

## **THE SPEECH OF THE COMMUNIST REGIME IN ROMANIA. PROPAGANDA'S SPEECH IN PRINTED PRESS IN THE '80S**

**Corina Hațegan**

**PhD Student, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca**

*Abstract: Propaganda, sometimes with positive connotations, sometimes with negative connotations, always wanted one thing and that is to convince individuals or groups of individuals. From persuasion using different methods or techniques to manipulation to get the various benefits, power or influence is only a very small step. Knowing that most often propaganda is to create a need and not to satisfy one, propagandists have used it to create a society which is guided by the new rules. Thus, using various techniques such as citizens' opinions, words with emotional impact or presenting fake biographies of political leaders, they were able to present a positive image of the country even when the reality was very different from what appears in the media. This paper aims to present in a brief manner the way in which propaganda during the communist regime in Romania in 1980 - 1989 used print media to inform or to misinform the society and also to manipulate common beliefs.*

Keywords: communism, propaganda, Nicolae Ceaușescu, Romania during communism, mass-media

Fie că utilizează presa scrisă, televiziunea, radioul, cinematografia sau alte vehicule, propaganda s-a dovedit eficientă atunci când apare opoziția dintre "noi" și "ei" sau "noi" și "ceilalți". S-a arătat de-a lungul timpului că propaganda eficientă a fost cea care a făcut apel la sentimentele și emoțiile oamenilor. A impresionat prin prezentarea dramelor sau la polul opus, a trezit sentimente de patriotism și eroism. Într-adevăr conotația negativă a propagandei a apărut și datorită regimurilor dictatoriale care au lăsat o puternică amprentă asupra emoționalului, gândirii și conștiinței populației. În realitate, propaganda este utilizată de toate regimurile politice, dictatoriale sau liberale, din antichitate și până în prezent.

Pentru o analiză cât mai precisă a limbajului regimului comunist în presa anilor mai sus amintiți am apelat la cei șapte indicatori (sau tehnici) ai propagandei dezvoltati de sociologii Alfred și Elizabeth Lee în anul 1939. Analiza "finei arte a propagandei", așa cum o numesc cei doi sociologi, ne ajută în primul rând să citim printre rânduri. Perioada anilor 1980-1989 în România a fost una deosebit de dificilă pentru societate, însă tabloul stării națiunii, zăgrăvit de presa scrisă, era la mare depărtare de realitatea cotidiană.

Una dintre tehnicile cele mai evidente și ușor de sesizat ale propagandei comuniste în presă, în special, este crearea ideii de grup, masă, colectiv, de nevoia apartenenței la un grup. Așa cum spunea Lucian Boia, comunismul a format colective, grupuri și a instaurat ideea în mintea omului că doar astfel, ajutându-se unul pe celălalt și implicit societatea, vor rezista: *Mașina economică a comunismului seamănă cu o mașină căreia nu îi mai funcționează motorul. Pasagerii coboară și împing mașina cu mâinile. Surpriză agreabilă: mașina se mișcă într-adevăr. Cu trei inconveniente: mai întâi merge prea încet, în al doilea rând merge prea greu, iar în al treilea rând nu va merge prea mult. Pentru a obliga mașina să meargă comunismul a introdus munca forțată (...)*<sup>1</sup>

Gustav le Bon spunea de exemplu, că masele sunt mai ușor de manipulat, acestea având un grad mediu de inteligență și deseori se lasă ușor ghidate de sentimente, nu de

<sup>1</sup> Lucian Boia, *Mitologia științifică a comunismului*, București, Humanitas, 1993, p.115

gândirea rațională. *Masele nu cunosc decât sentimente simple și radicale, opiniile, ideile și convingerile ce le sunt sugerate fiind acceptate ori respinse în bloc, drept adevăruri absolute sau erori nu mai puțin absolute.*<sup>2</sup> Așadar, dacă un individ se bazează pe rațiunea și gândirea proprie și trece prin filtrul său informația primită, atunci grupurile de oameni tind să diminueze raționamentul și să se lase purtați de sentimente și pasiuni, fiind astfel mult mai ușor de manipulat.

Una dintre cele șapte tehnici ale propagandei evidențiate de cei doi sociologi este tehnica numită **ultimul tren** sau **trenul mulțimii** (bandwagon). Această tehnică se bazează pe principiul majorității, despre care sociologii și psihologii spun că funcționează foarte eficient. Principiul este unul chiar simplu și funcționează în felul următor: dacă toți sunt de acord cu o afirmație, opinie sau idee de ce eu nu aș fi de acord. În subconștient individul își pune întrebări, apare îndoiala asupra corectitudinii gândirii sale și dacă toți consideră că un fapt este corect ( legal, moral, legitim), atunci eu de ce aș considera că nu este corect. Individul, astfel, intră în cadrul unei majorități acceptând ceea ce i se oferă fără să se gândească mult asupra adevărului.

Totodată propaganda comunistă a mers și pe principiul că oamenii nu vor să fie diferiți sau izolați ci, dimpotrivă le place să fie conformiști, să trăiască în grupuri și astfel, acceptă părerile grupului chiar dacă, poate, inițial nu erau de acord. În plus, la nivelul gândirii noastre primitive, în cadrul unui grup, un individ consideră că are mai multe șanse de supraviețuire decât de unul singur, fiind astfel mai puțin vulnerabil. Oamenii în grupuri pot realiza lucruri pe care nu nici măcar le-ar fi inițiat ca individ, fapte abominabile chiar sau dimpotrivă, se adună în grupuri pentru protecția proprie. Stau mărturie numeroasele articole din presă care vorbesc la plural, unde nu doar un individ anume, singur și izolat aplaudă performanțele deosebite ale Partidului, ci un grup mare de indivizi sau chiar un oraș întreg. *La Sibiu numeroși oameni ai muncii, români, maghiari, germani – muncitori, tehnicieni, ingineri, medici, profesori – din orașul de reședință și din toate localitățile județului s-au întrunit într-o vibrantă adunare populară pentru dezarmare și pace.*<sup>3</sup> În presa anilor 1980-1989 s-a promovat îndelung această idee a colectivului; colectivul și nu individul crează societatea nouă, împreună luptăm pentru pace, împreună muncim și apoi aplaudăm performanțele deosebite ale regimului, industriei și nu în ultimul rând ale președintelui țării. *Noi pornim permanent de la faptul că socialismul îl construim cu poporul și pentru popor și vom face totul pentru ca poporul – adevăratul făuritor al istoriei, a tot ceea ce se crează în societatea noastră – să-și poată edifice, în liniște și pace, viitorul comunist.*<sup>4</sup>

Se lăsa, de asemenea impresia că fiecare individ este important pentru societate dar acesta nu va putea supraviețui doar dacă se ralia idealurilor și cerințelor societății. Conformismul, prin urmare era promovat ca o politică de stat. *[...] ne exprimăm legământul suprem de a acționa cu toată energia, în deplină unitate cu toți fiii patriei, pentru înfăptuirea neabătută atât a politicii interne și externe a partidului și statului nostru pentru apărarea păcii – cauză scumpă a întregii omeniri.*<sup>5</sup>

O altă tehnică utilizată în presa românească anilor 1980-1989 este cea numită **generalități sclipitoare** (glittering generality). În general, această tehnică utilizează drept argument legitimitatea. De exemplu, un studiu nu este un studiu oarecare, ci este realizat de o echipă de specialiști ai guvernului, dându-i astfel legitimitate. Studii privind sănătatea fizică sau alimentația rațional științifică erau în realitate pseudo studii care ascundeau carența de

<sup>2</sup> Gustav LeBonn, *Psihologia mulțimilor*, București, Antet, p.25

<sup>3</sup> Virgiliu Tătaru, *Pacea, voință supremă a întregului popor român în Scînteia*, 2 iulie 1985, p.3

<sup>4</sup> Cuvântare la Congresul Uniunii Generale A Sindicatelor din România, edit.Politică, București, 1986, p.14

<sup>5</sup> Virgiliu Tătaru, *Pacea, voință supremă a întregului popor român în Scînteia*, 2 iulie 1985, p.3

alimente pe piață, însă erau „vândute” publicului ca fiind cercetările celor mai buni specialiști ai țării în domeniu respectiv.

De exemplu, în ziarul *Scînteia* apare un extras din Hotărârea din 6 martie 1984, numită *Aplicarea fermă și neabătută a politicii demografice pentru vitalitatea, tinerețea și vigoarea națiunii*, unde Nicolae Ceaușescu afirma: *o înaltă cinste și o îndatorire patriotică pentru fiecare familie [...] să contribuie la înflorirea națiunii noastre socialiste, la triumful socialismului și comunismului în România*. În același timp un fizic viguros simbolizează și un popor sănătos, toate demonstrațiile mai mult sau mai puțin sportive, unele cu caracter mai degrabă politic decât sportiv aveau rolul nu doar de a promova sănătatea, ci și de a demonstra forța poporului.[...]. *Un popor sănătos și fizic și intelectual și moral constituie condiția fundamentală fără de care nu se poate vorbi de construcția comunismului, de o societate superioară! Să facem totul pentru ca poporul nostru [...] să fie demn, sănătos, puternic, voinic.*<sup>6</sup>

Avantajul major al utilizării acestei tehnici este acela că se pot utiliza cuvinte care trezesc sentimente și emoții pozitive puternice precum: erou, patriot, civilizație, demnitate, pace etc. Sensurile cuvintelor sunt în realitate vagi, uneori lipsite de sens, accentul care asupra repetării lor în mod constant și al creării de momente în care acestea pot fi repetate. Regimurile totalitare, regimul ceaușist, de exemplu a utilizat noțiunile de pace, dezarmare, patrie etc., alăturate numelui președintelui țării și a soției sale. În acest fel se creau o serie de asocieri între soții Ceaușescu și evenimentele pozitive care aveau loc în țară. Expresii precum [...] *purtând pecetea gândirii a tovarășului Nicolae Ceaușescu se înscrie ca o contribuție [...] într-un domeniu deosebit de important pentru prezentul și viitorul omenirii.*<sup>7</sup> aveau menirea de a pune într-o lumină pozitivă contribuția președintelui în ceea ce privea viitorul țării.

Oamenii ar fi trebui să devină incapabili să separe această asociere, pur și simplu pacea se datorează lui Nicolae Ceaușescu și atât. În cazul de față, propaganda evidenția munca președintelui român privind pacea, adică lupta neobosită pentru pace. Cărțile sale, pe această temă fiind traduse în numeroase limbi, atrăgerea atenției asupra necesității păcii prin manifestații grandioase dar și dorința poporului român de a obține pacea. [...] *într-un război nuclear în care ar pieri toată omenirea, este meritul inestimabil al președintelui României, de a fi pus în lumină cu toată limpezimea, ca în aceste împrejurări nu există problemă mai importantă decât aceea de aș pune capăt cursei înarmării [...]*<sup>8</sup>.

Un alt exemplu este crearea omului nou și a societății comuniste. Acest om nou nu se putea crea din nimic, avea la bază niște principii bine stabilite care erau aproape de natură științifică, în opoziție cu societatea capitalistă unde totul era lăsat în voia sorții. Deși marea majoritate a afirmațiilor pot fi considerate doar generalități, acestea au calitatea de a surprinde esențialul, de a trage atenția mulțimii asupra faptelor, evenimentelor sau personalităților cu trăsături pozitive. *Construim o societate nouă [...]. O construim pentru oameni, împreună cu oamenii, [...] cum este etic, numai prin abnegație, cu cinste, cu determinare, cu angajare*

<sup>6</sup> Extras din cuvântarea tovarășului Nicolae Ceaușescu la ședința Consiliului Sanitar Superior, în *Scînteia*, 8 martie 1984.

<sup>7</sup> Ioan Timofte, *Înlăturarea primejdiei nucleare și promovarea păcii – obiective vitale ale tinerilor de pretutindeni*, în *Scînteia*, 1 noiembrie 1985, p.6

<sup>8</sup> Nesemnăat, *Activitate vastă, neobosită pentru apărarea bunului suprem al omenirii : Pacea*, în *Scînteia*, 14 August 1985, p.6

patriotică.<sup>9</sup>[...] idealurile luminoase ale poporului, [...] se integrează strâns și armonios în marea familie a națiunii noastre socialiste [...].<sup>10</sup>

Foarte apropiată de tehnica precedentă este și cea a **transferului**. În linii mari acesta are scopul de asocia un eveniment, persoane, partide sau chiar regimuri politice cu diferite imagini. Acestea pot fi steaguri, afișe sau orice care poate să inducă publicului ideea de patriotism. Americanii, de exemplu, pentru a atrage atenția asupra nevoii de înrolare a tinerilor în armată, l-au creat pe *Unchiul Sam* care era îmbrăcat într-un costum ce imita steagul S.U.A. Afișele perioadei Războiul Rece, pe de altă parte, îi portretizau pe americani în opoziție cu sovieticii. Cei dintâi era întotdeauna veseli și înconjurați de simboluri ale capitalismului și democrației americane. În schimb, sovieticii erau prezentați în antiteză, aceștia fiind înconjurați de imagini care duc cu gândul la tristețe, disperare etc..

Așa cum știm, manifestările din ultima decadă a regimului ceaușist erau precum o paradă somptuoasă unde oamenii participau mai mult forțați și mai puțin din plăcere. Tablourile soților Ceaușescu, numele lor dar și diferite sloganuri scrise din trupuri umane pe stadioane fac parte din tehnica numită **transferul**. Prinsese, de asemenea, contur realizarea de filme în care eroul putea fi asociat cu imaginea lui Nicolae Ceaușescu, erou națiunii române.

La fel de important este aici și victimizarea. În presa comunistă erau redată și comentate situații mai puțin plăcute din viața unor țări aflate la limita existenței, dar și din viața țărilor capitaliste. Pentru dramele țărilor Lumii a Treia erau acuzați în mod evident imperialiștii și exploataorii, iar publicul avea să afle că Ceaușescu luptă împotriva acestor tragedii, fiind unul dintre puținii președinți care dorește eradicarea colonialismului.

*Aparent paradoxal ei (capitaliștii) obțin câștig nu numai din exploatarea muncii, ci și din privarea omului de dreptul la muncă [...]*<sup>11</sup> *În acest scop cercurile imperialiste recurg la o gamă de procedee de tip neocolonialist, de înrobire financiară [...] care ar face asupra țărilor în curs de dezvoltare să apese povara datoriei externe, de subminare a independenței și libertății lor.*<sup>12</sup>

Redarea unui articol din presa străină despre vagabondaj, șomaj, droguri sau alte evenimente neplăcute avea rolul nu doar de a sensibiliza publicul. Transmite ideea conform căreia cei din conducere, în cazul de față Partidul Comunist Român – Nicolae Ceaușescu, empatizau cu nevoile nu doar ale românilor, ci și ale întregului mapamond.

*[...] Criză economică [...] nu face decât să pună și mai puternic în evidență flagrantele inechități [...] ce caracterizează rânduirea capitalistă.*<sup>13</sup> *[...] milioane de oameni nu dispun de nici un fel de adăpost și zeci de milioane trăiesc în așa numitele cartiere de cocioabe, în case dărăpănate, insalubre, suprapopulate.*<sup>14</sup>

Dacă tehnicile prezentate și exemplificate până acum au avut ca scop atragerea atenției asupra evenimentelor pozitive din România, tehnica următoare numită **etichetarea** (name-calling) se opune acestora. Acesta are rolul nu doar de a pune în opoziție două entități, ci și de a evidenția părțile indezirabile ale celuilalt. Etichetarea adversarului este o tehnică des întâlnită, în special datorită ușurinței utilizării. Cuvintele precum imperialist, exploatare, cercuri reacționare etc. aveau menirea de a intra în limbajul cotidian al populației. Astfel, s-a

<sup>9</sup> I. Butnar, *Participare responsabilă, angajată, la conducerea societății*, în *România Liberă*, 12 ianuarie 1985, p.2

<sup>10</sup> I. Butnar, *Societatea noastră socialistă, o societate omogenă, dinamică, înfloritoare*, în *România Liberă*, 04. ianuarie 1985, p.2

<sup>11</sup> Anonim, *Mitul economiei de piață și drama de pe piața muncii*, în *Scînteia*, 14 oct.1989, pp.3-4

<sup>12</sup> Anonim, *Împotriva acțiunilor de subminare a independenței și libertății popoarelor*, în *Scînteia*, 20.11.1989, p.6

<sup>13</sup> Mariana Săsărman, *Grupaj Realitățile vorbesc*, în *Scînteia*, 24 ianuarie 1980, p.6

<sup>14</sup> Gabriela Bondoc, *Dreptul la locuință*, în *Scînteia*, 23 februarie 1980, p.6

creat asocierea între capitalism și numeroasele sale dezavantaje cel puțin din punctual de vedere al comuniștilor. De fapt, așa numitele forțe imperialiste și reacționare erau teme predilecte ale ziarelor comuniste, chiar mai mult articolele, parcă dădeau frâu liber unor sentimente de revoltă împotriva *acțiunilor de destabilizare*, a acestor forțe ale răului. Atitudinea *capitulardă sau spioni ai agenturilor străine* care doresc subminarea independenței țării sunt etichete des întâlnite în limbajul regimului.

Foarte asemănătoare cu etichetarea este tehnică numită **prezentarea selectivă a informației** (card stacking). Dacă în cazul tehnicii precedente, adversarii aveau apelative cu rezonanță; „prezentarea selectivă a informației” evidențiază doar acele informații pe care publicul trebuie să le vadă și care sunt conforme regimului.

De obicei, li se face un portret „celor răi” prezentându-se doar anumite informații despre aceștia. Metoda este destul de simplistă: cel care transmite informația știe la ce concluzie trebuie să ajungă, prin urmare tot textul mesajul, argumentația, este realizată în așa fel încă publicul să nu aibă altă alternativă.

De exemplu, presa anilor 1980-1989 prezenta situația din România deosebit de frumos. Situația țării era excelentă, la fel ca și cea din alte țări cu care România împărtășea același regim politic. Erau prezentate doar realizările națiunii nu și viața grea și restricțiile impuse cetățenilor. În schimb, în ceea ce îi privea pe adversarii regimului, capitaliștii, aceștia erau prezentați doar cu părțile mai puțin bune: număr ridicat de șomeri, dificultăți financiare, taxe pentru învățământ și asistență socială etc.

Limbajul utilizat în scrierea articolelor încerca conturarea unei imagini a unei lumi care nu era văzută de marea majoritate a românilor. *În ultimul an are loc o intensificare a campaniei ideologice...*, creând astfel impresia că pericolul care vine din exterior este iminent, frecvența unei astfel de expresii fiind foarte ridicată. Articolele de multe ori evidențiau cuvinte precum *contraofensivă* sau *ofensivă imperialistă*, iar accentul nu cădea pe ofensiv, adică apărare, ci pe dorința imperialiștilor de a distruge forțele inamicului și mai important de ocupare a teritoriului. Se creiona astfel imaginea unui inamic, întotdeauna străin și capitalist, care literalmente dorește pământul României. Într-un articol din Scânteia, autorul acestuia, Nicolae Lotreanu, amintește de tezele lui Nicolae Ceaușescu conform cărora: *Toate încercările reacțiunii imperialiste în decurs de zeci de ani, de a opri sau cel puțin dea întârzia dezvoltarea țărilor socialiste au eșuat. Astăzi, țările socialiste ocupă un loc important în întreaga viață economică și politică.*<sup>15</sup> Capitalismul, continuă autorul, trece prin diverse perioade de-a lungul existenței sale, crize politice și economice, în timp ce comunismul s-a dovedit o constantă, așadar reacțiile anticomuniste nu sunt altceva decât reacții ale gândirii burgheze. Mai mult, *unii ideologi sau chiar oameni politici din Occident încercă și azi să prezinte anticomunismul ca o problemă fundamentală a omenirii*<sup>16</sup>, când în realitate informează articolul, reprezintă fundamentul civilizației. Comunismul dorește reorganizarea lumii prin revoluții pe baze și valori umanitare. Pe de altă parte, imperialiștii - capitaliști au idei retrograde cu privire la bunăstarea umanității. Astfel cititorul era condus într-un labirint, legat la ochi, unde după fiecare colț așteptau parcă imperialiștii care doreau slăbirea puterii unei țări devenită foarte importantă.

Este subliniat, de asemenea, faptul că imperialiștii mistifică realitatea și utilizează comunismul pentru a masca alte probleme grave, atât în plan intern, cât și extern. Totodată, condamna atitudinea capitaliștilor față de comunism, spunând că a te opune comunismului înseamnă a te opune civilizației. Anticomuniștii se îndreptă spre o *contrarevoluție culturală* și

<sup>15</sup> Nicolae Lotreanu, *Anticomunismul - expresie a virulenței ideologiei cercurilor reacționare*, în *Scinteia*, 18.02.1988, p.4

<sup>16</sup>*Ibidem.*



se opun progresului omului, își încheie autorul argumentarea. Acești imperialiști anticomuniști sunt vinovați și de divizarea lumii și de înapoierea țărilor în curs de dezvoltare, dar și de situația financiară din țările capitaliste, concluzionau articolele din presa comunistă.

O altă tehnică utilizată de propagandă este aceea numită **mărturia** (testimonials) și care este des folosită atât în politică cât și în publicitate. Pentru a se obține o imagine favorabilă unui produs de exemplu, diferite personalități creditează acel produs, oferindu-i legitimitate. De obicei sunt folosite persoane în care publicul are mare încredere și care sunt apreciate de marea majoritate a oamenilor cum ar fi actori, sportivi etc., dar și oameni cu o educație deosebită precum cercetări, profesori sau medici.

Presa anilor 1980-1989 promova astfel de mărturii ale oamenilor simpli, muncitori având în vedere evidențierea beneficiilor regimului comunist. Aceste mărturii aveau scopul de a-i convinge chiar și pe cei mai sceptici cetățeni sau cei mai mari critici ai regimului că în realitate, oameni sunt mulțumiți de situația socială și economică din România. În perioada alegerilor președintelui sau în perioada premergătoare congreselor Partidului Comunist aceste testimoniale aveau o frecvență mai mare, încercând să convingă cu ardoare că realegerea președintelui Ceaușescu este cea mai bună opțiune.

Propaganda lăsa impresia că fiecare cetățean este important pentru înflorirea societății, în antiteză fiind cu regimurile vestice, capitaliste și exploatare pentru care dorințele și nevoile populației nu sunt luate în calcul de către conducătorii țării. De exemplu, un inginer afirma: *sunt mândru, ca tânăr inginer că pot contribui la aceste înalte comandamente puse în fața industriei noastre [...] că am posibilitatea deplină să mă afirm și să-mi valorific cunoștințele [...]*<sup>17</sup>.

În revista *Femeia*, o secțiune a acesteia, prezintă poveștile de viață ale unor femei împlinite pe planul profesional. Ca și în cazul articolelor în care nu sunt prezentate femei oarecare în câmpul muncii, ci sunt alese așa încât să vină în ajutorul campaniei propagandistice, la fel se întâmplă și cu articolele legate de „bucuria de a fi mamă”. De exemplu, într-un articol o muncitoare din București își povestește viața ca mamă, fiind considerată un exemplu bun pentru cititoarele revistei în cauză. Accentul, în articol, nu cade asupra faptului că are cinci copii și doi nepoți, la vârsta de 40 de ani, ci asupra faptului că în tot acest timp a simțit grija Partidului în ceea ce privește creșterea copiilor și întreținerea familiei. Aceasta detaliază toate beneficiile de a fi mamă într-un stat comunist: *ne-au fost puse la dispoziție condiții generoase pentru a crește în liniște copiii [...]. Tot timpul am avut și avem siguranța că țara pune la dispoziție tot ce are mai bun.*<sup>18</sup>

Articole pline de recunoștință la adresa primului tovarăș al țării erau „oferite” femeilor din toată țara. Mamele nu erau doar mame, ci și muncitoare, precum în cazul unei alte femei care declară cu mândrie că are 34 de ani și chiar dacă are cinci copii, reușește să depășească normă la locul de muncă. O profesoară din Tulcea, mama a patru copii spunea: *Am ascultat cu deosebită satisfacție cuvântarea[...] rostită de către tovarășul Nicolae Ceaușescu [...] în care încă o dată a arătat că îndatorirea cea mai nobilă familiei este de a avea și de a crește copii.*<sup>19</sup>

Cea de-a șaptea tehnică a propagandei dezvoltată de cei doi sociologi se numește **oameni din popor** (plain folks). Pentru a avea credibilitate politicienii se transpun în rândurile oamenilor simpli, ai celor din popor. Ei doresc să lase impresia că au venit din

<sup>17</sup> Vas Andras, inginer, *Conștiința mereu vie a participării la făurirea noului destin al patriei*, în *România Liberă*, 30.04.1987, p.2

<sup>18</sup> Elena Velicu ( muncitoare bobinatoare la întreprinderea Apollo București ), *Copiii – viitorul și tinerețea națiunii noastre*, în *Revista Femeia*, 1989, nr.4, p.9

<sup>19</sup> Ana Bira ( profesoară, Tulcea), *Bucuria și rostul vieții*, în *Revista Femeia*, 1989, nr.4, p.9

rândul oamenilor din popor, nu au uitat acest lucru și că toată munca lor este realizată în scopul ajutorării acestora. *Putem spune cu mâna pe inimă că valorile spiritualității socialiste românești contemporane, temeliile noului edificiu al patrimoniului nostru de valori [...] se află în în concepția și acțiunea profund novatoare [...] ale tovarășului Nicolae Ceaușescu, în modelarea revoluționară a spiritului său creator, constructiv.*<sup>20</sup>

Această tehnică sensibilizează în special atunci când discursul are cuvinte precum, *cetățenii mei sau am pornit și eu de jos știu cum este să răzbești în această lume etc.* Articolele din presa profitau pe deplin de această tehnică. În primul rând, profitau de faptul că însuși Nicolae Ceaușescu provine dintr-o familie numeroasă de țărani, a avut un loc de muncă obișnuit și mai mult se mândrea cu faptul că a fost un fervent militant al comunismului în perioada sa de ilegalitate.

Nu doar Nicolae Ceaușescu era omul din popor, soția sa era și ea la rândul ei nu doar femeie, ci și mamă, fostă muncitoare și militant comunist. Așadar, ea cunoaște greutățile prin care trec femeile simple și își dedică viață acestora, așa cum reiese din articole: *Prețuirea pe care prima femeie a țării noastre o arată femeilor țării se reflectă și în preocuparea pentru adoptarea în continuare a măsurilor celor mai potrivite pentru perfecționarea statutului acestora.*<sup>21</sup>

Sociologii și antropologii susțin că societatea umană dintotdeauna a cunoscut diverse limbaje și coduri. Fie că vorbim despre limbaje și coduri pe care le utilizăm zilnic, dar fără să ne dăm seama, fie că este vorba de cele utilizate în artă sau politică, acestea ne însoțesc permanent. Se cunoaște faptul că propaganda apelează la diverse metode pentru a obține rezultate propuse.

În această lucrare am analizat modul în care propaganda și-a făcut loc în presa comunistă din România, în perioada anilor 1980-1989, cu mențiunea că lucrare nu este una exhaustivă. Dimpotrivă, pentru o înțelegere mai bună asupra fenomenului propagandei, dar și asupra modului în care acesta, prin utilizarea diferitelor coduri și limbaje, funcționa este necesară studierea amănunțită a tuturor mijloacelor de informare.

*„Această lucrare a fost posibilă datorită sprijinul financiar oferit prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, cofinanțat prin Fondul Social European, în cadrul proiectului POSDRU/159/1.5/S/140863, cu titlul „Cercetători competitivi pe plan european în domeniul științelor umaniste și socio-economice. Rețea de cercetare multiregională (CCPE)”.*

## BIBLIOGRAPHY:

### Cărți

Boia Lucian, *Mitologia științifică a comunismului*, București, Humanitas, 1999

Boia Lucian, *Istorie și mit în conștiința națională românească*, București, Humanitas, 2010

Ellul Jacques, *Propaganda. The formation of men's attitudes*, New York, Vintage Books, 1973

<sup>20</sup> Petru Pînzaru, *Valorile spiritualității socialiste românești*, în *România Liberă*, 13 aprilie 1987, p.1

<sup>21</sup> *Ibidem*

Johnson-Cartee Karen S., Copeland Gary A., *Strategic political communication. Rethinking social influence, persuasion and propaganda*, U.S.A., Rowman & Littlefield publishers Inc., 2004

Le Bonn Gustav, *Psihologia mulțimilor*, București, Antet

### Articole

Ana Bira (profesoară, Tulcea), *Bucuria și rostul vieții*, în *Revista Femeia*, 1989, nr.4, p.9

Anonim, *Împotriva acțiunilor de subminare a independenței și libertății popoarelor*, în *Scînteia*, 20.11.1989, p.6

Anonim, *Mitul economiei de piață și drama de pe piața muncii*, în *Scînteia*, 14 oct.1989, pp.3-4

Cuvântare la Congresul Uniunii Generale A Sindicatelor din România, edit.Politică, București, 1986, p.14

Elena Velicu (muncitoare bobinatoare la întreprinderea Apollo București), *Copiii – viitorul și tinerețea națiunii noastre*, în *Revista Femeia*, 1989, nr.4, p.9

Extras din cuvântarea tovarășului Nicolae Ceaușescu la ședința Consiliului Sanitar Superior, în *Scînteia*, 8 martie 1984.

Gabriela Bondoc, *Dreptul la locuință*, în *Scînteia*, 23 februarie 1980, p.6

I. Butnar, *Societatea noastră socialistă, o societate omogenă, dinamică, înfloritoare*, în *România Liberă*, 04 ianuarie 1985, p.2

I. Butnar, *Participare responsabilă, angajată, la conducerea societății*, în *România Liberă*, 12 ianuarie 1985, p.2

Ioan Timofte, *Înlăturarea primejdiei nucleare și promovarea păcii – obiective vitale ale tinerilor de pretutindeni*, în *Scînteia*, 1 noiembrie 1985, p.6

Mariana Săsărman, *Grupaj Realitățile vorbesc*, în *Scînteia*, 24 ianuarie 1980, p.6

Nesemnăt, *Activitate vastă, neobosită pentru apărarea bunului suprem al omenirii : Pacea*, în *Scînteia*, 14 August 1985, p.6

Nicolae Lotreanu, *Anticomunismul - expresie a virulenței ideologiei cercurilor reacționare*, în *Scînteia*, 18 februarie 1988, p.4

Petru Pînzaru, *Valorile spiritualității socialiste românești*, în *România Liberă*, 13 aprilie 1987, p.1

Vas Andras, inginer, *Conștiința mereu vie a participării la făurirea noului destin al patriei*, în *România Liberă*, 30.04.1987, p.2

Virgiliu Tătaru, *Pacea, voință supremă a întregului popor român*, în *Scînteia*, 2 iulie 1985, p.3