

PROPAGANDA, AGITAZIONE E LINGUAGGIO RIVOLUZIONARIO

La natura della propaganda, la distinzione fra propaganda ed agitazione e la questione del linguaggio rivoluzionario sono temi importanti su cui spesso si genera confusione, a causa dell'influenza della borghesia. Riteniamo pertanto utile pubblicare le seguenti note – che seguono quelle su volantini e giornali murali apparse sul n. 10 della rivista - sia come dichiarazioni di principio, sia come contributo alla chiarificazione. L'obiettivo è migliorare la preparazione di base dei comunisti, dei militanti delle organizzazioni di massa, sindacali, antimperialiste, antifasciste, democratiche e progressiste.

LA PROPAGANDA

Per parlare di propaganda dobbiamo partire dal fatto che la società è divisa in classi sociali in lotta fra di loro, che hanno interessi e concezioni contrapposte. Dal punto di vista del materialismo storico la propaganda è lo strumento attraverso il quale una determinata classe sociale diffonde la sua ideologia e informa dal suo punto di vista le grandi masse, per ottenere consenso, ampliare la sua influenza, raggiungere determinati obiettivi, conquistare e consolidare il potere.

Ogni classe sociale fa propaganda per affermare le sue concezioni ed i suoi interessi economici e politici, per esercitare un'influenza sulle altre classi, per far sì che gli elementi della società adottino un'opinione ed una condotta determinata.

Nel campo della propaganda si sviluppa una lotta a morte tra i difensori del sistema capitalista ed il movimento che pone all'ordine del giorno l'abbattimento rivoluzionario di questo sistema, tra la borghesia ed il proletariato.

Per questo affermiamo che tutti i comunisti sono necessariamente dei propagandisti, che la propaganda è un compito collettivo di tutti i rivoluzionari – e non solo di taluni specialisti - essendo una parte fondamentale della lotta di classe. E' attraverso la propaganda comunista, infatti, attraverso la sistematica diffusione delle nostre idee, delle nostre analisi, delle nostre denunce, dei nostri obiettivi strategici e tattici che le masse comprendono la proposta rivoluzionaria, e soprattutto s'impegnano nella lotta per la sua realizzazione.

La propaganda si realizza in differenti forme {scritta, grafica, sonora, orale, ecc.) subordinate al contenuto delle idee e al pubblico cui è destinata. La propaganda rivoluzionaria è il mezzo insostituibile

per la diffusione dell'ideologia della classe operaia, del marxismo-leninismo e dell'internazionalismo proletario, della linea politica, del programma, delle risoluzioni, delle decisioni, delle direttive e delle opinioni dell'organizzazione comunista per indirizzare ed accelerare il processo rivoluzionario.

Essa si sviluppa su tutti gli avvenimenti, sopra tutti i casi d'ingiustizia, violenza, abuso, qualsiasi sia la classe colpita e s'indirizza particolarmente tra i lavoratori, utilizzando i più diversi strumenti e mezzi, inclusi quelli del nemico di classe.

Una delle funzioni proprie della propaganda comunista è lo sviluppo delle condizioni soggettive della rivoluzione proletaria, la più importante delle quali è la formazione del partito comunista. L'attività propagandistica dei comunisti è destinata principalmente alla classe operaia al fine di acquisire nuove forze e vincere in tutti i campi. Con la propaganda spingiamo all'azione, alla mobilitazione, all'organizzazione, all'unità tutti gli sfruttati, per rafforzare la volontà di lotta rivoluzionaria, per forgiare una vera coscienza di classe, per collegare il reparto d'avanguardia della classe operaia con le masse e guidarle nella lotta per la conquista del potere politico e il raggiungimento dell'egemonia della classe operaia (dittatura del proletariato, cioè della sua direzione su tutti gli aspetti della vita economica, politica e sociale.

CARATTERISTICHE DELLA PROPAGANDA RIVOLUZIONARIA

La nostra è una propaganda rivoluzionaria, di classe, incompatibile con l'opportunismo, con il riformismo e strettamente legata ai principi marxisti-leninisti, che sostiene un'iniziativa ampia senza perdere di vista i suoi scopi strategici, senza incorrere in

deviazioni di destra o di “sinistra”.

Le analisi, le interpretazioni, le opinioni, i commenti, l'informazione non si possono separare dal principio della lotta di classe. Analizziamo tutti i fenomeni e problemi economici, politici, sociali, culturali, le questioni tattiche e strategiche, locali, nazionali ed internazionali, dal punto di vista del marxismo-leninismo, dell'ideologia della classe operaia, dell'internazionalismo proletario.

Noi comunisti non facciamo propaganda per la propaganda, fine a se stessa, ma per raggiungere determinati obiettivi. Quali? Fondere l'ideologia scientifica del proletariato con il movimento operaio e popolare; diffondere il marxismo-leninismo per affrontare e risolvere tutti i problemi della nostra società; creare le condizioni soggettive per la rivoluzione nel nostro paese; conquistare milioni di lavoratori all'alternativa rivoluzionaria; educare le masse con la politica comunista, unirle, organizzarle e portarle allo scontro contro l'imperialismo ed il fascismo, contro i capitalisti, la borghesia, i revisionisti, per il Socialismo ed il Comunismo.

Utilizziamo tutti i mezzi e le forme di propaganda, occupiamo gli spazi e approfittiamo di ogni situazione. Lavoriamo nella legalità borghese come in qualsiasi altra condizione, secondo le situazioni concrete che si presenteranno. Impieghiamo i nostri strumenti di propaganda ma non disdegniamo di utilizzare gli stessi mezzi di comunicazione della borghesia, di aprire breccie tra le loro fila (in particolare tra i propagandisti democratici). Cerchiamo di portare le masse stesse alla partecipazione diretta ed all'elaborazione della propaganda rivoluzionaria.

La nostra propaganda per questo deve essere agile e opportuna. Non deve dare, tregua. E' necessario che sia ordinata, pianificata, audace e persistente. Non una propaganda dispersiva, frammentaria o remissiva.

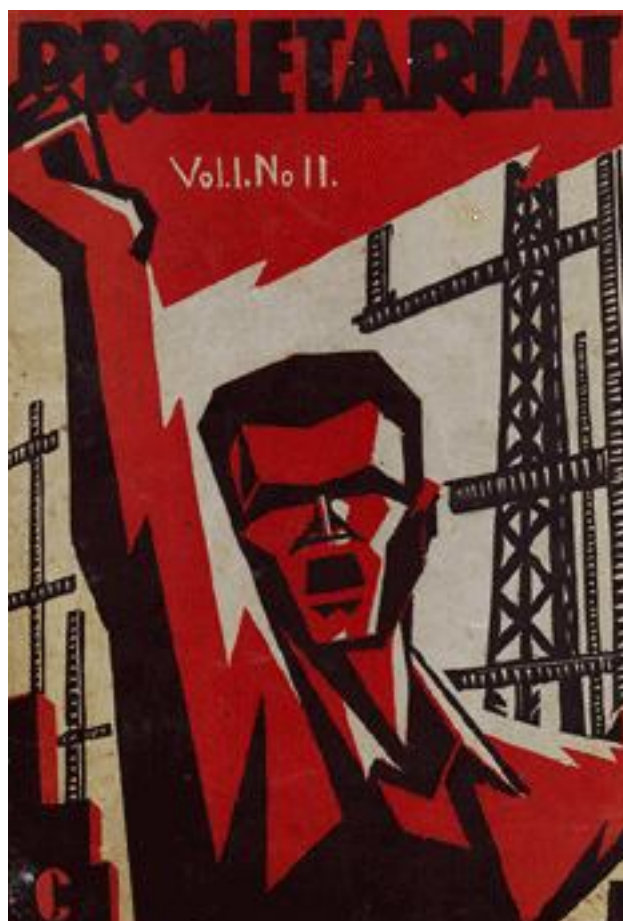
Dove dobbiamo dirigere la nostra propaganda? Essa è destinata alle forze della rivoluzione, in primo luogo alla classe operaia, ai proletari degli altri settori produttivi, dei trasporti e delle comunicazioni, ai braccianti, ai contadini poveri, alla piccola borghesia urbana (insegnanti, studenti, universitari, masse dei quartieri popolari, artigiani, tecnici e lavoratori intellettuali dello strato inferiore, masse giovanili, casalinghe, ecc). E' allo stesso tempo indirizzata ai democratici, agli amanti della pace e della libertà, della sovranità e dell'indipendenza nazionale.

Lavorare dove stanno le masse significa arrivare con la nostra propaganda dentro i sindacati e le

organizzazioni egemonizzate dal riformismo e dalla burocrazia sindacale, dall'aristocrazia operaia e dagli agenti della borghesia; significa indirizzarla verso gli organismi di fabbrica, i comitati di quartiere, i centri sociali, le associazioni di stampo più diverso (casa, ambiente, dopolavoro, sport, anziani, ecc).

La nostra propaganda cercherà inoltre di sviluppare i migliori sentimenti internazionalisti tra i lavoratori, educandoli nel senso di portare il proprio appoggio alla causa della lotta della classe operaia e dei popoli del mondo.

Portando in alto l'esempio delle rivoluzioni di tutti i continenti, chiariamo allo stesso momento che dobbiamo combattere in nemico comune, l'imperialismo, e che il proletariato d'Italia è parte integrante dell'esercito della rivoluzione proletaria mondiale, così come il suo reparto di avanguardia è un distaccamento del movimento comunista internazionale.



LA PROPAGANDA RIVOLUZIONARIA PRIMA E DOPO LE LOTTE

Nella tappa preliminare di uno scontro di classe, di una lotta politica, di una battaglia rivendicativa,

antimperialista, ecc. la propaganda rivoluzionaria, sia essa scritta o orale procura argomenti sulle ragioni che muovono i protagonisti della lotta proletaria e cerca di ottenere un'opinione pubblica favorevole per la causa. Allo stesso tempo cerca di isolare e indebolire ai nemici di classe e guadagnare alleanze tra le forze indecise.

Nel momento stesso dell'azione si deve acquisire un vantaggio a nostro favore. Il che significa prendere di sorpresa la borghesia, non darle tregua, ecc. La propaganda deve andare d'accordo con queste condizioni, senza allarmare il nemico o permettergli di sferrare dei colpi preventivi. Bisogna viceversa colpirlo con denunce serrate, dati, argomenti e dimostrazioni che lo disarmino e lo debilitino politicamente. Infine bisogna lavorare nel modo più adeguato per sostenere l'animo dei combattenti operai e nel vivo dello scontro stesso dare impulso ad una grande campagna di solidarietà che incorpori non solo "sentimentalmente" ma anche "fisicamente" importanti settori di massa in appoggio ai protagonisti della lotta.

Quando gli obiettivi della lotta sono stati raggiunti, parzialmente o totalmente e l'ondata tende a refluire, la propaganda rivoluzionaria estrae la lezione dagli avvenimenti tanto per i protagonisti che per l'intera classe sfruttata. Analizza dal principio alla fine il processo svoltosi per mettere in risalto i passi positivi ed evidenziare gli errori e le esperienze negative, al fine di correggerli. Chiama sempre a sviluppare lotte più ampie, decise ed acute compiendo la funzione che spetta all'avanguardia operaia.

PROPAGANDA ED AGITAZIONE

Abbiamo parlato della propaganda, del suo significato e dei suoi obiettivi, ora dobbiamo stabilire la distinzione tra essa e l'agitazione che, sebbene faccia parte della propaganda, costituisce un metodo con caratteristiche particolari, che è necessario precisare.

La propaganda abbraccia numerose idee, analizza in modo multilaterale un fenomeno o un gruppo di fenomeni intrecciati. Raggiunge la loro essenza formulandone la causalità, ponendo in evidenza le contraddizioni di diverso tipo in essi contenute. (interne, esterne, oggettive, soggettive, di classe, ecc.).

La propaganda precisa la contraddizione principale e sottolinea l'aspetto principale della contraddizione. segnala le sue implicazioni, estrae conclusioni di diverso carattere, prevede possibili risultati,

conseguenze, ecc. Essa è generalmente espressa in forma scritta.

Un propagandista per esempio per trattare la questione dei licenziamenti deve spiegare le caratteristiche della crisi capitalistica, segnalare l'inevitabilità della crisi stessa nella società attuale, indicare la necessità di abolire il capitalismo e di costruire il socialismo, ecc. In altre parole si tratta di offrire più idee.

L'agitazione, al contrario, prende in considerazione un fatto, un caso, un esempio, il più conosciuto dall'auditorio o dai lettori e sviluppa l'idea centrale, sostanziale, mettendo in risalto la particolarità del fenomeno, per arrivare rapidamente all'essenza del problema e denunciare la brutalità del sistema.

Questo fatto specifico deve essere spiegato in maniera vivace, chiara, concisa, di modo che si sollevi l'indignazione e l'animo di lotta dei lettori o degli uditori, affinché la comprensione si traduca in mobilitazione, in azione, in risposta rapida e vivace, in offensiva di classe.

L'agitazione procede principalmente a viva voce, ma è possibile realizzarla anche tramite la parola scritta (volantini o altri mezzi), con l'azione, con il lavoro, con l'esempio (anche l'emulazione socialista è stato un mezzo importante di agitazione, così come lo è la decisione di alcuni lavoratori di scendere in sciopero trascinandosi dietro la massa).

Bisogna utilizzare il più possibile la stampa comunista nella agitazione riproducendo i concetti fondamentali o spiegando in volantini le idee e le parole d'ordine elaborate, sviluppandole e modificandole a seconda delle condizioni locali.

Per tornare all'esempio dei licenziamenti l'agitatore distaccherà un problema, il più conosciuto dalla massa a cui si rivolge - poniamo il caso una famiglia in miseria, il dramma della disoccupazione - che inquieta la classe operaia e approfittando di questo fatto conosciuto da tutti dirige tutti i suoi sforzi ad inculcare nella massa una sola idea. Nella fattispecie l'idea dell'assurdità, della contraddizione, dell'aumento della ricchezza e dell'aumento della miseria tra la classe operaia, al fine di sollevare l'indignazione contro questa lampante ingiustizia e dirigere il malcontento verso gli obiettivi della lotta, mostrando cosa si deve fare per eliminare o cambiare questa realtà. Ovviamente l'agitatore lascerà al propagandista il compito di spiegare completamente la contraddizione che ha denunciato.

Il metodo dell'agitazione deve adattarsi alle condizioni locali e particolari. Un importante ruolo in questo metodo è giocato dalle capacità personali e dalle caratteristiche del pubblico al quale ci si

rivolge. L'agitazione deve essere adattata al pubblico e deve partire da ciò che è ben noto a chi ci sente o legge. Ci sono agitatori che producono la maggiore impressione per il loro entusiasmo, altri grazie al sarcasmo o alla crudezza con cui suggestionano il pubblico, altri ancora per la riuscita dei loro esempi. Compagni con spiccate doti di agitatori si potranno dedicare in modo sistematico a questo lavoro.

Fare agitazione politica significa organizzare denunce politiche su tutti i terreni, su tutti gli aspetti della vita politica e sociale, su tutti i casi di arbitrio ed oppressione, di violenza ed abuso, qualsiasi sia la classe colpita e obbligatoriamente dal punto di vista marxista-leninista. Ciò è condizione indispensabile e fondamentale per educare le masse all'attività rivoluzionaria.

Lanciare tra le masse lavoratrici denunce multiple e di attualità, dare vita a campagne di agitazione politica che colpiscano e disgreghino il regime capitalista: tali sono i nostri doveri di comunisti.

L'attività dei propagandisti e degli agitatori si comprende solo se inscritta nella pratica politica dell'organizzazione comunista, di modo che sia pianificata e indirizzata a obiettivi specifici. I migliori propagandisti ed agitatori non sono persone qualsiasi che sappiano parlare e scrivere bene, ma sono i militanti che assimilano a pieno la linea e la politica rivoluzionaria marxista-leninista.

L'efficacia della propaganda e dell'agitazione è prima di tutto un fattore ideopolitico, non tecnico. Noi non pensiamo certo che sia un male se i comunisti potessero disporre di giornali a larga tiratura, televisioni, stazioni radio, ecc. Ma tutto ciò è insufficiente se non prendiamo in considerazione il contenuto, l'essenza di ciò che diffondiamo. Per questo diciamo che la propaganda e l'agitazione sono strettamente legate all'esercizio della direzione politica. Se non si dispone di una linea politica corretta la propaganda condurrà le masse su un cammino sbagliato, indipendentemente dalla fattura degli articoli o dalle qualità oratorie dei compagni.

Dunque l'accento va posto sul contenuto della propaganda, anzitutto, senza per questo disdegnare il valore della forma e l'uso della tecnica. Sarà l'esperienza pratica, la capacità di applicare in piena libertà in quanto alle forme espressive l'orientamento generale dell'organizzazione, lo sviluppo di uno spirito offensivo, audace e creativo, il pieno dominio dei mezzi tecnici, l'abilità nel tenere nel debito conto le particolarità, che migliorerà le qualità dei propagandisti e degli agitatori. Ma per fare questo è sempre necessario accentuare la formazione teorica e politica dei militanti di modo che compiano al

meglio il loro lavoro.

Scriveva Lenin: *“solo un Partito organizzato può realizzare un'ampia agitazione, assicurare agli agitatori la direzione necessaria (ed i materiali) sopra tutte le questioni economiche e sociali”*. Lenin e Stalin relazionavano strettamente la propaganda con l'agitazione ed entrambe con l'organizzazione e non tolleravano che al fine di ottenere qualche successo temporaneo si sorvolasse sugli obiettivi socialisti, che ci si limitasse all'agitazione o alla propaganda economica-sindacale, senza elevare la coscienza della classe sfruttata al livello della coscienza politica comunista.



IL LINGUAGGIO NELLA PUBBLICISTICA RIVOLUZIONARIA

Stalin ha chiarito che non esistono lingue “di classe”. La lingua, infatti, non è una sovrastruttura, ma un fenomeno sociale prodotto dall'intera società durante secoli e secoli di storia. La lingua serve a tutte le classi sociali, risponde alle necessità delle diverse classi, è un mezzo di comunicazione comune ai membri di una società.

Se la lingua è “indifferente” rispetto le classi sociali, le classi però non lo sono rispetto alla lingua. Ogni classe si sforza di utilizzare la lingua per i propri interessi, di imporre un proprio lessico, i propri termini, le proprie espressioni, di far trionfare la propria concezione del mondo attraverso “parlate”,

“gerghi” di classe.

Borghesi e proletari hanno idee, rappresentazioni, costumi, principi morali opposti. La lingua, realtà immediata del pensiero, veicola gusti e culture differenti, concezioni e visioni del mondo contrapposte. Il carattere di classe di questi fenomeni ha un'influenza importante nell'aspetto semantico della lingua, cioè in quello relativo al significato delle parole.

Le classi dunque influenzano la lingua portando in essa le loro parole ed espressioni, attribuiscono un significato diverso alle stesse parole, fanno un uso diverso degli stessi termini. I contrasti di classe si riflettono pertanto nell'uso concreto della lingua.

La lingua usata per la propaganda di classe quindi non può che rispecchiare l'atteggiamento, le aspirazioni, le attitudini, di una determinata classe nei confronti della realtà sociale esistente.

Nella propaganda rivoluzionaria, come nell'azione, dobbiamo perciò stare all'offensiva. mantenere l'iniziativa, riflettendo in essa la funzione storica della classe sociale che seppellirà la società borghese.

Il nostro linguaggio deve essere preciso, incisivo, combattivo, chiaro, immediato, asciutto, essenziale, responsabile e convincente. Un linguaggio colorito, giovanile, fresco, vivace, popolare (ma non populista o paternalista). Un linguaggio caustico, irriverente, ironico, graffiante, corrosivo, virulento; non un linguaggio remissivo, cauto, paludato, stereotipato, ripetitivo o monotono. Un linguaggio teso, problematico, come è problematica la vita, che ha una sua drammaticità ed una sua tensione provocata dallo scontro di spinte contrastanti.

La prima regola da seguire quando componiamo un articolo, un volantino, un discorso è di scrivere per farsi capire. La domanda da porsi è: per quale pubblico stiamo scrivendo?

Dobbiamo sempre tenere in conto l'effettivo livello ideologico, politico, culturale delle masse a cui vogliamo rivolgerci. In Italia circa l'80% della classe operaia ha frequentato solo la scuola dell'obbligo. Gli operai avanzati, che di solito possiedono maggiori competenze culturali, al più possiedono un diploma. Dobbiamo quindi porci il problema della comprensibilità di ciò che scriviamo per realizzare una propaganda obiettiva e utile, non idealista e soggettivista, senza mai scendere nel livello di contenuto e di precisione.

Questo problema è in sostanza un aspetto particolare della questione più generale che ci poniamo, quella di legare il socialismo scientifico con la realtà concreta e non possiamo quindi eluderlo.

Se è un problema serio per una rivista teorico-politica rivolta ai lavoratori avanzati, esso acquista un'importanza ancora maggiore nei giornali di massa, in quelli sindacali o di “fronte”. Questa stampa non solo deve riflettere sufficientemente il processo di sviluppo delle organizzazioni di massa a cui si riferisce, ma deve parlare agli operai in modo semplice, facile, accessibile, con parole di uso comune. Il linguaggio nei giornali di massa deve avvicinarsi il più possibile a quello parlato, attuando altresì una notevole sintesi e chiarezza espositiva.

Bisogna spiegare alle masse perché succede questo o quel fatto. Bisogna parlare agli operai dei loro problemi concreti, della realtà quotidiana, partire dai fatti che possono toccare con mano, dai problemi che vivono, fornendo una chiara interpretazione politica, di classe, non ristretta o localista. Senza dubbio ciò non significa che, tanto nella rivista, come nel giornale politico o in quello sindacale, dobbiamo abbassare il livello teorico e politico della nostra propaganda.

Il miglior modo per riuscire ad essere semplici e comprensibili nella scrittura è di possedere un vocabolario ricco, il che non significa infarcito di termini accademici. Chiarezza non significa necessariamente un linguaggio elementare o un lessico povero. Sotto questo aspetto una pubblicistica comunista – giornale o rivista che sia - ben scritta oltre a essere un organo per la propaganda è anche uno strumento di educazione di massa, che deve essere incrementata attraverso la lettura, lo studio, l'analisi e la discussione degli articoli che vi appaiono.

Infine uno degli obiettivi fondamentali della pubblicistica comunista è quello relativo alla applicazione delle direttive politiche, delle parole d'ordine, del programma, nella realtà propria dei rispettivi settori di massa. Esse devono, per così dire, essere tradotte, spiegate, popolarizzate ed al tempo stesso contenere tutti quegli elementi che permettono la preparazione delle azioni ideologiche, politiche ed organizzative della lotta di classe.

Su queste basi ci occorre orientarsi per dar vita ad una stampa comunista che sappia realizzare una propaganda sempre migliore, che sia un'arma ideologica fondamentale per vincere i nostri nemici di classe.

TEORIA & PRASSI N. 14 - SETT. '05