba de lemn le-a produs sunt mai ușor de sesizat în momentul de față când, datorită diversificării limbajului, au început să apară discrepanțe evidente între posibilitățile de receptare ale diferiților indivizi. Se constată tot mai des existența unor paliere discursive care produc haos în capacitatea de înțelegere a multor oameni, precum și recrudescența apărută în utilizarea unor termeni-cheie și sloganuri, singurele elemente care se pot constitui într-un numitor comun ce se regăsește în diferitele limbaje: cel al "omului obișnuit", cel al "omului care gândește" și cel al "omului de acțiune".

Studierea impactului politicii asupra limbajului implică preocuparea pentru două trăsături ale limbajului, una semantică și cealaltă sintactică⁵. Semantica politică analizează termenii-cheie, sloganurile, doctrinele și produsele propagandei politice din două puncte de vedere, unul privind scopul a ceea ce se spune, celălalt referitor la stilul în care se spune.

Ambele variază în funcție de trăsăturile de bază ale situației politice. Situațiile politice pot fi clasificate în legătură cu nivelul de criză și/sau cu nivelul de despotism sau de democrație. Sintaxa politică se ocupă cu relațiile logice și gramaticale dintre elementele limbajului politic. Analiza logică este sintactică deoarece ea consideră afirmațiile ca făcând parte dintr-o unitate de discurs.

Prin intermediul analizei de conținut a limbajului produselor propagandei politice și al unor realizări istoriografice de sorginte propagandistică s-ar putea obține unele rezultate remarcabile privind diferite tendințe din sfera politică sau din cea socială. O istorie a propagandei ar avea la dispoziție, pentru ultima jumătate de secol, un material documentar nelimitat. Până la deschiderea arhivelor românești și străine, o istorie a propagandei s-ar putea constitui într-o alternativă, credem noi, fericită la variantele de tip clasic ale discursului istoriografic.

- 1 Amănunte despre această sintagmă oferă J.M.Bochenski, *Ce este autoritatea ? Introducere în logica autorității*, Ed.Humanitas, București, 1992, p.57-69.
- 2 Gh.Buzatu, *Mareșalul Antonescu în fața istoriei*, vol.I, Iași, 1990, p.VII-XV.
- 3 John Naisbitt, *Megatendințe*, Ed.Politică, București, 1989, p.28-29.
- 4 Harold Lasswell, Nathan Leites and Associates, *Language of Politics. Studies in Quantitative Semantics*, The M.I.T.Press, Cambridge, Massachusetts, 400 p.
- 5 *Ibidem*, p.9.