



100

x

PRO

PA

GAN

DA

SYMPOZJUM


DRUKOWANE PIĘKNO
Seria wydawnicza pod kierunkiem

dr Anny Walczak

dr. hab. Grzegorza Protasiuka prof. ASP

tom II

1 0 0 × P R O P A G A N D A

Gdańsk 2019

Drukowane Piękno tom 11 wydano dzięki środkom Ministra Edukacji Narodowej

Symposium 100 x PROPAGANDA miało miejsce w Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku
23 listopada 2018 roku

PATRONAT HONOROWY:

Prezes Polskiej Akademii Nauk
prof. dr hab. Jerzy Duszyński
Rektor Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku
dr hab. Krzysztof Polkowski
Prezydent Miasta Gdańska
Paweł Adamowicz

RADA PROGRAMOWA:

prof. dr hab. Grażyna Borkowska, dr Zofia Tylewska-Ostrowska,
prof. dr hab. Sławomir Witkowski, dr hab. Grzegorz Protasiuk, prof. ASP

KOMITET ORGANIZACYJNY:

dr Anna Walczak, dr Aneta Kwiatkowska, Emilia Wernicka, Wanda Pętlicka

RECENZENCI TOMU:

dr Jan Daniluk, dr hab. Iwona Sakowicz, prof. dr hab. Jacek Tebinka, dr hab. Andrzej Wozniński
Uniwersytet Gdański
dr Zbigniew Brzostowski
Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku

REDAKCJA:

Aleksander Baliński

PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD:

Emilia Wernicka

ZNAK SYMPOZJUM:

Emilia Wernicka

TEUMACZENIA:

na język angielski sporządziła Anna Moroz-Darska

SKANY OBIEKTÓW:

ze zbiorów PAN Biblioteki Gdańskiej wykonał Digital-Center, Gdańsk

© Copyright by Polska Akademia Nauk Biblioteka Gdańska, Gdańsk 2019

© Copyright by Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku Wydział Grafiki, Gdańsk 2019

WYDAWCY:

Polska Akademia Nauk Biblioteka Gdańska
80-858 Gdańsk, ul. Wałowa 15, tel. 58 301-22-51/54, sekretariat.bg@bg.pan.pl

Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku Wydział Grafiki
80-830 Gdańsk, ul. Chlebnicka 13/16, tel. 58 320-15-04, kontakt@asp.gda.pl

ISBN

978-83-66271-26-5

Drukarnia:

NORMEX, www.normex.pl, info@normex.pl

1 0 0

x

P R O

P A

G A N

D A



AKADEMIA
SZTUK
PIĘKNYCH
W GDAŃSKU



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego

A N E —

T A —

K W I A T —

K O W —

S K A —

WSTĘP / PREFACE

W 1622 roku papież Grzegorz xv powołał Congregatio de Propaganda Fide – Kongregację Propagandy Wiary. Nie znaczy to oczywiście, że dopiero wtedy narodziło się zjawisko propagandy. Dawne imperia posługiwały się nią już od czasów starożytnych. Polityczne symbole, rytuały starożytnego Rzymu, monumentalna architektura średniowiecza miały również wydźwięk propagandowy.

Do xx wieku słowo „propaganda” miało dość neutralny wydźwięk i było rzadko używane; „Encyclopaedia Britannica”, najważniejsze ówczesne kompendium wiedzy, w ogóle nie notuje takiego hasła przed 1911 rokiem. Neutralność zatraciło całkowicie wraz z pierwszą wojną światową. Na potrzeby maszyny wojennej zatrudniono sztaby ludzi, których zadaniem było tworzyć teksty i obrazy ukierunkowujące nastroje i emocje społeczne zgodnie z wolą rządów. Przy pomocy słów – twierdzono – wygrywa się wojnę i sprzedaje mydło, skłania się ludzi do czynu albo powstrzymuje się ich od działania. Jedynie koszty – jak głoszono w latach dwudziestych – ograniczają dostawę opinii publicznej na dowolne miejsce i na dowolny temat. Po kolejnej, drugiej wojnie światowej w krajach demokratycznych unikano słowa „propaganda”, które zaczęto kojarzyć z krajami totalitarnymi – zsr i nazistowskimi Niemcami.

W latach osiemdziesiątych amerykańska krytyk sztuki Lucy Lippard proponowała „odczarować” słowo propaganda i stworzyć – jak sama napisała – „dobrą propagandę”, która miała być swego rodzaju artystyczną prowokacją, nowym sposobem patrzenia na otoczenie. Hasło to nie zostało szerzej podchwyczone, a pytanie, czy propaganda, w szczególności polityczna, może być w ogóle dobra, pozostaje aktualne.

In 1622, Pope Gregory xv founded Congregatio de Propaganda Fide – Congregation for the Propagation of the Faith. This does not mean, naturally, that the date marks the birth of the phenomenon of propaganda. Former empires used it since ancient times. Political symbols, the rituals of ancient Rome, and the monumental architecture of the Middle Ages also had a propaganda feel to them.

Until the 20th century, the word “propaganda” had a relatively neutral undertone and was rarely used: the Encyclopaedia Britannica, the most important compendium of knowledge of the times, does not record such an entry at all before 1911. The term lost its neutrality for good during the First World War. For the purposes of the machine of war, a lot of people were employed to create texts and images directing social sentiments and emotions to suit the governments. It is with the help of words – it was argued – that wars are won, soap is sold, and people are made to do things or refrain from doing them. Only the costs – it was announced in the 1920s – limit the supply of the public opinion to any place and on any topic. After the subsequent Second World War, the word “propaganda” was avoided in democratic countries, as it began to be associated with totalitarian states – the usrr and the Nazi Germany.

In the 1980s, the American art critic Lucy Lippard proposed that the word propaganda be freed from its bad aura and what she referred to as “good propaganda” be created, which was to be a kind of artistic provocation, a new way of looking at the surroundings. The idea failed to win much popularity, and the question whether propaganda, in particular the political one, can at all be good, remains open.



Niniejsza publikacja jest pokłosiem sympozjum 100XPROPAGANDA, które odbyło się 23 listopada 2018 roku w gdańskiej Akademii Sztuk Pięknych i zostało zorganizowane przez Wydział Grafiki ASP w Gdańsku oraz PAN Bibliotekę Gdańską. Celem sympozjum była próba wielostronnego omówienia zjawiska propagandy przez badaczy tak różnych dziedzin, jak sztuka, historia, językoznawstwo i socjologia. Autorzy tekstów zamieszczonych na łamach tomu opisują próby wpływania na społeczeństwo za pomocą zapomnianych już dziś znaczków kwestarskich, form pozornie niewinnych jak foldery turystyczne, regionalnej prasy, połączonych wysiłków organizacji społecznych i aparatu państwa, wielkich naścienne murali, w okresie od pierwszej wojny światowej do współczesności.

Zawarte w publikacji przemyślenia i wnioski są potwierdzeniem wszechobecności propagandy w otaczającym nas świecie dawniej i dziś, również w formach czasem wydawałoby się nieoczywistych i banalnych. Wybitny, nieżyjący już językoznawca Walery Pisarek powiedział: „wszystko jest perswazją, oprócz tego, co nie jest perswazją”. Tylko co dziś nią nie jest?

This publication is a result of the symposium 100XPROPAGANDA, which took place at the Academy of Fine Arts in Gdansk on 23 November 2018 and was organised by the Academy's Faculty of Graphic Arts and Gdansk PAN Library. The symposium was aimed at a multilateral discussion of the phenomenon of propaganda by researchers, representing such different fields as art, history, linguistics, and sociology. The authors of the texts published herein describe attempts at exerting influence on society with the help of the already forgotten charity stamps, apparently innocent forms such as tourist brochures, the regional press, joint efforts of social organisations and the state apparatus, and huge murals: from the First World War until our own times.

The reflections and conclusions included in this publication are a confirmation of the ubiquity of propaganda in the surrounding world today and in the past, also in forms which could seem non-obvious and banal. The late eminent linguist Walery Pisarek is known to have said: “everything is persuasion apart from what is not persuasion”. But what is not persuasion today?

SPIS TREŚCI

4	Aneta Kwiatkowska <i>Wstęp</i> Preface
12	Matylda Filas <i>Wielka moc małych form – siła przekazu znaczków kwaterańskich</i> <i>The great power of small forms – the impact of the message of charity stamps</i>
28	Anna Derda <i>Propaganda niemiecka okresu plebiscytu na Warmii i Mazurach w 1920 roku w świetle materiałów zawartych w dzienniku „Allensteiner Volksblatt”</i> <i>German propaganda from the period of the East Prussia plebiscite of 1920 in the light of materials from the daily Allensteiner Volksblatt</i>
49	Izabela Olszewska <i>Danzig. Die deutsche Hochschulstadt im bedrohten Osten. Propaganda historyczna na przykładzie folderów turystycznych Wolnego Miasta Gdańska. Analiza lingwistyczna</i> <i>Danzig. Die deutsche Hochschulstadt im bedrohten Osten. Historical propaganda on the basis of tourist brochures of the Free City of Danzig. A linguistic analysis</i>
70	Paweł Szulc <i>Propaganda turystyki w II Rzeczypospolitej</i> <i>Propaganda of tourism in the Second Polish Republic</i>
96	Łukasz Grochowski <i>Teleksy związkowe o kampanii propagandowej prowadzonej przeciwko NSZZ „Solidarność” w 1981 roku</i> <i>Union telex messages on the propaganda campaign against the Independent Self-governing Labour Union Solidarity in 1981</i>
III	Waldemar Dymarczyk <i>„Cześć Waszej pamięci Żołnierze Wyklęci”, czyli rzecz o współczesnych muralach patriotycznych i nacjonalistycznych</i> <i>“All hail to the memory of the Cursed Soldiers”, or on the contemporary patriotic and nationalist murals</i>
134	Damian Binkowski <i>Propagandowy potencjał pisma fonetycznego</i> <i>The propaganda potential of phonetic script</i>
155	Grzegorz Protasiuk <i>Posłowie</i> Afterword





1. [Powstanie styczniowe] 1863/64

M A —

T Y L D A

Wielka moc małych form – siła przekazu

F I L A S

znaczków kwestarskich

—

The great power of small forms – the impact of the message of charity stamps



2. Na „Gwiazdkę” dla Szczypiorny, 1917 r.

Znaczki kwestarskie są świadectwem swoistej mobilizacji społecznej. Niewielkich rozmiarów druki – w porównaniu z innymi dokumentami życia społecznego, np. plakatami – mogą wywierać ogromny wpływ.

Powodzenie zbiórek pieniędzy świadczy o powszechnym przekonaniu o konieczności wsparcia osób najsłabszych i najuboższych oraz ogromnym oddaniu społeczeństwa w budowaniu nowego państwa polskiego po 1918 roku. Tym samym działalność charytatywna może być manifestacją patriotyczną. To, że znaczki kwestarskie, pieczołowicie przechowywane, przetrwały czasy wojenne, przeprowadzki i zawieruchy polityczne, a dziś są ozdobą kolekcji prywatnych i instytucjonalnych, nadaje im nowe znaczenia.

Analizę przekazu perswazyjnego znaczków kwestarskich przeprowadzono na podstawie kolekcji Gabinetu Dokumentów Życia Społecznego Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie.

Słowa kluczowe: znaczki kwestarskie, działalność charytatywna, filantropia

Charity stamps are testimony to a peculiar mobilisation of the public. Small in size – in comparison with other documents of social life, such as posters – these printed materials can have a major impact.

The success of money raising reflects a universal belief in the necessity to support the weakest and the poorest individuals, as well as the society's great dedication to the building of the new Polish state after 1918. Thus, charitable activities may be patriotic manifestations. The fact that, carefully stored, charity stamps have managed to survive the times of war, relocations, and political turmoil, and today are among the treasures of private and institutional collections, provides them with a new significance.

An analysis of the persuasive impact of charity stamps was performed on the basis of the collection of the Ephemera Department of the University of Warsaw Library

Keywords: charity stamps, charitable activities, philanthropy

Wielka moc małych form – siła przekazu znaczków kwestarskich

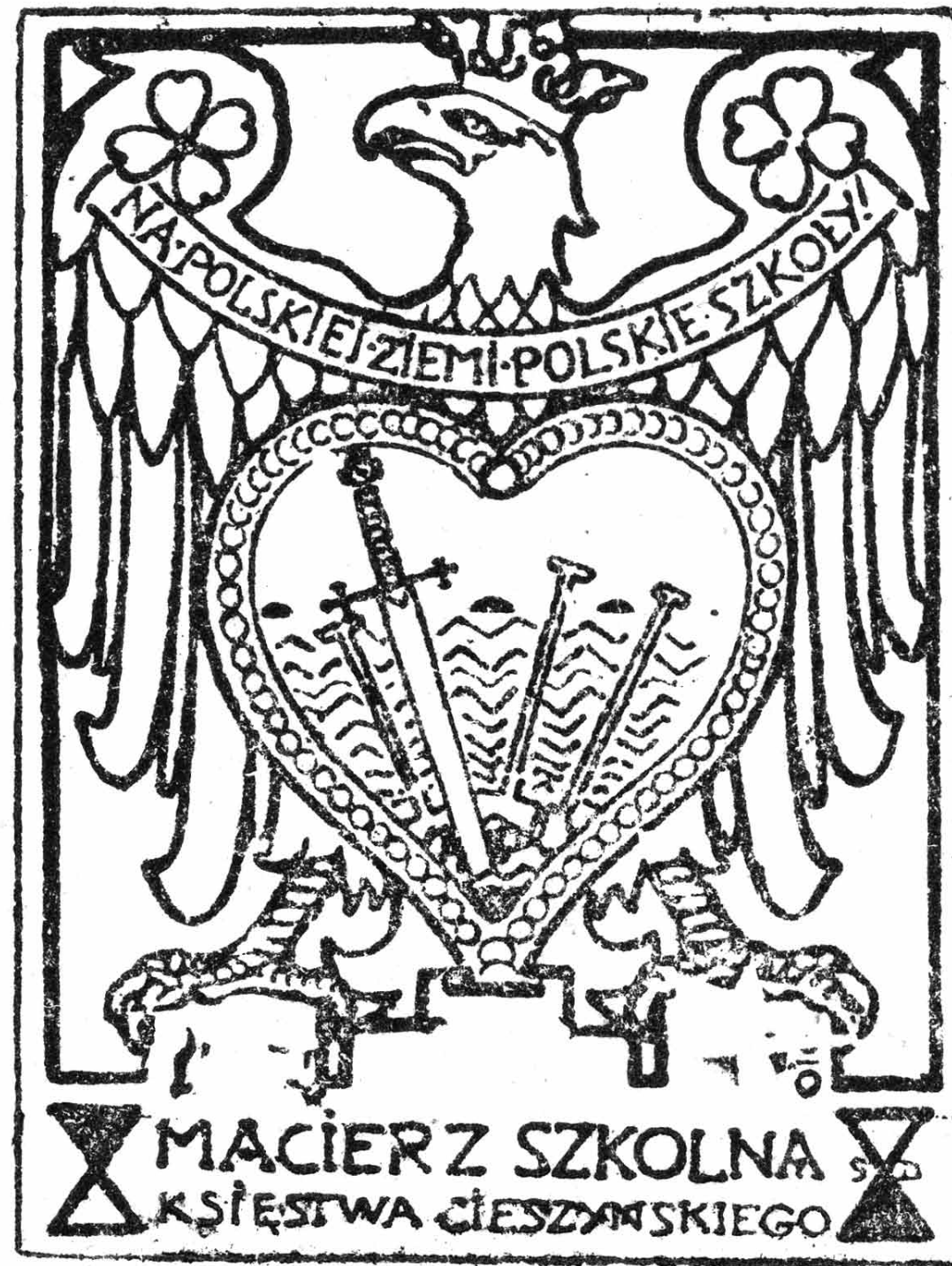
The great power of small forms – the impact of the message of charity stamps

3. Na polskiej ziemi polskie szkoły. Macierz szkolna Księstwa Cieszyńskiego

Znaczki kwestarskie są to drobne, wielkości znaczka pocztowego, formy graficzne lub typograficzne, drukowane z okazji ulicznych zbiórek pieniędzy. Są swego rodzaju pokwitowaniem, potwierdzeniem złożenia datku. Jednocześnie, dzięki wyrazistej i rozpoznawalnej formie, umieszczone na widocznym miejscu na ubraniu, mogą służyć manifestacji pewnych postaw i wyznawanych wartości, zachęcając innych przechodniów do przyłączenia się do akcji. Działalność charytatywna była na początku XX wieku domeną sfer wyższych i aspirujących do wyższych.

Znaczki poddane analizie w tym opracowaniu pochodzą z terenów polskich z lat 1916–1922, a przechowywane są w Gabinetie Dokumentów Życia Społecznego Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie (GDZS BUW)¹. Wybór takich ram czasowych wynika ze struktury omawianego zasobu. Zbiór znaczków kwestarskich Thomasa Wolanina, przekazany w 2017 roku Bibliotece Narodowej w Warszawie, obejmuje lata 1913–1924². Komplementarne opracowanie Andrzeja Paszty i Juliusza Sętowskiego opisuje przypinki kwestarskie i cegielki w Częstochowie w latach 1915–1924³. Natomiast pierwsze znaczki kwestarskie pojawiły się na ziemiach polskich na początku XX wieku⁴.

1. Znaczki kwestarskie, kolekcja 364 obiektów w Gabinetie Dokumentów Życia Społecznego Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie (GDZS BUW), nr inw.: 5/1240, 7/4380-4470.
2. Thomas R. Wolanin, *Polish charity labels & placards 1913-1924: the Wolanin collection*, Arlington 2016, s. 1.
3. A. Paszta, J. Sętowski, *Przypinki kwestarskie i cegielki w Częstochowie w latach 1915-1924*. Częstochowa: Polskie Towarzystwo Numizmatyczne, Oddział im. dr. Władysława Terleckiego 2012, s. 7.
4. M. Sosenko, *Papierowe cudowniki, czyli Niezwykły świat luksusowych papierów*. Publikacja wydana z okazji wystawy inauguracyjnej działalności ekspozycyjną w nowym budynku Muzeum Północno-Mazowieckiego w Łomży, luty 2011, Łomża: Muzeum Północno-Mazowieckie, Lublin: L-Print 2011, s. 9. M. Sosenko wywodzi genezę znaczków kwestarskich od medali, medalików i kotylionów będących pamiątkami kwest od pierwszej połowy XIX wieku.





4. [Powstaniec styczniowy], 1863

Znaczki kwestarskie

Rozpatrywaną tu kategorię drobnych druków (rozmiary od 15 do 100 mm, średnio 40 mm) w filatelistyce określa termin *znaczki dobroczynne*, wliczany do szerszej grupy *znaczków (i nalepek) niepocztowych*⁵.

Termin *znaczki kwestarskie* jest używany przez kolekcjonerów i tak został przyjęty w praktyce bibliotekarzy i muzealników zajmujących się zbiorami dokumentów życia społecznego.

Encyklopedia filatelistyki wymienia je w definicji anglojęzycznego terminu *cinderella*⁶ określającego szeroką kategorię znaczków wydanych przez inne instytucje niż poczta lub nie dopuszczonych przez nią do obiegu. W *The Encyclopedia of Ephemera* wspomniano o znaczkach kwestarskich w nocie o *cinderella stamps*⁷ oraz opisano szczególnie ich rodzaj *the Christmas stickers* – nalepek dołączanych do bożonarodzeniowej korespondencji, dochód z których był przeznaczony na cele charytatywne.

Podobnie autorzy wydanego w 1966 roku poradnika *Mały przewodnik kolekcjonera* zaliczają *nalepki dobroczynne* do *niby znaczków*⁸ – podobnych kształtem i rozmiarem, a w konsekwencji sposobem kolekcjonowania. Polecają je jako tanie obiekty kolekcjonerskie, nie wymieniane w katalogach filatelistycznych, którymi nie interesują się jeszcze wielcy kupcy i antykwariusze. W tym czasie nie były one również obiektami zainteresowania bibliotekarzy ani muzealników.

Znaczki kwestarskie stanowią znakomity materiał badawczy zarówno pod względem graficznym, jak i treściowym. Stanowią interesujący materiał dla historyków i badaczy z innych dziedzin. Czasami są jedynym materialnym śladem organizowania akcji charytatywnych w danym mieście i działalności konkretnej organizacji.

Kwesty

Kwesty uliczne są jedną z form pozyskiwania funduszy ze zbiórki publicznej. Na początku XX wieku polskie elity społeczne zajmowały się filantropią, z jednej strony w celach rozrywkowo-towarzyskich, z drugiej opozycyjno-patriotycznych⁹. Wsparcie potrzebujących należało do dobrego tonu, a niedzielne wyjście do kościoła

5. *Filatelistyka*, red. D. Borawska-Mostafa, Warszawa: Wydawnictwo Czasopism i Książek Technicznych „Sigma NOT”, 1992, s. 157.

6. *Encyklopedia filatelistyki*, red. T. Hampel, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1993, s. 94.

7. M. Rickards, *The Encyclopaedia of Ephemera. A Guide to the Fragmentary Documents of Everyday Life for the Collector, Curator and the Historian*, London: The British Library, 2001, s. 99.

8. P. Burchard, E. Gołowin, *Mały przewodnik kolekcjonera. Moje hobby*, Warszawa: Iskry, 1966, s. 170-178.

9. E. Leś, *Zarys historii dobroczynności i filantropii w Polsce*, Warszawa: Prószyński i S-ka, 2001, s. 45-76.



5. *Ratujcie dzieci!* Rada Główna Opiekuńcza, 1916 r.

dawało okazję pokazania się w towarzystwie. Przed świątyniami i na najbardziej ruchliwych ulicach stali kwestarze z puszkami na datki oraz znaczkami i szpilekami do ich przypięcia. Udział w kwestach świadczył o postawie patriotycznej, służył wsparciu rodaków w potrzebie, pomocy żołnierzom czy polskiej edukacji¹⁰.

Represje zaborców po powstaniach oraz długa i wyniszczająca pierwsza wojna światowa przyczyniły się do drastycznego wzrostu liczby osób skrajnie ubogich. Jednocześnie realna szansa na odrodzenie państwa wyzwoliła w Polakach ogromną potrzebę udziału w odbudowie gospodarki kraju i zadbania o wychowanie dzieci w duchu patriotycznym. Prężne organizacje pomocowe, nazywane wręcz „ratowniczymi”, zbierały fundusze na swoją działalność przy okazji koncertów, bali, przedstawień teatralnych i innych imprez. Świadectwem wielkiej liczby stowarzyszeń społecznych jakie działały w tamtym czasie są pozostające obecnie w zbiorach prywatnych i instytucjonalnych liczne znaczki kwestarskie.

Czy znaczki kwestarskie są nośnikiem propagandy?

Brian Anse Patrick, wykładowca Uniwersytetu w Toledo, jako jedną ze swoich ulubionych definicji propagandy, przytacza tę utworzoną przez antropologa Clifforda Geertza jako definicję religii:

Without a further ado, then, a religion is: (1) a system of symbols which acts to (2) establish powerful, pervasive, and long-lasting moods and motivations in men by (3) formulating conceptions of a general order of existence and (4) clothing these conceptions with such an aura of factuality that (5) the moods and motivations seem uniquely realistic¹¹.

Religia i propaganda są pod pewnymi względami bardzo do siebie podobne. Pełność i trafność tej definicji można docenić dzięki tłumaczeniu polskiego wydania książki Briana Anse'a Patricka, *The Ten Commandments of Propaganda*, dokonanemu przez Joannę Sugiero:

System symboli, których celem jest osiągnięcie mocnych, trwałych nastrojów i motywacji u ludzi przez formułowanie koncepcji dotyczących ogólnego porządku istnienia i otaczania ich aurą faktyczności sprawiającej, że te nastroje i motywacje wydają się wyjątkowo realistyczne¹².

10. W Królestwie Kongresowym, od wprowadzenia reformy dobroczynności publicznej w 1870 roku do wybuchu I wojny światowej, akcje charytatywne były pod kontrolą władz państwowych. Podobnie jak w pozostałych zaborach, rosyjska administracja upatrywała w inicjatywach polskiej samopomocy społecznej niebezpieczeństwa dla panującego ustroju. Filantropia, często uprawiana w konspiracji, była przejawem patriotyzmu, ściśle związanego z ruchami niepodległościowymi. Stąd charakterystyczne dla tamtego okresu elementy graficzne nawiązujące do polskich symboli narodowych. Por. K. Koralewski, *Opieka społeczna (dobroczynność publiczna)*, Warszawa: Księgarnia F. Hoessicka, 1918, s. 42; W. Zarzycki, *Informator dla opiekunów społecznych*, Warszawa: Wydział Opieki Społecznej i Szpitalnictwa Magistratu st. m. Warszawy, 1929, s. 5.

11. C. Geertz, *Religion as a cultural system*, [w:] *Anthropological Approaches to the Study of Religion*, ed. M. Banton, London: Tavistock Publications, 1966, s. 7.

12. B. A. Patrick, *10 przykazań propagandy*, tłum. J. Sugiero, Gliwice: Wydawnictwo Helion, 2015, s. 222. Por. B. A. Patrick, *The Ten Commandments of Propaganda*. London: Arktos, 2013, s. 189.



6. Na Polską Macierz Szkolną, 1917 r.

Przyjmując tę definicję, możemy uznać znaczki kwestarskie za nośniki propagandy. Definicja powyższa jest wystarczająco szeroka, by założyć, że twórcy przekazu nie muszą świadomie nazywać swojej pracy propagandą, by za taką ją uznać. Niewątpliwie autorom omawianych tu małych druków bardzo zależało na wywołaniu pewnych postaw u odbiorców. Tę definicję propagandy przyjęto na potrzeby analizy przekazu wybranych znaczków kwestarskich. Nie ma w niej czynnika wartościującego charakteryzującego użycie terminu *propaganda* w języku potocznym na określenie kłamstw i manipulacji¹³.

Przykłady

Przekaz wywoła pożądany efekt, kiedy nie będzie wzbudzał wątpliwości. Jakimi środkami organizatorzy kwest skłaniali darczyńców do hojności? Przede wszystkim posługiwali się kodami kulturowymi czytelnymi dla odbiorców. Wykorzystywali odwołania do doświadczeń wywołujących emocje. „Człowiek zapamiętuje lepiej te informacje, które potwierdzają jego aktualne przekonania”¹⁴. Najbardziej podatne na propagandę są zaś wyższe warstwy społeczne wyedukowane i swobodnie poruszające się w świecie symboli¹⁵. Do takich właśnie odbiorców skierowany był przekaz znaczków kwestarskich.

Wykorzystywano kolory polskiej flagi biało-czerwonej¹⁶ – bardzo silnie oddziałujące na zmysły kontrastem i jednoznacznie wywołujące myśli o ojczyźnie. Również symbol Orła Białego był często wykorzystywany w kompozycjach graficznych znaczków kwestarskich. Odwoływano się do historycznych wizerunków Orła w koronie otwartej¹⁷ lub zamkniętej¹⁸, tworzone też autorskie adaptacje tego symbolu narodowego. Nierzadko orzeł przedstawiany był jako zniewolony w kajdanach lub właśnie rozrywający łańcuchy. Otoczony kolczastym drutem zachęcał do szczególnego, z okazji świąt Bożego Narodzenia, wsparcia legionistów internowanych w Szczypiornie czy w Beniaminowie w 1917 roku [IL. 2]¹⁹. Zbiórki na legiony polskie przybierały różne formy. Część znaczków odwołuje się do symboliki

13. *Media*, red. E. Banaszkiewicz-Zygmunt, Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000, s. 169-170.

14. S. Kwiatkowski, *Słowo i emocje w propagandzie*, Warszawa: Książka i Wiedza, 1977, s. 123.

15. B. A. Patrick, dz. cyt., s. 8.

16. [*Flaga biało-czerwona*] GDŹS BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

17. 5.II.1916. [1916] GDŹS BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

18. *Kochaj co Twoje*. [1916] GDŹS BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

19. *Na „Gwiazdkę” dla Szczypiorny*. [1917] GDŹS BUW Kk-17/46/2. Nr inw. 7/4405



7. Polskie Towarzystwo Pomocy dla Ofiar Wojny, 1914-1918

egionowej: orła legionowego²⁰, czako²¹, czapki legionowej²², barw mundurów²³ i postaci marszałka Józefa Piłsudskiego²⁴.

Pomysłodawcy symboliki znaczków odwoływali się do zmitologizowanej wersji historii umieszczając na nich znaczące dla Polaków daty: uchwalenia pierwszej polskiej konstytucji (3 maja 1791)²⁵, ogłoszenia Aktu proklamacji Rady Regencyjnej Królestwa Polskiego pod protektoratem Austrii i Niemiec (5 listopada 1916)²⁶, powstania styczniowego (1863-1864)²⁷ [IL. 1].

W kontekście ustalania nowych granic państw, ważne było zaznaczenie polskości Kresów Wschodnich²⁸, czy walka o polskość Śląska. Na to również zbierano fundusze. Symbolami tej walki były miecze i łopaty wbite w zaoraną ziemię²⁹ [IL. 3]. Przywoływano wizerunek grobów³⁰ poległych w walce o niepodległość oraz niewinnych dzieci ochraniających skrzydłem anioła przed strzelcami wojsk austro-węgierskich³¹.

Kwestarze starali się wesprzeć żołnierzy w polu zbierając środki na ciepłą bieliznę³², leki i opatrunki. Litość wzbudzały obrazy weteranów³³ [IL. 4], kalek³⁴ czy zziębniętych chłopców o dziecięcej twarzy stojących na warcie³⁵.

Ofiarami wojny byli nie tylko żołnierze, ale także wdowy, sieroty i osoby, które straciły źródło utrzymania³⁶. Stąd wezwania do ofiarności na ich rzecz opatrzone

20. *Na rzecz wdów i sierot po legionistach polskich NKN*. Naczelny Komitet Narodowy [1915?] GDZs BUW Kk-17/46/3. Nr inw. 7/4436

21. *Królestwo Legionom 1914, 1915, 10 gr.* 1915. GDZs BUW Kk-17/46/2. Nr inw. 7/4406

22. *Dla rannych żołnierzy*. Warszawa, 1919. GDZs BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

23. *[Legionista. 1917]* GDZs BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

24. *Cześć Naczelnikowi Państwa 19.03.1919*. 1919. GDZs BUW Kk-17/46/3. Nr inw. 7/4438

25. *3 maja 1920 Święto Jedności Narodowej*. 1920. GDZs BUW Kk-17/46/4. Nr inw. 7/4456

26. *[Wschód słońca nad Wawelem]* 5.11.1916. GDZs BUW Kk-17/46/3. Nr inw. 7/4444

27. *Na weteranów 1863 roku*. [po 1863, przed 1918] GDZs BUW Kk-17/46/2. Nr inw. 7/4405

28. *Kresy Wschodnie TSL*. Towarzystwo Szkoły Ludowej [po 1918, przed 1939]. GDZs BUW Kk-17/46/2. Nr inw. 7/4442

29. *Na polskiej ziemi polskie szkoły! Macierz Szkolna Księstwa Cieszyńskiego*. GDZs BUW Kk-17/46/2. Nr inw. 7/4421

30. *Polskie Towarzystwo Pomocy dla Ofiar Wojny 1914-1918*. [1918?] GDZs BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

31. *Ratujmy Górny Śląsk 21.9.1919*. Druk Zygmunt Terakowski i S-ka, 1919. GDZs BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

32. *Zbiórka ciepłej odzieży*. Koło Polek [1917] GDZs BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

33. *[Powstaniec styczniowy] 1863* [po 1863, przed 1918] GDZs BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

34. *Komitet pomocy dla inwalidów wojennych*. [1918?] GDZs BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

35. *Na ciepłą odzież dla żołnierza*. Koło Polek. Łódź: druk Zygmunt Terakowski i S-ka [1919]. GDZs BUW Kk-17/46/4. Nr inw. 7/4468

36. *Dochód dla najmieszczliwszych ewakuowanych*. [przed 1920] GDZs BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

sugestywnymi obrazami skrajnie wyczerpanych, wychudzonych i prawie nagich postaci³⁷ [IL. 7]. Szczególnie obrazy dzieci, niewinnych ofiar, wywołują do dziś silne emocje. Hasło akcji Rady Głównej Opiekuńczej „Ratujcie dzieci!”³⁸ [IL. 5] mówiło wprost, że bez pomocy dzieci te umrą.

Z kolei ocalali z zawieruchy wojennej młodzi ludzie, aby stać się wartościowymi obywatelami, powinni uzyskać konieczne wykształcenie. Symbolem zbiorów na rzecz Polskiej Macierzy Szkolnej, organizacji oświatowej, jest postać w powłóczyściej szacie w wianku kwiatów na głowie, idąca o świcie ze wsi do miasta z otwartą księgą w dłoniach³⁹. Można to interpretować jako drogę do awansu społecznego przez edukację. Czasem zarys idącej postaci upodabnia ją do przedstawień Jezusa Chrystusa⁴⁰ [IL. 6]. Znaczący jest też motyw świtu, zapowiedzi nowego dnia i świetlanej przyszłości, pojawiający się również w innych kontekstach.

Podczas kwest na rzecz domów opieki nad dziećmi wykorzystywano nazwiska sławnych osób życia publicznego, nadając im patronat Tadeusza Kościuszki⁴¹ czy Henryka Sienkiewicza⁴².

Podsumowanie

Drobnych rozmiarów znaczki kwestarskie mogą mieć moc propagandy równą wielkim plakatami. Zwłaszcza, kiedy projektujący wykorzystują symbole powszechnie znane, wywołujące uczucia tęsknoty (za ojczyzną), litości (nad ubogimi) czy dumy (z wybitnych rodaków). O ogromnym ładunku emocji zgromadzonym w tych formach graficznych lub typograficznych świadczy, że pieczętowanie przechowywane przetrwały w prywatnych rękach przez 100 lat wojen, pożarów, przeprowadzek i zawieruch politycznych.

Dzisiaj znaczki kwestarskie są w posiadaniu kolekcjonerów, ale także licznych muzeów i bibliotek. Można je znaleźć w zbiorach Muzeum Niepodległości w Warszawie, Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku, Muzeum Tradycji Niepodległościowych w Łodzi, Biblioteki Narodowej, Centralnej Biblioteki Wojskowej, Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawskiej, PAN Biblioteki Gdańskiej oraz wielu innych tego typu instytucji. Stanowią znakomity materiał badawczy zarówno pod względem graficznym, jak i treściowym. Niejednokrotnie bywają jedynym materialnym śladem organizowania akcji charytatywnych w danym mieście czy też działalności konkretnej organizacji.

37. *Ratujcie dzieci!* [Rada Główna Opiekuńcza] 1919. GDŹS BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

38. *Ratujcie dzieci!* Rada Główna Opiekuńcza, 1916. GDŹS BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

39. *Kwesta majorowa*. Polska Macierz Szkolna, Koło Łódzkie. 1917. GDŹS BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

40. *Na Polską Macierz Szkolną*. 1917. GDŹS BUW Kk-07/21/6. Nr inw. 5/1240

41. *Schronisko imienia Kościuszki*. Pogotowie Opiekuńcze dla Dzieci. [po 1915, przed 1920] GDŹS BUW Kk-17/46/2. Nr inw. 7/4421

42. *Na złóбки imienia Henryka Sienkiewicza PZNK*. [po 1916]. GDŹS BUW Kk-17/28/3. Nr inw. 7/4381

Bibliografia

ŹRÓDŁA

Gabinet Dokumentów Życia Społecznego Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie
Znaczki kwestarskie z lat 1916-1922, kolekcja 364 obiektów, nr inw. 5/1240, 7/4380-4470.

OPRACOWANIA

Burchard P., Gołowin E., *Mały przewodnik kolekcjonera. Moje hobby*, Warszawa: Iskry 1966.

Encyklopedia filatelistyki, red. T. Hampel, Warszawa: PWN 1993.

Filatelistyka, red. D. Borawska-Mostafa, Warszawa: Wydawnictwo Czasopism i Książek Technicznych „Sigma NOT” 1992.

Geertz C., *Religion as a Cultural System*, [w:] *Anthropological Approaches to the Study of Religion*, ed. M. Banton, London: Tavistock Publications 1966, s. 1-46.

Koralewski K., *Opieka społeczna (dobroczynność publiczna)*, Warszawa: Księgarnia F. Hoesicka, 1918

Kwiatkowski S., *Słowo i emocje w propagandzie*, Warszawa: Książka i Wiedza 1977.

Leś E., *Zarys historii dobroczynności i filantropii w Polsce*, Warszawa: Prószyński i S-ka 2001.

Media, red. E. Banaszkiewicz-Zygmunt, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2000.

Pasza A., Sętowski J., *Przypinki kwestarskie i cegiełki w Częstochowie w latach 1915-1924*. Częstochowa: Polskie Towarzystwo Numizmatyczne, Oddział im. dr. Władysława Terleckiego 2012.

Patrick B. A., *10 przykazań propagandy*, tłum. J. Sugiero, Gliwice: Wydawnictwo Helion 2015.

Patrick B. A., *The Ten Commandments of Propaganda*, London: Arktos 2012.

Rickards M., *The Encyclopaedia of Ephemera. A Guide to the Fragmentary Documents of Everyday Life for the Collector, Curator and the Historian*, London: The British Library 2001.

Sosenko M., *Papierowe cudenka, czyli Niezwykły świat luksusowych papierów*. Publikacja wydana z okazji wystawy inauguracyjnej działalności ekspozycyjną w nowym budynku Muzeum Północno-Mazowieckiego w Łomży, luty 2011, Łomża: Muzeum Północno-Mazowieckie, Lublin: L-Print 2011.

Wolanin T. R., *Polish charity labels & placards 1913-1924: the Wolanin collection*. Arlington 2016.

Zarzycki W., *Informator dla opiekunów społecznych*, Warszawa: Wydział Opieki Społecznej i Szpitalnictwa Magistratu st. m. Warszawy, 1929.

A N

Propaganda niemiecka okresu plebiscytu

N A

na Warmii i Mazurach w 1920 roku

D E R

w świetle materiałów zawartych

D A

w dzienniku „Allensteiner Volksblatt”.

German propaganda from the period of the East Prussia

plebiscite of 1920 in the light of materials from Allensteiner Volksblatt

Problematyka artykułu dotyczy propagandy i agitacji niemieckiej na terenie Olsztyna oraz szerzej Warmii i Mazur w związku z wydarzeniami plebiscytu w lipcu 1920 roku. Wykorzystano artykuły, felietony i relacje publikowane w olsztyńskim dzienniku „Allensteiner Volksblatt”, który stanowił organ prasowy niemieckich organizacji i środowisk katolickich. Uwzględniono materiały zawierające tendencje propagandowe zarówno w okresie przed plebiscytem, jak również bezpośrednio po jego zakończeniu.

Analiza treści odpowiednich publikacji świadczy o niemieckiej pewności siebie, przekonaniu o słuszności własnego zwycięstwa oraz pogłębianiu wrogości pomiędzy narodami niemieckim i polskim. Wymowne są przykłady technik manipulacji ludnością obszaru plebiscytowego, odwoływanie się do emocji oraz uczuć patriotycznych. Nawiązywano do przeszłości tych ziem, wykorzystując bieżącą politykę historyczną, podkreślano rozwój ekonomiczny i cywilizacyjny terenów pod niemieckimi rządami oraz przestrzegano przed możliwym gospodarczym upadkiem w przypadku polskiego zwycięstwa.

W artykule ukazane zostały także pozytywne i negatywne stereotypy, jakie ówczesna prasa kreowała czy też powieliała w odniesieniu do ludności niemieckiej i polskiej.

Słowa kluczowe: plebiscyt, Warmia, Mazury, Olsztyn, „Allensteiner Volksblatt”, prasa

This article is devoted to German propaganda and agitation in the area of Olsztyn and, more broadly, Warmia and Masuria, in connection with the events of the plebiscite of July 1920. I used articles, columns and reports published in the Olsztyn daily Allensteiner Volksblatt, which was a press organ of German organisations and catholic environments, taking into account materials marked by propaganda tendencies and published before or immediately after the plebiscite.

An analysis of the content of the relevant publications testifies to the German self-confidence, the belief in the rightness of their own victory and the deepening hostility between the German and the Polish nations. Examples of techniques of the manipulation of the people living in the area covered by the plebiscite, and references to emotions and patriotic feelings, are particularly powerful. The texts in question referred to the past of the lands using the current historical politics, highlighted the economic and civilizational development of the areas under German rule, and warned against the possible economic fall in the case of the Polish victory.

The article also shows the positive and negative stereotypes which were created or reproduced by the press of that period in relation to the populations of German and Polish nationality.

Keywords: plebiscite, Warmia, Masuria, Olsztyn, Allensteiner Volksblatt, press

Allensteiner Volksblatt

Das Allensteiner Volksblatt

Verleger: J. Chłosta, Allensteiner Volksblatt, Allenstein.
Redaktion und Expedition: Allenstein, Oberländerstraße Nr. 1.
Grenzdruk-Druckerei:
Expedition Nr. 704, Redaktion Nr. 703, Freitag Nr. 181.
Druckpreis: 10 Pfennig, Allenstein.

Redaktion und Expedition: Allenstein, Oberländerstraße Nr. 1.

Grenzdruk-Druckerei:

Expedition Nr. 704, Redaktion Nr. 703, Freitag Nr. 181.

Druckpreis: 10 Pfennig, Allenstein.

Anzeigenpreise

Wichtige Anzeigen, die Wochen, zu billiger Berechnung
zu berechnen. Der Wochenpreis für 10 Zeilen beträgt
20 Mark. Der Monatspreis für 10 Zeilen beträgt
100 Mark. Der dreimonatliche Preis für 10 Zeilen beträgt
250 Mark. Der halbjährliche Preis für 10 Zeilen beträgt
450 Mark. Der jährliche Preis für 10 Zeilen beträgt
800 Mark. Der Preis für eine Zeile beträgt 10 Mark.
Der Preis für eine Zeile beträgt 10 Mark.

Blatt 28. Jahrg.

Nr. 154. Erstes Allenstein, Dienstag, den 6. Juli 1920.

Die Brüsseler Konferenz.

Die internationalen Konferenzen in Brüssel sind, wie schon
wird, um Brüssel herumlagernd unter dem Namen der
Wiederherstellung Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten.
Weshalb werden die Delegierten von England, Frankreich, Ita-
lien, Japan und Belgien, während noch und die anderen
Anwesenden, die Delegierten unterrichten die Konferenz
von dem gemeinsamen Stand der Organisation der
Konferenz. Die Konferenz, deren Aufgabenstellung
wird, um Brüssel herumlagernd unter dem Namen der
Wiederherstellung Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten.
Weshalb werden die Delegierten von England, Frankreich, Ita-
lien, Japan und Belgien, während noch und die anderen
Anwesenden, die Delegierten unterrichten die Konferenz
von dem gemeinsamen Stand der Organisation der
Konferenz.

Wiederherstellung Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten.
Weshalb werden die Delegierten von England, Frankreich, Ita-
lien, Japan und Belgien, während noch und die anderen
Anwesenden, die Delegierten unterrichten die Konferenz
von dem gemeinsamen Stand der Organisation der
Konferenz.

Die Konferenz, deren Aufgabenstellung wird, um Brüssel
herumlagernd unter dem Namen der Wiederherstellung
Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten. Weshalb werden
die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan
und Belgien, während noch und die anderen Anwesenden,
die Delegierten unterrichten die Konferenz von dem
gemeinsamen Stand der Organisation der Konferenz.

Die Konferenz, deren Aufgabenstellung wird, um Brüssel
herumlagernd unter dem Namen der Wiederherstellung
Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten. Weshalb werden
die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan
und Belgien, während noch und die anderen Anwesenden,
die Delegierten unterrichten die Konferenz von dem
gemeinsamen Stand der Organisation der Konferenz.

Die Konferenz, deren Aufgabenstellung wird, um Brüssel
herumlagernd unter dem Namen der Wiederherstellung
Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten. Weshalb werden
die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan
und Belgien, während noch und die anderen Anwesenden,
die Delegierten unterrichten die Konferenz von dem
gemeinsamen Stand der Organisation der Konferenz.

Die Konferenz, deren Aufgabenstellung wird, um Brüssel
herumlagernd unter dem Namen der Wiederherstellung
Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten. Weshalb werden
die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan
und Belgien, während noch und die anderen Anwesenden,
die Delegierten unterrichten die Konferenz von dem
gemeinsamen Stand der Organisation der Konferenz.

Die Konferenz, deren Aufgabenstellung wird, um Brüssel
herumlagernd unter dem Namen der Wiederherstellung
Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten. Weshalb werden
die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan
und Belgien, während noch und die anderen Anwesenden,
die Delegierten unterrichten die Konferenz von dem
gemeinsamen Stand der Organisation der Konferenz.

Die Konferenz, deren Aufgabenstellung wird, um Brüssel
herumlagernd unter dem Namen der Wiederherstellung
Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten. Weshalb werden
die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan
und Belgien, während noch und die anderen Anwesenden,
die Delegierten unterrichten die Konferenz von dem
gemeinsamen Stand der Organisation der Konferenz.

Die Konferenz, deren Aufgabenstellung wird, um Brüssel
herumlagernd unter dem Namen der Wiederherstellung
Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten. Weshalb werden
die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan
und Belgien, während noch und die anderen Anwesenden,
die Delegierten unterrichten die Konferenz von dem
gemeinsamen Stand der Organisation der Konferenz.

Die Konferenz, deren Aufgabenstellung wird, um Brüssel
herumlagernd unter dem Namen der Wiederherstellung
Belgiens ihre erste Sitzung abzuhalten. Weshalb werden
die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan
und Belgien, während noch und die anderen Anwesenden,
die Delegierten unterrichten die Konferenz von dem
gemeinsamen Stand der Organisation der Konferenz.

Przedmiotem niniejszego artykułu jest niemiecka propaganda prasowa okresu bezpośredniego po zakończeniu pierwszej wojny światowej. Zostanie ona ukazana na przykładzie tekstów oraz materiałów poświęconych plebiscytowi przeprowadzonemu na Warmii i Mazurach 11 lipca 1920 roku, a także związanych z kampanią przedplebiscytową, zawartych w jednym z najważniejszych ukazujących się wówczas w Olsztynie periodyków – „Allensteiner Volksblatt” [IL. 1]. Była to gazeta codzienna o profilu centroprawicowym. Reprezentowała interesy i punkt widzenia niemieckich środowisk katolickich. W okresie międzywojennym stanowiła organ lokalnych struktur katolickiej Niemieckiej Partii Centrum (Deutsche Zentrumsparterie). Relacjonowała wydarzenia z terenu Warmii i Mazur, Prus Wschodnich oraz Rzeszy Niemieckiej. Ukazywała się w Olsztynie w latach 1893-1935. Jednym z głównych motywów ideowych dziennika było ukazanie niemieckiej wyższości oraz dominacji pod względem historycznym, gospodarczym, militarnym oraz kulturowym nad Polską¹. Z gazetą w omawianym okresie ukazywał się także kilkustronicowy dodatek zatytułowany „Ostdeutsche Nachrichten” [IL. 2]. Wychodził on przy co trzecim numerze „Allensteiner Volksblatt” i był poświęcony bieżącym wydarzeniom na terenie Prus Wschodnich².

W niniejszym referacie przedstawiony zostanie okres wzmożonej aktywności propagandowej „Allensteiner Volksblatt” oraz „Ostdeutsche Nachrichten”, który przypadał na tygodnie poprzedzające plebiscyt oraz następujące bezpośrednio po nim. Będą to głównie materiały prasowe z czerwca i lipca 1920 roku. Wówczas to kampania plebiscytowa nabrała większego rozpędu, zaś krótko przed przeprowadzeniem głosowania ludowego zaangażowanie periodyku oraz jego dodatku w sprawy polityczne

1. für den Tag (na dzień), „Allensteiner Volksblatt“ [dalej: AV], nr 142 z dn. 22.06.1920 r.
2. O gazecie zob.: J. Chłosta, Słownik Warmii (historyczno-geograficzny), Olsztyn: Wydawnictwo Littera 2002, s. 16; H. Kunigk, Das „Allensteiner Volksblatt“ in der Weimarer Republik, „Zeitschrift für die Geschichte und Altertumskunde Ermlands“, 1981, t. 43, s. 69-132.

Propaganda niemiecka okresu plebiscytu na Warmii i Mazurach w 1920 r. w świetle materiałów zawartych w dzienniku „Allensteiner Volksblatt”.

German propaganda from the period of the East Prussia plebiscite of 1920 in the light of materials from the daily Allensteiner Volksblatt

przybrało na sile. Miało to swoje odzwierciedlenie w życiu codziennym mieszkańców Warmii i Mazur oraz w relacjach z działalności organizacji niemieckich, między innymi Heimadienstu oraz Związku Mazurów i Warmiaków, któremu przewodził Max Worgitzki³.

Plebiscyt na terenie Warmii, Mazur i Powiśla zorganizowany został zgodnie z postanowieniami Traktatu Wersalskiego, kończącego okres zmagania pierwszej wojny światowej w Europie. Traktat, podpisany 28 czerwca 1919 roku, wprowadził nowy ład w stosunkach europejskich oraz określił przebieg granic Niemiec. Na mocy artykułów 94-97 został rozpisany plebiscyt, czyli głosowanie ludowe (niem. *Volksabstimmung*), na terenach południowej Warmii oraz południowych Mazur, a także na obszarze Powiśla (tereny położone po wschodniej stronie koryta dolnej Wisły). Mieszkańcy tych ziem mieli zdecydować o powojennej przynależności spornych terytoriów południowej części Prus Wschodnich do odrodzonej Polski bądź do Rzeszy Niemieckiej⁴. Tereny plebiscytowe obejmowały trzy powiaty na Warmii (miasto Olsztyn oraz powiaty olsztyński i rzeszelski), osiem powiatów na Mazurach (ostródzki, nidzicki, szczycki, piski, elcki, olecki, giżycki i mrągowski), a także cztery powiaty na terenie Powiśla (suski, kwidzyński, sztumski i malborski). Obszar ten został podzielony na dwa okręgi plebiscytowe: olsztyński (reprezentujący południową Warmię i Mazury) oraz kwidzyński (Powiśle)⁵.

Uprawnione do głosowania – zgodnie z postulatem strony polskiej – były wszystkie osoby urodzone na terenach plebiscytowych, a nie jedynie zamieszkujące je w momencie referendum. Na kartach do głosowania, co było przejawem pewnej manipulacji strony niemieckiej, zamieszczono dwie alternatywne oddania głosu – na Polskę (opcja „Polska – Polen”) oraz na „Prusy Wschodnie” (opcja „Prusy Wschodnie – Ostpreußen”). Miało to stanowić zachętę oraz impuls dla tej części ludności, która nie miała zdecydowanie określonej tożsamości narodowej, do optowania za przynależnością ich ziemi rodzinnej, do obszaru, z którym organicznie związana była do tej pory. Iluzja wyboru Prus Wschodnich – małej ojczyzny, do której tereny plebiscytowe należały od wielu pokoleń oraz przy której mogłyby po plebiscycie pozostać jako przy swoim naturalnym środowisku geograficzno-historyczno-kulturowym, kamuflowała istotę zagadnienia. Słabiej uświadomionej części głosujących sugerowała, że Prusy Wschodnie będą miały charakter terytorium autonomicznego, nie zaś – że stanowiąc będą jedynie prowincję Rzeszy Niemieckiej.

3. O Maxie Worgitzkim zob.: J. Chłosta, dz. cyt., s. 421-422.

4. Z. Lietz, *Plebiscyt na Powiślu, Warmii i Mazurach w 1920 roku*, Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza 1958, s. 30. Idea plebiscytu opierała się na sformułowanej w sychyli I wojny światowej zasadzie samostanowienia narodów. Zakładała ona możliwość swobodnego określenia statusu politycznego, społecznego oraz gospodarczego danego terytorium w oparciu o powszechne, równe, tajne i bezpośrednie głosowanie ludności, która je zamieszkuje. Głosowanie to przewiduje, iż wszyscy pełnoletni i posiadający pełnię praw publicznych mieszkańcy określonego obszaru decydujący większością głosów o jego usamodzielnieniu politycznym bądź przyłączeniu do jednego z sąsiadujących państw. Por. A. Cassese, *Self-Determination of Peoples: A Legal Reappraisal*, Cambridge University Press 1999, s. 15-16.

5. J. Chłosta, dz. cyt., s. 262.

Das Allensteiner Volksblatt. Redaktion und Expedition: Allenstein, Oberstraßenstraße Nr. 1. Fernsprech-Anschlüsse: Expedition Nr. 704, Redaktion Nr. 705, Verlag Nr. 181. Drahtschrift: Volksblatt, Allenstein. Nr. 154. Erstes] Allenstein, Dienstag, den 6. Juli 1920. Blatt 28. Jahrg.

Die Brüsseler Konferenz.

Die interalliierte Konferenz in Brüssel hielt, wie bekannt, am Freitag vorletzten unter dem Vorsitz des belgischen Ministerpräsidenten De Keyser ihre erste Sitzung ab. Anwesend waren die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan und Belgien, Marschall Foch und die anderen alliierten. Unabhängigen unterliegen die Konferenz von dem gegenwärtigen Stand der Verhandlungen in Spaan. Die Konferenz hat sich mit der Besetzung der Ostpreußen beschäftigt, ein eingehendes Bericht über die auf die Einweihung des Gebietes der Ostpreußen, die noch nicht ausgeführt sind. Die Konferenz hat sich auch mit der Besetzung der Ostpreußen beschäftigt, die noch nicht ausgeführt sind. Die Konferenz hat sich auch mit der Besetzung der Ostpreußen beschäftigt, die noch nicht ausgeführt sind.

Die Brüsseler Konferenz.

Die interalliierte Konferenz in Brüssel hielt, wie bekannt, am Freitag vorletzten unter dem Vorsitz des belgischen Ministerpräsidenten De Keyser ihre erste Sitzung ab. Anwesend waren die Delegierten von England, Frankreich, Italien, Japan und Belgien, Marschall Foch und die anderen alliierten. Unabhängigen unterliegen die Konferenz von dem gegenwärtigen Stand der Verhandlungen in Spaan. Die Konferenz hat sich mit der Besetzung der Ostpreußen beschäftigt, ein eingehendes Bericht über die auf die Einweihung des Gebietes der Ostpreußen, die noch nicht ausgeführt sind. Die Konferenz hat sich auch mit der Besetzung der Ostpreußen beschäftigt, die noch nicht ausgeführt sind. Die Konferenz hat sich auch mit der Besetzung der Ostpreußen beschäftigt, die noch nicht ausgeführt sind.

Ein feiner polnischer Trick.

Die Beschlüsse der Interalliierten Konferenz in Spaan sind bekannt. Die Beschlüsse der Interalliierten Konferenz in Spaan sind bekannt. Die Beschlüsse der Interalliierten Konferenz in Spaan sind bekannt. Die Beschlüsse der Interalliierten Konferenz in Spaan sind bekannt. Die Beschlüsse der Interalliierten Konferenz in Spaan sind bekannt.

Das Programm für Spaan.

Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen.

Das Programm für Spaan.

Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen.

Das Programm für Spaan.

Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen.

Am Beginn der Konferenz von Spaan.

Die deutsche Delegation für Spaan hat am Montagabend 2. Juli mit der Konferenz von Spaan begonnen. Die deutsche Delegation für Spaan hat am Montagabend 2. Juli mit der Konferenz von Spaan begonnen. Die deutsche Delegation für Spaan hat am Montagabend 2. Juli mit der Konferenz von Spaan begonnen.

Das Programm für Spaan.

Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen. Die deutsche „Zeitungs-Revolution“ hat die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich gezogen.

Oberflächenschlaf grundsätzlich entfallen?

Die Delegation für Spaan hat am Montagabend 2. Juli mit der Konferenz von Spaan begonnen. Die Delegation für Spaan hat am Montagabend 2. Juli mit der Konferenz von Spaan begonnen. Die Delegation für Spaan hat am Montagabend 2. Juli mit der Konferenz von Spaan begonnen.

Ostdeutsche Nachrichten

Verbandsorgan der Heimatvereine im Masuren- und Ermländerbund e. V.
Mittelungen für die westpreussischen Heimatvereine.

Nr. 77.

12. Juni 1920.

2. Jahrg

Der 11. Juli.

Landleute! Endlich ist der Tag der Erlösung in sichere Nähe gerückt. Nur vier Wochen trennen uns noch von ihm. Nun alle Mann Hand angelegt! Der erste Juli muß und wird für uns Masuren und Ermländer ein Tag der Freude, ein nationaler Feiertag sein. Müßet Euch dazu. Seht haben wir keine Zeit mehr, uns um die Polen, die Warschauer Sippchaft zu kümmern. Wir müßt werden sie, nachdem sie Monate mit Gehäuf und Besatzmacht vertrieben haben, jetzt noch einen letzten Versuch machen, dem verlorenen Spiel eine Wendung zu geben. Sie werden Euch mit Flugschaltern und Zehningen überfallen, sie werden Euch zeigen — laßt sie ruhig ihre Komödie treiben. In vier Wochen ist die Warschauer Herrschaft bei uns zu Ende. Einz ist aber unbedingt dazu notwendig: Nähe und Ordnung. Landleute, gedent unseret Pevole. Ein Masure und Ermländer geht zu einer polnischen Versammlung nicht hin. Nur dann ist es möglich, daß Nähe und Ordnung bewahrt bleiben. Drückt fest, in vier Wochen sind wir sie los. Vier Wochen sind eine kurze Zeit. Bemüht sie, um Euch für den Tag der Abstimmung vorzubereiten.

Die Flugschaltenspre.

Die Warschauer haben jetzt eine neue Diffenspre gegen

jetztlich

jetztlich

jetztlich

Eube gehören hat und das gleiche Mar in unken Aber

Jeder überzeuge sich persönlich, daß, er auch richtig in der Waflsliste eingetragen ist. Denket daran, daß wir liebe Güter, u. ihre Landstücke aus der Reich, bekommen. Sorget jetzt schon dafür, daß sie feuchendliche Aufsicht und gute Unterhalt finden. Ein Fecht wollen wir ihnen bereiten, um i Selbstmord müssen alle unsere Dörfer und Städte prägen, wenn sie kommen und dann wollen wir gemeinschaftlich und fröhlichen Drucks am 11. Juli zur Wahltraue überleben. Da darf niemand feiler, damit es ein einziger Schrei eines ganzen Volkes werde: Masuren und Ermland sind deutsch u bleiben deutsch für alle Ewigkeit. Nun ersten Zeit wollen wir es der Pol beweisen, daß ein Volk, wenn es so in sich einig, so geschlossen ist wie wir unüberwindlich ist. Der erste Juli soll der Welt ein Tag des Staunes sein, unserm großen deutschen Vaterlande ein Tag des Wehps, uns, Feinden, den Polen, ein bitterer Schias, uns aber soll er ein Tag i Sieges und der Freude, ein Feiertag sein. Drum no mehr: Mühet die Zeit, flimmert Euch nicht um die Polen und rücket Euch zum 11. Juli.

Masuren- und Ermländerbund.

Eube gehören hat und das gleiche Mar in unken Aber

Termin przeprowadzenia plebiscytu wyznaczono na niedzielę, 11 lipca 1920 roku⁶. Tereny plebiscytowe obejmowały 14.856 km² i zamieszkane były w 1920 roku łącznie przez 724.000 osób⁷. Według obliczeń Wojciecha Wrzesińskiego liczba ludności etnicznie polskiej (o polskiej proveniencji narodowościowej) wynosiła na całym obszarze Warmii i Mazur około 400.000-550.000 osób, czyli ludność ta stanowiła większość mieszkańców spornego terytorium⁸. Powyższe dane wskazują na to, że w przypadku praworządnego i bezstronnego przeprowadzenia plebiscytu oraz przy założeniu, że świadomość narodowa polskiej części miejscowej ludności będzie wystarczająco rozwinięta, plebiscyt winien zostać wygrany przez stronę polską.

O jego wynikach, które były dla Polski zdecydowanie niekorzystne, zdecydowały jednak działania władz i organizacji niemieckich, szykany i zastraszanie miejscowej ludności, fałszerstwa związane z przeprowadzeniem samego plebiscytu, a także jego termin i sytuacja międzynarodowa, która mu towarzyszyła (szczytowy okres polskich niepowodzeń w wojnie z bolszewicką Rosją)⁹. Pewien wkład w zwycięstwo plebiscytowe Rzeszy Niemieckiej wniosły także materiały i treści propagandowe zamieszczane wówczas w niemieckojęzycznej prasie – zarówno komentarze prasowe, jak też sprawozdania, relacje z wydarzeń, przedstawienia i omówienia zagadnień politycznych, społecznych i kulturowych oraz felietony i listy. Utrwały one czytelników w przekonaniu o sile, potędze i trwałości państwa niemieckiego, o pomyślności i dobrobycie, które czekają mieszkańców Prus Wschodnich pod rządami niemieckimi oraz o historycznej legitymacji Rzeszy Niemieckiej do panowania nad terenami plebiscytowymi¹⁰.

Wśród materiałów propagandowych ukazujących się w dzienniku „Allensteiner Volksblatt“, mających za zadanie przekonać ludność terenów plebiscytowych do głosowania za Niemcami, możemy wyróżnić kilka zasadniczych motywów przewodnich. Są to: krytyka państwa polskiego, jego gospodarki, kultury oraz

6. W. Wrzesiński, *Plebiscyty na Warmii, Mazurach oraz na Powiślu w roku 1920*. Rozprawy i Materiały Ośrodka Badań Naukowych im. Wojciecha Kętrzyńskiego w Olsztynie nr 45, Olsztyn 1974, s. 42-43, 100-102.

7. T. Gelewski, S. Jędruch, *Prawne zasady plebiscytu na Powiślu, Warmii i Mazurach* [w:] *Materiały z sesji popularyzatorskiej Okręgowej Komisji Badania Zbrodni Hitlerowskich w Olsztynie w związku z pięćdziesięcioleciem plebiscytu na Powiślu, Warmii i Mazurach*, Olsztyn 1971, s. 8.

8. W. Wrzesiński, *Ruch polski na Warmii, Mazurach i Powiślu w latach 1920-1939*, Olsztyn: Stacja Naukowa Polskiego Towarzystwa Historycznego (Instytut Mazurski) 1973, s. 17-22. Powiśle zamieszkiwało 10.000-20.000 osób ludności etnicznie polskiej, obszar Warmii – 20.000-40.000 osób, zaś obszar Mazur – aż 350.000-500.000 osób o polskiej proveniencji narodowościowej.

9. Cz. Brzoza, *Polska w czasach niepodległości i II wojny światowej (1918-1945)*, Kraków: FOGRA Oficyna Wydawnicza 2003, s. 21-22; J. Topolski, *Historia Polski od czasów najdawniejszych do 1990 roku*, Warszawa-Kraków: Rebis 1993, s. 259.

10. *Deutsch auf immer! (Niemcy na zawsze!)*, AV, nr 159 z dn. 11.07.1920 r.; *Polen wird durch das Schwert sterben (Polska umrze od miecza)*, AV, nr 138 z dn. 17.06.1920 r.

Allensteiner Volksblatt

Das Allensteiner Volksblatt
 erscheint am 22. Oktober. Abonnementspreis für Ostpreußen
 bei Zahlung vorräumlich 12. - Mk., mit Steuern
 12.50 Mk., monatl. 1. - Mk., bezgl. 1.30 Mk. für Ostpreußen
 bei den Verkauflern überall. In Ostpreußen frei bei Cash
 12.00 Mk., monatl. 1.40 Mk., bezgl. 1.55 Mk.

Redaktion und Expedition: Allenstein, Oberkirchenstraße Nr. 1.
 Fernsprech-Anschlüsse:
 Expedition Nr. 704, Redaktion Nr. 706, Verlag Nr. 151.
 Drahtschrift: Volksblatt, Allenstein.

Anzeigen-Preise
 Hellige Märkte 50 Werten, die Hellige Wochenmärkte
 200 Werten, die Hellige Wochenmärkte 70 Werten, Markt und Zeitl. über Helligkeit auf die
 vier ersten, sechs eine Werbung an Helligkeit, Sonntag
 begriffen angerechnet aber geschäftlich einflusslos werden mag.

Nr. 159. [Erstes] Allenstein, Sonntag, den 11. Juli 1920. [Blatt] 28. Jahrg.

Deutsch auf immer!

(Vollständig von Paul Beck.)

Gibt gebahnt die Marschroute, das „kreuzritterliche Deutschtum“ dem Untergang entgegenzuführen. Das schwarze Kreuz im weißen Felde ist heute zum Wahrzeichen des Deutschtums geworden. In einem heiligen Kreuzzug hat sich der Kampf des Erländes und Masariens um seine deutsche Heimat gefaltet.

Deutsch! Das Wort hat wieder Klang erhalten in den schmerzlichen Stunden nationaler Not. Aus der Niederlage des Jahres 1918 erobert für uns der deutsche Sieg, aus der Schmach von Versailles der Ruhm unserer Ehre. Hoch erhabenen Hauptes schreiten wir zur Arme. Deutsch sein, heißt heute sein, ist ein bis in den Tod. Kameraderie Händelheiten haben den Abstimmungsstempel auch auf unserer Seite besiegelt. Insece Treue hat uns bis zum heutigen Tag geführt, unsere Treue wird den beiden bedrohten Stämmen den Vordev bis die Stirn wachen.

Hoch die Herzen! ruft das Vaterland. Wir stehen nicht allein. Tausende und Zehntausende unserer Volksgenossen aus dem Reich setzen im Kampf an unserer Seite. Ueber die Schranke des polnischen Korridors hinweg blühet das Band der Herzen und heute mit unserer Volk. Ganz Deutschland freisetzt mit uns, ganz Deutschland vertraut unserem Sieg. Keiner von uns wird dieses Vertrauen enttäuschen. Jeder wird seine Pflicht tun.

Die Pflicht ruft! Wir sind uns bewußt, was von dem 11. Juli für unser Vaterland abhängt. Wir erinnern uns, daß selbst die Wägen der Schlacht die herrliche Tat in Nordschleswig nicht verdrängen konnten. Die Welle nationaler Hochstimmung, die von Hienburg ausging, hat sich ausbreitet. Wie viel mehr hängt von uns ab! Unsere Zustimmung ist der erste Schlag gegen einen Feind, der seine Hände auch nach anderen Gebieten unseres Vaterlandes ausstreckt. Unsere Forderungen und Scherzern in Westpreußen kämpfen mit uns am gleichen Tage Schulter an Schulter den schweren Kampf und werden wie wir die gleiche Faust abschlüsseln. In Monaten steht in Oberschlesien die Entscheidung bevor. Oberschlesien steht mit fiebernder Hoffnung auf unseren Tag, erwartet von uns die erste Rache in die feindliche Front. Wir werden sie schlagen, uns zum Heil, den bedrängten Volksgenossen zur Hoffnung, unserem Vaterland zum Ruhm.

Das Leben wartet! Es wartet auferes Sieges. Ohne Arm und Masariens ist Spreuungen tot. Ohne unsere beiden Stämme ist der Rest des Deutschtums der lautiichen Blut verfallen. Zornhoch schlagen gerade in diesem Augenblick die Wogen des Nationalismus gegen den Feind. Polen hat den freischafften Blut gehabt, das Blutgefäß zum Bewußtsein. Waschen steht heute Jugend und Jugend am Abend schwerer Ereignisse. Klar wir Deutsche in der Ehre wollen und müssen leben. Wir müssen die Weltbrecher sein, an denen das Inkantum zerfällt. Macht, will und hat, wie ein Mann in den brausenden Chaos, Schrecken vereint, so werden wir unserer Aufgabe gerecht werden, wie es jene Kreuzritter taten, die dem Deutschtum den Weg bahnten und erst böhmischer Erde erlogen.

Drei wollen wir sein! Drei von den Helfern des fremden Gewaltherrn. Unser Geschick wollen wir selber formen, wollen es gestalten im Rahmen des Staates, in dem wir geboren sind, umbeugt und umfugt von unserem Volk. Dabehn wollen wir die Herren sein, wollen uns nicht beugen vor dem verhassten Eindringling. Niemand und Wägen wollen Glieder sein der deutschen Ehrentauf, der deutschen Ehrentauf. Ermland auf einig umstellt. Wir wollen als Glied vom ermländischen Stamm nicht abgerissen werden, einem elenden Stiehm entgegenschicken.

Der Untergang droht! Das Verderben sitzt sich auf Wägen mit eiligen Ähren. Verblüdung, bahnmittiger Uebermut sind die schwere Schuld. Statt den Frieden zu pflegen, Haus und Herd zu bauen, zog Polen das Schwert. Am Schwerte wird es zugrunde gehen. Eine Warnung für uns, ein Menetel für alle, die der Gewalt vertrauen, die den Gesetzen des Schöpfers und der Natur vorgreifen. Die Vorsehung hatte Polen die Freiheit wieder geschenkt. Es hat die Freiheit mißbraucht. Daran wird der Staat Polen scheitern, das Volk wird es büßen. Wir haben keinen Anst, schuldlos die Zahl der Unglücklichen zu vermehren.

Ehre, Pflicht und Sordedacht nicht allein spornen uns an. Die Liebe ist das höchste, auch für ein Volk. Wir lieben unser Vaterland, wir lieben unsere Geliebte, wir lieben unser Deutschtum, unsere Erliebungen, unsere Zukunft. Nichts kann sie und rauben. Darum werden und müssen wir in diesem Kampf liegen.

liegen oder untergehen!



bieżących działań politycznych i wojennych, podkreślanie wyższości gospodarki oraz kultury niemieckiej nad polską, a także sugerowanie, zgodnie z jednostronną i zmanipulowaną interpretacją dziejów, iż tereny plebiscytowe od wieków powiązane były z państwowością niemiecką i w naturalny sposób powinny przy niej pozostać.

Zebrane materiały, ukazane w niemieckim dzienniku, przedstawiają Polskę jako kraj sezonowy, ogarnięty wojną z nawałą bolszewicką, posiadający słabo rozwiniętą kulturę oraz gospodarkę, mający wielkie aspiracje, by przywłaszczyć sobie teren, który pod jej rządami znajdzie się w podobnym gospodarczym upadku. Jedyłą możliwością uniknięcia takiego stanu rzeczy jest przyznanie terenów plebiscytowych Niemcom.

Polskie sukcesy podczas wojny z bolszewikami ignorowano, natomiast porażki uwypuklano, co miało na celu uwidocznić słabość i brak zorganizowania polskiej armii. Dodatkowo sytuacja przy polskiej granicy była – zdaniem dziennika – nieciekawa. Pisano, że Polacy ponoszą klęskę na froncie bolszewickim i nie są przygotowani do akcji militarnej w Prusach Wschodnich. W obszarze granicznym nie znajdują się żadne oddziały polskie. Zaobserwowano tylko transport powracających migrantów. Temat ten został podjęty w artykule: *Die Lage an der polnischen Grenze (Sytuacja przy polskiej granicy)*¹¹. Natomiast w informacji prasowej noszącej tytuł: *Polen wird durch das Schwert sterben (Polska umrze od miecza)* dokonano oceny wojny polsko-bolszewickiej, która – zdaniem niemieckojęzycznej prasy – nie miała dla Polaków najmniejszego sensu. Polska wykazała się dodatkowo brakiem odpowiedzialności nie tylko za swój los, ale również za los swojego sojusznika – Francji, której nie ochroniła przed negatywnymi skutkami wojny¹².

Problemy gospodarcze oraz finansowe nękające Polskę stały się jednym z głównych tematów poruszanych często na łamach „Allensteiner Volksblatt”. Widzimy to m.in. w artykule: *Katastrophengefahren in der „polnischen Wirtschaft“ (Katastrofalne zagrożenie w „polskiej gospodarce”)*. Wskazywano w nim, że liczne trudności czynią Polskę nieatrakcyjną dla niemieckojęzycznej ludności Warmii i Mazur. Roczne wydatki przewyższają znacznie jej możliwości budżetowe. Przemysł w większości zniszczony jest przez wojnę. Mieszkańcy obszarów plebiscytowych boją się zatem opowiedzieć za Polską, ponieważ obawiają się m.in. dalszego pogorszenia i destabilizacji waluty. Przyłączenie do Polski może więc oznaczać ciężką sytuację ekonomiczną dla Prus Wschodnich¹³.

11. *Die Lage an der polnischen Grenze (Sytuacja przy polskiej granicy)*, AV, nr 156 z dn. 8.07.1920 r.

12. *Polen wird durch das Schwert sterben (Polska umrze od miecza)*, AV, nr 138 z dn. 17.06.1920 r.

13. *Katastrophengefahren in der „polnischen Wirtschaft“ (Katastrofalne zagrożenie w „polskiej gospodarce”)*, „Ostdeutsche Nachrichten” [dalej: ON], nr 76 z dn. 9.07.1920 r.

Die polnische Niederlage.

Polnische Generaloberst vom 8. Juli: In die Epoche vor der Schlacht bei Warschau führte der Polen neue Reiterliche und Infanterie ein. Die polnische militärische Lage bei Warschau...

Militärische, die von waidmännischen Besondere... ed können, besitzen, daß die polnische Armee ein Bild...

„Polnische“ Kurier Korrespondent telegraphiert: Nach ungenügender Nachrichten, befindet sich die polnische Armee...

Ein neuer Notruf an das polnische Volk.

Die polnische General Oberst, welcher sich in einem Hamann dem Herrn... die polnische Volk...

Die litauische Aktion.

Die litauische Generalstab selbst unter dem 9. Juli: Litauische Besatzungen befinden sich in der Nähe der...

Auf einmal!

Das polnische Ministerium des Innern hat an die Polen in Spa eine Note gerichtet, in der es heißt:...

Polens „Freundschaft“ für Litauen.

Die „Freundschaft“ Litauen“ aus Romo mitgeteilt wird, ist gleichzeitig mit dem Eintreffen der Nachricht, daß die...

...erung beabsichtigen, aus den beschlagnahmten Dokumenten... die polnische Regierung...

Ein neuer polnischer Vertragsbruch.

Wie wir aus dem Reichswehrministerium erfahren, war I. J. in den letzten Monaten eine Befragung der polnischen...

Sum II. Juli.

Die Heimat in Ruß, der wird sie uns retten, Die Heimat in Ruß, der magt sie uns frei...

Edith Kollat.

Die neuen Forderungen der Entente.

Die in der Mittwoch-Sitzung der Spanier Konferenz als Ergebnis der Beratung der Militärräte übergebenen...

...eines neuen Teiles des deutschen Gebietes... die polnische Regierung...

Die Verhandlungen innerhalb der deutschen Regierung.

Geht nach der Mitteilung der Konferenz am Mittwoch...

...die polnische Regierung... die deutsche Regierung...

Die Unterzeichnung.

Nach einer Konferenz am 11. Juli haben die Deutschen...

Die Frage des deutschen Materials.

Die militärischen Sachverständigen in Spa, unter dem...

Die Entwaffnung der Sicherheitspolizei.

Die Berliner Tagespresse bringt zum Ausdruck, daß...

Ein Ultimatum des Reichswehrministeriums in Saarbrücken.

Siehet von dem Streitenden eine Erklärung der Arbeits...

...die polnische Regierung... die deutsche Regierung...

...die polnische Regierung... die deutsche Regierung...

...die polnische Regierung... die deutsche Regierung...

Die Unterzeichnung.

Nach einer Konferenz am 11. Juli haben die Deutschen...

Die Frage des deutschen Materials.

Die militärischen Sachverständigen in Spa, unter dem...

Die Entwaffnung der Sicherheitspolizei.

Die Berliner Tagespresse bringt zum Ausdruck, daß...

Ein Ultimatum des Reichswehrministeriums in Saarbrücken.

Siehet von dem Streitenden eine Erklärung der Arbeits...

Ermland den Ermländern nicht den Warschauern! [...] Da konnte man nur Ermländer, nur Masuren, alle vereint in der starken Abwehr des fremden Angriffs!

W krótkim afiszu informacyjnym z 8 lipca 1920 roku znajdują się wyraźne sugestie oraz wskazówki jak głosować, które kierowane są do czytelników.

W obronie Polacy oraz praw ludności niemieckiej został powołany Bund zur Erhaltung Ermlands (Związek Ochrony Warmii). Prasa podaje konsekwencje...

W krótkim rysie historycznym Was man im Ermland über die Polen denkt? (Co myśli się na Warmii o Polsce?)

Deutsche Ritter haben Preußen mit dem Schwert erobert, deutsche Bauern [...] mit ihrem Schweiß den Boden gedüngt, deutsche Bürger seine Städte gegründet.

Niemiecy rycerze podbili Prusy mieczem, niemiecy rolnicy [...] w pocie czola uczynili ziemię żyzną, niemiecy mieszczanie zakładali swoje miasta.

Nur so und nicht anders sieht der deutsche Abstimmungszettel für den 11. Juli aus! (Tylko tak, a nie inaczej wygląda niemiecka karta do głosowania na 11 lipca!)

Bund zur Erhaltung Ermlands (Związek Ochrony Warmii), ON, nr 82 z dn. 30.06.1920 r.

Was man im Ermland über die Polen denkt? (Co myśli się na Warmii o Polsce?), ON, nr 77 z dn. 12.06.1920 r.

Propaganda niemiecka okresu plebiscytu na Warmii i Mazurach w 1920 r.

Poniżej owego tekstu zamieszczony jest fragment wiersza Karla Rudelsberga. Podsumowuje on i zarazem potwierdza słowa zawarte w artykule prasowym:

Masurenland [...]

Dies Land soll deutsch sein immerdar

Mazurski kraj [...]

Ten kraj powinien na zawsze pozostać niemiecki (TŁUM. A. M. D.)

Zagadnienie poziomu polskiego szkolnictwa zostało podjęte w artykule: *Die polnische Schule (Polska szkoła)*. Gazeta informuje o ukończeniu kursu przygotowującego do roli nauczyciela, który spośród 42 uczestników ukończyło zaledwie 20. Dowodzi to, zdaniem gazety, iż Polacy w edukacji i kształceniu młodego pokolenia przykładają małą wagę do wiedzy, nauki i potrzebnych rachunków, za to najbardziej skupiają się na religii, popadając przy tym w fanatyzm. Powszechnie znane jest powiedzenie, że w szkołach dla guwernantek kobiety dysponują małymi możliwościami, ale za to dobrymi chęciami. Redakcja przytacza przykład skargi na świeżo upieczoną guwernantkę ubiegającą się o posadę w Toruniu. Jej kompetencje zostały podważone przez pracodawcę, który nakazał kobiecie powrót do szkoły w celu uzupełnienia braków w wykształceniu²⁰.

Slogany propagandowe ukazujące niemiecką stronę w pozytywnym świetle, polską zaś w świetle negatywnym, pojawiają się często w postaci tytułów artykułów prasowych, podtytułów, wytłuszczonych słów lub wyrażeń. W komentarzu prasowym z 11 lipca 1920 roku, czyli w dniu plebiscytu, pod tytułem: *Deutsch auf immer! (Niemcy na zawsze!)* pojawiają się m.in. następujące zwroty: „Treu bis in den Tod!” („Wierni do śmierci!”), „Die Pflicht ruft!” („Obowiązek wzywa!”), „Hoch die Herzen!” („W górę serca!”), „Ganz Deutschland streiket mit uns!” („Całe Niemcy walczą [razem] z nami!”), „Wie viel mehr hängt von uns ab!” („O wiele więcej zależy od nas!”), „Der Untergang droht!” („Grozi [nam] upadek [pod wpływem polskim]!”)²¹ [IL.3]. W gazecie pojawiają się liczne artykuły, w których ukazana jest niechęć, a wręcz wroga postawa wobec Polski. Sugerują to nawet same tytuły, np. nagłówek artykułu znajdującego się w dodatku prasowym „Ostdeutsche Nachrichten” z dnia 3 lipca 1920 roku, który brzmi: *Abstimmungs-Parole: „Die Warschauer raus!” (Hasło plebiscytowe: „Warszawo, wynocha!”)*²² [IL.4].

20. *Die polnische Schule (Polska szkoła)*, ON, nr 75 z dn. 5.07.1920 r.

21. *Deutsch auf immer! (Niemcy na zawsze!)*, AV, nr 159 z dn. 11.07.1920 r.

22. *Abstimmungs-Parole: „Die Warschauer raus!” (Hasło plebiscytowe: „Warszawo, precz!”)*, ON, nr 83 z dn. 03.07.1920 r.

Wydarzenia związane z plebiscytem na Warmii i Mazurach znalazły również swój wydzźwięk w wierszach z tamtego okresu, czego przykładem może być utwór Edith Rollak *Zum 11. Juli (Do 11 lipca)*²³ z dnia plebiscytu [IL.5]. W wierszu tym autorka poruszyła tematykę związaną z przyjazdem uprawnionej do głosowania ludności z głębi Rzeszy, podkreślała wiarę w zwycięstwo, a nawet jego pewność oraz snuła wizję przyszłości dla nowej niemieckiej ojczyzny. Jednocześnie zaznaczyła, że w przypadku przejścia przez Polskę najdrobniejszej części owej ojczyzny, da o sobie znać waleczność oraz niezwykła determinacja jej mieszkańców w dążeniu do odzyskania choćby najmniejszego skrawka ziemi.

Und dankbar sahen wir Ermlands Kinder

Zu Tausenden in die Heimat ziehn. [...]

Der Dank aus tausend deutschen Herzen [...]

Kein Stückchen Ermland soll polnisch sein

Und wenn es würde, bräch über die Slawen

Ein deutscher Rakettag herein.

Und morgen am großen Tag der Entscheidung,

An dem der Feind soll untergeb'n,

Wird aus des Schlachtfelds Ruinen

Die deutsche Heimat neu entsteh'n! [...]

I wdzięczni widzieliśmy my, dzieci Warmii,

Przybywające tysiącami do Ojczyzny [...]

Podziękowanie z tysięcy niemieckich serc [...]

Żaden kawałek Warmii nie powinien zostać polski

A jeśli tak by się stało, dosięgnie Słowian

Niemiecki dzień zemsty.

A rankiem, w wielkim dniu decyzji,

W którym wróg powinien ponieść klęskę,

Z pogorzeliśk pól bitewnych

Powstanie na nowo niemiecki Kraj Rodzinny [...] (TŁUM. A. M. D.)

W artykułach widoczne jest częste nawiązywanie do niemieckiej literatury patriotycznej, którego cel stanowi obudzenie „ducha narodu”. Za przykład mogą posłużyć liczne fragmenty utworu Fryderyka Schillera *Wilhelm Tell*²⁴.

Ans Vaterland, ans teure, schließ dich an,

Das halte ich mit Deinem ganzen Herzen:

Hier sind die starken Wurzeln Deiner Kraft:

23. *Zum 11. Juli (Do 11 lipca)*, AV, nr 159 z dn. 11.07.1920 r.

24. *Lokales und Provinzielles. Hindenburg an die Ostpreußen (Informacje lokalne i prowincjonalne: Hindenburg do Prus Wschodnich)*, AV, nr 158 z dn. 10.07.1920 r.

*Dort in der fremden Welt, stehst Du allein,
Ein schwankend Rohr, das jeder Sturm zerknickt*

Do Ojczyzny, do drogiej, przylącz się

Trzymaj się jej całym swym sercem

Tu są trwałe korzenie Twej siły;

Tam, w obcym świecie, stoisz sam,

Drżąca trzcina, którą każda wichura zgina (TEUM. A. M. D.)

Zachwyt nad mazurską przyrodą obecny w tekstach prasowych i w przytaczanych utworach literackich ma służyć obudzeniu głębokiej miłości do natury, a tym samym poczucia przywiązania emocjonalnego do małej ojczyzny. Widzimy to, na przykład, w tekście artykułu: *Wie bist du doch so schön, o du mein Heimatland!* (*Jaka piękna jesteś, moja Mała Ojczyzno!*)²⁵.

Oprócz dużej liczby artykułów, komentarzy, reklam i drobnych afiszy informacyjnych często pojawiały się także materiały ikonograficzne o wymowie propagandowej w postaci kopii grafik (litografii bądź linorytów) obrazujących bieżącą sytuację. Miały one często za zadanie – w okresie przed- oraz plebiscytowym – ośmieszenie przeciwnika lub też podkreślenie wielkości oraz znaczenia kultury niemieckiej. Typowym przykładem jest kopia linorytu zamieszczona przy artykule z 10 lipca 1920 roku²⁶ [IL. 6]. Ukazuje ona prześmiewczy wizerunek Polaka-pijaka w stroju krakowskim. Zadaniem propagandowym tej formy graficznej jest ukazanie niskiej kultury narodu polskiego, cechującego się brakiem racjonalizmu i rozsądku, uzależnieniem od używku, w tym alkoholu, co tym samym nawiązuje do stereotypów związanych z okresem Polski szlachecko-sarmackiej. Wówczas to, przez hulaczczy tryb życia szlachty i sobiepaństwo magnaterii, Polska utraciła swą niepodległość. Propagandowa wymowa tego rodzaju ilustracji miała przestrzegać ludność przed włączeniem Warmii i Mazur w granice państwa rządzonego przez bezmyślnych, nieokrzyszanych i pogrążonych w anarchicznej mentalności Polaków. W innym artykule przedstawiona jest rycina ukazująca rycerza krzyżackiego ze sztandarem. Nawiązuje ona do patriotycznych wartości, krzewi wierność niemieckim tradycjom i obyczajom, podnosi niemiecką dumę narodową, siłę oraz wyższość kulturową nad słabą, nieorganizowaną i nieokrzyszaną Polską²⁷.

W opozycji do treści głoszonych przez propagandzistów prasy niemieckojęzycznej stały materiały ukazujące się w polskojęzycznych periodykach i czasopiśmie Warmii i Mazur. Strona polska, zarówno z inspiracji władz w Warszawie, jak też z inicjatywy miejscowych organizacji, stowarzyszeń i działaczy narodowo-społecznych, starała się również wywierać nacisk ideowy na ludność terenów plebiscytowych, by oddała ona swe głosy za Polską. Wydzźwięk propagandy polskiej był niestety znacznie słabszy niż niemieckiej i niewystarczający, by przekonać niezdeterminowanych.



25. *Wie bist du doch so schön, o du mein Heimatland!* (*Jaka piękna jesteś, moja Mała Ojczyzno!*), ON, nr 76 z dn. 9.07.1920 r.

26. *Der Trompeter von Warschau (Trębacz z Warszawy)*, AV, nr 158 z dn. 10.07.1920 r.

27. *Deutsch auf immer! (Niemcy na zawsze!)*, AV, nr 159 z dn. 11.07.1920 r.

Preußische Landesversammlung.

100. Sitzung vom 8. Juli, 12 Uhr.

Die erste Beratung des Staatshaushaltplanes für 1920 wird fortgesetzt.
Herr v. Bismarck (N. S.): Unsere Delegierten in Spa haben bisher bei den dortigen Verhandlungen mehr gut als schlecht mitgearbeitet. In der Umfassungsfrage haben sie gegen sich selbst und gegen die Welt wahrhaftig kein mitleid. Dazu gehört freilich ein gewisser Mut und der lassen andere Umstände bewirken. Wir erkennen die Umfassung als Anfang gemacht wird. Herr v. Bismarck hat sich gegen den Plan entschieden. Einmal und keinen Augenblick gegen die Interessen und die Förderung nach Reichsständen verteidigen. Wir mühten uns, diese provokatorische Haltung zu vermeiden. Die Interessen und die Förderung nach Reichsständen sind im Prinzip für die Reichsstände, aber in der Ausführung, in der die Reichsstände die Interessen und die Förderung nach Reichsständen nicht vertreten. Wir mühten uns, diese provokatorische Haltung zu vermeiden. Die Interessen und die Förderung nach Reichsständen sind im Prinzip für die Reichsstände, aber in der Ausführung, in der die Reichsstände die Interessen und die Förderung nach Reichsständen nicht vertreten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.

Herr v. Bismarck (N. S.): Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten. Ich würde mich, daß es in diesem Sinne einen Antrag gibt, der in dieser so frühen und so frühen Ausfertigung gegen die Reichsstände ist, nicht als eine Verletzung der Interessen der Reichsstände an der Reichsstände zu betrachten.



Der Trompeter von Warschau!

Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara! Und heimwärts gehts von der Puffenfront Und heimwärts gehts aus dem Ermeland! Trara!

Der Trompeter von Warschau! Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara! Und heimwärts gehts von der Puffenfront Und heimwärts gehts aus dem Ermeland! Trara!

Lokales und Provinzielles

Am Sonntag werden die Verlegungsarbeiten der Abgaben-Verwaltung im Bereich der Provinz fortgesetzt. Die Verlegungsarbeiten werden am Sonntag fortgesetzt.

Erholung

Im heißen Harn, da das ganze Leben sich in einem einzigen Augenblicke befindet, ist es ein Augenblicke, da das ganze Leben sich in einem einzigen Augenblicke befindet. Im heißen Harn, da das ganze Leben sich in einem einzigen Augenblicke befindet, ist es ein Augenblicke, da das ganze Leben sich in einem einzigen Augenblicke befindet.

Der Trompeter von Warschau!

Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara!

Und heimwärts gehts von der Puffenfront

Und heimwärts gehts aus dem Ermeland!

Trara!

Der Trompeter von Warschau!

Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara!

Und heimwärts gehts von der Puffenfront

Und heimwärts gehts aus dem Ermeland!

Trara!

Der Trompeter von Warschau!

Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara!

Und heimwärts gehts von der Puffenfront

Und heimwärts gehts aus dem Ermeland!

Trara!

Der Trompeter von Warschau!

Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara!

Und heimwärts gehts von der Puffenfront

Und heimwärts gehts aus dem Ermeland!

Trara!

Der Trompeter von Warschau!

Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara!

Und heimwärts gehts von der Puffenfront

Und heimwärts gehts aus dem Ermeland!

Trara!

Der Trompeter von Warschau!

Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara!

Und heimwärts gehts von der Puffenfront

Und heimwärts gehts aus dem Ermeland!

Trara!

Der Trompeter von Warschau!

Er bläst die Trompete trara, trara, trara, trara!

Und heimwärts gehts von der Puffenfront

Und heimwärts gehts aus dem Ermeland!

Trara!

Der Trompeter von Warschau!

Głównym tytułem prasowym, który starał się wywierać wpływ na ludność etnicznie polską, była „Gazeta Olsztyńska”, ukazująca się w tym mieście od 1886 do 1939 roku. Istniał także projekt powołania do życia na terenach plebiscytowych sieci polskojęzycznych „Gazet Ludowych”, które znajdując się pod kontrolą władz w Warszawie, byłyby niezależne od lokalnych organizacji, prywatnych wydawców i miejscowych działaczy. Tak rozbudowany system prasowy dawałby polskiej rządowej propagandzie zdecydowanie większe możliwości oddziaływania na ludność aniżeli pojedyncze, utrzymujące się głównie z lokalnych funduszy, tytuły. Projekt ten nie został jednak zrealizowany²⁸.

„Gazeta Olsztyńska” w odpowiedzi na treści zawarte w propagandzie prasy niemieckojęzycznej zamieszczała odezwy oraz przesłania do miejscowej ludności, wzywając ją, by przedłożyła dobro ogółu ponad swój osobisty interes, kierowała się potrzebą serca oraz – realizując bieżące działania społeczne i gospodarcze – nie postępowała w sposób mogący zagrozić sprawie polskiego zwycięstwa w plebiscycie. Kładziono także nacisk na wierność państwu polskiemu oraz przestrzegano przed zdradą interesów narodowych²⁹. W publikacjach polskojęzycznego pisma podkreślano konieczność przeprowadzenia plebiscytu w atmosferze neutralnej, spokojnej oraz pozbawionej nacisków i szykan. Naświetlano przypadki fałszerstw kart do głosowania i starano się wpływać na to, by prób nieuczciwego rozstrzygnięcia plebiscytu w poszczególnych okręgach było jak najmniej³⁰. Przeciwdziałano w ten sposób hasłom niemieckiej propagandy, która nierzadko nawoływała do działań wszelkimi możliwymi metodami na rzecz zwycięstwa Niemiec. Działania takie przedstawiano w relacjach z wystąpień niemieckich organizacji i bojówek nacjonalistycznych przeciwko polskim wiecom oraz zgromadzeniom. Stanowczo protestowano przeciwko przypadkom terroru niemieckiego wobec polskich akcji plebiscytowych i prezentowano je jako przykład zastraszenia ludności w celu osiągnięcia wyniku głosowania korzystnego dla Niemiec³¹.

Istotnym, chociaż rzadko przywoływanym, aspektem polskiej polityki wobec terenów plebiscytowych oraz zachęty ich mieszkańców do oddawania głosów za Polską była deklaracja rządu Władysława Grabskiego w Warszawie z 30 czerwca 1920 roku. Jak zapisano w deklaracji, „w razie przypadnięcia plebiscytowego terenu Mazowsza Pruskiego do Polski z kraju tego utworzyć należy osobne województwo, wyposażone szerokim samorządem”. Zapowiadano zatem pewną autonomię Warmii i Mazur, które nie byłyby ściśle podporządkowane politycznie oraz gospodarczo Warszawie. Odrębność ta nie została dokładnie

28. List redaktora „Gazety Olsztyńskiej”, *St. Nowakowski, do K. Jaroszyka o stanie sprawy polskiej przed plebiscytem z dn. 6 marca 1920 roku, Olsztyn [w:] Plebiscyty na Warmii, Mazurach i Powiślu w 1920 roku. Wybór źródeł*, pod red. P. Stawieckiego i W. Wrzesińskiego, Olsztyn: Ośrodek Badań Nauk. im. Wojciecha Kętrzyńskiego 1986, s. 156.

29. *Stać na straży*, „Gazeta Olsztyńska” [dalej: GO], nr 57 z dn. 11.05.1920 r.

30. *Sfałszowane listy plebiscytowe*, GO, nr 74 z dn. 22.06.1920 r.

31. *Napad Niemców na pochód polski w Kwidzynie*, GO, nr 61 z dn. 20.05.1920 r.

zdefiniowana, jednak jej zapowiedź stanowiła odzew strony polskiej na niemieckie hasła propagandowe. Poddając w wątpliwość zarzucane uzależnienie Warmii i Mazur od Warszawy po ich wchłonięciu przez Polskę, równoważyła sugestie przeciwnika, że tereny te, pozostając w granicach Prus Wschodnich, miałyby pewien zakres niezależności wobec Berlina. W deklaracji stwierdzono także, że na terenach plebiscytowych – w przypadku ich włączenia w granice państwa polskiego – nie zostanie przeprowadzony pobór do Wojska Polskiego, co było szczególnie istotne wobec toczącej się wówczas wojny polsko-bolszewickiej. Oświadczenie powyższe ukazało się w „Gazecie Olsztyńskiej” w okresie bezpośrednio poprzedzającym plebiscyt, co także należy uznać za próbę propagandowego wygrania sprawy w warunkach nasilonej ofensywy ideologicznej strony niemieckiej³².

Już po przeprowadzeniu plebiscytu polskojęzyczna prasa podnosiła sprawę fałszerstw plebiscytowych, opisywano przypadki nacisków, szykan, gwałtów i nieprawidłowości, jakie miały miejsce w dniu głosowania. W związku z powyższymi sytuacjami wysuwane były protesty strony polskiej przeciwko uznaniu oficjalnych wyników za wiążące, a także pojawiały się sugestie dotyczące unieważnienia plebiscytu i rozpisania go na nowo³³.

Podsumowując, należy stwierdzić, że treści propagandowe zawarte w niemieckojęzycznej prasie, której reprezentatywny przykład stanowi „Allensteiner Volksblatt” oraz jego dodatek „Ostdeutsche Nachrichten”, w pełni przyczyniły się nie tylko do utrwalenia w umysłach społeczeństwa Warmii i Mazur negatywnych stereotypów na temat państwa i narodu polskiego oraz przekonania o niemieckim charakterze tych ziem, lecz także miały istotne znaczenie w odniesieniu do wyników plebiscytu. Głosowanie przeprowadzone 11 lipca 1920 roku zakończyło się zdecydowanym zwycięstwem Niemiec. Niemal cały obszar plebiscytowy pozostał w granicach niemieckich Prus Wschodnich. Do Polski zostało włączonych jedynie osiem pogranicznych wsi na terenie Mazur oraz Powiśla³⁴.

32. *Autonomia dla Mazur i Warmii*, GO, nr 81 z dn. 6.07.1920 r.

33. *O unieważnieniu plebiscytu*, GO, nr 90 z dn. 27.07.1920 r.

34. J. Chłosta, dz. cyt., s. 262–263. Ogółem w ramach plebiscytu za Niemcami (Prusami Wschodnimi) głosowały 460.103 osoby w obydwu okręgach plebiscytowych (olsztyńskim i kwidzyńskim), co stanowiło 96,7 proc. wszystkich uprawnionych do głosowania. Za Polską natomiast głosowało w obydwu okręgach 15.927 osób, co stanowiło jedynie 3,3 proc. wszystkich uprawnionych.

Bibliografia

ŹRÓDŁA

a) prasowe

„Allensteiner Volksblatt”, 1920, nr: 138, 142, 144, 147, 156, 158, 159.

„Gazeta Olsztyńska”, 1920, nr: 57, 61, 74, 81, 90.

„Ostdeutsche Nachrichten”, 1920, nr: 75, 76, 77, 81, 82.

b) drukowane

List redaktora „Gazety Olsztyńskiej”, St. Nowakowskiego, do K. Jaroszyka o stanie sprawy polskiej przed plebiscytem z dn. 6 marca 1920 roku, Olsztyn, [w:] *Plebiscyty na Warmii, Mazurach i Powiślu w 1920 roku. Wybór źródeł*, pod red. P. Staweckiego i W. Wrzezińskiego, Olsztyn: Ośrodek Badań Naukowych im. Wojciecha Kętrzyńskiego 1986.

OPRACOWANIA

Brzoza C., *Polska w czasach niepodległości i II wojny światowej (1918-1945)*, Kraków: FOGRA Oficyna Wydawnicza 2003.

Cassese A., *Self-Determination of Peoples: A Legal Reappraisal*, Cambridge University Press 1999.

Chłosta J., *Słownik Warmii (historyczno-geograficzny)*, Olsztyn: Wydawnictwo Littera 2002.

Gelewski T., Jędruch S., *Prawne zasady plebiscytu na Powiślu, Warmii i Mazurach* [w:] *Materiały z sesji popularnonaukowej Okręgowej Komisji Badania Zbrodni Hitlerowskich w Olsztynie w związku z pięćdziesięcioleciem plebiscytu na Powiślu, Warmii i Mazurach*, Olsztyn 1971.

Kunigk H., *Das „Allensteiner Volksblatt” in der Weimarer Republik*, „Zeitschrift für die Geschichte und Altertumskunde Ermlands”, 1981, t. 43, s. 69-132.

Lietz Z., *Plebiscyt na Powiślu, Warmii i Mazurach w 1920 roku*, Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza 1958.

Topolski J., *Historia Polski od czasów najdawniejszych do 1990 roku*, Warszawa-Kraków: Rebis 1993.

Wrzeziński W., *Plebiscyty na Warmii, Mazurach oraz na Powiślu w roku 1920*. Rozprawy i Materiały Ośrodka Badań Naukowych im. Wojciecha Kętrzyńskiego w Olsztynie nr 45, Olsztyn 1974.

Wrzeziński W., *Ruch polski na Warmii, Mazurach i Powiślu w latach 1920-1939*, Olsztyn: Stacja Naukowa Polskiego Towarzystwa Historycznego (Instytut Mazurski) 1973.

I Z A

Danzig. Die deutsche Hochschulstadt im bedrohten Osten.

B E L A

Propaganda historyczna na przykładzie folderów

O L S Z E

turystycznych Wolnego Miasta Gdańska.

W S K A

Analiza lingwistyczna



Danzig. Die deutsche Hochschulstadt im bedrohten Osten. Historical propaganda on the basis

of tourist brochures of the Free City of Danzig. A linguistic analysis



1. Folder *Danzig die deutsche Hochschulstadt im bedrohten Osten*
[PAN BIBLIOTEKA GDAŃSKA]

Celem artykułu jest analiza niemieckojęzycznych folderów turystycznych jako medium propagandy politycznej w okresie Wolnego Miasta Gdańska w latach 1920-1939.

Folder turystyczny to rodzaj dokumentów życia społecznego, który definiowany jest jako druk o charakterze informacyjnym bądź reklamowym, zazwyczaj w formie kilkustronicowej składanki, zawierający opisy oraz zdjęcia miast i zabytków. Niemieckojęzyczne foldery turystyczne Wolnego Miasta Gdańska były w teoretycznym założeniu właśnie reklamą miasta i regionu. Specyfika tych publikacji polega jednak na tym, iż znajdujemy w nich także wyraźne elementy proniemieckiej propagandy polityczno-historycznej.

Słowa kluczowe: foldery turystyczne, Wolne Miasto Gdańsk, propaganda historyczna

The article aims at an analysis of tourist brochures published in the German language as a medium of political propaganda in the period of the Free City of Danzig in 1920-1939.

Tourist brochures are a type of documents of social life defined as informative or advertising printed materials, usually in the form of a several-page folder containing descriptions and photographs of cities, towns, and historical monuments. The German-language tourist brochures of the Free City of Gdansk were in a theoretical assumption an advertisement of the city and the region. What makes these publications unique, however, is that they also contain clear elements of pro-German political and historical propaganda.

Keywords: tourist folders, Free City of Gdansk, historical propaganda

Danzig.
*Die deutsche Hochschulstadt im bedrohten Osten.**
Propaganda historyczna na przykładzie folderów
turystycznych Wolnego Miasta Gdańska
Analiza lingwistyczna

Danzig. Die deutsche Hochschulstadt im bedrohten Osten. Historical propaganda on the basis of tourist brochures of the Free City of Danzig. A linguistic analysis

* Tytuł folderu studenckiego z okresu Wolnego Miasta Gdańska (PAN Biblioteka Gdańska, sygn. 4666/15).

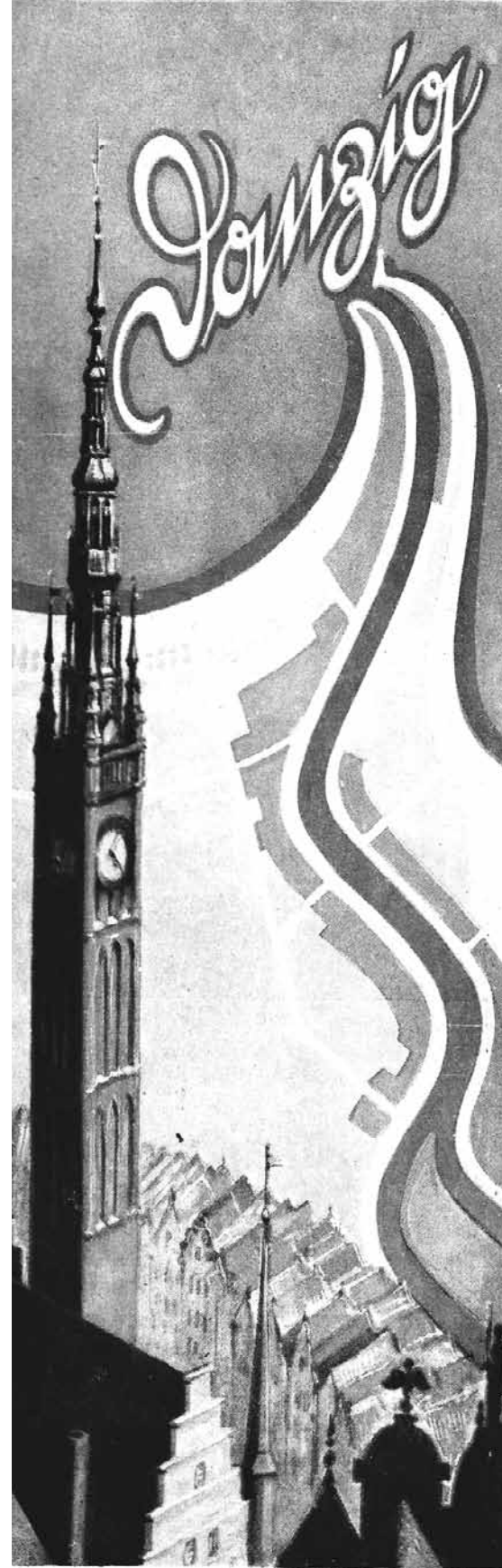
W naukach humanistycznych propaganda definiowana jest jako jedna z „wielu form komunikowania, rozumianego jako proces porozumiewania się ludzi, którzy odgrywają w nim zróżnicowane role”¹. Funkcje, jakie spełnia polityczny przekaz propagandowy, to przede wszystkim funkcja **integracyjna** (służąca unifikacji i wzmocnieniu istniejących struktur społeczno-politycznych) oraz funkcja **agitacyjna**, której celem jest zdobycie akceptacji dla nowych ideologii oraz działań². Do najczęstszych technik propagandowych należy stosowanie w tekstach słów o silnym zabarwieniu emocjonalnym, które wywołują konkretne skojarzenia, a także generalizacja, uogólnianie, instrumentalne wykorzystywanie osób, zdarzeń, czy wprowadzanie odbiorcy w błąd. Jednym z przykładów propagandowego oddziaływania społecznego o konsekwencjach ogólnosiwiatowych, było Wolne Miasto Gdańsk (WMG) w latach 1920-1939. Zdaniem Jacka Friedricha Gdańsk w tym okresie był miastem o „historii rozpiętej pomiędzy dwoma nacjonalizmami: polskim i niemieckim, a do tego silnie zabarwionej specyficzną tożsamością miasta, które w okresie rozkwitu aspirowało do politycznej samodzielności. Odrębność gdańszczan w ciągu wieku XIX stopniowo słabła. Trwające wiele dziesięcioleci procesy doprowadziły do sytuacji, w której tożsamość zdecydowanej większości gdańszczan była zasadniczo zgodna z ogólnoniemiecką świadomością narodową, a pozycja Gdańska jako miasta niemieckiego była oczywista”³. Celem artykułu jest analiza niemieckojęzycznych folderów o charakterze turystycznym jako narzędzia propagandy politycznej w okresie Wolnego Miasta Gdańska 1920-1939⁴.

1. B. Ostrowska-Dobek, J. Fras, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 1999, s. 7.

2. Tamże, s. 29-30.

3. J. Friedrich, *Wojna obrazów*, Gdańsk: Słowo Obraz Terytoria 2018, s. 10.

4. Podawane w artykule cytaty pochodzą z niemieckojęzycznych folderów o charakterze turystycznym ze zbiorów Pracowni Dokumentów Życia Społecznego PAN Biblioteki Gdańskiej o sygnaturach: 2652/05, 666/15, 4727/15, 4675/15, 4779/15, 4791/16, 5092/17, 5093/17, 5107/17, 5108/17, 5237/17, 5271/18, 5489/18.



Freie Stadt Danzig

Danzig kann mit der Bahn, über See und durch die Luft sehr leicht erreicht werden. Die Freie Stadt verlangt weder Ein- noch Ausreisewissum. Es genügt jeder Auslandspaß. Besonders vorteilhaft ist die Fahrt mit den Schnellschiffen des Seedienstes Ostpreußen: Travemünde, Swinemünde, Zoppot, Pillau, Memel, hin- und zurück. Auskünfte bereitwilligst durch die Danziger Verkehrszentrale in Berlin, Unter den Linden 16, durch die Danziger Verkehrszentrale Danzig, Stadtgraben 5, durch alle Reisebüros. Danzig ist billig. 1 Danziger Gulden = rd. 0,81 RM.

Niemieckojęzyczne foldery turystyczne z okresu Wolnego Miasta Gdańska
Folder turystyczny to rodzaj dokumentów życia społecznego⁵, który definiowany jest jako druk o charakterze informacyjnym bądź reklamowym, zazwyczaj w formie kilkustronicowej składanki, zawierający opisy oraz zdjęcia miast i zabytków⁶.

Foldery turystyczne WMG były w pierwszej kolejności reklamą turystyczną miasta i regionu, spełniającą *funkcję prezentacyjną*, tj. *inicjację* (informacja o istnieniu oferty), *specyfikację* (informacja dot. rodzaju produktu lub usługi), *lokację* (informacja, gdzie można nabyć produkt lub skorzystać z usługi), *kontakt* (informacja dotycząca czasu i sposobu nawiązania kontaktu), *identyfikację* (charakterystyka oferenta oraz reklamowanego produktu), *warunki* (informacje dot. nabycia produktu, takie jak: cena, oferta, gwarancja itp.) czy *działanie* (dot. spełnienia oczekiwań klienta, zawiera opis działania). Teksty WMG o charakterze turystycznym spełniały także po części *funkcję kontrastującą*⁷, tj. zawierały szczegółowy opis reklamowanego produktu, w tym przypadku pobytu w jednym z nadbałtyckich kurortów wraz z podstawowymi informacjami, jak położenie geograficzne, dojazd, atrakcje, wiza, waluta, czy podatek kuracyjny:

Zoppot. Das Weltbad an der Ostsee liegt im Gebiet der Freien Stadt Danzig, 20 Minuten mit der Vorortbahn oder dem Autobus von der alten Hansestadt Danzig entfernt. Zoppot ist Stadt und hat über 30 000 Einwohner / Danzig kann mit der Bahn, über See und durch die Luft sehr leicht erreicht werden. Die Freie Stadt verlangt weder Ein- noch Ausreisewisum / Danzigs Kur- und Seebäder Oliva Glettkau Brösen Heubude Weichselmünde sind kurtaxfrei und tragen jedem Geschmack und jeder finanziellen Möglichkeit Rechnung / Danzig ist billig / Sämtliche Badeorte besitzen neuzeitlich und großzügig angelegte Seebadeanstalten, sowie einen Bade Strand aus feinkörnigem Sand, frei von Steinen und Seeauswurf. Wassersprungtürme u. Turn- u. Sportgeräte bieten reiche Abwechslung / Der Ort Oliva hat sich, am Fuße der uralisch-baltischen Höhenzuges gelegen, zu einem schönen Erholungs-aufenthalt entwickelt. Zum Teil in liebliche Täler eingebettet, erfreut sich Oliva einer überaus geschützten anmutigen Lage. Meilenweit ziehen sich über die Berge prachtvolle Waldungen hin, die teilweise schon ihren Anfang im Ort haben / Zoppot ist zu erreichen auf dem Seewege, mit der Bahn, auf dem Luftwege und mit dem Auto. Direkte Bahn- und Flugverbindungen nach den wichtigsten Hauptstädten Osteuropas. Regelmäßige Dampfverbindungen von Travemünde, Swinemünde, Pillau, London, Kopenhagen, Stockholm, Helsingfors.

5. Dokumenty życia społecznego to teksty o charakterze informacyjnym, normalizacyjnym, propagandowym czy reklamowym, będące wynikiem działalności społecznej instytucji czy organizacji. Teksty te posiadają krótkotrwałą wartość użytkową i odzwierciedlają przejawy współczesnego życia społecznego. Należą do ich między innymi: druki ulotne, plakaty, cenniki czy prospekty. Por. *Podręczny słownik bibliotekarza*, oprac. G. Czupnik, Z. Gruszka, H. Tadiusiewicz, Warszawa: Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2011, s. 70.

6. Tamże, s. 98.

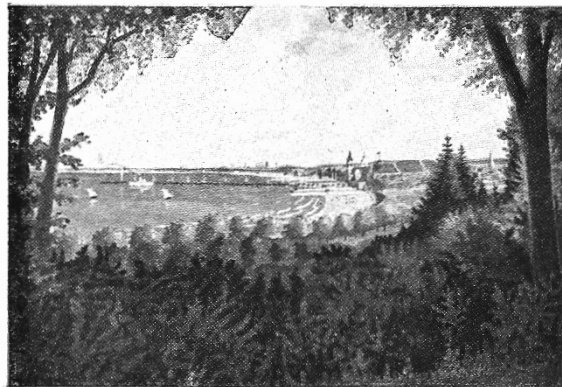
7. A. Radziszewska, *Pragmalingwistyczne wyznaczniki skuteczności komunikacyjnej tekstów reklamowych*, Warszawa: PWN 2015, s. 24-29.

Dokumenty życia społecznego o charakterze turystycznym w służbie propagandy
Turystyczne dokumenty życia społecznego WMG miały jednak także charakter **reklamy nakłaniającej**, której celem było zachęcenie potencjalnego turysty do skorzystania z oferty oraz usług branży turystycznej. Zgodnie z zasadami tego rodzaju reklam, autorzy wykorzystywali całą paletę możliwości, by zachęcić do wizyty w kurortach WMG. Jedną ze strategii było budowanie **korzystnej atmosfery oraz pozytywnego wizerunku miejsc** (por. emocjonalizacja w funkcji perswazyjnej reklamy), zgodnie z motto: „Alles, was der verwöhnte Kurgast in Bezug auf Vergnügen und Abwechslung verlangt, bietet Zoppot im reichen Maße“. **Malowniczość opisu oraz idylliczność przekazu** (dotyczyło to również obrazu i szaty graficznej często w kolorach pastelowych) uzupełniały pozytywny wizerunek reklamowanego produktu: piękne lasy, spokojna, zaciszna okolica, przepiękne drogi spacerowe, to tylko wybrane określenia z reklamy WMG. Charakterystyki tego typu znajdowały się zarówno w tekście głównym oraz pod zdjęciami:

Die Verschiedenheit der Giebelhäuser gibt dem Stadtbild den eigentümlichen Reiz Die Beischläge geben dem Straßenbilde die gemütsvolle Beschaulichkeit / Zoppot liegt unmittelbar an der See, vor rauhen Winden durch die Halbinsel Hela geschützt, von Tannen- und Laubwald umgeben / Oliva. Ebene und ansteigende Waldwege mit ihren märchenhaft schönen Ausblicken auf die See gestatten stundenlange Wanderungen, bei denen idyllische Ruheplätze zur Rast / Oliva. Ebene und ansteigende Waldwege mit ihren märchenhaft schönen Ausblicken auf die See gestatten stundenlange Wanderungen, bei denen idyllische Ruheplätze zur Rast / Diese idyllische Lage, verbunden mit wohltuender Ruhe, ist es die Oliva viele Freunde erwirbt / Lagunenbildung und das Vogelschutzgebiet (Messina und Robinsonhütte) geben dem Weichseldurbruch seine eigene Romantik / Oliva ist ursprünglich als Gründung eines Zisterzienserklosters entstanden und trägt heute ausgesprochenen Villencharakter. Es liegt geschützt am Hang eines stark mit Mischwald bestandenen Ausläufers des Uralisch-Baltischen Höhenzuges / Von Oliva aus lassen sich angenehme Spaziergänge in die bewaldete Umgebung machen, z.B. nach den Ausflugorten Strauchmühle, Schwabental und Freudental mit seinem Wildpark Der besondere Reiz von Brösen besteht in seinem feinsandigen Strand, der Seebadeanstalt, seinem geräumigen Kurhaus mit Strandballe, seinen Tennisplätzen / Das Seebad Heubude ist umgeben von einem mehr als 100jährigen Kiefernwald, in dem der liebliche Heidsee eingebettet liegt. Schöne Wege führen von Heubude-Strand bis nach Westlich-Neufähr und zu dem hochragenden Quellberg am Weichseldurchbruch / Der Große Heidsee in Heubude, idyllisch von allen Seiten von Wald umgeben, in dem sich Laub- und Nadelbäume abwechseln / Herrlicher alter Eichenbestand.



Zoppot: Kurort ersten Ranges. 20 Min. von Danzig. Von prächtig bewaldeten Hügeln dehnt es sich bis an die Ostsee. Warme, kalte Seebäder, Brunnenkuren aller größeren deutschen Heilbäder.



Zoppot: Mittelpunkt des Badelebens der Ostsee. Sportwoche, Tennisturnier, Pferderennen, Segelregatten, Waldoper. Kasino das ganze Jahr geöffnet. (Roulette u. Baccara.)

Kolejną, czysto reklamową strategią, było **podkreślanie walorów kuracyjnych WMG**. Szczególnie polecano zabiegi kojące nerwy, kąpiele siarczane, okłady z borowiny, spacer w lasach o balsamicznym powietrzu inhalacje oraz solidną opiekę lekarską, zarówno dla dorosłych kuracjuszy, jak i dzieci:

Zoppot sorgt für die Gesundheit seiner Kurgäste. Modern eingerichtetes Warmbad, Medizinische Bäder, Inhalatorium unter Kontrolle d. Stadtmedizinalrates. Ärztlich anerkannte Schwefel- und Eisenmoorbäder aus eigenen Lagern / Die segenspendenden Kräfte von See, Sand und Sonne, in Verbindung mit Gymnastik und Leichtathletik, stimmen froh und machen jung und alt widerstandsfähig. Kranke und Erholungssuchende können darüber hinaus in den schönen Wandelhallen des Großkurgartens eine Trinkkur mit Brunnen der bekanntesten deutschen Heilbäder durchführen. Das Warmbad bietet medizinische Bäder aller Art, ganz besonders die heilkräftigen Moorbäder / Zoppot wird bevorzugt von Erholungssuchenden wegen seiner gepflegten Parkanlagen und seiner nervenstärkenden Liegekuren auf der Seestegspitze / Auch ein Kohlensäurebad macht Freude und fördert die Gesundheit / Waldspaziergänge bringen Abwechslung und Erholung / Für kranke und schwächliche Personen ist es daher äußerst leicht, den Wald aufzusuchen / Oliva-Glettkau's Bedeutung als Luftkurort und Seebad ergibt sich aus seiner selten glücklichen Lage, hart an Wald und See, einer Vereinigung von Naturwerten, wie sie kaum ein zweiter Ort bietet. Zu allen Jahreszeiten herrscht hier ein günstiges Klima / Wenn Oliva somit als klimatischer Luftkurort einen gesundheitlich einwandfreien Aufenthalt gewährt, so besitzt es in seinem 3 km entfernten, mit der Straßenbahn für 20 P in 10 Minuten erreichbaren Ostseebade Glettkau / Die Strandhalle liegt in unmittelbarer Nähe der Badeanstalt und bietet den Badebesuchern die gewünschte Erholung.

Inną formą reklamy, która miała trafić do klienta było konstruowanie haseł, **sloganów**:

Zoppot – herrlich! Danzig – unvergleichlich! / Ostpreußen – das Land der Naturgesetze / Kommt nach Danzig! / Fahrt nach Osten, kommt nach Danzig,

pytań retorycznych, gier słownych czy metafor:

*Erholung in Luft, Wald / Wasser und Sand findet man stets am Danziger Strand
Wo gibt es eine andere Stadt, die Seebad dicht bei Seebad hat? / Danzig – eine Königin der Ostsee).*

Poza czysto reklamowym charakterem turystycznych dokumentów życia społecznego widoczne jest także ideologiczne kształtowanie wspólnej (czytaj niemieckiej) tożsamości WMG. Dzieje się tak właściwie na dwóch płaszczyznach: historycznej, czyli odwoływaniu się do szeroko rozumianej niemieckiej przeszłości miasta i regionu oraz współczesnej tekstom, tj. kształtowaniu jednolitego kulturowego społeczeństwa tu i teraz, a także kreowania przyszłości, o czym informują foldery:

Unendlich eng liegen hier überall die rückschauende Betrachtung der Vergangenheit, die brennende Frage der Gegenwart und die Suche nach der zukünftigen Gestaltung

beieinander. Niemals darf man Danzig als nur ein steinernes Abbild seiner großen Vergangenheit sehen, niemals darf man durch seine alten Straßen gehen, als schritte man durch die Gänge eines wohlgeordneten Museums. Wenn man schon sagen will, daß in Danzig die Steine sprechen, so soll man wissen, daß sie nicht nur von gestern künden, sondern von dem heute und morgen⁸. Selten sind in einer Stadt Geschichte und Gegenwart so innig, ineinander verwoben wie in Danzig. Überall leben hier zugleich der Atem einer gewaltigen Vergangenheit, das Bewußtsein einer schicksalsschweren Gegenwart und die Ahnung einer großen Zukunftsaufgabe.

Dominującą strategią stosowaną w folderach turystycznych WMG w celach propagandowych było ciągle **podkreślanie niemieckiego charakteru miasta** i regionu:

Danzig an der Ostsee, Jahrhunderte prägten das charaktervolle Antlitz dieses deutschen Stadtwesens: wehrhaft, trutzig, handelsflug, regsam, kunstfreudig, vergangenheitsbewußt in seiner Kulturtreue / Danzig – Kleinod nordischer Städteschönheit! Alte deutsche Glockenlieder trägt der Seewind über waldige Höhen.

Istotną rolę odgrywają tutaj stosowane permanentnie etnonimy *deutsch / Deutsch / Deutschtum*, bardzo często w połączeniu z urbanonimem *Danzig*, a także leksemem *Preußen*. Niektóre teksty zawierały dodatkowo wzmiankę o statusie Gdańska, jako „mieście utraconym”:

Worte wollen überreden, Bilder überzeugen. Überzeugen werden auch unsere Bilder des deutschen Danzig / Immer war Deutschlands Schicksal auch Danzigs Geschick Die deutsche Stadt Danzig wurde gegen Willen ihrer Bevölkerung am 10. Januar 1920, auf Grund der Bestimmungen des Vertrages von Versailles, vom Mutterlande getrennt und zur ‚Freien Stadt‘ erklärt / Nach dem deutschen Osten mit dem Seediens Ostpreußen / Im Uphagenhause, in seiner Innengestaltung einmalig, ist Alt-Danziger Bürgerkultur erhalten / In Danzig hingegen brauchte man Straßen, denn von der Langen Brücke ging der Handel hunderte von Meilen weit in ein riesiges Hinterland. Um Raum für breite Straßen war Danzig nicht weiter verlegen, denn man saß nicht auf fremden, nicht auf polnischen Grund, sondern auf eigenem freiem Boden.

Strategia odnoszenia się do kultury niemieckiej realizowana była także w przypadku wymieniania **ślynných postaci ze świata kultury czy nauki** wywodzących się z niemieckiego kręgu, a które na przestrzeni wieków w różny sposób związane były z Gdańskiem, jak np. Arthur Schopenhauer, Gabriel Fahrenheit:

Die besten Bilder des älteren Danzig verdanken wir dem Radierer Carl Schulz (um 1800), einem Nicht-Danziger, und auch er ging am Leben vorüber und beschränkte sich auf das Architektonische / Da wir gerade bei den berühmten Städtsöhnen sind, sei hier der bedeutendste unter ihnen genannt: Arthur Schopenhauer, der in der Heiligen-Geist-Gasse zur Welt kam und seine Jugend in der daseinsfrohen

8. *Danzig und seine Seebäder* (PAN Biblioteka Gdańska, sygn. 5093/17).

9. Tamże.

hat, dann Heubude, das zum Volksbad der Danziger wurde und an heißen Sommertagen „ganz Danzig“ an seinem Strande und in seinen Dünenwellungen sieht.

Wer aber ganz die Einsamkeit des Sandes und der See empfinden will, der muß noch weiter ostwärts gehen und in der Nähe des Hafens in dem Schweigen der kleinen Fischerdörfchen sich Ruhe und Erholung suchen. Auch ihre stille Schönheit liegt ausgebreitet und ruft die Menschen, die zu ihrem Erleben bereit sind:

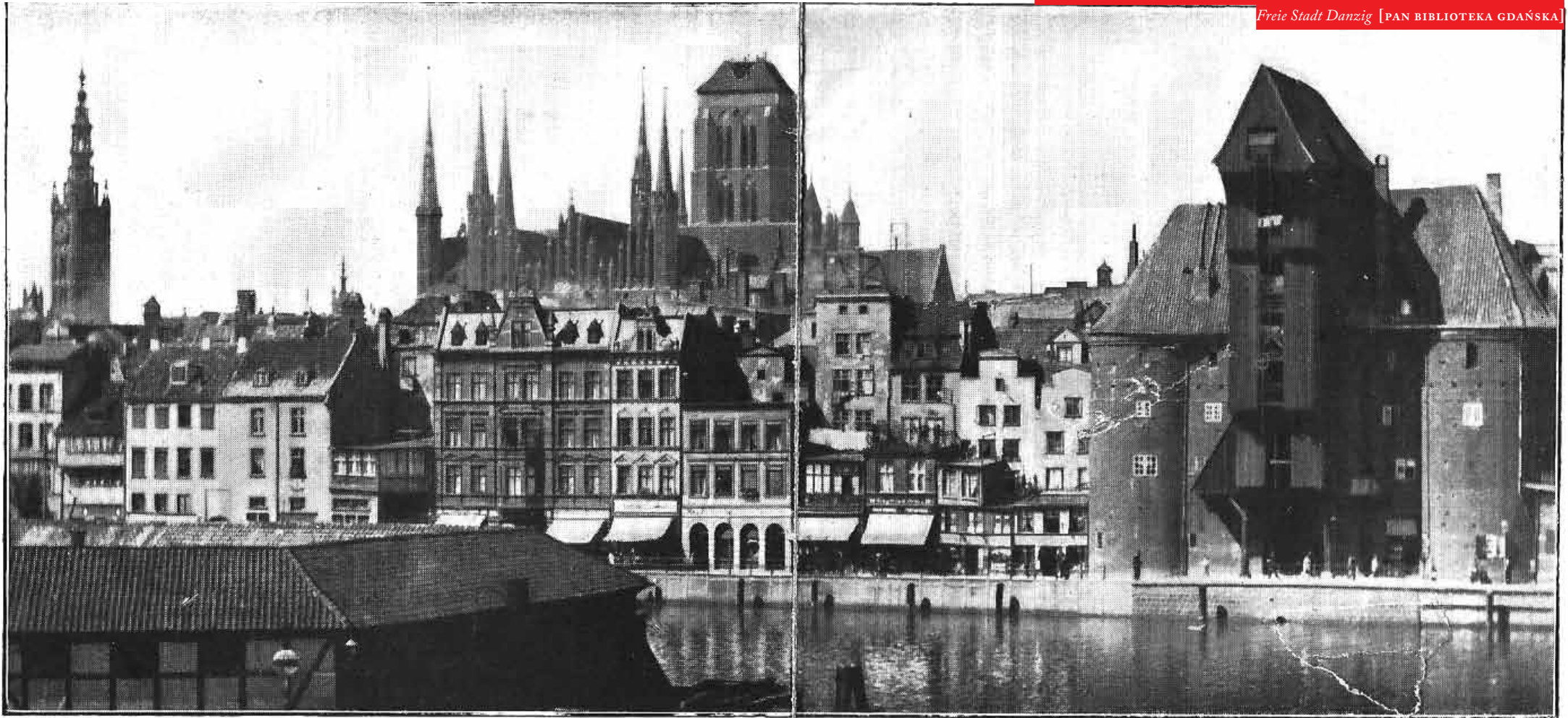
Kommt nach Danzig!

Spiel und Sport

Kilischees und Druck
H. W. Kafemann G. m. b. H., Danzig



4. Strona z folderu *Freie Stadt Danzig* [PAN BIBLIOTEKA GDAŃSKA]



Die drei Wahrzeichen Danzigs Rathaus, Marienkirche und der Kran. Dies Bild erklärt auch den Beinamen „das nordische Venedig“, den man bisweilen der „Königin der Ostsee“ gibt.

Danziger Rechtstadt verlebte, zum Teil auch im benachbarten Oliva / Aus Danzig stammt auch der bei Briten und Amerikanern „populärste“ G.D. Fabrenheit, Physiker und Vater des Thermometers mit der Gradeinteilung von 32 bis 180, nach dem die angeblich „praktische“ englische Welt noch heute rechnet / Nicht berühmt, bei seinen Zeitgenossen jedoch allgemein beliebt, war Johannes Trojan (Geburts-Haus Hundegasse 101, gestorben 1915), lange Jahre die Seele des „Kladderadtsch“, humorvoll und gemühtief. In Beziehungen zu Danzig stand auch Joseph von Eichendorf. Es hat zwar bedeutende bildende Künstler hervorgebracht: Daniel Chodowiecki, der berühmte Kupferstecher, F.E. Menerheim geschätzter Genremaler, Ch. Hildebrandt, geschmackvoller Landschaftsmaler von Ruf; aber ihrer Vaterstadt haben sie ihre Kunst nicht gewidmet.

Widoczne jest także **podkreślanie roli Niemców** w powstawaniu miasta czy odniesienia i porównania do miast niemieckich:

Was dort [in Danzig] steht, wirkt pulst, strahlt: alles haben deutsche Köpfe ersonnen, deutsche Hände geschaffen / Als hätte das Schicksal es mit Bewußtsein so gelenkt, daß gerade die Stadt mit der politisch buntesten Vergangenheit nun rein und klar jedem, der zu sehen vermag, auf Schritt und Tritt ihr Deutschtum aufdeckt / Wie die Weltliteratur Bücher aufweist, die man erst dann recht versteht, wenn man zuvor gewisse andere Bücher las, so gibt es auch Städte, deren Schönheit erst demjenigen richtig aufgeht, der zuvor gewisse andere Städte gesehen hat. Von dieser Art ist Danzig. Am tiefsten wird seine Schönheit derjenige begreifen und empfinden, dem rheinische und niederländische Städte [...] vertraut sind. Was in diesen anderen Städten als schön und reizvoll entzückt hat – das findet sich in Danzig wieder / Bau und Kunststile, die man östlich oder slawisch nennen könnte, sind in Danzig nicht vertreten. Stark, ja, beherrschend ist vielmehr das Westdeutsche, das Niederländische.

Inną strategią propagandową były odniesienia do **ciągłości tradycji i kultury niemieckiej** na terenie WMG. W opisach sygnalizowana jest ona leksemami: *jahrhunderte, jahrzehnte, alt, altehrwürdig*:

So hat sich Zoppot im Laufe der Jahrzehnte ein Badeleben entwickelt, das internationalen Charakter trägt / Vor mehr als hundert Jahren schon zogen die Danziger Sommers an die See hinaus, um sich der Freude und Erholung hinzugeben / Wollen Sie Ausflüge in die schöne Umgegend machen, so besuchen Sie an erster Stelle die altehrwürdige Hansestadt Danzig mit ihren historischen Baudenkmalern.

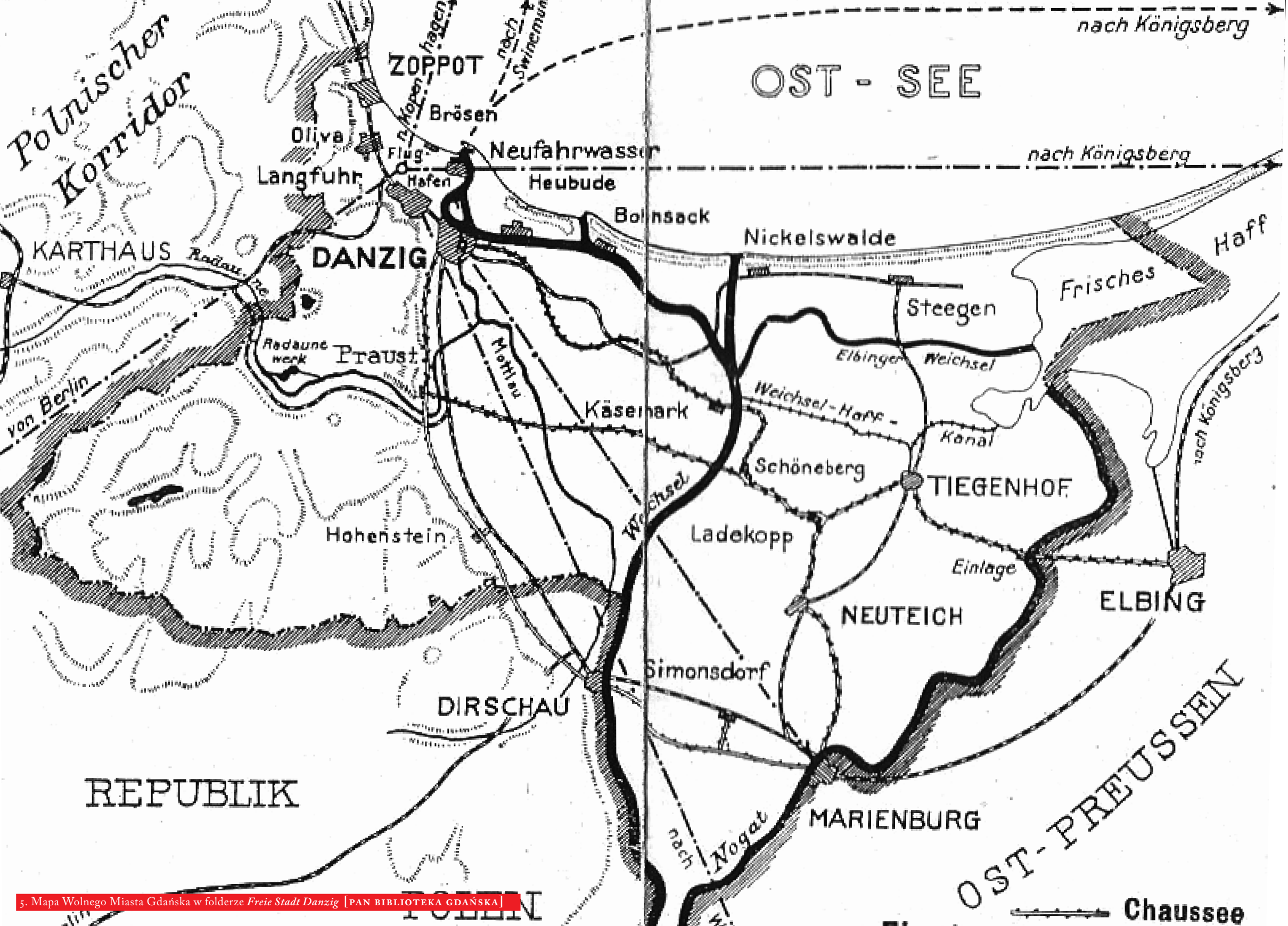
Widoczną strategię kreowania tożsamości społecznej Gdańszczan stanowią także odwołania do niemieckiego dziedzictwa materialnego i niematerialnego. Jak słusznie stwierdzają Łukasz Galusek i Katarzyna Jagodzińska: „Dziedzictwo to także integralna część zbiorowej tożsamości, dlatego w czasie wojny często celowo niszczone są dobra kultury – zabytki, a nawet całe miasta, przez co tożsamość przeciwnika ma zostać zachwiana. Takie praktyki wykorzystywane

są również w czasie pokoju do narzucania określonym grupom lub całym narodom władzy i ideologii”¹⁰. W tekstach gdańskich znajdujemy odniesienia do niemieckiej architektury oraz typowo niemieckiego stylu budownictwa. Należą do nich między innymi trzy gdańskie symbole (*‘Drei Wahrzeichen’*): Kościół NMP (niem. *Marienkirche*), Żuraw (niem. *Krantor*) oraz Ratusz Głównego Miasta (niem. *Rathaus*):

Die Danziger Marienkirche, ein gewaltiger Backsteinbau aus dem vierzehnten Jahrhundert, ist das hehre und stolze Wahrzeichen ostdeutscher Kultur und Tatkraft. Die mächtigen Formen dieser alten Ordens- und Wehrkirche beherrschen das ganze ältere Stadtbild. Die reichen Kunstschatze, die dieses alte Bauwerk birgt, sprechen noch heute lebendig von den Kulturströmen, die Jahrhunderte lang von Danzig in das Land flossen / Berühmt und gepriesen in aller Welt ist Danzigs mächtige Marienkirche, aus dem 14. Jahrhundert, damals Ordens- und Wehrkirche des Deutschrittenordens, doch bald erweitert und seit 1502 eine mächtige dreischiffige Basilika. Sie gilt als fünftgrößte Kirche der Welt. Ihre wuchtigen Formen beherrschen das ganze ältere Stadtbild / Durch seine ausdrucksvollen Formen wurde das Krantor weltbekannt / Eines der Straßentore an der langen Brücke ist weltbekannt geworden: das Krantor / Mühle [am Radaunekanal] wie Krantor, dem Stille nach selbstverständlich mittelalterlich, verraten eine Baugesinnung, die ganz der heutigen entspricht: die Form ist aus dem Zweck entstanden, nicht umgekehrt.

Podkreślanie **nobliwego, dostojnego Gdańska jako miasta niemieckiego** odbywa się między innymi za pomocą leksemów: *groß, hehre, stolz, mächtig, emporstrebend*: *Immer wieder blickt man auf den mächtig emporstrebenden Turm der Marienkirche / Durch ernste mittelalterliche Tore geht es zu der Langen Brücke, dem schönsten malerischen Ufer an der Mottlau, an dem sich die Haltestellen der Dampfer reihen / Zwischen Krantor und Langem Markt haben die Jahrhunderte eine steinerne Chronik in einzigartigen Gassenzeilen aufgezeichnet: herbe Gotik der Ordensritterzeit, reiche Renaissance im Goldschmuck des Gesteins, prunkendes Barock / Steffenshaus mit Reliefs aus der antiken Sage / Reich an schönen Stadttoren von vielfach ehrwürdigem Alter ist Danzig wie kaum eine zweite deutsche Stadt / Über das ältere Danzig mag das neuere und neueste nicht vergessen werden / Die Gassen im älteren Danzig (soweit sie nicht Querverbindungen sind) ziehen alle rechtwinklig vom Ufer der Mottlau landeinwärts / Zu Danzig gehören auch die Vororte, zum Beispiel Oliva mit seinem achthundert Jahre alten Kloster, und die Seebäder, von denen Zoppot Weltruf besitzt / Ein Gang durch Danzigs alte Gassen und historische Bauten läßt das ewig deutsche Antlitz der einstigen Hansestadt in ihrer nordischen Schönheit wieder erstehen. Auf der Verpflichtung des stolzen und ruhmreichen Vergangenheit Danzigs vollzieht sich der Aufbau und die Entwicklung als Gaubauptstadt für die Zukunft. Als besondere Sebenswürdigkeit gilt der historische Schloßgarten,*

10. Ł. Galusek, K. Jagodzińska, *Dziedzictwo*, [w:] *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*, red. M. Saryusz-Wolska, R. Traba, J. Kalicka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2014, s. 107.



Polnischer
Korridor

nach Königsberg

OST - SEE

nach Königsberg

KARTHAUS

DANZIG

Nickelswalde

Frisches

Haff

von Berlin

Radaun
werk

Praust

Steegen

Käsenark

Elbinger
Weichsel

Weichsel - Haff -

Kanal

Schöneberg

TIEGENHOF

Hohenstein

Weichsel

Ladekopp

Einlage

NEUTEICH

ELBING

nach Königsberg

DIRSCHAU

Simonsdorf

REPUBLIK

MARIENBURG

nach
Wogat

Ost - PREUSSEN

Chaussee

in dessen unmittelbarer Nähe sich das alte Kloster mit der Kathedrale erhebt / Der Danziger Hafen ist so alt wie Danzig selbst.

W ujęciu historycznym odnajdujemy także w dokumentach życia społecznego o charakterze turystycznym nawiązania do ekonomicznego statusu Gdańska jako miasta handlowego, rzemieślniczego i portowego z długą tradycją rybołówstwa. Jaskrawym przykładem tego typu odniesień jest przede wszystkim Hanza¹¹, która odgrywała i odgrywa właściwie do dzisiaj ogromną rolę w niemieckiej kulturze pamięci, symbolizując czas świetności kupieckiej i złoty wiek handlu niemieckiego oraz wspólnotę społeczności niemieckich przedsiębiorców doby średniowiecza. W okresie konstituowania się WMG, a także później w czasie tworzenia wspólnej dla regiony polityki pamięci chętnie odwoływano się do tego okresu handlowego prosperity. Jak zauważa Peter Oliver Loew, rola **Hanzy** była w kulturze pamięci niemieckiej tak ugruntowana, iż w początkowej fazie tworzenia Wolnego Miasta Gdańska chciano, by pojawiła się ona w nazwie „państwa-miasta” (por. np. także tytuł folderu turystycznego *Hansestadt Danzig*):

Latem 1919 roku radni miejscy zajęli się najpierw opracowaniem konstytucji dla przyszłego Wolnego Miasta. Popierany przez magistrat projekt przewidywał nazwę „Wolne i Hanzeatyckie Miasto Gdańsk” (Freie und Hansestadt Danzig), którą nadburmistrz Heinrich Sahm [...] zaproponował osobiście, i to ze względów historycznych. Według niego miasto nie musiało się wstydzic swojej „chlubnej przeszłości”, lecz powinno być raczej dumne z tego, że może nawiązać do minionych czasów dobrobytu.

Wzmianki o Hanzie w tekstach turystycznych dotyczą jej przeszłości, roli, jaką odegrała w regionie gdańskim, a także miejsc nazwanych jej mianem:

Handelsstadt von hervorragender Bedeutung / Badeanstalt ‚Hansabad‘ am Hansaplatz / Das Weltbad Zoppot liegt an der Ostsee, 20 Minuten von der alten ehrwürdigen Hansastadt Danzig entfernt / Das Weltbad an der Ostsee liegt im Gebiet der Freien Stadt Danzig, 20 Minuten mit der Vorortbahn oder dem Autobus von der alten Hansestadt Danzig entfernt / Eingebettet zwischen Meer und Wald, von der Natur reich gesegnet, nabe der altehrwürdigen Hansestadt Danzig gelegen [...] / Am Westgiebel der Trinitatiskirche steht eins der alten Handelshäuser / Hier legten die Schiffe der hanseatischen Kaufleute, die das eigentliche Danzig schufen, seit dem 13. Jahrhundert an, löschten Ladung und luden andere Last zur Ausfuhr/ Bereits in frühesten Tagen mit Hamburg, Bremen, Lübeck usw. Mitglied des Hansabun-

11. Taka strategia występuje także w przypadku innych niemieckojęzycznych, gdańskich druków ulotnych, por. I. Olszewska, *Druk ulotny jako medium pamięci społecznej na przykładzie programu „Deutschkundliche Woche” z lat 1921–1938*, [w:] *Soziolingwistische Studien in Theorie und Praxis. Ufänge Interdisziplinäre*, t. 5, red. J. Mape, K. Wielądek, L. Ovchinnikova, F. Marzouka, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2018, s. 39–57.

12. P. Loew, *Gdańsk i jego przeszłość. Kultura historyczna miasta od końca XVIII wieku do dzisiaj*, tłum. J. Mo sakowski, Gdańsk: Słowo Obraz Terytoria 2012, s. 235.

des, hat Danzig seine Hafenanlagen auf das modernste ausgebaut und nimmt heute im Schiffsverkehr der Ostsee die führende Stelle ein.

Strategia jednoczenia społeczeństwa WMG widoczna jest w podkreślaniu jego odrębności, **indywidualności oraz samodzielności**, głównie za pomocą leksemów *eigen, frei, unabhängig*:

Die Stadt Danzig bildet mit dem ihr verbundenen Gebiet unter der Bezeichnung ‚Freie Stadt Danzig‘ einen Freistaat. Nach der Verfassung ist der Senat die Regierung und zugleich die Verwaltung der Stadtgemeinde Danzig / Danzig hat eine eigene Währung, den Danziger Gulden / Danzig hat eigene Währung. Die Währungseinheit ist der Gulden (1 engl. £ = 25 G; 1 Reichsmark = 1,23 G) / Zoppot ist eine selbstständige Stadtgemeinde im Gebiet des Danziger Freistaates.

Nadrzędnym celem konstruowania tożsamości w ujęciu synchronicznym była przede wszystkim integracja społeczności gdańskiej poprzez stwarzanie **powtarzalności** wydarzeń. Zdaniem Jana Assmanna to właśnie rytuał i święto stanowią prymarną formę pamięci kulturowej, gdyż „Rytualne powtarzanie zapewnia grupie społecznej koherencję w czasie i przestrzeni”¹³. W dokumentach życia społecznego zachęcano zatem do wspólnego spędzania czasu, zażywania relaksu w kurortach nadmorskich (dominuje tutaj Sopot, jako kurort w randze światowego uzdrowiska, w którym wręcz wypadało bywać, por. np.: *Zoppot. Das deutsche Weltbad an der Ostsee*), regularnego wypoczynku oraz kuracji ratujących zdrowie. W opisach dominują leksemy podkreślające nowoczesność miejsc jak *modern, international, erstklassig, europäisch, beste, spitze, Welt-*:

Tausenden von Gästen aus allen Ländern werden hier die Ferientage zum unvergeßlichen Erlebnis / Das Internationale Kasino Zoppot (staatlich konzessioniert) Zoppot hat während seiner Saison ein Badeleben mit internationalem Publikum Dirigenten von europäischen Ruf sah die Waldoper zu Gast / Das internationale Reit- und Springturnier, zahlreiche Pferderennen mit erstklassiger Besetzung, Windhundenrennen, die traditionelle große Segelregatta, das Schwimmfest mit den deutschen Meeresmeisterschaften sind Höhepunkte der Saison / Zoppot ist beliebt durch seinen steinfreien und weißsandigen Badestrand und langsam abfallenden Meeresgrund – zwei moderne Kaltbadeanstalten mit allem Komfort / Zoppot ist bekannt durch seinen 600 m langen Seesteg (längste Seebrücke Europas), seinen modernen Großkurgarten und windgeschützten Wandelballen / Zoppot ist berühmt durch seine alljährlich stattfindenden Richard Wagner-Festspiele / Zoppot ist durch sein Spielkasino ein Treffpunkt der internationalen Welt / Das Spiel-Kasino vervollständigt das Bild eines Seebades von Weltruf. Hier spielt man das ganze Jahr nach internationalen Regeln Roulette und Baccara.

13. J. Assmann, *Kultura pamięci*, [w:] *Pamięć zbiorowa i kulturowa. Współczesna perspektywa niemiecka*, red. M. Saryusz-Wolska, Kraków: Universitas 2009, s. 89.

Powtarzalności wydarzeń kulturalno-społecznych związanych z turystyką, rekreacją i letnim wypoczynkiem dotyczy słynnych, corocznych **zawodów sportowych** (niem. *Die Zoppoter Sportwoche*; por. np. *Zoppot die Hochburg des Sports im Osten*) oraz **Festiwalu Wagnerowskich** (niem. *Richard Wagner-Festspiele. Zoppoter Waldoper*):

Höhepunkt der gesellschaftlichen Veranstaltungen bildet alljährlich das internationale Tanzturnier, zu dem sich die besten Amateurtanzpaare der Welt einfinden / Die großen Turniere vereinigen die Spitzenspieler aller Nationen und genießen Weltruf / Tanzturniere des R.P.G., Modeveranstaltungen, Schachturniere, Bootskorso, Gleitbrettfahren, Feuerwerk, abendliche Promenadenfahrten in See, Kinderfeste und täglicher Tanz im Freien sorgen für Abwechslung / Höhepunkt des Aufenthalts in Zoppot ist der Besuch der Waldoper. Sie enthüllt die Naturgebundenheit der Werke Richard Wagners in einzigartiger Weise / Daß Zoppot in dem Strudel seines bewegten Kulturlebens seine nationale Aufgabe nicht vergessen hat, beweisen die Richard-Wagner-Festspiele, die alljährlich Tausende von Besuchern in die Zoppoter Waldoper ziehen / Die Güte der Kurkonzerte bedeuten den Schwerpunkt des Veranstaltungsprogramms in Zoppot / Neben dem Bade- und Gesellschaftsleben bildet Zoppot auch den Mittelpunkt des sportlichen Lebens im Osten – Wichtige Grossveranstaltungen aus dem Sommerprogramm 1938: Gr. Sonderveranstaltung Pfingsten 5. und 6. Juni Internat. Reit- und Springturnier: 10. bis 12. Juni Internat. Fechtturnier, 25. und 26. Juni Internat. Rennmeeting.

Podsumowanie

Niemieckojęzyczne foldery o profilu turystycznym z okresu Wolnego Miasta Gdańska 1920-1939 stanowią dzisiaj cenne medium pamięci o regionie, jego przeszłości, kulturze oraz społeczności. Podstawowym celem tekstów była reklama miejsc, nakłanianie do wypoczynku oraz udzielanie praktycznych, przydatnych każdemu turyście informacji dot. organizacji przyjazdu i spędzania czasu. Poza tradycyjną reklamą turystyczną foldery WMG były także doskonałym nośnikiem przekazu propagandowego, gdyż umożliwiały one dotarcie informacji do szerokiego kręgu odbiorców: mieszkańców miasta, potencjalnych turystów czy kuracjuszy. Celem takiego działania w latach 1920-1939 było podkreślanie przynależności Gdańska do niemieckiego kręgu kulturowego, utrzymaniu więzi społecznych, obrony kultury niemieckiej i kreowaniu wspólnej perspektywy historycznej za pomocą licznych strategii, jak np. nawiązywanie do wpływów kultury niemieckiej na rozwój regionu, odwołania do niemieckiej przeszłości Gdańska, czy pielęgnowanie pamięci o historii miasta i okolic.

Bibliografia

ŹRÓDŁA

Pracownia Dokumentów Życia Społecznego PAN Biblioteki Gdańskiej
Niemieckojęzyczne foldery turystyczne z okresu Wolnego Miasta Gdańska, sygn. 2652, 4666/15, 4727/15, 4675/15, 4779/15, 4791/16, 5092/17, 5093/17, 5107/17, 5108/17, 5237/17, 5271/18, 5489/18.

OPRACOWANIA

Assmann J., *Kultura pamięci*, [w:] *Pamięć zbiorowa i kulturowa. Współczesna perspektywa niemiecka*, red. M. Saryusz-Wolska, Kraków: Universitas 2009, s. 59-99.
Galusek Ł., Jagodzińska K., *Dziedzictwo*, [w:] *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*, red. M. Saryusz-Wolska, R. Traba, J. Kalicka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2014, s. 106-111.

Historia Gdańska, t. 4, cz. 2: 1920-1945, red. E. Cieślak, Sopot: Wydawnictwo Lex 1999.

Friedrich J., *Wojna obrazów*, Gdańsk: Słowo Obraz Terytoria 2018.

Loew P., *Gdańsk i jego przeszłość. Kultura historyczna miasta od końca XVIII wieku do dzisiaj*, tłum. J. Mosakowski, Gdańsk: Słowo Obraz Terytoria 2012.

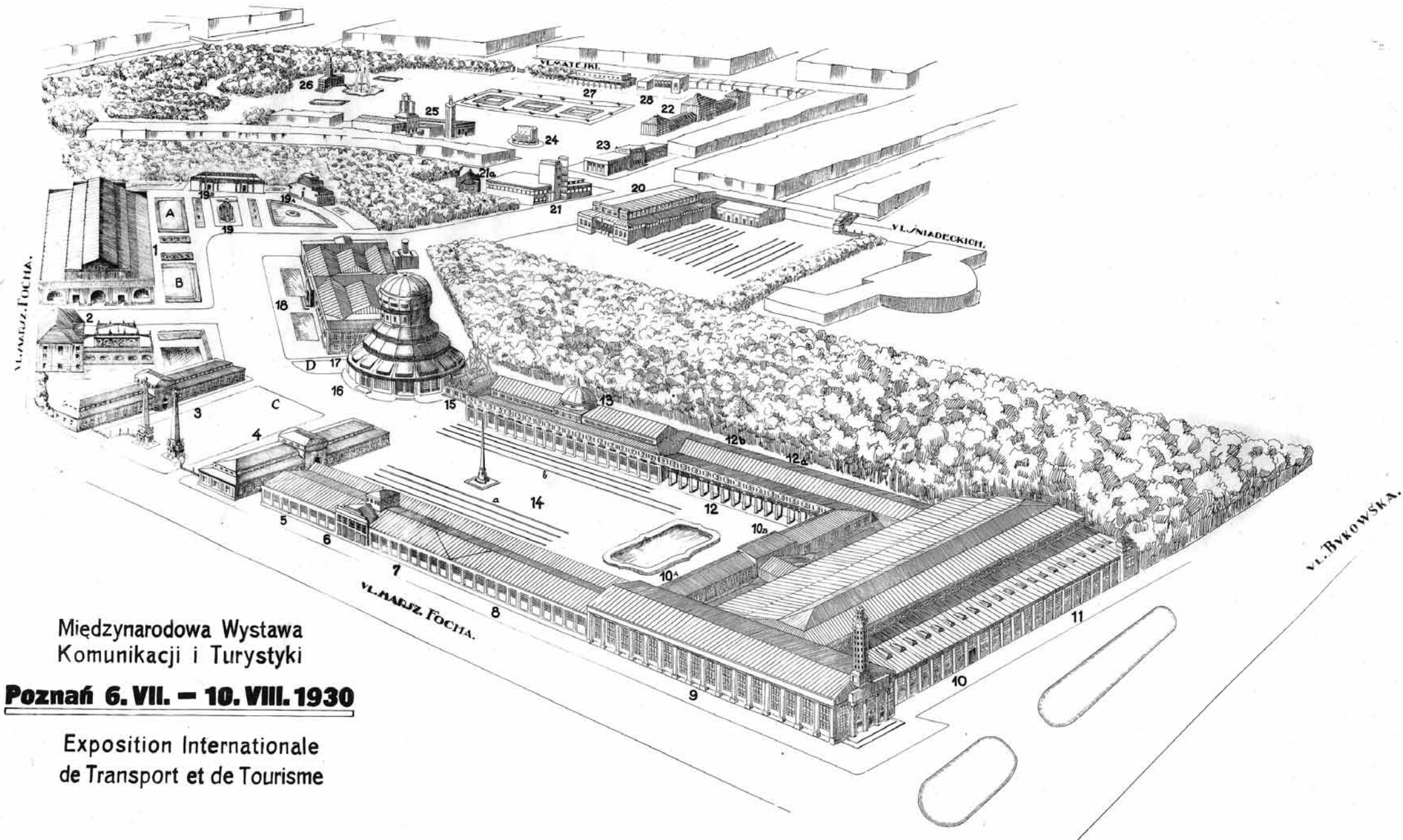
Olszewska I., *Druk ulotny jako medium pamięci społecznej na przykładzie programu „Deutschkundliche Woche” z lat 1921-1938*, [w:] *Socjolingwistyczne badania w teorii i praktyce. Ujęcie Interdyscyplinarne*, t. 5, red. J. Mape, K. Wielądek, L. Ovchinnikova, F. Marzouka, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2018, s. 39-57.

Ostrowska-Dobek B., Frasz J., Ociepa B., *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 1999.

Podręczny słownik bibliotekarza, oprac. G. Czapnik, Z. Gruszka, H. Tadiusiewicz., Warszawa: Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2011.

Radziszewska A., *Pragmalingwistyczne wyznaczniki skuteczności komunikacyjnej tekstów reklamowych*, Warszawa, PWN 2015.

Woniak K., *Pamięć lokalna*, [w:] *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*, red. M. Saryusz-Wolska, R. Traba, J. Kalicka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2014, s. 339-341.



Międzynarodowa Wystawa
Komunikacji i Turystyki
Poznań 6. VII. – 10. VIII. 1930

Exposition Internationale
de Transport et de Tourisme

P A W E Ł

Propaganda turystyki w II Rzeczypospolitej

S Z U L C

Propaganda of tourism in the Second Polish Republic

Po odzyskaniu przez Polskę niepodległości w 1918 roku władze stanęły przed szeregiem kluczowych problemów do rozwiązania dla egzystencji młodego państwa – ustaleniem granic, walką z bolszewikami czy odbudową kraju. Turystyka i rekreacja siłą rzeczy znajdowały się daleko na liście priorytetowych spraw do załatwienia. Niemniej jednak już w 1919 roku niektórzy działacze uznali, że w wolnej Polsce nie można zapominać o turystyce. Początkowo inicjatywa na polu propagowania turystyki i krajoznawstwa spoczywała na społecznych towarzystwach, dopiero z czasem władze w Polsce zaczęły dostrzegać szereg korzyści płynących z inwestycji w tę gałąź przemysłu. Do życia powołano specjalne instytucje, które zaczęły koordynować promocję i rozwój turystyki, zwłaszcza w wymiarze masowym. Wydatną rolę w tej dziedzinie w okresie międzywojennym odegrały polskie koleje.

Słowa kluczowe: II Rzeczpospolita, propaganda, turystyka, krajoznawstwo, Liga Popierania Turystyki, pociągi popularne, Polskie Koleje Państwowe

After Poland regained independence in 1918, the authorities faced many problems of key importance for the future of the young country – the determination of boundaries, the fight with the Bolsheviks and the rebuilding of the country. Necessarily, tourism and recreation were far down the list of priorities that had to be tackled. Nevertheless, it was as early as in 1919 when some activists decided that one must not forget about tourism in the free Poland. Initially, the initiative in the field of the promotion of tourism and sightseeing rested on public societies, and only over time did the authorities in Poland begin to notice the numerous advantages resulting from investments into this branch of industry. Special institutions, which began to coordinate the promotion and development of tourism, in particular in its mass dimension, were established. In the interwar period, the Polish railways played a significant role in this scope.

Keywords: Second Polish Republic, propaganda, tourism, sightseeing, Tourism Promotion League, popular trains, Polish State Railways

Propaganda turystyki w II Rzeczypospolitej

Propaganda of tourism in the Second Polish Republic

2. Reklama na lokalu biura Orbis w Paryżu, 1934 r.

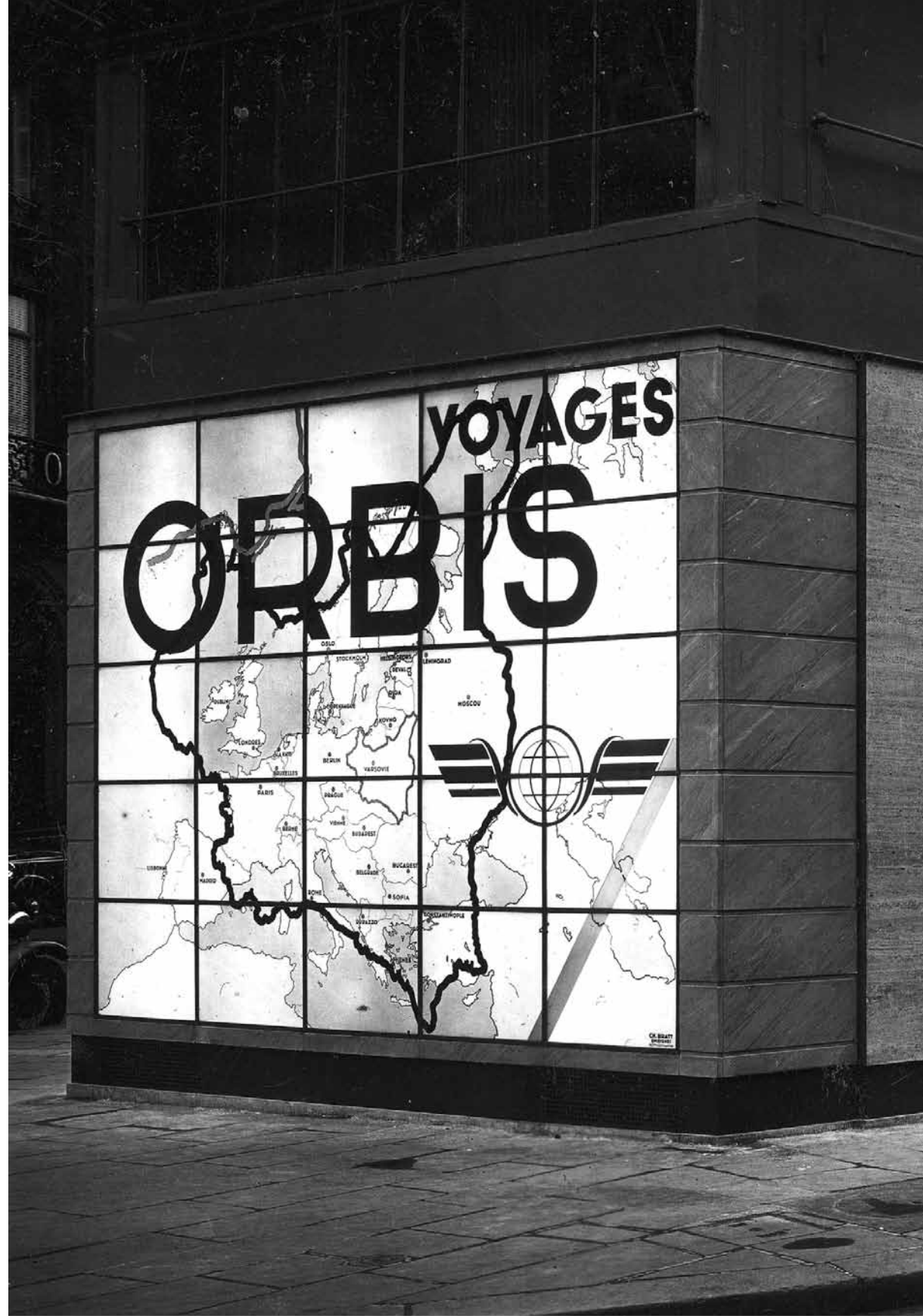
[NARODOWE ARCHIWUM CYFROWE]

Na początku ubiegłego stulecia Aleksander Janowski, jeden z współzałożycieli, później prezes Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego pisał: „Nie zwalczylismy w sobie dotąd uprzedzenia, że w płaskim i jednostajnym kraju naszym nie spotkamy nic godnego widzenia, a po malownicze widoki nad »szmaragdowy Ren«, lub do stóp »królowej Adryatyku«, wędrować potrzeba”¹. Niezależnie od faktu, że słowa te padły w czasie kiedy Polska znajdowała się jeszcze pod rozbiorami i dotyczyły obszaru zaboru rosyjskiego, to jednak dobrze oddają one podejście do zagadnienia turystyki, z którym przyszło zmierzyć się władzom odrodzonego państwa polskiego.

Rodzące się w XIX wieku ruchy narodowowyzwoleńcze, tendencje zjednoczeniowe i rozwijający się nacjonalizm, wzmogły zainteresowanie własnym krajem, jego historią, kulturą i przyrodą w wielu regionach Europy. Władze wielu krajów europejskich zaczęły tworzyć liczne instytucje centralne zajmujące się turystyką, wychodząc z założenia, że rozwój tej dziedziny gospodarki może przynieść szereg korzyści tak dla samego państwa, jak i jego obywateli.

Po odzyskaniu przez Polskę niepodległości rządzący mieli szereg ważniejszych problemów do rozwiązania niż zajmowanie się sprawami turystyki. Ustalenie granic, wojna z bolszewikami, odbudowa kraju ze zniszczeń, budowa struktur młodego państwa, procesy scaleniowe i integracja społeczeństwa stanowiły priorytet. Turystyka schodziła na dużo dalszy plan. W 1919 roku przy Ministerstwie Robót Publicznych powstał co prawda Referat Turystyki, na czele którego stanął zasłużony działacz Mieczysław Orłowicz, niemniej jednak przez kolejne lata jedynym pracownikiem była jego sekretarka, a budżet, którym dysponował pozwalał na wyjątkowo skromne działania. Warto w tym miejscu posłużyć się liczbami: w latach

1. A. Janowski, *Wycieczki po kraju I. Kielce – Chęciny – Karczówka – Góry Świętokrzyskie – Bodzentyn – Wąchock – Ilża – Radom*, Warszawa 1902, s. 7.





3. Dzienny hotel Ligi Popierania Turystyki w Gdyni, 1938 r. [NARODOWE ARCHIWUM CYFROWE]

1925–1931 / 32 dotacje państwowe na turystykę wyniosły w sumie około 780 tysięcy złotych. Żeby zobrazować, jak niewielka była to suma trzeba powiedzieć, że stanowiła ona zaledwie 1/8 rocznych wydatków Niemiec czy Czechosłowacji na ten sam cel².

Od 1924 roku przy urzędach wojewódzkich zaczęły też powstawać referaty turystyki, często jednak kierowano tam do pracy dotychczasowych urzędników Okręgowych Dyrekcji Robót Publicznych, osoby, które miały ograniczone pojęcie o problematyce ruchu turystycznego. Na nikłe zainteresowanie sprawami turystyki przez państwo wpływ miała także sytuacja materialna Polaków. Niezależnie od formalnego zagwarantowania czternastodniowego urlopu, niewielu mieszkańców Polski stać było na zorganizowany wypoczynek.

Przez pierwsze lata niepodległości państwo polskie oddało inicjatywę na polu propagowania turystyki i krajoznawstwa organizacjom społecznym, przede wszystkim odrodzonemu Polskiemu Towarzystwu Krajoznawczemu (PTK). Do wybuchu II wojny światowej w działaniach Towarzystwa brało udział blisko dziesięć tysięcy osób, zrzeszonych w 78 oddziałach i około 400 kołach młodzieżowych. PTK na miarę swoich ograniczonych możliwości wydawało przewodniki dla Polaków i cudzoziemców, pocztówki krajoznawcze, posiadało także około 20 własnych muzeów. W dwudziestoleciu międzywojennym Towarzystwo zorganizowało także kilka dużych wystaw krajoznawczych, które miały przybliżyć Polakom ich ojczyznę³. Do 1930 roku miało bardziej społeczny charakter, po tym czasie zostało włączone silniej w nurt polityczny państwa, co przejawiało się głównie w centralnym finansowaniu PTK, a także obsadzie kierowniczych stanowisk⁴.

W pierwszym dziesięcioleciu II Rzeczypospolitej brakowało centralnej koordynacji polityki dotyczącej turystyki. Poza wspomnianym już Ministerstwem Robót Publicznych, na które nałożono opiekę nad turystyką wewnętrzną, nad stowarzyszeniami turystycznymi i związkami propagandy turystycznej, zagadnieniem tym zajmowały się także inne ministerstwa. Ministerstwo Komunikacji skupiało się na wzmożeniu ruchu pasażerskiego polskimi kolejami. W pociągach i na dworcach rozprowadzano przewodniki po kolejach, a także umieszczano fotografie z widokami Polski. Ministerstwo Wyznań Religijnych i Oświecenia Publicznego opiekowało się ruchem turystycznym i wycieczkowym młodzieży szkolnej. Ministerstwo Spraw Wewnętrznych kontrolowało działalność zdrojowisk i uzdrowisk. Ministerstwo Przemysłu i Handlu sprawowało nadzór nad przemysłem hotelarskim

2. J. Gaj, *Zarys historii turystyki w Polsce*, Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna 2003, s. 55.

3. Były to m.in. wystawy: „Piękno Polski” w 1926 roku, „Wystawa fotograficzna krajoznawstwa polskiego” w 1934 roku w Gdańsku, „Łowicz i okolice w fotografii” w 1937 roku, „Piękno krajoznawstwa polskiego” w 1937 roku we Lwowie. Więcej zob. A. Danowski, *Centrum Fotografii Krajoznawczej PTTK*, [w:] *Studia i materiały z dziejów krajoznawstwa polskiego. Od PTK do PTTK*, red. E. Matusiak-Gordon, Warszawa: Zarząd Główny PTTK 2009, s. 355.

4. K. J. Jędrzejczyk, *Polskie Towarzystwo Krajoznawcze (1906–1950). Zarys dziejów*, Włocławek: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa we Włocławku 2006, s. 29–32.

i restauracyjnym. Ministerstwo Spraw Wojskowych oraz Państwowy Urząd Wychowania Fizycznego i Przysposobienia Obronnego zajmowały się schroniskami narciarskimi i infrastrukturą związaną ze sportem wioślarskim, rowerowym i kajakowym. Ministerstwo Rolnictwa odpowiadało zaś za rezerwy i parki narodowe, zajmowało się przy tym propagowaniem myślistwa i rybołówstwa dla zagranicznych turystów⁵. Ostatecznie całość spraw nad turystyką na początku lat trzydziestych przejęło Ministerstwo Komunikacji i działający tam Wydział Turystyki.

W 1927 roku zatwierdzono statut Związku Polskich Towarzystw Turystycznych. Idea powołania do życia związku, który reprezentowałby interesy szeregu towarzystw turystycznych podnoszona była już od kilku lat. Pierwszy zjazd delegatów towarzystw miał miejsce już w 1919 roku, jednak na ukonstytuowanie się Związku trzeba było poczekać jeszcze kilka lat. Wśród członków zwyczajnych znalazło się: Polskie Towarzystwo Tatrzańskie, Polskie Towarzystwo Krajoznawcze, Polski Touring Klub, Polski Klub Turystyczny, Polski Związek Turystyczny w Krakowie, Podolskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze w Tarnopolu i Związek Uzdrowisk Polskich. Celem Związku, który reprezentował wspólne interesy zrzeszonych towarzystw było szeroko rozumiane popieranie rozwoju turystyki polskiej w kraju i zagranicą⁶. Związek zamierzał wpływać na władze, aby te bardziej rozumiały potrzeby przemysłu turystycznego, jednak w ciągu pierwszych kilku lat działalności było to niezwykle trudne. Rządzący nie wykazywali większego zainteresowania. Istotnym osiągnięciem było uzyskanie w 1930 roku 25 proc. zniżki kolejowej dla członków związku, która upoważniała na podróż koleją do około 70 miejscowości uznawanych za atrakcje turystyczne⁷.

Rok 1929 był momentem, w którym państwo zaczęło w pewien sposób dostrzegać wagę zagadnień turystycznych. W Poznaniu z okazji dziesięciolecia odzyskania niepodległości zorganizowano Powszechną Wystawę Krajową. Przygotowana z rozmachem impreza, w zamierzeniach miała być prezentacją dorobku młodego państwa polskiego. W ciągu kilku miesięcy trwania, do stolicy Wielkopolski ściągnęło około 4,5 mln zwiedzających, w tym około 200 tys. gości z zagranicy, wielu przedstawicieli rządów i setki dziennikarzy, reprezentujących prasę z 30 krajów⁸. Władze w kraju dostrzegły szansę, aby przy tej okazji wypromować nie tylko polski przemysł i polskie wyroby, ale także samą Polskę. W ramach wystawy urządzono specjalny Pawilon Turystyczny, który został przygotowany i wypełniony materiałami dostarczonymi

5. Archiwum Akt Nowych, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych, 753: Zakres działania władz centralnych w sprawach dotyczących turystyki, terenów turystycznych, przemysłu turystycznego i propagandy turystycznej, b.d., k. 5–9.

6. Statut był modyfikowany na przestrzeni lat. Zob. m.in. *Statut Związku Polskich Towarzystw Turystycznych*, Warszawa 1934.

7. J. Gaj, dz. cyt., s. 75.

8. Więcej zob. M. R. Bombicki, *PWK – Powszechna Wystawa Krajowa w Poznaniu 1929*, Poznań: Ławica 1992.



4. Kurs przewodników turystycznych w Krakowie, 1936 r. [NARODOWE ARCHIWUM CYFROWE]

przez PTK i inne organizacje turystyczne. Kierownikiem i pomysłodawcą pawilonu był Mieczysław Orłowicz. Na wystawie prezentowano fotografie, przezrocza, mapy, wydawnictwa informacyjne, mapy plastyczne, wyświetlano także filmy. W ramach wystawy organizowano dla obcokrajowców dziesięcio- i czternastodniowe wycieczki po Polsce. Cudzoziemcy zwiedzali Poznań, Kraków, Wieliczkę, Zakopane, spływali Dunajcem, zawożeni byli także do Gniezna, Kruszwicy, Lwowa czy Torunia⁹.

W ramach Powszechnej Wystawy Krajowej, w dniach 12–13 lipca 1929 roku odbył się w Poznaniu Pierwszy Ogólnopolski Kongres Krajoznawczy, który miał podsumować dorobek ruchu krajoznawczego w pierwszym dziesięcioleciu. Uchwały Kongresu były rozwinięciem postulatów Orłowicza, które ten zawarł już dziesięć lat wcześniej w specjalnym memoriale, starając się przekonać władze do tego, aby potraktowały turystykę jako możliwie dochodową gałąź gospodarki narodowej.

W 1925 roku powstała co prawda Międzyministerialna Komisja ds. Turystyki jednak jej działanie było znikome. Skromne środki, którymi dysponowała pozwoliły jedynie na wysłanie w tymże roku na Międzynarodową Wystawę Turystyczną w Grenoble kilkuset fotografii i kilku tysięcy wydawnictw informacyjnych o Polsce. W październiku 1928 roku powołano drugą komisję na czele której stanął Stefan Starzyński. Nowa komisja starała się podejść do zagadnień turystyki profesjonalnie. Kilka miesięcy po objęciu stanowiska Starzyński pisał: „Polska posiada warunki do rozwoju turystyki, toteż przy umiejętnej propagandzie ta ważna dla bilansu płatniczego sprawa może być z łatwością rozwiązana”¹⁰.

Powstały profesjonalne opracowania, które wskazywały znaczenie turystyki dla rozwoju państwa. Korzyści płynące z turystyki dzielono na trzy podstawowe grupy: gospodarcze, polityczne i kulturowe. W wypadku pierwszej grupy najbardziej bezpośrednią korzyścią mogły być wpływy środków finansowych prosto z kieszeni przybywających do Polski turystów zagranicznych. Oczywistym, niemniej jednak trudnym do wykonania, zadaniem była zmiana ujemnego bilansu płatniczego w kraju, czyli w sytuacji w której w dalszym ciągu Polacy więcej pieniędzy wywozili z kraju, niż obcokrajowcy w Polsce wydawali.

Wraz z rozpoczęciem kryzysu światowego konkurowanie o turystę zagranicznego z bardziej rozwiniętym państwami Europy Zachodniej stało się niezwykle trudne. Turyści zachodni wybierali często sprawdzone destynacje w takich krajach jak Włochy, Francja czy Szwajcaria. Na mapie turystycznej Europy zaczęły pojawiać się co prawda nowe państwa, jak Austria, Niemcy, Estonia, Finlandia czy Hiszpania, jednak zły stan dróg w Polsce, „niedorozwinięcie” hotelarstwa i innych wygód dla turystów utrudniało możliwość konkurowania z tymi krajami.

9. T. Kowalik, *Życie dla turystyki, krajoznawstwa i sportu. Mieczysław Orłowicz 1881–1959*, Warszawa: Zarząd Główny PTK, Wydawnictwo PTK „Kraj” 2009, s. 62–63.

10. S. Punicki, *Zagadnienie turystyki w Polsce*, Poznań 1929, s. 6.

Nie oznaczało to jednak, że władze polskie nie starały się wychodzić z inicjatywą i zachęcać obcokrajowców do przyjazdu do Polski. Ministerstwo Robót Publicznych wysłało np. do Poselstwa Rzeczypospolitej w Londynie broszury w języku angielskim o warunkach do uprawiania narciarstwa w Polsce, albo o „osobliwościach Polski”. Materiały były przeznaczone dla potencjalnych turystów z Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych¹¹. Szansą dla Polski był natomiast pewien element nowości i świeżości dla turystów, którzy już kraje zachodnie w jakimś stopniu poznali. Polska oferowała egzotykę, swój prymitywizm ludowy, możliwość polowań, rybołówstwa, turystyki górskiej czy pobytu w rodzimych uzdrowiskach¹².

W wypadku ściągnięcia do Polski turysty zagranicznego następnym zadaniem, jakie stawało przed władzami była odpowiednia propaganda krajowej wytwórczości. Chodziło o to, aby w środkach transportu, hotelach czy restauracjach znalazły się pewne produkty, potencjalnie interesujące zagranicznych importerów (meble, ozdoby, drobna wytwórczość). Apelowano, aby szlaki turystyczne i zorganizowane wycieczki prowadzić poprzez ważne gospodarczo miejscowości lub regiony, jak Gdynia czy zagłębie węglowe. W wypadku wizyty w kopalni soli w Wieliczce nie wystarczyło pokazać turystom zagranicznym groty, jezioro podziemne czy kaplicę, ale należało wręczyć im ładnie zapakowane próbki soli, wraz z informacją o właściwościach, biurze sprzedaży i możliwościach importu. Podobnie sprawa miała się z uzdrowiskami. Niezależnie od wizyt w poszczególnych miejscach, turyści zagraniczni powinni otrzymać próbki wód mineralnych z analizą chemiczną, opisem właściwości leczniczych i danymi firm eksportujących te wody¹³.

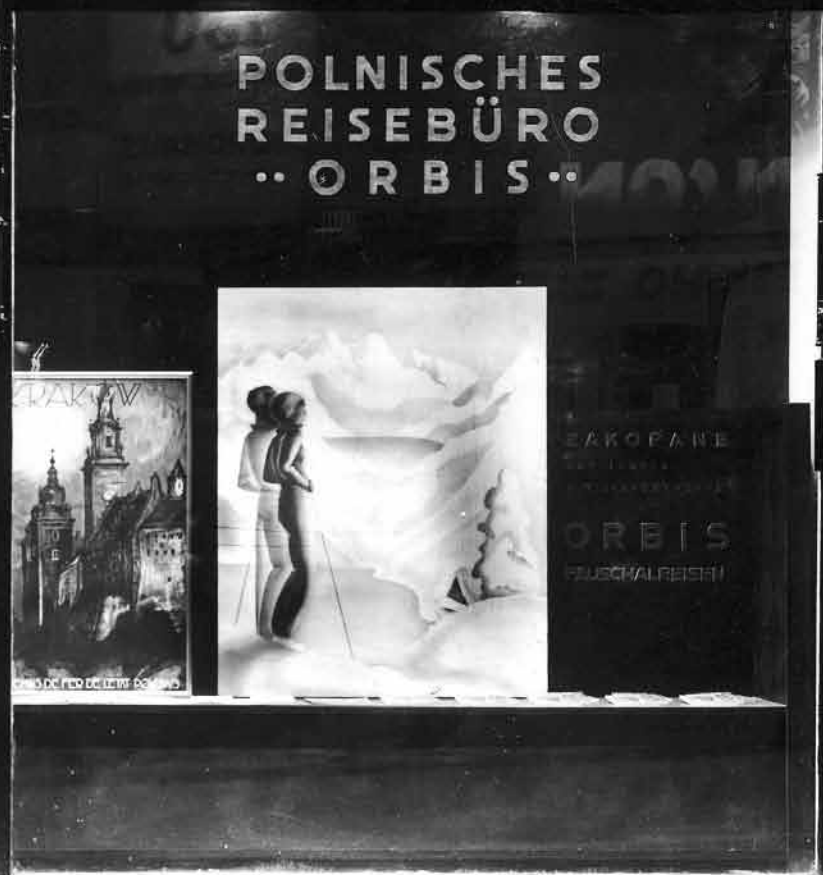
Korzyści polityczne i kulturalne płynące z rozwoju turystyki dotyczyły przede wszystkim obywateli polskich. Władze wychodziły ze słusznego założenia, że należycie zorganizowana turystyka pogłębi w obywatelach polskich nie tylko znajomość kraju, ale i miłość do ojczyzny. Oczekiwano, że zaznajomienie Polaków z pięknem własnego kraju zwalczy skutecznie defetyzm społeczny, niewiarę we własne siły, podniesie jednocześnie poczucie obywatelskie i przywiązanie do państwa. Ważnym zadaniem stojącym przed turystyką była także możliwość promowania polskiej historii i kultury. Wiązano także duże nadzieje z turystyką, rozumianą jako promotor postępu. W tym wypadku chodziło przede wszystkim o zaprezentowanie, zwłaszcza mieszkańcom słabiej rozwiniętych regionów Rzeczypospolitej, terenów o wyższym rozwoju cywilizacyjnym. Oczekiwano, że obcowanie mieszkańców wschodnich województw II RP z powszechną elektryfikacją, wodociągami, ruchem samochodowym czy np. radiem, zaszczepi w nich chęć przeniesienia pewnych rozwiązań na własny teren.

11. Archiwum Akt Nowych, Ambasada RP w Londynie, 503/1108: Pisma Referatu Turystyki Ministerstwa Robót Publicznych do Poselstwa Polskiego w Londynie, Warszawa, 14 VII 1926 r., 16 VIII 1927 r., k. II, 18–19.

12. Więcej zob. H. Mianowski, *Znaczenie gospodarcze ruchu turystyczno-uzdrowiskowego w Polsce. Rozważania na czasie*, Kraków: Izba Przemysłowo-Handlowa 1934.

13. S. Punicki, *Zagadnienie turystyki w Polsce*, Poznań: PTK 1929, s. 18.

POLNISCHES REISEBÜRO „ORBIS“




„ORBIS“
 Polnisches Reisebüro
 Oddział The Polish
 w Berlinia Travel Office

Call-Office, Gesellschaft
A. G. O. T.

Offizielles Büro Propaganda
 Turystyki Polskich
 Kolei Państwowych

Zarząd Główny Generaldirektion
 Warszawa
 Ossolińskich 8

Oddziały w Berlinie Filialen im Inland:
 Bydgoszcz Lodz
 Czeszochowa Poznań
 Edynburg Toruń
 Katowice Warszawa
 Kraków Wilno
 Lwów Zakopane

55 Agenten 55 Agenturen

Hauptverkehrsstationen Zweigstellen im Ausland:
 Paris Brüssel
 Lille Wien
 Strassburg London
 Bucaresti

Vertretungen in
 allen Ländern

Gas Rate
 0.60
 7.30

Wraz z likwidacją Ministerstwa Robót Publicznych i powstaniem nowego Wydziału Turystyki w Ministerstwie Komunikacji, przestała też działać komisja Stefana Starzyńskiego. Przygotowała ona jednak opracowanie pt. „Sprawozdanie Międzyministerialnej Komisji dla Zbadania Zagadnień Turystyki 1928-1931”, które było zbiorem wniosków i postulatów w sprawie rozwoju turystyki i płynących z niej korzyści dla państwa. Zawarto tam m.in. postulat utworzenia odrębnego, samodzielnego Polskiego Urzędu Turystycznego. Sprawozdanie przedłożono premierowi Waleremu Sławkowi, ten jednak, być może ze względu na panujący kryzys gospodarczy, nie poświęcił mu wiele uwagi.

Należy też w tym miejscu wyraźnie zaznaczyć, że nie tylko władze centralne, ale także samorządy wykazywały znikome zainteresowanie problematyką turystyki. Istniała niewielka świadomość, że rozwijając tę gałąź przemysłu można wiele zyskać dla własnego regionu i lokalnej społeczności. Problem ten doskonale obrazuje sytuacja Zakopanego, gdzie w 1929 roku Komisja Klimatyczna z opłat klimatycznych narzucanych przybywającym w góry uzyskała około 540 tys. zł, natomiast z tej kwoty Polskie Towarzystwo Tatrzańskie otrzymało 5,6 tys. złotych, co stanowiło zaledwie 1,037 proc. tej sumy¹⁴. Tego typu nastawienie nie sprzyjało powstawaniu regionalnych związków propagandy turystycznej.

Kryzys światowy jednak minął i zmienił się także stosunek władz centralnych do turystyki. Najbardziej wymownym świadectwem tej zmiany było utworzenie Ligi Popierania Turystyki. Wiosną 1935 roku, decyzją ministra komunikacji Michała Butkiewicza powołano do życia Ligę, która formalnie była stowarzyszeniem, faktycznie jednak swoistą przybudówką Ministerstwa Komunikacji i Dyrekcji Okręgowych Kolei Państwowych. Celem stowarzyszenia była wszechstronna promocja turystyki, zwłaszcza w wymiarze masowym. Twórcy Ligi za cel postawili sobie propagandę turystyczną Polski w kraju i za granicą, organizowanie turystycznych atrakcji i rozbudowę infrastruktury turystycznej, prowadzenie schronisk, hoteli turystycznych, a także – co było zupełną nowością w kraju – stworzenie biur informacji turystycznej. Biura takie powstały m.in. w Zakopanem, Worochcie na Pokuciu, Wiśle, Gdyni, Sławsku w Bieszczadach czy Siankach nad Sanem. W ramach działalności prowadzono szkolenia dla personelu turystycznego, wydawano broszury, biuletyny i informatory¹⁵.

Wieloletnim prezesem Ligi Popierania Turystyki był wiceminister komunikacji Aleksander Bobkowski. Z inicjatywy tego działacza turystycznego i wielkiego popularyzatora narciarstwa, zaczęła w kraju rozwijać się turystyka masowa. Pojawiło się w Polsce nieznane dotąd pojęcie imprez turystycznych, które obejmowały wycieczki, zjazdy z różnych punktów kraju do miejsc uznanych za turystyczne atrakcje. W założeniu impreza miała być przygotowana jak najmniejszym kosztem, przy jednoczesnym ściągnięciu na nią jak największej liczby osób. Przewidywano organizację zarówno krótkich wyjazdów o charakterze regionalnym, jak również

14. J. Gaj, dz. cyt., s. 58.

15. *Statut Ligi Popierania Turystyki*, Warszawa 1938.

wycieczek kilkudniowych, które swoim zasięgiem obejmowałyby cały kraj. Środkiem lokomocji miała być kolej. Dzięki temu Liga Popierania Turystyki realizowała jednocześnie dwa zadania: przyczyniała się do umasowienia turystyki w kraju, jednocześnie przynosiła korzyści finansowe Polskim Kolejom Państwowym. W ten sposób pojawiła się idea powołania do życia tzw. pociągów popularnych, które w niedługim czasie stały się najbardziej widocznym przejawem działalności Ligi¹⁶.

Od strony finansowej pociągi popularne miały oferować przejazdy po wyjątkowo atrakcyjnych cenach, z dużymi zniżkami. Aby polskie koleje (czyli państwo polskie) nie musiało ponosić zbyt dużych kosztów przewidywano, że pociąg taki ruszy tylko w wypadku, jeżeli określona liczba uczestników wykupi bilety. Aby zniżka w cenie biletu mogła osiągnąć zakładany pułap 66 proc., minimum 200 uczestników musiało takie bilety kupić. Zniżka mogła być jeszcze większa – 75 proc., wówczas jednak grupa turystów musiała przekroczyć 500 osób. Jeżeli określona grupa osób biletów wcześniej nie wykupiła, dana impreza nie dochodziła do skutku.

W 1933 roku uruchomiono blisko 400 pociągów popularnych, które przewiozły przeszło 260 tys. pasażerów. Kolejne dwa lata w statystyce nie wypadły już tak dobrze. W 1934 roku na trasy ruszyła podobna liczba pociągów, ale jednocześnie 180 zostało odwołanych, bo nie znalazła się wystarczająca liczba chętnych. W 1935 roku blisko 600 pociągów popularnych wyjechało w trasę, ale aż 470 wyjazdów zostało odwołanych. Liga Popierania Turystyki wyciągała wnioski z tych niepowodzeń i dostosowywała ofertę, czyli głównie kierunki podróży, do potrzeb klientów. Dodatkowo zaczęto organizować masowe przewozy dla robotników fabryk i dużych zakładów przemysłowych. Dało się to odczuć w kolejnym roku. W 1936 roku uruchomiono 972 pociągi popularne, przy czym tylko 238 zostało odwołanych. Tego roku przewiozły one po Polsce przeszło 640 tys. turystów¹⁷.

Pociągi popularne wyjeżdżały w trasę z okazji różnych świąt i wydarzeń. Z okazji Święta Zmarłych wyruszały pociągi na Cmentarz Obrońców Lwowa, w 1939 roku pociągi wiozły kibiców piłki nożnej na towarzyskie spotkanie Polski i Szwajcarii w Warszawie, miłośnicy historii wyruszali pociągami popularnymi do Lednogóry, aby móc dotrzeć do wczesnośredniowiecznego cmentarzyska na Ostrowie Lednickim. Specjalne pociągi wozily pasażerów do Warszawy na wystawy: „Architektura wnętrza” i „Świat kobiety” czy na „Tydzień Muzyki Polskiej” w Poznaniu¹⁸.

Pociągi popularne miały przybliżać pasażerom piękno kraju ojczystego. Na niespełna trzy tygodnie przed wybuchem II wojny światowej, z Warszawy do Zaleszczyk wyruszył skład pod hasłem: „Cztery dni nad modrymi jarami Dniestru”. Nie tylko cel wycieczki był atrakcją samą w sobie, choć w cenie biletów

16. A. Dobiecki, *Organizacja i rozwój masowych przewozów turystycznych na PKP*, „Inżynier Kolejowy” 1937, nr 7, s. 275-285.

17. Więcej zob. *Dwa lata Ligi Popierania Turystyki. Sprawozdania z działalności Ligi Popierania Turystyki za okres od 15 czerwca 1935 do 30 października 1937*, Warszawa 1937.

18. D. Keller, *Polskie koleje wobec turystyki w okresie międzywojennym*, [w:] *Turystyka historyczna*, tom 1, red. Z. Hojka, K. Nowak, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2017, s. 89-92.

było wejście na plażę i rejs łodzią motorową po Dniestrze. W czasie samej podróży turyści mieli do dyspozycji wagon kinowo-dancingowy, w którym oprócz wyświetlania filmów krajoznawczych przygrywała muzyka taneczna. Był oczywiście wagon restauracyjny, ale także wagon kąpielowy, gdzie za cenę złotówki można było zażyć kąpeli w wannie, a za 50 groszy wziąć prysznic. W innym wypadku pasażerowie pociągu z Poznania do Gdyni pod hasłem: „Strzelcy nad morzem” w cenie biletu mieli zagwarantowany nocleg w Hotelu Turystycznym w Gdyni, zwiedzanie portu gdyńskiego z przewodnikiem, rejs motorówką po porcie, zwiedzanie miasta, a także wyprawę powrotną statkiem do Jastarni.

Redakcja „Turysty w Polsce” pisała na początku 1937 roku: „Turystyka przestała być w ostatnich latach przywilejem niewielkiej ilości wtajemniczonych i zorganizowanych. Stała się własnością szerokich sfer”¹⁹. Pociągi popularne doskonale wpisywały się w ten nurt, który miał turystykę umasowić. Jednocześnie, niejako przy okazji, państwo realizowało wytyczoną propagandę polityczną i indoktrynację ideologiczną.

Jednym z ciekawych pomysłów Ligii Popierania Turystyki, nieznanym dotąd w Polsce, były pociągi pielgrzymkowe. Były one efektem zjawiska, które w latach trzydziestych XX wieku dostrzegł Kościół – mianowicie połączenia turystyki ze znanym od wieków pielgrzymowaniem do miejsc świętych. Wówczas też Częstochowa, Wilno czy Kalwaria Zebrzydowska zaczęły zyskiwać popularność wśród coraz szerszych mas wiernych. A wszystko za sprawą kolei. Pociągi pielgrzymkowe na najważniejsze uroczystości religijne cieszyły się niezwykłą popularnością. Bilet na trasie Warszawa-Wilno czy Warszawa-Częstochowa kosztował około 30 proc. normalnej ceny, a najbardziej niepełnosprawni mogli ubiegać się o całkowity zwrot kosztów²⁰.

Szczególną formą podróżowania były tzw. narciarskie pociągi rajdowe. Pierwszy taki skład w powojennej Polsce wyruszył w drogę w lutym 1932 roku. Poszczególne wagony wyjechały z kilku miast jednocześnie: z Warszawy, Poznania, Katowic, Krakowa i Lwowa. Dopiero pod Lwowem stworzono z nich jeden skład, do którego dołączono wagony specjalne. Wycieczka trwała dziesięć dni, a sama trasa liczyła 1200 km od Worochty na Pokuciu, przez Sławsko, Truskawiec, Sianki, Krynicę, Rabkę, Zakopane, Zwadron do Wisły. Podróż odbywała się nocą, natomiast w ciągu dnia na postojach narciarze korzystali z uroków polskich gór. Każdy ze 148 uczestników wyprawy płacąc 200 zł miał do dyspozycji łóżko w wagonie sypialnym, całodzienne wyżywienie, mógł korzystać z wagonu kąpielowego, kinowego, a także specjalnego przeznaczonego do gry w brydża i organizacji dancingów. W cenie była także opieka przewodników i udział w imprezach towarzyszących²¹.



19. „Turysta w Polsce” 1937, nr 1-2, s. 3.

20. *Czysty biznes pielgrzymkowy – rozmowa M. Skowrońskiej z A. Jackowskim*, „Gazeta Wyborcza”, 9 sierpnia 2011.

21. Więcej zob. M. Łozińska, J. Łoziński, *W kurortach przedwojennej Polski. Narty-dancing-brydż*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.

Ważną rolę w propagowaniu turystyki odegrała spółka „Orbis” założona w 1920 roku we Lwowie przez kilku bankierów, finansistów i jednego hrabiego (Aleksandra Skarbka). Zgodnie z założeniem, to prywatne przedsiębiorstwo miało ułatwiać Polakom wyjazdy zagraniczne. Początki były niezwykle trudne, ale w połowie lat trzydziestych XX wieku „Orbis” stał się jednym z czołowych biur podróży na świecie. Nie zaszkodziła mu w tym nacjonalizacja. Po wykupieniu w 1933 roku przez państwowy bank PKO, przedsiębiorstwo rozwijało się dynamicznie. Przed wybuchem II wojny światowej „Orbis” posiadała 136 oddziałów w kraju i 19 za granicą. W 1938 roku dzięki „Orbisowi” za granicę wyjechało blisko 7 tys. Polaków, jednocześnie przeszło 20 tys. turystów z zagranicy przyjechało do Polski²².

W przedwojennej Polsce nie zdążyła rozwinąć się na dobre turystyka socjalna. Dopiero w 1938 roku przy Departamencie Pracy Ministerstwa Opieki Społecznej powstała Komisja Wczasów. Utworzono także Centralne Biuro Wczasów, które było organem wykonawczym Zrzeszenia Towarzystw Oświatowo-Kulturalnych, współpracowało z Ligą Popierania Turystyki i Związkiem Powiatów Rzeczpospolitej Polskiej. Jednak obie te instytucje nie zdołały rozwinąć swojej działalności. Własne domy wczasowe posiadały co prawda niektóre grupy zawodowe, jak kolejarze, górnicy, nauczyciele czy pocztowcy, przy czym była to zasługa nie państwa, a poszczególnych związków zawodowych²³. Należy jednak dodać, że warunki zakwaterowania i jakość świadczonych usług różniły się bardzo, od wyjątkowo spartańskich warunków, które organizatorzy próbowali rekompensować nie zawsze interesującym programem kulturalno-oświatowym, po doskonałe warunki akomodacyjne i żywieniowe²⁴.

W licznych bibliotekach znaleźć można dziś szereg plakatów informujących o planach zorganizowania wycieczek krajoznawczych jeszcze latem i wczesną jesienią 1939 roku. Podobnie w archiwach zachowały się foldery informacyjne o obozach wypoczynkowych dla robotników, którzy mieli na nie wyjeżdżać w sierpniu i wrześniu 1939 roku²⁵. Napięcie międzynarodowe rosło, jednak ludzie w dalszym ciągu liczyli, że możliwa będzie normalna praca i zasłużony wypoczynek. Propagowanie turystyki, które z jednej strony miało wspomagać rodzimą gospodarkę, z drugiej budować polskie poczucie narodowe, jedność państwa i dumę z własnego kraju zakończyło się we wrześniu 1939 roku napaścią III Rzeszy i Związku Radzieckiego. Cała infrastruktura turystyczna została jeśli nie zniszczona, to przejęta przez okupantów. Pojęcia takie jak turystyka, wycieczki czy krajoznawstwo na kolejne lata zostały całkowicie wymazane ze słownika Polaków.



22. J. Solska, *Koniec świata*, „Polityka” 2010, nr 41, s. 116.

23. T. Stegner, *Propaganda w turystyce w Polsce w okresie międzywojennym*, [w:] *Z turystyką przez wieki*, tom 1, red. A. Łysiak-Łątkowska, K. Lewalski, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2016, s. 193.

24. H. Huzik, *Wczasy letnie 1939. Jak wypoczywa człowiek pracy w Bystrzycy n/Olzą, Wiśle i w Korbielowie*, „Wieczór Warszawski”, 23 sierpnia 1939 r.

25. Archiwum Akt Nowych, Związek Powiatów RP, 63/22: Propaganda turystyki, informatory, 1939, b.p.



Bibliografia

- Archiwum Akt Nowych, Warszawa
- Ambasada RP w Londynie, 503/1108: Pisma Referatu Turystyki Ministerstwa Robót Publicznych do Poselstwa Polskiego w Londynie, Warszawa, 14 VII 1926 r., 16 VIII 1927 r.
- Ministerstwo Spraw Wewnętrznych, 753: Zakres działania władz centralnych w sprawach dotyczących turystyki, terenów turystycznych, przemysłu turystycznego i propagandy turystycznej, b.d.
- Związek Powiatów RP, 63/22: Propaganda turystyki, informatory, 1939, b.p.
- Bombicki M. R., *PWK – Powszeczna Wystawa Krajowa w Poznaniu 1929*, Poznań: Ławica 1992.
- Czysty biznes pielgrzymkowy „Gazeta Wyborcza”, 9 VIII 2011.
- Danowski A., *Centrum Fotografii Krajoznawczej PTTK*, [w:] *Studia i materiały z dziejów krajoznawstwa polskiego. Od PTK do PTTK*, red. E. Matusiak-Gordon, Warszawa: Zarząd Główny PTTK 2009.
- Dobiecki A., *Organizacja i rozwój masowych przewozów turystycznych na PKP*, „Inżynier Kolejowy” 1937, nr 7, s. 275-285.
- Dwa lata Ligi Popierania Turystyki. Sprawozdania z działalności Ligi Popierania Turystyki za okres od 15 czerwca 1935 do 30 października 1937*, Warszawa 1937.
- Gaj J., *Zarys historii turystyki w Polsce*, Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna 2003.
- Huzik H., *Wczasy letnie 1939. Jak wypoczywa człowiek pracy w Bystrzycy n/Olzą, Wiśle i w Korbielowie*, „Wieczór Warszawski”, 23 sierpnia 1939 r.
- Janowski A., *Wycieczki po kraju I. Kielce – Chęciny – Karczówka – Góry Świętokrzyskie – Bodzentyn – Wąchock – Itża – Radom*, Warszawa 1902.
- Jędrzejczyk K. J., *Polskie Towarzystwo Krajoznawcze (1906–1950). Zarys dziejów*, Włocławek: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa we Włocławku 2006.
- Keller D., *Polskie koleje wobec turystyki w okresie międzywojennymi*, [w:] *Turystyka historyczna*, tom I, red. Z. Hojka, K. Nowak, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego 2017, s. 89-92.
- Kowalik T., *Życie dla turystyki, krajoznawstwa i sportu. Mieczysław Orłowicz 1881–1959*, Warszawa: Zarząd Główny PTTK, Wydawnictwo PTTK „Kraj” 2009.
- Łozińska M., Łoziński J., *W kurortach przedwojennej Polski. Narty-dancing-brydż*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.
- Mianowski H., *Znaczenie gospodarcze ruchu turystyczno-uzdrowiskowego w Polsce. Rozważania na czasie*, Kraków: Izba Przemysłowo-Handlowa 1934.
- Punicki S., *Zagadnienie turystyki w Polsce*, Poznań: PTK 1929.
- Solska J., *Koniec świata*, „Polityka” 2010, nr 41.
- Statut Ligi Popierania Turystyki*, Warszawa 1938.
- Statut Związku Polskich Towarzystw Turystycznych*, Warszawa 1934.
- Stegner T., *Propaganda w turystyce w Polsce w okresie międzywojennym*, [w:] *Z turystyką przez wieki*, tom I, red. A. Łysiak-Łątkowska, K. Lewalski, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2016, s. 87-100.
- „Turysta w Polsce” 1937, nr 1-2, s. 3.



7. Modelka w stroju ludowym w polskim pawilonie turystycznym w Chicago, 1933 r. [NARODOWE ARCHIWUM CYFROWE]



Ł U K A S Z

Teleksy związkowe o kampanii propagandowej

G R O —————

prowadzonej przeciwko NSZZ „Solidarność” w 1981 roku

C H O W —————

Union telex messages on the propaganda campaign

S K I —————

against the Independent Self-governing Labour Union Solidarity in 1981

—————

—————

W Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej do początku lat osiemdziesiątych XX wieku szerzenie propagandy dla władz nie stanowiło większego problemu. Zmieniło się to po strajkach z sierpnia 1980 roku i powstaniu Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność”, który próbował przełamywać partyjno-rządowy monopol informacyjny.

W zasobie Archiwum Historycznego Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność” znajdują się liczne materiały archiwalne dotyczące propagandy w PRL-u. Najmniej znane wydają się być zapisy w teleksach Krajowej Komisji Porozumiewawczej i Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność” z 1981 roku. Znajdują się w nich liczne pisma kierowane od związkowych Komisji Zakładowych z całego kraju do centrali NSZZ „Solidarność” w Gdańsku, informujące o szkodliwych dla Związku akcjach propagandowych władz PRL-u. Z treści teleksów można dowiedzieć się m. in. o protestach Komisji Zakładowych przeciwko nagminnemu manipulowaniu opinią publiczną przez środki masowego przekazu w odniesieniu do najważniejszych spraw kraju i NSZZ „Solidarność”. Znaleźć tu można skargi na przekręcanie wypowiedzi działaczy związkowych i wyrazy niezadowolenia z braku rzeczowej dyskusji w radiu i telewizji pomiędzy przedstawicielami rządu i NSZZ „Solidarność”.

Słowa kluczowe: archiwum, NSZZ „Solidarność”, teleks, propaganda, radio, telewizja, prasa

In the Polish People's Republic, the dissemination of propaganda was not at all problematic for the authorities until the beginning of the 1980s. The situation changed after the strikes of August 1980 and the establishment of the Independent Self-governing Labour Union *Solidarity*, which tried to break the party/government monopoly on information.

The Historical Archives of the *Solidarity's* National Committee contain numerous archival materials concerning the propaganda in the times of the Polish People's Republic. It seems that the least known of these are the messages featured in the telexes of the *Solidarity's* National Liaison Committee and its National Committee dating to 1981. They contain many messages directed from the union's Local Enterprise Committees from all over Poland to *Solidarity's* headquarters in Gdańsk, reporting the propaganda actions of PPR authorities that were harmful to the Union. The telex messages reported for example Local Enterprise Committees' protests against the mass media's massive manipulations of the public opinion as to the most important issues for Poland and *Solidarity*. There are also complaints concerning the twisting of the statements of union activists, as well as expressions of dissatisfaction with the absence of the informed discussion between representatives of the government and *Solidarity* on the radio and television.

Keywords: archive, Independent Self-governing Labour Union *Solidarity*, telex, propaganda, radio, television, press

Teleksy związkowe o kampanii propagandowej prowadzonej przeciwko NSZZ „Solidarność” w 1981 roku

Union telex messages on the propaganda campaign against the Independent Self-governing Labour Union Solidarity in 1981

1. Teleks z Komunikatem nr 2/1 Rzecznika Prasowego Zarządu Regionu Elbląskiego NSZZ „Solidarność” Wacława Pietuszyńskiego, 20 sierpnia 1981 r.

Tematykę propagandy w okresie Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (PRL) omawiano już niejednokrotnie¹. Jak zauważył Łukasz Kamiński, „propaganda jawnie towarzyszyła mieszkańcom PRL od narodzin aż do śmierci”². Katarzyna Pokorna-Ignatowicz stwierdziła, że bardzo ważnym momentem w historii PRL, a w tym także telewizji, był okres między sierpniem 1980, a grudniem 1981 roku. Charakterystyczna dla tego czasu stała się niezwykła intensywność wydarzeń, co skutkowało nadzwyczaj dużą zmiennością nastrojów społecznych. Odbywały się wówczas gorące dyskusje publiczne i środowiskowe na temat korzystania z mediów oficjalnych i alternatywnych oraz sposobów działania w zmienionej sytuacji politycznej kraju. W dyskusjach tych bardzo dużo uwagi poświęcono postulatowi „uspołecznienia telewizji”, co wiązać się miało z realizacją trzeciego punktu porozumień sierpniowych

1. Przy opracowaniu niniejszego artykułu szczególnie przydatne okazały się prace Jacka Wojsława o komunistycznych mass mediach wobec „Solidarności” w 1980 roku, Sebastiana Ligarskiego o propagandowych przygotowaniach do wprowadzenia w Polsce stanu wojennego, Łukasza Kamińskiego o strukturze propagandy w PRL oraz Wiktora Peplińskiego o cenzurze jako instrumencie propagandy PRL. Zob.: J. Wojsław, *Komunistyczne mass media wobec Solidarności w 1980 r.*, [w:] *Czas przełomu. Solidarność 1980-1981*, red. W. Polak, P. Ruchlewski, J. Kufel, Gdańsk: Europejskie Centrum Solidarności 2010, s. 781-805; S. Ligarski, *Walka o umysły. Propagandowe przygotowania do wprowadzenia w Polsce stanu wojennego*, [w:] *Czas przełomu...*, s. 661-672. Ł. Kamiński, *Struktury propagandy w PRL*, [w:] *Propaganda w PRL. Wybrane problemy*, red. P. Semków, Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2004, s. 10-13.; W. Pepliński, *Cenzura jako instrument propagandy PRL*, [w:] *Propaganda w PRL...*, s. 14-21.; Niezwykle ważna dla poruszanego tematu jest także książka Katarzyny Pokornej-Ignatowicz o telewizji w systemie politycznym i medialnym PRL, gdzie umieszczony został wyjątkowo cenny dla kontekstu artykułu podrozdział o telewizji w okresie od sierpnia 1980 roku do grudnia 1981 roku. Zob. K. Pokorna-Ignatowicz, *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL. Między polityką a widzem*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2003, s. 163-184. Podkreślić trzeba także dużą wartość pracy Mariusza Mazura o politycznych kampaniach prasowych w PRL, a zwłaszcza rozdział, w którym autor omawia podstawy teoretyczne prasowej kampanii propagandowej. Zob. M. Mazur, *Propagandowy obraz świata. Polityczne kampanie prasowe w PRL 1956-1980. Model analityczno-konceptyjny*, Warszawa: Wydawnictwo TRIO 2003, s. 33-42.

2. Ł. Kamiński, dz. cyt., s. 10.

5
9076/20088

komunikat nr 2/1 20.08.81 r.

biura inforacji z.r. elbląg
19 120. sierpnia w elblągu i regionie nie ukazał-a się codzienna prasa. w kioskach zamiast gazet można otrzymać ulotki i plakaty redagowane i drukowane przez zarząd regionu nszz, solidarność,, społeczeństwo popiera stanowisko solidarności, niemniej wyraża pogląd, że kkp winna podjąć bardziej konkretne działania zmierzające do radykalnych rozwiązań problemu dostępu związkowi do środków masowego przekazu, ponadto jest oburzone na uprawianą propagandę i ataki na związek rzecznik prasowy regionu wacław pietuszyński

mmmv
057614 nszz pl
0512184b mkz pl
0512184b mkz pl

z 1980 roku – dotyczącego przestrzegania konstytucyjnego zapisu o wolności słowa³. Właśnie w tym punkcie zapisano, że telewizja i radio powinny odzwierciedlać różnorodność myśli oraz poglądów, a także podlegać społecznej kontroli⁴. Wskazany powyżej okres od sierpnia 1980 do grudnia 1981 roku był wyjątkowy w dziejach komunistycznej Polski również z tego powodu, że w tym czasie kierownictwo Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej (PZPR) utraciło monopol na politykę informacyjną. Wzrosła wtedy aktywność mediów oficjalnych, które wymykały się spod kontroli Partii. Ponadto uaktywniły się, niezależne od PZPR podmioty polityki informacyjnej, w tym głównie media Kościoła katolickiego i wydawnictwa NSZZ „Solidarność”. Podmioty te mogąc działać legalnie, efektywnie konkurowały z lojalnymi wobec Partii źródłami informacji⁵. Tymczasem jesienią 1981 roku kierownictwo PZPR zaczęło stosować bardzo wyrazne działania skierowane przeciwko NSZZ „Solidarność”. Jak zauważył już Andrzej Paczkowski, miała wtedy miejsce taktyka stwarzania przez aparat Ministerstwa Spraw Wewnętrznych sytuacji stawiających „Solidarność” w trudnym lub kompromitującym położeniu oraz utrzymywania w kraju atmosfery napięcia. W takiej warunkach, odwołując się do kolejnych incydentów oraz strajków, można było propagandowo uzasadnić konieczność wprowadzenia stanu wojennego⁶.

Celem artykułu jest przedstawienie jednego z rodzajów źródeł dotyczących zagadnienia propagandy PRL w 1981 roku, przechowywanych w Archiwum Historycznym Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność” (AKKS)⁷. Poza licznymi plakatami, ulotkami, tekstami w zgromadzonych tu zespołach akt i kolekcjach, mało znane wydają się być zapisy w telexach⁸ z zespołu akt Krajowej



3. K. Pokorna-Ignatowicz, dz. cyt., s. 166-167.

4. A. Friszke, *Revolucja Solidarności 1980-1981*, Kraków: Znak Horyzont 2014, s. 573.

5. K. Pokorna-Ignatowicz, dz. cyt., s. 169.

6. A. Paczkowski, *Od sfalszowanego zwycięstwa do prawdziwej klęski. Szkice do portretu PRL*, Kraków: Wydawnictwo Literackie 1999, s. 88.

7. Podstawowe informacje omawianego Archiwum umieszczone zostały na stronie internetowej Związku: <http://www.solidarnosc.org.pl/index.php/o-nszz-solidarnosc/archiwum-komisji-krajowej/archiwum/item/3130>. Znajdują się tam wiadomości o zbiorach Archiwum, procedury udostępniania zbiorów, dane adresowe do kontaktu, apel o przekazywanie materiałów archiwalnych oraz informacje o prowadzonych tam projektach. Zob. też: S. Flis, *Gdańskie akta Solidarności*, [w:] *Archiwa Przełomu 1989-1991. Przegląd źródeł – ocena stanu zachowania i mapa rozmieszczenia*, Warszawa 2013, s. 59-60.; Ł. Grochowski, *Archiwum Komisji Krajowej Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność” – historia, zbiory, popularyzacja*, [w:] *Pół wieku Stowarzyszenia Archiwistów Polskich w Gdańsku 1965-2015. Dzieje – Ludzie – Praca w Archiwach*, red. S. Kościelak, M. Pluciennik, Gdańsk 2015, s. 71-81; Ł. Grochowski, *25 lat doświadczeń Archiwum Komisji Krajowej Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność”*, [w:] *Educare necesse est – ale jak i dlaczego? Przykłady dobrych praktyk edukacyjnych*, red. V. Urbaniak, Archiwum Państwowe w Warszawie 2017, s. 215-221; *Rozproszone archiwa NSZZ „Solidarność”. Materiały z konferencji. Gdańsk, 21 listopada 2013 r.*, red. M. Kruk, Ł. Grochowski, Warszawa-Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2019.

8. Telex (ang. Teleprinter Exchange Service, znany też pod polską nazwą dalekopisu), elektryczna maszyna do pisania, która sterowana była u odbiorcy nie przez operatora lecz przez taśmę perforowaną (dziurkowaną), tworzoną przez urządzenie perforujące zgodnie z przesyłanymi od nadawcy sygnałami.

Komisji Porozumiewawczej (ККР) i Komisji Krajowej (КК) NSZZ „Solidarność”⁹. W powyższym zespole zgromadzono ponad tysiąc jednostek z telexami do krajowych władz „Solidarności” w Gdańsku powstałymi w okresie od lutego do listopada 1981 roku¹⁰. Choć nie ma wątpliwości, że są one materiałami Krajowej Komisji Porozumiewawczej i Komisji Krajowej, to do Archiwum Historycznego Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność” przekazane zostały dopiero w 2000 roku¹¹ (uczynili to związkowcy Zdzisław Szydłowski¹², Zbigniew Mendyka¹³ i Karol Krementowski¹⁴). Zaznaczyć trzeba, że telexy te często stanowią istotne uzupełnienie dla dokumentacji aktowej z wymienionego okresu.



Zob. T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Społeczeństwo informacyjne: Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999: Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, s. 17. Praktycznie telex pełnił funkcję terminalu do wysyłania, odbierania oraz drukowania korespondencji na długich rolkach papierów. Zob. M. Płociński, *Dalekopis – historia telexu*, „Rzeczpospolita” 8 lutego 2012 r., <https://www.rp.pl/artykul/809032-Dalekopis---historia-telexu.html> (dostęp 27.05.2019).

9. AKKS, ККР i КК, 3. W zespole akt ККР i КК NSZZ „Solidarność” znajduje się dokumentacja organizacyjna Związku, materiały z rejestracji NSZZ „Solidarność w Sądzie Wojewódzkim i Najwyższym w Warszawie, materiały ККР, korespondencja przewodniczącego i biur ККР, stanowiska i uchwały ККР oraz dokumentacja Pierwszego Krajowego Zjazdu Delegatów NSZZ „Solidarność” w Gdańsku (w tym informacje o działaczach, korespondencja, wykaz gości z zagranicy, teksty przemówień).

10. Tak ogromna liczba telexów w latach osiemdziesiątych nie powinna dziwić. Podobnie duża ilość telexów trafiała z komitetów wojewódzkich do centrali Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej w Warszawie. Interesujący artykuł na podstawie wybranych telexów PZPR napisał Jarosław Wąsowicz. Zob. J. Wąsowicz, *Reakcje społeczeństwa województwa piłskiego na przebieg drugiej pielgrzymki Jana Pawła II do Ojczyzny (16-23 czerwca 1983 r.) w świetle telexów KW PZPR w Pile*, „Seminare. Poszukiwania naukowe”, nr 36/3, 2015, s. 187-198 (publikacja internetowa <http://seminare.pl/tomy/tom-36-nr-3>) (dostęp 18.01.2019).

11. AKKS, Archiwum Zakładowe, Protokół przekazania dokumentów NSZZ „Solidarność” z dnia 28 sierpnia 2000 roku [b. s.]. Zob. też: B. Szmytkowska, *Materiały NSZZ „Solidarność”, NSZZ Rolników Indywidualnych „Solidarność” i innych organizacji opozycji antykomunistycznej w Archiwum Państwowym w Gdańsku oraz ich losy*, [w:] *Rozproszone archiwa NSZZ „Solidarność”...*, s. 87.

12. Zdzisław Szydłowski (ur. 20 lutego 1940 r. w Olchowie), pracownik Gdańskich Zakładów Elektronicznych „Unimor”, od 1 czerwca do 28 lipca 1984 roku został tymczasowo aresztowany (śledztwo Wojewódzkiego Urzędu Spraw Wewnętrznych w Gdańsku). Zob. Biuletyn Informacji Publicznej Instytutu Pamięci Narodowej. Komisja Ścigania Zbrodni przeciwko Narodowi Polskiemu: Katalog osób „rozpracowywanych” przez organy bezpieczeństwa państwa komunistycznego, <https://katalog.bip.ipn.gov.pl/osoby-rozpracowywane/?catalog=2> (dostęp 2019.05.27).

13. Zbigniew Mendyka (ur. 14 sierpnia 1944 r. w Śródzie Wielkopolskiej), pracownik Gdańskich Zakładów Elektronicznych „Unimor”, członek prezydium tamtejszej Komisji Zakładowej NSZZ „Solidarność”. W stanie wojennym internowany w Wejherowie i Strzebielinku (zwolniony 27 lutego 1982 roku). Zob. Tamże.

14. Karol Krementowski (ur. 2 stycznia 1940 r. w Jaśle). W sierpniu 1980 roku współorganizator strajku w Gdańskich Zakładach Elektronicznych „Unimor”, delegat do mks w Stoczni Gdańskiej im. Lenina; od września 1980 roku w „Solidarności”, przewodniczący Komitetu Założycielskiego Związku w „Unimorze”. W latach 1982-1989 przewodniczący Tajnego Komitetu Zakładowego oraz redaktor i autor w piśmie „Solidarny”. W 1989 roku członek Komitetu Obywatelskiego w Gdańsku-Wrzeszczu. Rozpracowywany przez Służbę Bezpieczeństwa: krypt. Spiker; krypt. Gazeta. Zob. *Krementowski Karol*, [w:] *Encyklopedia Solidarności. Opozycja w PRL 1976-1989*, red. nac. M. Łątkowska, t. 1, Warszawa: Stowarzyszenie Pokolenie, Oficyna Wydawnicza Volumen, Instytut Pamięci Narodowej 2010, s. 225-226; *Kryptonim „Klan”. Służba Bezpieczeństwa wobec NSZZ „Solidarność” w Gdańsku*, wyb. i oprac. M. Kruk, R. Żytnik, współp. S. Cenckiewicz, t. 1, Warszawa-Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2010, s. 79-80, przyp. 59.

0512184b mkz plok
0512184b mkz pl
0512011 fuot pl

124 76/30.10/81

fuot, techmet, pruszcz gd.dn.30.10.81r tlx 1835/81

redakcja dtv-warszawa

k/o
komitet d/s radia i tv
- bipsk gdansk

załoga fabryki urządzeń okrętowych, „techmet” w Pruszczu Gdańskim zgromadzona na wiecu w dniu 28 października br. o godz. 12.00 przesyła kierownictwu radio-komitetu i redakcji dtv wyrazy szczerego podziwu za skuteczne doprowadzenie sztandarowego magazynu informacyjnego partyjno-rządowych środków masowego przekazu do kompletnego i totalnego upadku, nieporównywalnego nawet z jego stanem w okresie przedsierniowych.

Pomimo istnienia tego stanu, apelujemy jednak do redakcji o kontynuowanie przyjętej linii programowej - ponieważ absurdalność, surrealizm i brak nawet minimalnej wiarygodności tego programu oszczędza nam cennego czasu na radość prowadzenia polemiki z wykorzystaniem środków masowego przekazu.

Trzeba niestety traktować nas - widzów - jako połączników, abyśmy uwierzyli, że program ten kiedykolwiek do czegoś może przekonać, a tym bardziej że życie pokazało już jak duża jest odporność społeczeństwa polskiego na fałsz, obłudę, i społeczną tendencyjność.

Czyby dtv był kizowym zwierciadłem władzy? Jeżeli tak to jest nam przykro i niestety tym gorzej dla władzy. Jak polskie przysłowie mówi: „jaki pan - taki kram”. Czy to dotyczy też dtv? Od dziś zaczynamy myśleć o tym poważnie.

2. Teleks z pismem Komisji Zakładowej NSZZ „Solidarność”

w Fabryce Urządzeń Okrętowych TECHMET z Pruszcza Gdańskiego skierowanym do kierownictwa Radiokomitetu i Redakcji Dziennika Telewizyjnego, 30 października 1981 r.

Zawierają korespondencję komisji zakładowych i zarządów regionów NSZZ „Solidarność” do centrali w Gdańsku i w drugą stronę - KKP i KK z niższymi strukturami Związku.

Zachowane teleksy przedstawiają rozmaite zagadnienia. Opisują na przykład zarówno akcje strajkowe i protestacyjne w zakładach pracy, jak i akcje propagandowe Służby Bezpieczeństwa i represyjną działalność Milicji Obywatelskiej, a nawet bunty w aresztach śledczych i zakładach karnych. Dokumentują liczne apele członków i komisji zakładowych NSZZ „Solidarność” w różnych miejscowościach. Zawierają także uchwały, komunikaty i oświadczenia różnych struktur Związku oraz informacje o spotkaniach przedstawicieli „Solidarności” z reprezentantami ówczesnego rządu, stanie zdrowia prymasa ks. Stefana Wyszyńskiego, stacjonowaniu wojsk radzieckich w Polsce. Teleksy bardzo często przedstawiają bieżącą sytuację i problemy pracowników wielu przedsiębiorstw, informują o brakach w zaopatrzeniu rynku wewnętrznego. Przytaczano w nich cytaty z prasy i mediów, również światowych, a nawet z listów kierowanych do gen. Wojciecha Jaruzelskiego. Informowano o rozmaitych obchodach, np. setnej rocznicy urodzin gen. Władysława Sikorskiego czy święta Trzeciego Maja.

Teleksy poruszające kwestie propagandy prowadzonej przeciwko „Solidarności” wysyłane były do centralnych władz Związku z całego kraju. Zdecydowanie najwięcej komunikatów krytykujących działania władz pochodziło z trzech regionów NSZZ „Solidarność”: Gdańskiego, Mazowsze i Śląsko-Dąbrowskiego. Znaczną liczbę nadesłano także z regionów: Pomorze Zachodnie, Warmińsko-Mazurskiego i Wielkopolska. Nie można natomiast wyodrębnić poszczególnych zakładów pracy, które w tej kwestii byłyby bardziej aktywne. Charakter korespondencji był bardzo podobny w większości teleksów. Członkowie Związku przedstawiali swoje rozczarowanie z powodu złamania przez władze PRL uzgodnień zawartych w porozumieniach z 1980 roku, w tym przede wszystkim braku dostępu „Solidarności” do środków masowego przekazu. W wielu przypadkach proponowano centralnym władzom związkowym konkretne działania mające przyczynić się do rozwiązania tego problemu. W teleksach podnoszono kwestie licznych kłamstw, oskarżeń i oszczerstw skierowanych wobec „Solidarności”, które ukazywały się w telewizji, radiu i prasie. Podkreślano ogólny brak wiarygodności środków masowego przekazu¹⁵.

15. Oficjalny Komunikat Ośrodka Badania Opinii Publicznych i Studiów Programowych z lipca 1982 roku stwierdza, że w okresie prowadzenia kampanii propagandowej przeciw telewizji jesienią 1981 roku nastąpił przejściowy spadek zaufania społeczeństwa do tego medium. Zob. *Komunikat z badań. Ocena informacji Telewizyjnej. „Komitet do spraw radia i telewizji. „Polskie Radio i Telewizja”. Ośrodek Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych*, <http://www.tnsglobal.pl/archiwumraportow/1981/05/05/zaufanie-do-telewizji-jako-zrodla-informacji/> (dostęp 11.07.2019).

Zaznaczyć w tym miejscu trzeba, że komunistyczny ośrodek rządowy planując stan wojenny bacznie obserwował nastroje społeczne, w tym głównie opinie dotyczące działalności władz państwowych i NSZZ „Solidarność”. Wspomniane powyżej kompromitowanie „Solidarności” i „utrzymywanie atmosfery napięcia” w kraju przyniosły oczekiwane rezultaty w drugiej połowie 1981 roku. Jak zauważyli socjologowie, odnotowano wówczas spadek poparcia dla „Solidarności” (zmniejszyło się ono z 74 proc. w drugiej dekadzie września do 58 proc. w drugiej połowie listopada 1981 roku). Jednocześnie wzrosło w tym czasie zaufanie do rządu (odpowiednio z 30 do 51 proc.)¹⁶.

Przesyłana korespondencja wskazuje na wielką nadzieję lokalnego aktywu związkowego na pozytywne rozwiązanie problemu przez Krajową Komisję Porozumiewawczą NSZZ „Solidarność”, w tym możliwość zakończenia, prowadzonej przez władze, kampanii propagandowej wymierzonej w Związek. Niestety nie są znane przypadki odpowiedzi na nadsyłane telexy przez władze centralne „Solidarności”.

Od momentu podpisania Porozumień Sierpniowych w 1980 roku pomiędzy ówczesną władzą polityczną w Polsce a NSZZ „Solidarność” dochodziło do sporów o dostęp do środków masowego przekazu. „Solidarność” oskarżała stronę rządową o niewywiązywanie się z podjętych zobowiązań. Związek głównie domagał się dostępu do radia i telewizji¹⁷. Zagadnienie to niejednokrotnie poruszano w negocjacjach oraz podnoszono przez liczne struktury związkowe w postaci petycji adresowanych do władz państwowych¹⁸.

16. *Stan wojenny w dokumentach władz PRL (1980-1983)*, oprac. B. Kopka, G. Majchrzak, Warszawa 2001, s. 14-15.

17. Jak zauważył już Andrzej Friszke, NSZZ „Solidarność” dostępu do środków masowego przekazu nie domagała się jedynie dla Związku, ale także dla instytucji, które wówczas odgrywały ważną rolę w życiu publicznym: Kościoła katolickiego, organizacji chłopskich, stowarzyszeń twórczych i naukowych. Zob. A. Friszke, dz. cyt., s. 573.

18. K. Pokorna-Ignatowicz, dz. cyt., s. 175. Odmienna sytuacja panowała w przypadku prasy. Łącznie z zakładaniem struktur NSZZ „Solidarność” tworzono jednocześnie jego organy prasowe (gazetki zakładowe, pisma regionalne i ogólnopolskie). Za pierwsze czasopismo Związku uznaje się biuletyn „Solidarność”, który wydawany był w Stoczni Gdańskiej im. Lenina, jeszcze podczas strajków, od 23 do 31 sierpnia 1980 roku. Podobnie było w Szczecinie, gdzie 24 sierpnia 1980 roku ukazał się pierwszy numer pisma „Jedność”. Oba wydawnictwa kolportowane były nie tylko na Wybrzeżu, lecz także w całym kraju. Oficjalnie pierwszym czasopismem ukazującym się na podstawie debitu wydawniczego i podlegającym państwowej cenzurze była „Jedność” – tygodnik Międzyzakładowego Komitetu Założycielskiego NSZZ „Solidarność” Pomorze Zachodnie – wychodzący od stycznia 1981 roku. Oczywiście naczelnie władze Związku, KKP NSZZ „Solidarność”, domagały się własnego dziennika o zasięgu ogólnokrajowym. 31 października 1980 roku w Warszawie odbyło się w tej sprawie spotkanie przedstawicieli Związku z delegacją rządową. Władze zgodziły się wówczas na ogólnopolski tygodnik. 30 stycznia 1981 roku KKP złożyła formalny wniosek o zgodę na wydawanie „Tygodnika Solidarność” do Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk. Pierwszy numer tego czasopisma ukazał się 3 kwietnia 1981 roku (w sumie wydano 37 numerów). Przeciętny nakład wynosił 500 tys. egzemplarzy, a trzy numery wyszły nawet w nakładzie miliona egzemplarzy. Tematyka pisma dotyczyła praktycznie wszystkich dziedzin życia społecznego, zagadnień ekonomicznych i gospodarczych. Dużo miejsca poświęcano kwestiom prawa i praworządności, wymiaru sprawiedliwości i historii najnowszej. Zob. G. Majchrzak, *Z dziejów „Tygodnika Solidarność”. Rozpracowanie „Tygodnika Solidarność” przez Służbę Bezpieczeństwa 1980-1982*, Warszawa: Instytut Pamięci Narodowej 2007, s. 7-10.

Związaną z tym kwestię antyzwiązkowej propagandy w środkach masowego przekazu dotyczy 125 telexów kierowanych do Krajowej Komisji Porozumiewawczej NSZZ „Solidarność”. W niniejszym artykule zaprezentowano przykłady jedynie kilku – zdaniem autora – najistotniejszych i najciekawszych. Przedstawione w nich zostały „dni bez prasy” czy list skierowany do gen. Wojciecha Jaruzelskiego. Opisano popularne wówczas akcje wstrzymywania się z płaceniem abonamentu oraz zarzuty „Solidarności” wobec Telewizji Polskiej i Dziennika Telewizyjnego (DTV).

19 i 20 sierpnia 1981 roku NSZZ „Solidarność” przeprowadził akcję strajkową, tak zwane „dni bez prasy”. W odpowiedzi w Komitecie do spraw Radia i Telewizji oraz Zjednoczeniu Stacji Radiowych i Telewizyjnych podjęto działania służące spacyfikowaniu akcji¹⁹. Komunikat rzecznika prasowego Zarządu Regionu Elbląskiego NSZZ „Solidarność” (Wacława Pietuszyńskiego)²⁰ z 20 sierpnia 1981 roku – przesłany Krajowej Komisji Porozumiewawczej – informował o tym, że 19 i 20 sierpnia 1981 roku w Elblągu i regionie nie ukazała się codzienna prasa, natomiast w kioskach zamiast gazet można było otrzymać ulotki i plakaty redagowane przez Zarząd Regionu [il. 1]. W komunikacie zaznaczono, że elbląskie społeczeństwo popiera stanowisko „Solidarności” – sugerując, że KKP powinna podjąć bardziej konkretne działania zmierzające do radykalnych rozwiązań problemu braku dostępu Związku do środków masowego przekazu – a ponadto jest oburzone uprawianą propagandą i atakami na NSZZ „Solidarność”²¹.

Swoją ocenę propagandy prowadzonej w środkach masowego przekazu przedstawili związkowcy z Zawiercia w liście do gen. Wojciecha Jaruzelskiego wysłanym 10 września 1981 roku i przedstawionym w telexie przesłanym do Krajowej Komisji Porozumiewawczej przez Komisję Zakładową NSZZ „Solidarność” w Fabryce Obrabiarek Ciężkich „Poręba” w Porębie²². Pismo zawierało protest przeciwko nasilającej się kampanii dezinformacji i manipulacji w środkach masowego przekazu, która miała podważać i tak już nadwątlone zaufanie społeczeństwa do władzy. W proteście domagano się respektowania Porozumienia Gdańskiego, w którym wyraźnie stwierdzono, że środki masowego przekazu powinny być poddane kontroli społecznej, ponieważ w istocie rzeczy – z czego zdaniem autorów gen. W. Jaruzelski powinien sobie doskonale zdawać sprawę – telewizja i radio były własnością ogólnonarodową. Zaznaczono, że bez spełnienia tego warunku

19. *Polskie radio i telewizja w stanie wojennym...*, s. 23.

20. Wacław Pietuszyński (urodzony w 1945 roku), nauczyciel w szkołach podstawowych, 13 lipca 1981 roku internowany w Ośrodku Odosobnienia w Iławie, od lutego 1983 roku na emigracji we Francji. Zob. K. Nawrocki, *Studium przypadku. Opór społeczny wobec władzy komunistycznej w województwie elbląskim (1976-1989)*, Elbląg-Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2014, s. 199, przyp. 397.

21. AKKS, KKP i KK, 3/1359, s. 4.

22. Poręba, miasto w województwie śląskim, w powiecie zawierciańskim.

niemożliwy jest jakikolwiek dialog rządzących z rządzonymi. Wskazano, że umożliwienie „Solidarności” wpływu na treści emitowane przez telewizję i radio nie wymagałoby żadnych funduszy, a prawdy i tak nigdy nie udałoby się ukryć. Napiętnowano głoszenie kłamstwa przez prezenterów Dziennika Telewizyjnego i z dezaprobatą potraktowano fakt, że o Związku mówią Jerzy Urban, Mieczysław Rakowski czy Tadeusz Samitowski, podczas gdy związkowcy sami potrafią przedstawić swoje poglądy²³. W liście stwierdzono:

[...] niedopuszczalnym jest, żeby o naszym zjeździe chcieli się wypowiadać tylko ci, którym polecono lżenie i opluwanie. Sądzimy, że dojdzie w końcu do transmisji z części zjazdu zgodnie z wolą społeczeństwa wyrażoną przez KKP, że zrozumiecie, iż prawda jest równie potrzebna jak chleb. Każdy kryzys społeczny, gospodarczy, wszystkie wynaturzenia i nieprawidłowości zaczynają się od zakłamania, od półprawdy i przemilczenia. Świadczy o tym dowodnie nasza powojenna historia. Prawdy w przeciwieństwie do artykułów spożywczych nie można racjonować na kartki.

Postulowano, aby z telewizji, radia i prasy zniknęły manipulacyjne praktyki, aby słowa odzyskały wiarygodność i niezafalszowane brzmienie oraz aby środki masowego przekazu służyły społeczeństwu, a nie garstce oderwanych od narodu kłamców, którym nie zależy na dialogu, lecz jedynie na karceniu i pouczeniu²⁴.

W skierowanym do Krajowej Komisji Porozumiewawczej teleksie z 1 października 1981 roku członkowie NSZZ „Solidarność” z Warszawy przedstawili pismo przesłane do Komitetu ds. Radia i Telewizji²⁵ oraz Naczelnej Redakcji Dzienników Telewizyjnych, datowane na 24 września 1981 roku. Zaprotestowano w nim przeciw nasilającej się akcji szkalowania Związku przez Telewizję Polską. Zaznaczono, że stosowane metody propagandowe wymierzone są bezpośrednio w „Solidarność” i zmierzają do jej zniszczenia. W piśmie stwierdzono:

[...] nie możemy pogodzić się, aby związek nasz skupiający patriotyczną część społeczeństwa mógł być tak ohydnie napiętnowany.

Odnotowano, że nasilenie oszczerstw i oskarżeń pod adresem „Solidarności” wzrosło w okresie poprzedzającym drugą turę Krajowego Zjazdu Delegatów NSZZ „Solidarność”²⁶. Uznano, że celem tej propagandy jest skompromitowanie nie tylko osób fizycznych, ale także całego Związku jako organizacji społecznej,

23. M. Rakowski w 1981 roku nadzorował działania propagandowe z ramienia rządu. Zob. *Polskie radio i telewizja w stanie wojennym*, wstęp i oprac. S. Ligarski, G. Majchrzak, Warszawa 2011, s. 25-27; J. Urban od sierpnia 1981 roku pełnił funkcję rzecznika prasowego rządu. Zob. G. Majchrzak, *Maski rzecznika*, „Biuletyn Instytutu Pamięci Narodowej”, nr 5 (28), 2003, s. 38-44.

24. AKKS, KKP i KK, 3/1589, s. 2.

25. Komitet ds. Radiofonii „Polskie Radio” działalność rozpoczął w 1951 roku; grudniu 1960 roku przekształcony został w Komitet ds. Radia i Telewizji „Polskie Radio i Telewizja”. Do jego zadań należała kontrola i organizacja rynku radiowo-telewizyjnego w Polsce. Zob. *Polskie radio i telewizja w stanie wojennym...*, s. 15.

26. Pierwszy Krajowy Zjazd Delegatów NSZZ „Solidarność” odbył się w dwóch turach: od 5 do 10 września oraz od 26 września do 7 października 1981 roku.

stworzenie wrażenia, że to właśnie „Solidarność” zerwała jednostronnie porozumienia społeczne z Gdańską, Szczecińską i Jastrzębską, a winę i skutki pogłębiającego się kryzysu gospodarczego ponosi Związek.

W piśmie zaznaczono, że telewizja jako środek masowego przekazu powinna służyć całemu społeczeństwu Polski, tzn. przekazywać prawdę o obecnej sytuacji w kraju, ale także dawać zmęczonym tym ludziom należyne wypoczynek i odprężenie – nadawać programy rozrywkowe, filmy itp., a nie jak dotychczas służyć jedynie do „prania mózgow”. Postulowano, że „Solidarność” powinna mieć dostęp do środków masowego przekazu, takich jak radio i telewizja, aby informować związkowców o wszystkim, co dotyczyło jej działalności, tak jak robiła to w stosunku do swoich członków partia rządząca (PZPR). Podkreślono, że telewizja i radio to nie własność rządu, gdyż utrzymywane są z abonamentów, które opłacało całe społeczeństwo. Zażądano także natychmiastowego zaprzestania wykorzystywania środków masowego przekazu do jednostronnego szkalowania i propagandy²⁷.

Reprezentatywnym przykładem apelu wzywającego do wstrzymania się z płaceniem abonamentu radiowego i telewizyjnego wydaje się być odezwa Komisji Zakładowej NSZZ „Solidarność” przy Zakładach Przemysłu Gumowego Stomil w Sanoku, przedstawiona Komisji Krajowej w teleksie z dnia 28 października 1981 roku. W związku z nieprzerwaną oszczerczą kampanią propagandową prowadzoną przeciwko Związkowi w środkach masowego przekazu, przede wszystkim przez Dziennik Telewizyjny, Komisja Zakładowa zwróciła się do wszystkich Polaków, członków i sympatyków NSZZ „Solidarność”, z apelem o bezterminowe wstrzymanie się z płaceniem należności z tytułu korzystania z radia i telewizji. Stwierdzono, że bojkot płatności zostanie odwołany po otrzymaniu przez „Solidarność” dostępu do Radia i Telewizji. Krajowe władze Związku w Gdańsku zostały poproszone o poparcie apelu²⁸. Podobnych wezwań było oczywiście więcej.

Komisja Zakładowa NSZZ „Solidarność” w Fabryce Urządzeń Okrętowych ТЕХМЕТ z Pruszcza Gdańskiego przedstawiła Komisji Krajowej w teleksie z dnia 30 października 1981 roku pismo skierowane do kierownictwa Radiokomitetu²⁹ i Redakcji Dziennika Telewizyjnego [IL. 2]. Zarzucono w nim doprowadzenie DTV do kompletnego upadku, zaznaczając, że jest gorzej niż w okresie przedsierniowym. Wypomniano absurdalność, surrealizm i brak minimalnej wiarygodności, co zniechęca nawet do prowadzenia polemiki.

27. AKKS, KKP i KK, 3/1809, s. 1.

28. AKKS, KKP i KK, 3/1898, s. 1.

29. Potoczna nazwa Komitetu ds. Radia i Telewizji. Por. przypis 25.

W piśmie stwierdzono:

[...] *trzeba niestety traktować nas – widzów – jako półgłówków, aby uwierzyć, że program ten kiedykolwiek do czegoś może przekonać, a tym bardziej że życie pokazało jak duża jest odporność społeczeństwa polskiego na fałsz, obłudę, i społeczną tendencyjność.*

Napisano także:

Czyżby dwo był kizowym zwierciadłem władzy? Jeżeli tak to jest nam przykro i niestety gorzej dla władzy. Polskie przysłowie mówi – „jaki pan – taki kram”.

Czy to dotyczy też dwo? Od dziś zaczynamy myśleć o tym poważnie³⁰.

Z treści teleksów skierowanych do Krajowej Komisji Porozumiewawczej i Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność” w 1981 roku można dowiedzieć się między innymi o protestach związkowych Komisji Zakładowych przeciwko nagminnemu manipulowaniu opinią publiczną przez środki masowego przekazu w odniesieniu do najważniejszych spraw kraju i „Solidarności”. Znaleźć w nich można skargi na celowe przekręcanie wypowiedzi działaczy Związku i wyrazy niezadowolenia z braku rzeczowej dyskusji w radiu i telewizji pomiędzy przedstawicielami rządu i NSZZ „Solidarność”. Znajdują się w nich także apele o bezterminowe wstrzymanie się z płaceniem z tytułu korzystania z radia i telewizji oraz informacje o protestach w ramach tak zwanych „dni bez prasy”. Z teleksów wynika, że odpowiedzialność za pogłębiający się kryzys w stosunkach władzy ze społeczeństwem, a w związku z tym za narastające niezadowolenie społeczne, władza próbowała przerzucić na „Solidarność”. W tym celu w środkach masowego przekazu prowadzona była przez ówczesny rząd akcja dezinformacji oraz zastraszania społeczeństwa. Szczególnie telewizja traktowana była przez władzę jako narzędzie do prowadzenia antyzwiązkowej propagandy.

30. AKKS, KKP i KK, 3/1874, s. 1.

Bibliografia

ŹRÓDŁA

Archiwum Historyczne Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność” (AKKS)
Zespół Akt Krajowej Komisji Porozumiewawczej (KKP) i Krajowej Komisji (KK)
NSZZ „Solidarność”, sygn. 3/1359, 3/1809, 3/1874, 3/1898

ARCHIWUM ZAKŁADOWE

Protokół przekazania dokumentów NSZZ „Solidarność” z dnia 28 sierpnia 2000 roku, [b.s.].

Biuletyn Informacji Publicznej Instytutu Pamięci Narodowej. Komisja Ścigania Zbrodni przeciwko Narodowi Polskiemu: Katalog osób „rozpracowywanych” przez organy bezpieczeństwa państwa komunistycznego, <https://katalog.bip.ipn.gov.pl/osoby-rozpracowywane/?catalog=2>

LITERATURA

Czas przełomu. Solidarność 1980–1981, red. W. Polak, P. Ruchlewski, J. Kufel, Gdańsk: Europejskie Centrum Solidarności 2010.

Encyklopedia Solidarności. Opozycja w PRL 1976–1989: Stowarzyszenie Pokolenie, Oficyna Wydawnicza Volumen, Instytut Pamięci Narodowej, wyb. i oprac. M. Kruk, R. Żytnik, współp. S. Cenckiewicz, t. 1, Warszawa 2010.

Flis S., *Gdańskie akta Solidarności*, [w:] *Archiwa Przełomu 1989–1991. Przegląd źródeł – ocena stanu zachowania i mapa rozmieszczenia*, Warszawa 2013, s. 59–60.

Friszke A., *Revolucja Solidarności 1980–1981*, Kraków: Znak Horyzont 2014.

Goban-Klas T., Sienkiewicz P., *Spółeczeństwo informacyjne: Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków: Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji 1999.

Grochowski Ł., *Archiwum Komisji Krajowej Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność” – historia, zbiory, popularyzacja*, [w:] *Pół wieku Stowarzyszenia Archiwistów Polskich w Gdańsku 1965–2015. Dzieje–Ludzie–Praca w Archiwach*, red. S. Kościelak, M. Płuciennik, Gdańsk 2015, s. 71–81.

Grochowski Ł., *25 lat doświadczeń Archiwum Komisji Krajowej Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność”*, [w:] *Educare necesse est – ale jak i dlaczego? Przykłady dobrych praktyk edukacyjnych*, red. V. Urbaniak, Archiwum Państwowe w Warszawie 2017, s. 215–221.

Kamiński Ł., *Struktury propagandy w PRL*, [w:] *Propaganda w PRL. Wybrane problemy*, red. P. Semków, Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2004, s. 10–13.

Kryptonim „Klan”. Służba Bezpieczeństwa wobec NSZZ „Solidarność” w Gdańsku, wyb. i oprac. M. Kruk, R. Żytnik, współp. S. Cenckiewicz, t. 1, Warszawa-Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2010.

Ligarski S., *Walka o umysły. Propagandowe przygotowania do wprowadzenia w Polsce stanu wojennego*, [w:] *Czas przelomu. Solidarność 1980-1981*, red. W. Polak, P. Ruchlewski, J. Kufel, Gdańsk: Europejskie Centrum Solidarności 2010, s. 661-672.
Majchrzak G., *Maski rzecznika*, „Biuletyn Instytutu Pamięci Narodowej”, nr 5 (28), 2003, s. 38-44.

Majchrzak G., *Z dziejów „Tygodnika Solidarność”. Rozpracowanie „Tygodnika Solidarność” przez Służbę Bezpieczeństwa 1980-1982*, Warszawa: Instytut Pamięci Narodowej 2007.

Mazur M., *Propagandowy obraz świata. Polityczne kampanie prasowe w PRL 1956-1980. Model analityczno-koncepcyjny*, Warszawa: Wydawnictwo TRIO 2003.

Nawrocki K., *Studium przypadku. Opór społeczny wobec władzy komunistycznej w województwie elbląskim (1976-1989)*, Elbląg-Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2014.

Paczkowski A., *Od sfalszowanego zwycięstwa do prawdziwej klęski. Szkice do portretu PRL*, Kraków: Wydawnictwo Literackie 1999.

Pepliński W., *Cenzura jako instrument propagandy PRL*, [w:] *Propaganda w PRL. Wybrane problemy*, red. P. Semków, Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2004, s. 14-21.

Pokorna-Ignatowicz K., *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL. Między polityką a widzami*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2003.
Polskie radio i telewizja w stanie wojennym, wstęp i oprac. S. Ligarski, G. Majchrzak, Warszawa 2011.

Rozproszone archiwa NSZZ „Solidarność”. Materiały z konferencji. Gdańsk, 21 listopada 2013 r., red. M. Kruk, Ł. Grochowski, Warszawa-Gdańsk: Instytut Pamięci Narodowej 2019.

Stan wojenny w dokumentach władz PRL (1980-1983), oprac. B. Kopka, G. Majchrzak, Warszawa: Instytut Pamięci Narodowej 2001.

Szmytkowska B., *Materiały NSZZ „Solidarność”, NSZZ Rolników Indywidualnych „Solidarność” i innych organizacji opozycji antykomunistycznej w Archiwum Państwowym w Gdańsku oraz ich losy*, [w:] *Wojciech J., Komunistyczne mass media wobec Solidarności w 1980 r.*, [w:] *Czas przelomu. Solidarność 1980-1981*, red. W. Polak, P. Ruchlewski, J. Kufel, Gdańsk: Europejskie Centrum Solidarności 2010, s. 781-805.
Komunikat z badań. Ocena informacji Telewizyjnej. „Komitet do spraw radia i telewizji. „Polskie Radio i Telewizja”. Ośrodek Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych, <http://www.tnsglobal.pl/archiwumraportow/1981/05/05/zaufanie-do-telewizji-jako-zrodla-informacji/> (dostęp 11.07.2019).

Płociński M., *Dalekopis – historia teleksu*, „Rzeczpospolita”, 8 lutego 2012 r., <https://www.rp.pl/artykul/809032-Dalekopis--historia-teleksu.html> (dostęp 27.05.2019).

Wąsowicz J., *Reakcje społeczeństwa województwa pińskiego na przebieg drugiej pielgrzymki Jana Pawła II do Ojczyzny (16-23 czerwca 1983 r.) w świetle teleksów KW PZPR w Pile*, „Seminare. Poszukiwania naukowe”, nr 36/3, 2015, s. 187-198, <http://seminare.pl/tomy/tom-36-nr-3> (dostęp 18.01.2019).

W A L D E

„Cześć Waszej pamięci Żołnierze Wyklęci”,

M A R

czyli rzecz o współczesnych muralach patriotycznych

D Y M A R

i nacjonalistycznych

C Z Y K

“All hail to the memory of the Cursed Soldiers”, or on the contemporary patriotic

and nationalist murals



Autor artykułu analizuje fenomen wielkoformatowych murali patriotycznych, coraz częściej obecnych w przestrzeni publicznej: na ścianach instytucji, domów i osiedli, w miejscach powszechnie znanych i odwiedzanych oraz mających tylko lokalne znaczenie. Murale pełnią funkcję propagandową już od czasów antycznych, w dzisiejszej Polsce tego rodzaju twórczość przeżywa swój „złoty okres”.

Naścienne obrazy stanowią nierzadko dominantę w przestrzeni społecznej i za sprawą swej skali i perswazyjności niesą obojętne nawet dla postronnych obserwatorów. W związku z tym istotne wydają się pytania: Jakie są źródła owej niebywale popularności murali? Przez kogo i dla kogo są tworzone? Jaki model patriotyzmu promują, a jaki wykluczają? Do jakich nurtów lub gatunków plastycznych odwołują się ich autorzy starając się dotrzeć do potencjalnych odbiorców? Posiłkując się emblematycznymi przykładami autor stara się odnieść do postawionych wyżej pytań, kreśląc przy tym dość ogólną, a jednocześnie względnie uniwersalną kategoryzację murali patriotycznych i nacjonalistycznych w Polsce drugiej dekady XXI wieku.

Słowa kluczowe: mural, propaganda, nacjonalizm, patriotyzm, przestrzeń publiczna

The author of the article analyses the phenomenon of large-scale patriotic murals that are increasingly present in the public space: on the walls of institutions, houses and housing estates, both in places which are commonly known and frequented and ones that are only important locally. Murals have been playing a propaganda function since antiquity, and in today's Poland this area of creativity experiences its golden age.

Wall paintings are often dominating features in the social space and because of their scale and persuasiveness, are not neutral even to accidental observers. Hence, the following questions seem to be significant: What are the sources of such a unique popularity of murals? Who creates them and for whom? What model of patriotism do they promote, and which ones do they exclude? To what art trends or genres do their authors refer, attempting to reach the potential audience? Providing some emblematic examples, the author tries to refer to the above questions, sketching a rather general but relatively universal categorisation of patriotic and nationalist murals in the Poland of the second decade of the 21st century.

Keywords: mural, propaganda, nationalism, patriotism, public space

„Cześć Waszej pamięci Żołnierze Wyklęci”,
czyli rzecz o współczesnych muralach patriotycznych
i nacjonalistycznych

—
“All hail to the memory of the Cursed Soldiers”, or on the contemporary patriotic
and nationalist murals

2. Plakat zapowiadający odsłonięcie muralu poświęconego mjr. Hieronimowi Dekutowskiemu „Zaporze” [ARCHIWUM AUTORA]
(projekt muralu: Krzysztof Wyrzykowski, projekt plakatu: Victor Cura)

Mural, czyli wielkoformatowy obraz namalowany na ścianie¹, podobnie jak wysokoformatowy plakat, audycja radiowa czy film, jest charakterystycznym narzędziem propagandy modernistycznego, industrialnego społeczeństwa. Choć dziś, między innymi za sprawą Internetu, przeżywamy swoistą „hipertrofię komunikacyjną”, to warto pamiętać, że w wysoce mobilnym i zurbanizowanym świecie mural był, jest i zapewne będzie pożądanym sposobem przekazywania perswazyjnych treści szerokim masom mimowolnych odbiorców. Cele mogą być oczywiście różne: raz chodzi o promocję firmy lub nowego produktu, raz o upowszechnienie sztuki i estetyzację przestrzeni publicznej, a innym razem o mobilizację i poparcie dla społecznej czy politycznej idei lub ideologii. O tym ostatnim przypadku traktuje niniejszy artykuł. Mowa będzie o muralach wykorzystujących motywy narodowe i nacjonalistyczne, które od pewnego czasu stają coraz częstszym składnikiem rodzimego krajobrazu.

Kilka historycznych uwag

We wstępie wspomniano, że murale przynależą do zestawu propagandowych narzędzi nowoczesności. I w istocie tak jest. Zwłaszcza jeśli za kryterium znaczenia przyjmujemy wymiar ilościowy – powszechność występowania tego rodzaju komunikatów. Warto jednak pamiętać, że ten rodzaj perswazji występował wszędzie tam, gdzie mieliśmy do czynienia z masowym odbiorcą, czyli zazwyczaj w przestrzeni zurbanizowanej. Na przykład, w starożytnych Pompejach na murach zachowanych domostw, odkryto ponad tysiąc haseł i sloganów o treści politycznej, najczęściej będących elementem kampanii wyborczych. Podobnie jak ma to miejsce obecnie, część ówczesnych *graffiti* było zapewne spontanicznymi komentarzami poczynionymi niewprawnymi rękami domorosłych aktywistów. Można jednak domniemywać, że w wielu przypadkach były dziełem profesjonalnych (wynajętych) propagandzistów, którzy, rzecz jasna, musieli posiadać mecenasów swojej twórczości.

1. Mural – rodzaj monumentalnego malowidła ściennego... Por. *Mural*, [w:] *Encyklopedia PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/mural;3944435.html> (dostęp 01.06.2019).

Nie jest zapewne przypadkiem, że *gros* owych komunikatów umieszczona była na ścianach domów zamożnych mieszkańców Pompei. Prawdopodobnie pełnili oni rolę sponsorów artystów i wychwalanych przez nich politycznych kandydatów, którzy w przypadku odniesienia sukcesu wyborczego mogli odwzajemnić udzielone im wsparcie. Ponadto, jak zauważa Eeva-Maria Viitanen – fińska badaczka pompejańskich graffiti: „Bary były prawdopodobnie nawet bardziej zaludnione niż ulice, ale czy ich klienci potrafili przeczytać slogany, a do tego oddać głos w wyborach?”²

Powyższe retoryczne pytanie ma takie samo znaczenie, gdy będzie postawione w odniesieniu do naściennej propagandy w późniejszych stuleciach. Aż do początków XX wieku, nawet w obszarze kultury Zachodniej, alfabetyzacja niższych warstw społeczeństwa nie była znacząco większa niż w okresie greckim i rzymskim. Stąd też, na przykład, średniowieczne freski malowane na kościelnych murach często przybierały quasi-komiksową formę – następujących po sobie scenek obrazujących żywoty świętych, biblijne wydarzenia lub heroiczne wyczyny ówczesnych władców. Jeszcze w pierwszych dekadach ubiegłego stulecia podobną, obrazowo-narracyjną formę miały słynne malowidła autorstwa Diego Rivera³ – w intensywnie industrializowanym, urbanizowanym i poszukującym swej postkolonialnej tożsamości Meksyku, szerokie masy mieszkańców musiały nie tyle przeczytać, ile zobaczyć zmitologizowaną wersję „narodzin narodu”⁴.

Wraz z podniesieniem poziomu alfabetyzacji i powszechnego, sponsorowanego zwykle przez państwo kanonu edukacyjnego, linearna narracja była nie tyle zarzucona, ile raczej wypierana przez nośny slogan propagandowy, alegorię, znak lub symbol⁵.

Interesującym jest fakt, że dwa największe totalitaryzmy XX wieku w czasie swego wylania się i rozkwitu nie potraktowały murali w sposób priorytetowy. W rewolucyjnej Rosji jak i Związku Sowieckim okresu drugiej wojny światowej, propaganda wizualna, obok szczególnie docenionego przez Lenina filmu,

2. S. Pappas, *Pompeii 'Wall Posts' Reveal Ancient Social Networks*, <https://www.livescience.com/26164-pompeii-wall-graffiti-social-networks.html> (dostęp 12.02.2019).
3. Diego María de la Concepción Juan Nepomuceno Estanislao de la Rivera y Barrientos Acosta y Rodríguez (1886-1957), meksykański malarz, grafik, architekt, działacz polityczny ruchu komunistycznego, mąż Fridy Kahlo. W jego twórczości występują różne etapy: kubizm, malarstwo figuratywne, fowizm. Był twórcą wielu meksykańskich murali. Współtwórca narodowego programu sztuki meksykańskiej, nawiązującej do tradycji prekolumbijskich. W 1933 roku amerykański multimilioner John D. Rockefeller Jr. zamówił u Riveriego mural do Rockefeller Center w Nowym Jorku. Dla artysty o sympatiach otwarcie komunistycznych była to świetna okazja do prowokacji. Dzieło powstało, ale gdy amerykański magnat dopatrzył się na muralu podobizny Lenina, kazał pracę zniszczyć. Por. *Diego Rivera (1886-1957)*, [w:] *Oil Paintings Graphics & Decoration*, <https://www.ramarama.pl/category/wielcy-malarze-diego-rivera> (dostęp 20.02.2019).
4. Diego Rivera, *Historia Meksyku*, patrz: <https://guides.library.ucsc.edu/lals75> (dostęp 28.05.2019).
5. *Marzmy o Rzymskich Włoszech*, patrz: [https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_of_Fascist_Italy#/media/File:Iscrizione_fascista_-_Lavenone_\(Foto_Luca_Giarelli\).jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_of_Fascist_Italy#/media/File:Iscrizione_fascista_-_Lavenone_(Foto_Luca_Giarelli).jpg) (dostęp 28.05.2019). *Plug robi bruzdę, ale to miecz ją chroni*, patrz: https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_of_Fascist_Italy#/media/File:Asso_scritta_fascista.JPG (dostęp 28.05.2019).

opierała się głównie na wielonakładowym plakacie oraz równie licznych flagach, chorągiewkach czy w pokrytych stosownymi hasłami płachtach materiału czy skleje. Jest to zrozumiałe w kontekście szybko zmieniających granic komunistycznego Imperium jak i zmiennych losów bohaterów przewodzących światowej rewolucji. Tak więc mobilność i zmienność przekazu propagandowego była niewątpliwą zaletą. Z kolei w III Rzeszy do monumentalnej architektury tworzonej przez i pod patronatem Alberta Speera⁶ pasowały raczej równie monumentalne i mające przetrwać tysiąc lat rzeźby Arno Brekera i Josefa Thoraka⁷. Zresztą niemal w tym samym czasie (początek lat trzydziestych) architektoniczny i urbanistyczny monumentalizm zaczął obowiązywać w ZSRR. W kolejnych latach zarówno fasady eklektycznych gmachów publicznych – będących mieszanką rosyjskiego baroku i technologicznych rozwiązań zapożyczonych z amerykańskich drapaczy chmur – jak i przeciętnych „jednostek mieszkalnych” uzupełniano terakotowymi lub szklanymi muralami-mozaikami, ewidentnie nawiązującymi do bizantyjskich technik i form zdobniczych⁸. Nawiasem mówiąc, dzięki zastosowaniu stosunkowo trwałego materiału wiele z tych obrazów przetrwało do dzisiaj.

Przenosząc powyższe rozważania na rodzimy grunt, warto zauważyć, że zarówno w przedwojennej Polsce, jak i w okresie Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej dominowały murale prezentujące produkty, hasła, loga i znaki identyfikujące firmę. O ile jednak nie ma nic nadzwyczajnego w fakcie, że tego rodzaju komunikaty są powszechne w kapitalistycznej rzeczywistości, to w przypadku gospodarki kierowanej i zmonopolizowanej taka sytuacja jest dość zaskakująca. Można domniemywać, że była to podówczas swoista „gra pozorów” mająca pokazać realny socjalizm jako system, w którym jednak działają pewne prawa rynkowe, a klienci mogą dokonywać realnych wyborów.

Poza wyżej wspomnianym istniały jeszcze dwa typy przekazów perswazyjnych. Pierwszy polegał na promocji właściwych postaw życiowych, na przykład prozdrowotnych czy obywatelskich. Hasła nawołujące do rzucenia palenia lub przypominające o telefonicznych numerach alarmowych nie należały do rzadkości. Drugi był już przekazem *stricte* politycznym. Począwszy od słynnego „3 X ТАК” z czasów

6. Albert Speer (1905-1981) – niemiecki polityk i architekt. Jeden z przywódców III Rzeszy. Twórca planu przebudowy Berlina i rozbudowy obozu Auschwitz-Birkenau. Sądzony w procesie norymberskim i skazany na 20 lat więzienia. Por. <https://biografia24.pl/albert-speer/> (dostęp 05.07.2019).
7. Arno Breker (1900-1991) – niemiecki artysta, rzeźbiarz i architekt, członek NSDAP, przedstawiciel sztuki *Blut und Boden*. Por. <https://timenote.info/pl/Arno-Breker> (dostęp 5.07.2019). Arno Breker, *Die Partei*, patrz: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:ArnoBrekerDiePartei.jpg> (dostęp 10.12.2018). Josef Thorak (1889-1952) – austriacki rzeźbiarz. Obok Arno Brekera był uważany za oficjalnego rzeźbiarza III Rzeszy. Por. http://dbpedia.org/page/Josef_Thorak (dostęp 05.07.2019). Josef Thorak, *Voorzijde van het Duitse paviljoen met een beeldengroep van Josef Thorak*, patrz: <https://www.nationaalarchief.nl/onderzoeken/fotocollectie/accae66a-dob4-102d-bcf8-003048976d84> (dostęp 10.12.2018).
8. Mozaika z Leninem (stacja metra w Moskwie), patrz: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:L%C3%A9nine_mosa%C3%A9que.jpg (dostęp 28.05.2019).

referendum 1946 roku, poprzez „Program partii, programem narodu”, aż po „PRON – płaszczyzną porozumienia obywateli PRL”⁹. Pełną inicjatywę w tworzeniu oraz kuratelę nad treścią, formą i miejscem prezentacji tego rodzaju komunikatów posiadał, rzecz jasna, jeden ośrodek władzy.

Wyłomem w monopolu na treści i formę propagandy ulicznej, który *de facto* stanowił jakościową i ilościową zmianę, była w latach osiemdziesiątych XX wieku alternatywna twórczość kontestatorów systemu. To wówczas, zupełnie niezależnie od ośrodka władzy, zaczęły masowo pojawiać napisy i grafiki, które były sprzeciwem wobec istniejącego systemu i (rzadziej) propozycją zorganizowania życia społecznego na innych zasadach. Technicznym *novum* był szablon, który pozwalał powielać ten sam obraz szybko i wielu kopiach¹⁰.

Zmiana systemu politycznego i gospodarczego na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia spowodowała, rzecz jasna, demopolizację propagandy, w tym również tej ulicznej. Zmiana ta zbiegła się z kolejną po szablonie, techniczną innowacją, która sprzyjała demokratyzacji, a przede wszystkim umasowieniu street-artowej twórczości, czyli wprowadzeniem na polski rynek taniej farby w sprayu¹¹. Od tego momentu o ulicznej malowanej propagandzie możemy mówić w kontekście różnych stylistyk i kanonów estetycznych, emanacji odmiennych postaw politycznych i wartości, oraz wpływie i zaangażowaniu różnych grup interesariuszy i sponsorów.

Opisane wyżej zmiany, skutkujące między innymi o wiele bardziej różnorodnym i zniuansowanym przekazem, zarówno pod względem treści i formy, czynią analizę murali szczególnie wdzięczną dla socjologa – badacza propagandy. Jako atrakcyjny, bo właśnie różnorodny przykład, w dalszej części niniejszego tekstu posłużą murale tworzone z pobudek patriotycznych, a nierzadko również ideologicznych i politycznych.



9. *Głosuj 3xTAK*, patrz: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:AGAD_Plansza_propagandowa_3xtak.jpg (dostęp 28.05.2019).
10. Dariusz Paczkowski, *Za Mundurem panny Sznurem*, patrz: <http://www.3fala.art.pl/swiezo-malowane?page=3> (dostęp 28.05.2019).
11. Warto zauważyć, że w konfrontacji z feerią formalnych, stylistycznych czy kolorystycznych możliwości, jakie pojawiły się wraz z upowszechnieniem farby w sprayu, na marginesie zainteresowań artystów ulicznych znalazła się technika szablonu. Zwłaszcza w porównaniu z jej wcześniejszą popularnością.

Współczesny mural narodowy i nacjonalistyczny¹²

Pierwsze z murali towarzyszących latom transformacji systemowej były zazwyczaj indyferentne politycznie. Na przykład, słynne „łódzkie murale”¹³ zyskały rozgłos raczej dzięki zaangażowaniu znanych na świecie i nierzadko awangardowych „ulicznych” artystów, niż przesłaniu o charakterze politycznym lub ideologicznym. Warto natomiast odnotować pewien fakt, który miał miejsce już w 1993 roku. W owym czasie prominentni działacze kontestującej okrągłostołowe porozumienia Ligi Republikańskiej (między innymi obecny obecny minister spraw wewnętrznych i administracji Mariusz Kamiński) przygotowali wystawę pod znamienym tytułem „Żołnierzem Wyklętym”, co dzisiaj wielu komentatorów życia społecznego uważa za symboliczny początek rozbratu elit, nie tylko w wymiarze *stricte* politycznym (tu za przykład lepiej posłuży powstanie i upadek rządu premiera Jana Olszewskiego), ale także historyczno-tożsamościowym. W kolejnych latach mit „niezlomnych” i „wyklętych” bohaterów był budowany, odświeżany oraz podtrzymywany, by ostatecznie stać się jednym mitów założycielskich wielu współczesnych formacji prawicowych oraz obecnego obozu władzy.

Jeszcze na początku bieżącej dekady murale nawiązujące do tradycji walki zbrojnej, a w szczególności odwołujące się do tragicznej historii czasów wojennych czy poakowskiego podziemia należały do rzadkości. Na przykład, w 2009 roku jako zupełną nowość, a nawet ciekawostkę, traktowano powstanie sąsiadującego ze stadionem stołecznej Polonii muralu poświęconego powstańcom lub w kolejnym roku portretu Piłsudskiego na stacji w Sulejówku. Jeszcze w 2012 roku internetowy Portal Płock donosił o muralu upamiętniającym lokalnego bohatera podziemia antykomunistycznego, jako dzieło, które jest „zupełnie inne i w stylistyce i w wymowie od tych dotąd znanych w Płocku”¹⁴.

Obecnie można wskazać co najmniej kilka czynników, które pośrednio lub bezpośrednio przyczyniły się do popularności murali patriotycznych, a w tym nacjonalistycznych. Po pierwsze warto pamiętać, że przyjęcie Polski w poczet członków Unii Europejskiej symbolicznie oznaczało zarazem kres powszechnego poparcia



12. W niniejszym tekście przyjęto stosunkowo szeroką i niezideologizowaną definicję nacjonalizmu. *Encyklopedia PWN* podaje, że „nacjonalizm [łac. *natio* 'naród']”, przekonanie, że naród jest najważniejszą formą społecznienia, a tożsamość narodowa najważniejszym składnikiem tożsamości jednostki, połączone z nakazem przedkładania solidarności narodowej nad wszelkie inne związki i zobowiązania oraz wszystkiego, co narodowe, nad to, co cudzoziemskie lub kosmopolityczne; ideologia polityczna, wg której podstawowym zadaniem państwa jest obrona interesów narodowych, a jego zasięg terytorialny winien odpowiadać obszarom zamieszkanym przez dany naród”, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/nacjonalizm;3945094.html> (dostęp 19.02.2019).
13. Galeria Urban Forms, <http://www.urbanforms.org/> (dostęp 15.02.2019).
14. M. Rostowska, *Nowy mural w Płocku. Absolutnie nietypowy*, https://portalplock.pl/pl/11_wiadomosci/1220_nowy_mural_w_plocku_absolutnie_nietypowy.html (dostęp 20.02.2019).



3. **Rafał Roskowiński, Emil Goś, Michał Węgrzyn (Gdańska Szkoła Muralu),**

Mural poświęcony pamięci rotm. Witolda Pileckiego (fot. BartekBD)

[[http://warszawa.wikia.com/wiki/Plik:Mural_patriotyczny_Pilecki_\(by_BartekBD\).jpg](http://warszawa.wikia.com/wiki/Plik:Mural_patriotyczny_Pilecki_(by_BartekBD).jpg)]

4. **Marek Laskowski** Mural poświęcony upamiętnieniu 79 rocznicy bitwy pod Mokrą,

[<http://klobuck.naszemiasto.pl/artukul/niezwykly-mural-powstal-przy-mu-zeum-w-mokrej-zapr-ojektowal,4787771,artgal,t,id,tm.html>]

dla tzw. „modernizacji imitacyjnej”¹⁵. Jednocześnie był to początek poszukiwania nowej tożsamości, często budowanej w oparciu o dychotomie: „tradycja *vs.* nowoczesność”, „lokalizm *vs.* kosmopolityzm” i „wspólnota *vs.* stowarzyszenie” – z coraz częstszym wskazaniem na pierwsze z wartości we wskazanych tu alternatywach¹⁶. Po drugie dylematy tożsamościowe są skwapliwie wykorzystywane w bieżącym dyskursie politycznym. Podział na „patriotów” i „tych drugich” wymaga stosowania szerokiego, a zarazem czytelnego spektrum symboli i metafor, za pomocą których spór o kierunek, w jakim ma podążać Polska, czyli jakie wartości i jakie postawy mają określać współczesnych Polaków, staje się zrozumiałą dla każdego odbiorcy przekazu propagandowego. Po trzecie, co pozostaje w ścisłym związku z poprzednimi, klarowny przekaz patriotycznego komunikatu perswazyjnego jest tym bardziej pożądanym i skutecznym, im bardziej otaczająca rzeczywistość jawi jako niebezpieczna i nieprzewidywalna. W epoce późnej nowoczesności jednostce coraz trudniej żywić przekonanie o możliwości wpływania na „bieg spraw” oraz osiągnięcia poczucie bezpieczeństwa ontologicznego¹⁷. Dotyczy to rzecz jasna osób w różnym wieku, lecz w przypadku ludzi młodych, do których wrażliwości estetycznej w znacznie mierze dostosowana jest forma murali, poczucie braku zakorzenienia może przejawiać się w postaci dwóch skrajności. Pierwsza sprowadza się do „płynięcia z falą” permanentnej zmiany, ale jak pisał Zygmunt Bauman: „(w) płynnym stanie skupienia nigdy nie można spodziewać się trwałości [...]. Szanowane dziś autorytety jutro zostaną wykpięte, wiekiste sprawy ustąpią miejsca innym, pretendującym do podobnej wiekistości [...].”¹⁸. Druga może polegać na zupełnie przeciwnej postawie, polegającej na poszukiwaniu „busoli tożsamości”, dzięki której młody człowiek znajdzie drogę do właściwego portu, by bezpiecznie w nim zakotwiczyć¹⁹. A taką szansę anonsują właśnie jednoznaczne aksjologiczne murale.

Skoro chwilę wcześniej wspomniany został estetyczny wymiar dzieł tworzonych przez ulicznych artystów, spróbujmy rozwinąć ten wątek. Biorąc pod uwagę zarówno różnice formalne, ale i aspekt ilościowy, można zaproponować następującą kategoryzację:

15. M. Ziółkowski, *O różnorodności teraźniejszości. (Pomiędzy tradycją, spuścizną socjalizmu, nowoczesnością a ponowoczesnością)*, „Kultura i Społeczeństwo”, 1997 nr 4, s. 19-48; por. K. Jasiołcki, *Nowe oblicze polskiego kapitalizmu?*, „Zoon Politicon”, 2015 nr 6, s. 9-41.

16. Por. *Reforma kulturowa 2020 – 2030 – 2040*, red. Jacek Żakowski, Krajowa Izba Gospodarcza, Warszawa 2015, <https://nck.pl/badania/raporty/reforma-kulturowa-2020-2030-2040> (dostęp 23.02.2019); *Polacy wobec UE: koniec konsensusu*, (raport) Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2016, <http://www.batory.org.pl/upload/files/Programy%20operacyjne/Otwarta%20Europa/Polacy%20wobec%20UE%20-%20raport%20Fundacji%20Batorego.pdf> (dostęp 21.02.2019).

17. A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa: PWN 2001.

18. Z. Bauman, *Tożsamość. Rozmowy z Benedetto Vecim*, tłum. J. Łaszcz, Gdańsk: GWP 2004, s. 50.

19. B. Misztal, *Teoria socjologiczna a praktyka społeczna*, Kraków: Uniwersitas 2000, s. 145.

1. Murale, które polegają na przeniesieniu na ścianę archiwalnego zdjęcia lub zdjęć, ewentualnie uczynienie z historycznej fotografii głównego motywu kompozycji tworzonego dzieła²⁰ [IL. 2].

Motywy wykonywania tego rodzaju murali mogą być przynajmniej dwojakie. Na pewno oglądanie kompozycji złożonej ze starych zdjęć – często pokrytych patyną i ukazujących „dawno miniony świat” – może się po prostu podobać, wzbudzać nostalgię, a także zachęcać do poszukiwania archiwalnych śladów przedstawionych osób i wydarzeń. Po wtóre, istotna jest właśnie forma dokumentu. Skopiowanie autentycznego zdjęcia ma zaświadczać, że to co przypominamy murałem rzeczywiście się wydarzyło. Idee i wartości, które są poprzez określony obraz promowane, miały swoich realnych bohaterów, którzy swoją postawą zaświadczyli o ich ważności. Siła perswazyjna dokumentu jest zapewne istotnym motywem, dla którego warto podejmować wysiłek żmudnego kopiowania zdjęcia. Oczywiście nie wszystkie „realistyczne” murale mają swój fotograficzny pierwowzór. Niekiedy inspirację może stanowić znany historyczny motyw, książkowa ilustracja, obraz znanego batalisty itp. Jednak ważne jest skupienie się twórcy muralu na względnie wiernym oddaniu pierwowzoru, a tylko z rzadka i oszczędnym zaznaczeniu własnego, indywidualnego stylu.

Wydaje się, że „fotograficzne” murale są coraz bardziej popularne. Na pewno są akceptowane przez szerokie grono odbiorców. „Ładne” zdjęcia, chociaż często mówią o tragicznych sprawach, to jednak nie budzą zgorszenia i będąc głównie „świadectwem” nie są postrzegane jako dyskusyjne czy kłamliwe. Często też te, zazwyczaj stosunkowo kosztowne projekty, mogą liczyć na instytucjonalne wsparcie, np. Instytutu Pamięi Narodowej, Narodowego Centrum Nauki, poszczególnych ministerstw, władz samorządowych, a także budżetów obywatelskich.

2. Drugi wyraźny nurt jest inspirowany pop-artem, szczególnie zaś komiksem, co jest wyraźnym zwróceniem się do młodego, a przynajmniej wychowanego na popkulturowych wzorach odbiorcy. Za emblematyczny przykład może tu posłużyć dzieło bodaj najbardziej znanego twórcy historycznych murali – Rafała Roskowińskiego [IL. 1].

Autor muralu w rozmowie z dziennikarzem lokalnego portalu przyznał, że „(t)akie przedstawienie Żołnierzy Wyklętych jest awangardowe. Styl rodem z komiksowych Avengersów, styl kowbojski, styl zuchwały nie każdemu się spodoba”²¹ i dalej dodawał: „Oczywiście wiem, że tak nie wyglądali prawdziwi żołnierze antykomunistycznego podziemia, ale w takiej pracy chodzi o coś innego. Chcemy trafić do młodego pokolenia, sprawić, że zainteresują się polską historią. Nawet jeżeli i na 100 osób to zrobi, to będzie już sukces”²².

20. Plakat zapowiadający odsłonięcie muralu poświęconego mjr. Hieronimowi Dekutowskiemu „Zaporze”, patrz: <https://tyna.info.pl/odslonia-mural-zapory/>. Por. zdjęcie Hieronima Dekutowskiego z 1946 roku, patrz: https://pl.wikipedia.org/wiki/Hieronim_Dekutowski#/media/File:Dekutowski-Zapora.jpg (dostęp 28.05.2019).

21. P. Olejarczyk, *Na Oruni powstaje wyjątkowy mural*, http://mojaorunia.pl/index.php?option=com_orunia&task=artykul&id=13147 (dostęp 15.02.2019).

22. Tamże.

Jak zauważył sam Roskowiński, jego dzieło mieści się w głównym nurcie sztuki komiksowej. Co więcej, powstańcy przedstawieni na tym muralu, przy całej umowności, uproszczeniu i jankeskim „genotypie”, wynikającymi z przyjętej konwencji, to jednak istoty ludzkie. Tymczasem od kilku lat można dostrzec trend polegający na włączaniu w narrację elementów fantastycznych. Przykładem mogą być tu, równie komiksowe: ursynowski mural poświęcony pamięci rotmistrza Witolda Pileckiego z sowiecką bestią [IL. 3] lub cyberpunkowy obraz pochodzący ze wsi Mokra – miejsca starcia niemieckiej dywizji pancerniej z Wołyńską Brygadą Kawalerii [IL. 4].

Twórcy przekazów propagandowych z umiłowaniem sięgają po strategie obrazowania wroga jako przedstawiciela ostatnich gatunków fauny. Taka zoomorfizacja ma na celu odhumanizowanie przeciwnika, który w wyniku takiego aktu nie jest już człowiekiem, a jedynie sumą negatywnych „zwierzęcych” konotacji. Można jednak pójść jeszcze dalej. Zoomorfizacja może zostać zastąpiona inną kategorią – demonizacją agresora²³. Demon zaś to „coś więcej” niż najbardziej przebiegłe, wienopoddańcze lub głupie zwierzę. To istota nie z tego świata, a jedyną racją bytu demona jest sianie zniszczenia i pogrążanie świata w chaosie²⁴. Dlatego też należy mu się przeciwstawić z całą stanowczością, nawet za cenę stania się „wyklętym”. W istocie, bezwzględna wierność służbie i Ojczyźnie, wytrwałość i poświęcenie są bodaj najsilniej wybrzmiewającymi wśród współcześnie eksploatowanych motywów patriotycznych murali.

3. O ile powyższe kategorie można po weberowsku określić mianem „czystych typów”, to jednak wiele murali od strony formalnej stanowi eklektyczną mieszankę różnych stylistyk i technik malarskich [IL. 5].

Bywa, że wspomniany eklektyzm jest świadomym zabiegiem artysty. Zestawienie legionistów Piłsudskiego z dzisiejszymi „hipsterami” wydaje się nawet ciekawszym zabiegiem niż retoryczne pytanie towarzyszące obrazom. Niekiedy zaś, jak ma to na przykład miejsce w przypadku muralu z Łodzi-Teofilowa²⁵, dzieło wchodzi w swoisty i zapewne niechciany „dialog” z samowolnymi komentatorami i „współautorami”. Na sąsiedniej ścianie znajdują się kibicowskie dopiski, między innymi ŚK 4 EVER; akronim ten oznacza „śmierć żydowskiej kurwie”, co zmienia założony odbiór dzieła. Różnego rodzaju komentarze, obelgi i dewastacje są zresztą dość częstym zjawiskiem towarzyszącym niezabezpieczonej sztuce w przestrzeni publicznej. Mają szczególne znaczenie w przypadku kolejnej kategorii – „nawnej sztuce ulicy”.

23. U. Jarecka, *Propaganda wizualna słusznej wojny. Media wizualne XX wieku wobec konfliktów zbrojnych*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN, s. 213-220.

24. W. Dymarczyk, *„Hej kto Polak na bagnety” kontra „Obronimy zdobycze Października”. Polskie i radzieckie plakaty wojenne – próba zrozumienia*, [w:] *Socjologia wizualna w praktyce. Plakat jako narzędzie propagandy wojennej*, red. T. Frenc, W. Dymarczyk, P. Chomczyński, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2011, s. 36-38.

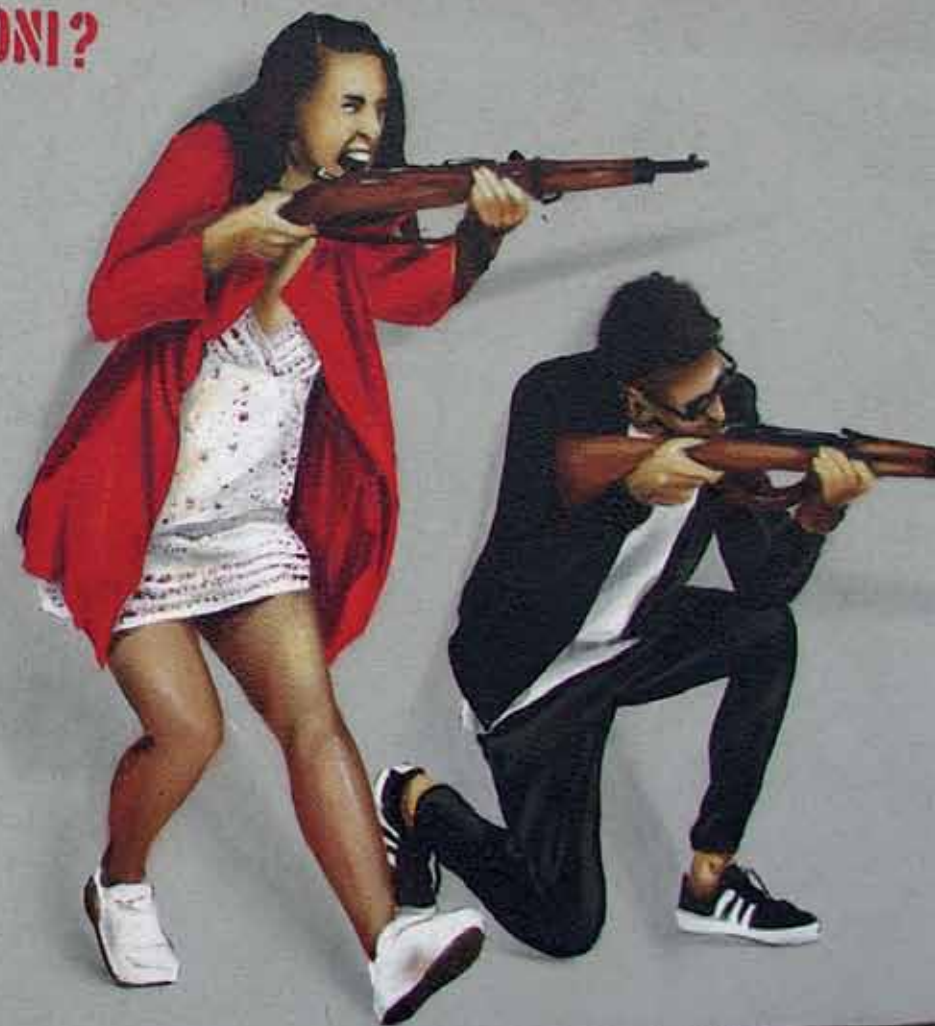
25. *Żołnierze wyklęci część ich pamięci*, patrz: <https://hiperealizm.blogspot.com/2014/02/odz-bauty-teofilow.html> (dostęp 28.05.2019).



**ŁÓDZKIE DROGI
NIEPODLEGŁOŚCI**
www.niepodleglosc.lodz.pl



**100 LAT NIEPODLEGŁEJ.
ONI BYLI TACY JAK MY
CZY UMIEMY BYĆ JAK ONI?**



**sta Pilsudskiego
1914 - 1918**

4. Pojęcie „naiwna sztuka ulicy” odnosi się do murali tworzonych przez artystów nieprofesjonalnych. Najczęściej osoby związane z piłkarskimi klubami kibica i/lub członkami miejskich subkultur „grafficiarzy”. „Prymitywizm” tego rodzaju dzieł, nie jest, jak bywało to w przypadku „akademicko uformowanych” malarzy, świadomym zamierzeniem, lecz często jest właśnie skutkiem braku plastycznego wykształcenia [il. 6,7,8].

Uzbrojeni w spraye współcześni uliczni „partyzanci”, są zazwyczaj również silnie emocjonalnie i ideologicznie zaangażowani w propagowane treści. W związku (ale też pomimo) z powyższym, mylnie byłoby przekonanie, że jest to sztuka „bez reguł”. Na kanon tego rodzaju twórczości składają się między innymi następujące aksjologiczne założenia i formalne elementy²⁶:

– niezłomność, poświęcenie i pogarda dla słabości, czyli apoteoza walki „do ostatniego tchu”,

– agresywność i postrzeganie walki zbrojnej jako jedyne „godnego” sposobu artykulacji własnych/zbiorowych interesów, czyli hołdowanie „męskiemu” wzorcowi rozwiązywania konfliktów,

– jasny podział na „swoich” i „obcych” (podziw dla pierwszych i pogarda dla drugich), co zazwyczaj ma także odniesienia do współczesności, na przykład poprzez wiązanie historycznych bohaterów i wyznawanych przez nich wartości z własnymi barwami i znakami przynależności (emblematy klubowe) oraz towarzyszącymi hasłami, – dezynwoltura w stosunku do „mainstreamowych” szkół i kanonów estetycznych, co jednocześnie nie wyklucza (często nieświadomego) inspirowania się np. pop-artem, tradycją street-artu oraz współczesnymi odmianami komiksu.

W swoim czasie i medialnym odzewem spotkała się sytuacja domalowania przez „nieznanych sprawców” tęczyowych refleksów bijących z oczu wilków towarzyszących postaciom żołnierzy wyklętych uwiecznionym na muralu sponsorowanym przez kibiców Śląska Wrocław²⁷. Przykład ten kieruje uwagę na wartość wyróżnienia kategorii analityczną, a mianowicie – „mural, jako arenę walki”. „Arena” przynależy do zestawu pojęć używanych w kontekście socjologicznych refleksji nad „światami społecznymi”²⁸, czyli grupami, jednostkami czy organizacjami, które skupiają się wokół jakiegoś działania podstawowego (*primary activity*), które staje się kryterium

26. Wnikliwe analizy kibicowskiej sztuki ulicznej zawierają m.in. eseje Joanny Tokarskiej-Bakir („Pueri”, s. 7-9) i Anny Zawadzkiej („Polska Walcząca”, s. 10-16) otwierające album *Święta wojna (2009-2014)* autorstwa Wojciecha Wilczyka, Łódź-Kraków: Atlas Sztuki & Wydawnictwo Karakter 2014.

27. *Walcząca Armia Wyklęta, Śląsk Wrocław o Was pamięta*, patrz: <https://wroclaw.gosc.pl/doc/3070029>. Słynny-patriotyczny-mural-zniszczony (dostęp 28.05.2019).

28. Twórcą pojęcia „świat społeczny” był symboliczny interakcjonista Paul Cressey (*The Taxi-Dance Hall. A Sociological study in Commercialized Recreation and City Life*, Chicago: University of Chicago Press 1932), którą to koncepcję twórczo rozwinął Anselm L. Strauss (*Zwierciadła i maski. W poszukiwaniu tożsamości*, tłum. A. Hałas, Kraków: Nomos 2013). W Polsce kontynuatorką refleksji badań nad światami społecznymi jest m.in. Anna Kacperczyk (*Spoleczne światy. Teoria – empiria – metody badań. Na przykładzie świata wspinaczki*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2016).

wyodrębnienia (danego) świata społecznego²⁹. W opisywanym tutaj przypadku chodzi oczywiście o świat twórców murali, a szczególnie subświat twórców murali patriotycznych i nacjonalistycznych. Areny są zaś polami sporu (pomiędzy światami i subświatami) odnośnie wspomnianego działania podstawowego: jego treści, formy, celów i użyc, uzasadnień i funkcji. Na marginesie warto zauważyć, że dzięki identyfikowaniu się i wykorzystywaniu tych samych znaków i symboli oraz tych samych sposobów ekspresji, nawet wrogie „plemiona” kibiców zawierają warunkowe przymierze³⁰. Odnoszą się bowiem do tych samych toposów i zaświadczają, że są im wierni. Można zatem wspólnie walczyć w imię „historycznej prawdy” i przeciw jej „zafalszowaniom”. Arena przeniesiona bywa wówczas w obszar „my” (wszyscy) kibice-patrioci *vs.* „inni”, a głównie „demoliberalne” i kosmopolityczne elity, nie czujące „ducha narodu”.

Powracając do przykładu z Wrocławia, miejscem-areną walki stał się sam mural. Domalowane tęczyowe refleksy są – jeśli można domniemywać intencje „komentatorów” – „humorystyczną” próbą dyskredytacji wiernych „tradycyjnym wartościom” żołnierzy wyklętych, a może raczej obowiązującej na ich temat ikonotwórczej narracji. W innych przypadkach trudno mówić o domniemaniach. Na przykład mural z Parku Szczęśliwickiego w Warszawie ukazuje intensywność i bezpardonowość „walki o pamięć” i „walki o słusność racji i wyborów”³¹. Pierwotnie przedstawienie żołnierzy podziemia antykomunistycznego doczekało się przeróbki w postaci przesłonięcia oczu postaci obecnych na obrazie oraz przerobienia hasła „Żołnierze Wyklęci” na „Żołnierze przekłęci”, a także domalowania emblematu „Antify”. W niedługim czasie po tym zdarzeniu dokonano kolejnego przemalowania, polegającego na dopisaniu „Jebać antife” i umieszczeniu krzyża celtyckiego. Jak widać, uczestnicy sporu „nie biorą jeńców”. Akcja spotyka się z natychmiastową reakcją.

Podobnie – a biorąc pod uwagę formę „komentarza” – bardzo podobnie dzieje się w innych miejscach. W Gdańsku przy Alei Żołnierzy Wyklętych (sic!) na portrecie Zygmunta Szendzielarza „Łupaszki”, ktoś namalował czerwoną farbą napis – „morderca”. W niewielkim odstępie czasu, takim samym napisem (wręcz identycznym pod względem techniki, liternictwa i kolorystyki) „ozdobiony” został wizerunek Zygmunta Baumana na Dworcu Gdańskim w Warszawie, który jako jeden

29. A. L. Strauss, *A Social World Perspective*, [w:] *Studies in Symbolic Interaction*, ed. N. K. Denzin, Greenwich: JAI Press 1978, s. 119-128.

30. Autor niniejszego tekstu, będący jednocześnie mieszkańcem (i obserwatorem) podzielonego pomiędzy fanów skonfliktowanych łódzkich drużyn miasta, zaobserwował, że agresywne działania wobec murali lub graffiti „wrogich” klubów są ograniczane w sytuacji, gdy treść owych komunikatów odnosi się do współpodzielanych, zazwyczaj prawicowych i/lub nacjonalistyczno-narodowych bohaterów lub tak definiowanych wydarzeń.

31. Mural *Żołnierze wyklęci* w Parku Szczęśliwickim w Warszawie, stan I i II patrz: <https://www.facebook.com/161rwwa/photos/a.130662493807685/50206680333917/?type=3&theater> oraz stan III, patrz: https://www.wykop.pl/cdn/c3201142/comment_t2pYHCQ4TsQsGpfzCpZkcWz4wIWAU9zH.jpg (dostęp 28.05.2019).



6. Mural Żołnierzy Wyklętych na ogrodzeniu łódzkiego Zoo [ARCHIWUM AUTORA]



7. Mural Żołnierzy Wyklętych na ogrodzeniu łódzkiego zoo [ARCHIWUM AUTORA]

z wielu umieszczonych tam murali miał przypominać o komunistycznych antysemitkich czystkach 1968 roku. Trudno nawet katalogować kolejne „symetryczne” przykłady. Można rzec *show must go on*, chociaż należałoby powiedzieć: *show must go end*.

W miejsce podsumowania

Wydaje się, że dobrym a zarazem lapidarnym zakończeniem niniejszego eseju będą słowa zaczerpnięte z doskonałej książki *10 przykazań propagandy* (*The Ten Commandments of Propaganda*) autorstwa Briana Anse Patricka³². Ten niedawno zmarły, wybitny specjalista w zakresie propagandy pisał: „Naiwni ludzie mówią o historii tak, jakby gdzieś na półkach leżały książki zawierające wyłącznie prawdziwe, obiektywnie przedstawione informacje. Może i tak jest – każdy z nas chciałby znaleźć taki zagubiony tom – ale w propagandzie celem historii jest kontrolowanie teraźniejszości i przyszłości. Historia nie jest częścią przeszłości, lecz dzieje się teraz. [...] Każda publiczna wersja historii jest w gruncie rzeczy propagandą i szybko zmienia się w mit, bo ma niewiele wspólnego z historią jako taką, czyli opisem sytuacji, które się wydarzyły w przeszłości. W rezultacie historia staje się opowieścią, której głównym celem jest ujednoznaczenie niezbędne do tego, aby móc udzielać moralnych lub etycznych lekcji”³³. Tyle komentarza. I aż tyle.

32. Brian Anse Patrick (1954–2016) był profesorem komunikacji Uniwersytetu Toledo (Ohio, us) i wybitnym specjalistą w zakresie historii i technik propagandy.

33. B. A. Patrick, *10 przykazań propagandy*, tłum. J. Sugiero, Gliwice: Wydawnictwo HELION 2015, s. 81.

Bibliografia

- Bauman Z., *Tożsamość. Rozmowy z Benedetto Veccim*, tłum. J. Łaszcz, Gdańsk: GPW 2004.
- Cressey P., *The Taxi-Dance Hall. A Sociological study in Commercialized Recreation and City Life*, Chicago: University of Chicago Press 1932.
- Dymarczyk W., „Hej kto Polak na bagnety” kontra „Obronimy zdobycze Października”. *Polskie i radzieckie plakaty wojenne – próba zrozumienia*, [w:] *Socjologia wizualna w praktyce. Plakat jako narzędzie propagandy wojennej*, red. T. Frenc, W. Dymarczyk, P. Chomczyński, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2011, s. 36-38.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa: PWN 2001.
- Jarecka U., *Propaganda wizualna słusznej wojny. Media wizualne XX wieku wobec konfliktów zbrojnych*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN, s. 213-220.
- Jasiecki K., *Nowe oblicze polskiego kapitalizmu? „Zoon Politicon”*, 2015 nr 6, s. 9-41.
- Kacperczyk A., *Społeczne światy. Teoria – empiria – metody badań. Na przykładzie świata wspinaczki*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2016.
- Misztal B., *Teoria socjologiczna a praktyka społeczna*, Kraków: Universitas 2000.
- Patrick B. A., *10 przykazań propagandy.*, tłum. J. Sugiero, Gliwice: Wydawnictwo HELION 2015.
- Strauss A. L., *A Social World Perspective*, [w:] *Studies in Symbolic Interaction*, ed. N. K. Denzin, Greenwich: JAI Press 1978, s. 119-128.
- Strauss A. L., *Zwierciadła i maski. W poszukiwaniu tożsamości*, tłum. A. Hałas, Kraków: Nomos 2013
- Tokarska-Bakir J., *Pueri*, [w:] W. Wilczyk, *Święta wojna (2009-2014)*, Łódź-Kraków: Atlas Sztuki & Wydawnictwo Karakter 2014, s. 7-9.
- Zawadzka A., *Polska Walcząca*, [w:] W. Wilczyk, *Święta wojna (2009-2014)*, Łódź-Kraków: Atlas Sztuki & Wydawnictwo Karakter 2014, s. 10-16.
- Ziółkowski M., *O różnorodności teraźniejszości. (Pomiędzy tradycją, spuścizną socjalizmu, nowoczesnością a ponowoczesnością)*, „Kultura i Społeczeństwo”, 1997 nr 4, s. 19-48.
- Diego Rivera (1886-1957), [w:] *Oil Paintings Graphics & Decoration*, <https://www.ramarama.pl/category/wielcy-malarze-diego-rivera>
- Galeria Urban Forms, <http://www.urbanforms.org/Mural>, [w:] *Encyklopedia PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/mural;3944435.html>
- Nacjonalizm*, [w:] *Encyklopedia PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/nacjonalizm;3945094.html>

8. Mural Żołnierzy Wyklętych na ogrodzeniu łódzkiego Zoo [ARCHIWUM AUTORA]



D A M I A N

Propagandowy potencjał pisma fonetycznego

B I N K O

The propaganda potential of phonetic script

W S K I

Pismo alfabetyczne – w przeciwieństwie do obrazu kineskopowego – jest medium gorącym, wykluczającym mentalny udział czytelnika w konstruowaniu komunikowanych treści. Alfabet odegrał szczególnie ważną rolę w kształtowaniu świadomości zachodniej, a – jak twierdził Jaques Ellul – propaganda „nie może odnieść skutku, jeśli ludziom brakuje śladu zachodniej kultury”. Umiejętność pisanie i czytania wyposaża ich w specyficzną mentalność i kompetencje kulturowe. Są one konieczne, by móc korzystać z innych mediów gorących, takich jak obrazy skonstruowane w oparciu o zasady perspektywy trójwymiarowej czy kino, a jednocześnie zwiększają podatność na indoktrynację. Albowiem – jak twierdził Marshall McLuhan – przekazem jest już sam przekaźnik, a nie tylko jego treść, mniej lub bardziej zgodna z jego właściwościami. To właśnie charakter mediów dominujących w danym społeczeństwie czyni ich odbiorców mniej lub bardziej podatnymi na propagandę. Człowiek Zachodu, którego można zdefiniować jako człowieka piśmiennego, jest dla propagandy – jak pisał o nim kanadyjski teoretyk mediów – „naturalnym frajerem”.

Słowa kluczowe: propaganda, medium, pismo, druk, obraz, relacje nadawczo-odbiorcze, Marshall McLuhan

The alphabetical writing, in contrast to the kinescope image, is a hot medium – one that excludes the reader’s mental cooperation in the construction of the communicated contents. The alphabet has played a particularly important role in the shaping of the Western consciousness, and – as Jaques Ellul believed – propaganda “cannot succeed where people have no trace of Western culture.” The ability to write and read equips us with a specific mentality and cultural competences. These are necessary to be able to use other hot media such as images constructed on the basis of the principles of the three-dimensional perspective or the cinema, while increasing susceptibility to indoctrination. This is because – as Marshall McLuhan argued – the very medium, and not only its contents more or less consistent with its properties, is also the message. It is the nature of the media dominating in a given society that makes its recipients more or less vulnerable to propaganda. The Man of the West, who can be defined as the literate man, is for propaganda – as the Canadian media theoretician put it – “a natural sucker”.

Keywords: propaganda, medium, writing, print, image, transmission-reception relations, Marshall McLuhan

Propagandowy potencjał pisma fonetycznego

The propaganda potential of phonetic script

1. Najdoskonalszą publikacją wynalazcy typografii była Biblia 42-wierszowa, znana jako Biblia Gutenberga, drukowana w Moguncji w latach 1452-1455 (PAN BIBLIOTEKA GDAŃSKA)

Marshall McLuhan w swoim ostatnim dziele, *Laws of Media. The New Science* (1988), napisanym we współpracy z synem Ericiem, zauważa, że skłonność do poddania się indoktrynacji wymaga specjalnych predyspozycji umysłowych, ukształtowanych kulturowo¹. Albowiem propaganda – jak twierdził cytowany przez niego Jaques Ellul – „nie może odnieść skutku, jeśli ludziom brakuje śladu zachodniej kultury”². Co zatem sprawia, że ludzie Zachodu ulegają propagandzie? Jakie cechy ich mentalności nie pozwalają oprzeć się indoktrynacji? Jakie czynniki ukształtowały taką mentalność? Gdzie należy szukać jej źródeł?

Żeby odpowiedzieć na powyższe pytania, trzeba cofnąć się mniej więcej do początku x wieku p.n.e.³ Na ten okres datowana jest bowiem inskrypcja z sarkofagu Ahirama, króla Byblos – najstarszy zabytek zawierający znaki pisma północnośrodkowego, a więc najlepiej zbadanej przez naukowców wczesnej formy pisma wyznaczającej pewny punkt wyjścia dla rozważań nad genezą pisma alfabetycznego⁴. Pismo takie oraz mniej rozwinięte od niego pismo sylabiczne kwalifikuje się jako odmiana pisma fonetycznego. Nie posługują się już one symbolami przedstawiającymi bezpośrednio reprezentowane przez siebie idee, jak to ma miejsce w przypadku piktografii czy pism ideograficznych, lecz symbolami będącymi odpowiednikami dźwięków mowy. W zdecydowanej większości rodzajów pisma fonetycznego postać materialna znaku nie ma żadnego związku z właściwościami audialnymi dźwięku, jaki reprezentuje⁵, co wprowadza pewien stopień abstrakcji. Pismo północnośrodkowe składało się z co najmniej 22 takich znaków. Kształt każdego

1. M. McLuhan, *Wybór tekstów*, przeł. E. Różalska, J. M. Stokłosa, Poznań: Wydawnictwo Zyski i S-ka 2001, s. 538.
2. Tamże, s. 537.
3. Por. J. Wolski, *Wschód starożytny w świetle najnowszych badań*, „Ruch Biblijny” 5 (1951), s. 221-222.
4. Por. D. Diringier, *Alfabet czyli klucz do dziejów ludzkości*, przeł. W. Hensel, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy 1972, s. 214-216.
5. Tamże, s. 39.

THEUS

tunicam tuā tollere dimitte et palliū:
et quicumq; te angariauerit mille pas-
sus: uade cū illo et alta duo. Cui autē
petit a te da ei: et uolenti mutuari a te
ne auertaris. Audistis quia didū ē:
diliges p̄ximū tuū. et odio habebis
inimicū tuū. Ego autē dico uobis dili-
gite inimicos uestros: benefacite hīs
qui oderūt uos. et orate pro p̄sequēti-
bus et calūniantibus uos: ut sitis filij
patris uestri qui in celis est. qui solem
suū oriri facit super bonos et malos:
et pluit super iustos et iniustos. Si enī
diligitis eos q̄ uos diligūt: quā mer-
cedem habebitis? Nōne et publicani
hoc faciūt? Et si saluaueritis fratres
uos tān: qd̄ āplius faciitis? Nōne et
ethnici hoc faciūt? Estote ergo uos p̄fe-
cti: sicut et pater uester celestis p̄fectus ē. **VI**
Atendite ne iusticiā uestrā facia-
tis corā hominibus ut uideami-
ni ab eis: alioquin mercedem nō habe-
bitis apud patrem uestrū qui in celis ē.
Cū ergo facis elemosinā noli ante te tu-
ba canere: sicut hypocrite faciūt in synago-
gis et in uicijs ut honorentur ab ho-
minibus. Amen dico uobis: receperūt
mercedē suā. Ne autē facite elemosinā:
nesciat sinistra tua quid faciat dextera
tua: ut sit elemosina tua in abscondito: et
pater tuus qui uidet in abscondito red-
det tibi. Et cum oratis: non recitis hypo-
cite qui amāt in synagogis et in au-
gulis platearū stantes orare: ut uide-
antur ab hominibus. Amen dico uo-
bis: receperūt mercedē suā. Tu autē cum
oraueris in teā in cubiculū tuū: et clauso
ostio ora patrem tuū in abscondito: et
pater tuus qui uidet in abscondito red-
det tibi. **Orantes autē nolite multum
loqui: sicut ethnici faciūt: putant enī:
q̄ in multiloquio suo gaudentur.**

Nolite ergo assimilari eis. Sic enim
pater uester quid opus sit uobis: an-
tequam petatis eum. Sic ergo uos ora-
bitis. Pater noster qui es in celis san-
ctificetur nomen tuū. **A**dueniat regnū
tuū. **F**iat uolūtas tua: sicut in celo et
in terra. **D**anē nostrū sup̄substantiale
da nobis hodie. **E**t dimitte nobis de-
bita nostra: sicut et nos dimittimus
debitoribus nostris. **E**t ne nos indu-
cas in temptationē: sed libera nos a
malo. **S**i enim dimiseritis hominibus
peccata eos: dimittet et uobis pater
uester celestis delicta uestra. **S**i autem
non dimiseritis hominibus: nec pa-
ter uester dimittet uobis peccā uestra.
Cū autē ieiunatis: nolite fieri sicut hypo-
cite testes. **C**onfirmat enī facies sua:
ut pareant hominibus ieiunantes.
Amen dico uobis: quia receperunt
mercedem suā. **T**u autem cū ieiunas
unge caput tuū et facie tuā laua: ne
uidearis hominibus ieiunās sed pa-
tri tuo qui est in abscondito: et pater tu-
us qui uidet in abscondito reddet tibi.
Nolite thesaurizare uobis thesauros
in terra: ubi erugo et tinea demolitur:
et ubi fures effodūt et furant. **T**hesau-
rizate autē uobis thesauros in celo: ubi
nec erugo nec tinea demolitur: et ubi fu-
res nō effodūt nec furant. **U**bi ē the-
saurus tuus: ubi ē et cor tuū. **I**ncerta cor-
poris tui ē oculus tuus. **S**i oculus tuus
fuerit simplex: totū corpus tuū lucidū erit.
Si autē oculus tuus fuerit nequus: totū
corpus tuū tenebrosū erit. **S**i ergo
lumen quō in te est teneberit: ipse tene-
bre quāte erit? **N**emo potest duobus
dominis seruire. **A**ut enim unū odio habe-
bit et alter diliget: aut unū sustinebit
et alter contemnet. **N**on potestis deo
seruire et mānnonē. **I**deo dico uobis:

ΣΤΟΙΧΕΙΑ

STUDIEN ZUR GESCHICHTE DES ANTIKEN WELTBILDES UND DER
GRIECHISCHEN WISSENSCHAFT HERAUSGEGEBEN VON FRANZ BOLL
HEFT VII

DAS ALPHABET IN MYSTIK UND MAGIE

VON

FRANZ DORNSEIFF
PRIVATDOZENT AN DER UNIVERSITÄT BASEL

ZWEITE AUFLAGE



VERLAG UND DRUCK VON B. G. TEUBNER · LEIPZIG · BERLIN 1925

z nich oraz właściwości fonetyczne, jakie reprezentowały, wykazywały ściśle podobieństwo z cechami znaków wchodzących w skład pism: aramejskiego, starohebrajskiego oraz fenickiego, których ewolucja przebiegała w sposób zbliżony. Dla cywilizacji Zachodu najważniejsze okazało się ostatnie z wymienionych, mimo że nie było jeszcze pismem alfabetycznym *sensu stricto*⁶. Fenicjanie dokonali uproszczenia własnego systemu znaków, łącząc sylaby rozpoczynające się tą samą spółgłoską (np. *ka, ke, ki, ko, ku*) w zbiory reprezentowane wyłącznie przez odpowiadający jej znak. Osoba czytająca musiała więc domyślić się, z jaką samogłoską powiązana została w danej sylabie głoska reprezentowana przez odpowiedni symbol⁷.

W okresie od IX do VIII wieku p.n.e. aktywność handlowa i kolonizacyjna Fenicjan osiągnęła poziom pozwalający rozprzestrzenić się stosowanemu przez nich pismu w różnych częściach obszaru basenu Morza Śródziemnego. Teksty fenickie z tego okresu znaleziono zarówno na Sardynii, jak i w Grecji⁸. To właśnie od Fenicjan Grecy przejęli zarówno kształty, jak i nazwy znaków, ignorując znaczenia przypisywane wyrazom reprezentowanym przez każdy z nich w pierwotnym, semickim kontekście językowym (np. *mem* – woda) i traktując je wyłącznie jako nazwy liter, co wprowadza kolejny stopień abstrakcji⁹. Biorąc pod uwagę fakt, że z pismem fenickim Grecy musieli zetknąć się po raz pierwszy o wiele wcześniej niż mogłyby wskazywać na to zachowane zabytki archeologiczne, okres przyswajania pisma fonetycznego przez Greków jest trudny do określenia¹⁰. Wiele dowodów wskazuje jednak, że w społeczeństwie greckim potrafiono odczytywać i zapisywać znaki pisma fonetycznego najpóźniej w latach dwudziestych VIII wieku p.n.e.¹¹ Alfabet grecki przyjął swą klasyczną postać do 350 roku p.n.e. Litery odpowiadające głoskom występującym zarówno w językach semickich, jak i w języku greckim (takie jak *b, g, d, z, k, l, m, n, p, r, t*) zostały zachowane przez Greków bez zmian, natomiast litery pozostałe – zostały użyte do oznaczenia głosek specyficznych dla ich własnej mowy¹². Miało to doprowadzić do najważniejszego przełomu w dziejach technologii informacyjno-komunikacyjnych, dzięki któremu akt widzenia zajął miejsce aktu słyszenia¹³, a pismo alfabetyczne po raz pierwszy w historii mogło w pełni zasłużyć na to miano:

6. Tamże, s. 214-216, 249-250; E. A. Havelock, *Muza uczy się pisać. Rozważania o oralności i piśmienności w kulturze Zachodu*, przeł. P. Majewski, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2006, s. 80.

7. Tamże, s. 79.

8. R. Koliński, *Niezwykła kariera alfabetu*, „Wiedza i Życie” 10 (1996), <http://archiwum.wiz.pl/1996/06103800.asp> (dostęp 22.08.2019)

9. Por. D. Diringer, dz. cyt., s. 444-445; E. A. Havelock, dz. cyt., s. 78.

10. A. Drózdź, *Epitafia i wyrocznie. Szkice o początkach pisma i książki w starożytnej Grecji*, Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego 2013, s. 16.

11. Por. R. Koliński, dz. cyt.

12. Por. D. Diringer, dz. cyt., s. 446-451.

13. Por. E. A. Havelock, dz. cyt., s. 117.

Łatwo zrozumieć, dlaczego pragerckie systemy pisma nigdy nie wyszły poza stadium sylabariusza. To właśnie sylaba jest dźwiękiem mowy najłatwiejszym do wymówienia, a przez to i do wyodrębnienia conceptualnego. Spółgłoski są z definicji „nieme”, „niewymawialne” (aphona, apthonga – terminy Platona zapożyczone, jak sam twierdzi z wcześniejszych źródeł). System grecki przekroczył to empiryczne podejście, wyróżnił bowiem niewymawialne, niepostrzegalne elementy zawarte w sylabach. Nazywamy je dziś spół-głoskami (con-sonants, sym-phona – bardzo stosowny grecki termin, który zastąpił aphona, oznaczający „te, które brzmią razem z innymi”). Wytworzenie pojęcia spółgłoski przez Greków pozwoliło oddzielić niewymawialne z osobna składniki dźwięków mowy i nadać im tożsamość wizualną. Grecy nie „dodali samogłosek” – to kolejne nieporozumienie: znaki oznaczające samogłoski pojawiają się już w piśmie klinowym i linearnym B – ale wynaleźli „czyste” spółgłoski. Czyniąc to, po raz pierwszy wyposażyli nasz gatunek w wizualne reprezentacje dźwięków mowy, które są jednocześnie ekonomiczne i wyczerpujące¹⁴.

Warto przy tym zwrócić uwagę na fakt, że niematerialne cechy spółgłoski, wyizolowanej jako coś abstrakcyjnego, będącego zaledwie pojęciem umysłu – jako „nie-dźwięk” (niemożliwy do urzeczywistnienia akustycznego w akcie mowy, a jednak posiadający tożsamość graficzną), posiadają też platońskie idee. Może się to wydać paradoksalne, biorąc pod uwagę wyraźne zaakcentowanie kwestii żywej mowy w *Fajdroście*, jakie można uznać za wyraz dążenia Platona do nadania jej prymatu w komunikacji międzyludzkiej¹⁵. Osiągnięte przez niego wyniki nie są jednak jednoznaczne. Albowiem bez pisma jego własna „profesja” nigdy by się nie narodziła¹⁶:

Filozoficznie analityczna myśl Platona, w tym jego analiza skutków pisma, stała się możliwa tylko dlatego, że pismo zaczęło oddziaływać na procesy myślowe. [...] Nawet gdy platoński Sokrates mówi, stosuje formy myślowe powołane do istnienia przez pismo. [...]

Platońskie idee są milczące, nieruchome, same w sobie pozbawione jakiegokolwiek ciepła, nie interaktywne, lecz izolowane, w ogóle niestanowiące części ludzkiego świata, lecz jako paradygmatyczne abstrakcje istnieją całkowicie ponad i poza nim. Platoński termin idea [...] ma podstawy wizualne, ma ten sam źródłosłów, co videre, które znaczy „widzieć”, i takie derywaty angielskie, jak vision „wizja”, visible „widzialny” czy video „wideo”¹⁷.

14. A. E. Havelock, dz. cyt., s. 79.

15. Por. T. A. Szlezák, *Czytanie Platona*, przeł. P. Domański, Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN 1997, s. 52-60.

16. A. E. Havelock, dz. cyt., s. 127.

17. W. J. Ong, *Osoba – świadomość – komunikacja. Antologia*, przeł. J. Japola, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2009, s. 128. Wspólny źródłosłów z greckim bezokolicznikiem *idein* mają też słowa występujące w języku polskim, jak np.: widzieć, wiedzieć.

Podstawy wizualne ma też spółgłoska. Do jej odkrycia doszło tylko raz w historii¹⁸, co miało sprzyjać oddzieleniu wzroku od pozostałych zmysłów¹⁹. Zdolność tę posiadał zarówno alfabet grecki, jak i bezpośrednio wywodzący się z niego alfabet etruski, z którego z kolei wywodził się alfabet łaciński²⁰. Albowiem – jak twierdził McLuhan oraz pozostali przedstawiciele szkoły z Toronto – istnieje związek pomiędzy zależnościami, w jakich pozostają zmysły osób żyjących w społeczeństwach zdominowanych przez dane medium i jego właściwościami, co z kolei implikuje określony sposób postrzegania rzeczywistości²¹. Pismo alfabetyczne jest pod tym względem medium jedynym w swoim rodzaju:

Można naturalnie uznać za „pismo” jakiegokolwiek znaki semiotyczne, to znaczy wszelkie widzialne czy sensorne znaki, jakie ktoś robi i nadaje im znaczenie – na przykład zwykle rysy na kamieniu czy nacięcia na kiju. [...] Użycie terminu „pismo” w tym szerszym sensie, włączającym wszelkie oznaczenia semiotyczne, trywializuje jego znaczenie. Krytyczny i wyjątkowy punkt zwrotny w nowym świecie wiedzy nastąpił w ludzkiej świadomości nie wtedy, kiedy narysowano proste znaki semiotyczne, lecz kiedy wynaleziono kodowany system widzialnych znaków, dzięki któremu piszący mógł określić, w istocie bez ograniczeń, ustalone słowa i sekwencje słów, a czytelnik był w stanie je wygenerować z danego tekstu. Tak dzisiaj zwykle rozumiemy pismo czy zapis.

Pismo, w tym zwykłym sensie, było i jest najbardziej doniosłym spośród wszystkich ludzkich wynalazków. Nie jest jakimś pospolitym dodatkiem do mowy. Przenosi ono bowiem mowę ze świata oralno-audialnego do świata nowego sensorium, widzenia; przekształca mowę i myśl. Nacięcia na patyku i inne aides-mémoire prowadzą do pisma, ale nie przekształcają ludzkiego życia, jak czyni prawdziwe pismo. A żaden system pisma nie przekształca ludzkiego życia równie radykalnie jak pismo alfabetyczne²².

Proces uzyskiwania przez kulturę dominującego charakteru wizualnego, uruchomiony przez pismo alfabetyczne, doprowadził ostatecznie do ustanowienia hegemonii oka w epoce renesansu, a dokładniej – po wynalezieniu w 1450 roku aparatu do odlewania czcionek z wymiennych matryc oraz prasy drukarskiej, pozwalających spopularyzować to medium na skalę nieosiągalną wcześniej. Średniowiecze to jeszcze czas, gdy manuskrypty odczytywano na głos w obecności audytorium. Lektura bezgłośna została rozpowszechniona dopiero przez typografię. Wynalezienie jej przez Johanna Gutenberga należy łączyć z nastaniem tego, co w języku angielskim zwykło określać się jako *modernity*:

18. Tamże, s. 132.

19. B. Knosala, *Projekt nauki nowej Marshalla McLuhana. Filozoficzne konsekwencje zmian form komunikacji*, Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS 2017, s. 155-156.

20. Por. D. Diringier, dz. cyt., s. 445, 475-478 i 512-513.

21. M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 178 i 500.

22. W. J. Ong, *Osoba – świadomość – komunikacja...*, s. 132-133.

*Czytanie bez głośnego lub na wpół głośnego wymawiania jest doświadczeniem „nowoczesnym”, nieznanym przez tysiąclecia. Dawniej czytelnik zamykał tekst w sobie; czynił ze swego głosu ciało innego; był jego aktorem. [...] Owo wycofanie ciała, będące warunkiem autonomii aktu czytania, jest zarazem odsuwaniem tekstu. [...] Lektura uwalnia się od podstawy, która ją określała. Odrywa się od niej. Niezależne oko powoduje zawieszenie związków ciała z tekstem; odłącza ciało od miejsca piśmiennego; czyni z pisma ob-iekt (ob-ject) [...]*²³.

Skutkiem zamiany ucha na oko, jakiego ostatecznie dokonała typografia, było zerwanie łączności pomiędzy „semantycznym znaczeniem a kodem wzrokowym”²⁴, a w rezultacie – „oddzielenie wewnętrznego doświadczenia od zewnętrznego”²⁵.

By zrozumieć, na czym polegało to oddzielenie, warto – na zasadzie kontrastu – odwołać się do przykładu medium tylko pozornie wizualnego, a w rzeczywistości taktylnego²⁶, które – jak twierdził McLuhan – miało w XX wieku ostatecznie przyczynić się do obalenia hegemonii wzrokowej ustanowionej kilka wieków wcześniej przez gutenbergowską typografię, jakim okazał się telewizor kineskopowy. Medium to, w przeciwieństwie do gorącego pisma alfabetycznego, zostało określone przez McLuhana mianem zimnego. Albowiem – jak wskazuje jego uczeń, Derrick de Kerckhove – taktylność jest „dystrybuowana na przestrzeni całego ciała (włączając oczy)”, natomiast wzrok „jest skoncentrowany w głowie”²⁷. Obraz taktylny byłby więc obrazem, który nie pozwala wzrokowi oderwać się od pozostałych zmysłów i uzyskać nad nimi przewagi, mimo że postrzegany jest za pośrednictwem oczu. Ze spostrzeżeniami de Kerckhove’a i McLuhana korespondują poniekąd wyniki eksperymentów naukowych dotyczących neurofizjologii, wskazujące na możliwość aktywizacji obszarów mózgowych pełniących funkcje pozawzrokowe w trakcie aktu percepcji wyłącznie wzrokowej, a dokładniej – gdy oczami postrzegany jest bodziec niejednoznaczny²⁸. Właśnie takich bodźców dostarczają swemu odbiorcy obrazy wyświetlane na ekranie

23. M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, przeł. K. Thiel-Jańczuk, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2008, s. 174.

24. M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 172.

25. B. Knosala, dz. cyt., s. 156.

26. W kręgu McLuhana taktylność pojmowano nie jako ograniczoną wyłącznie do zmysłu dotyku, lecz jako percepcję opartą na współgrze i zachowaniu równowagi pomiędzy wszystkimi zmysłami, którą alfabet miał naruszyć. Por. D. Binkowski, *Otwarcie drugiego stopnia w twórczości Szkoły Nowojorskiej w świetle teorii Marshalla McLuhana*, [w:] *W kulturze dotyku? Dotyk i jego reprezentacje w tekstach kultury*, red. A. Łebkowska, E. Wróblewski, P. Badysiak, Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS 2016, s. 257.

27. D. de Kerckhove, *Umysł dotyku. Obraz, ciało, taktylność, fotografia*, [w:] *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów*, red. A. Maj, M. Derda-Nowakowski, Katowice: Wydawnictwo Naukowe ExMachina 2009, s. 45.

28. Ł. Kędziora, *Wizualność dzieła sztuki. Ocena potencjału neuroestetyki w badaniach historyczno-artystycznych*, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2016, s. 54.

telewizora kineskopowego, złożonym z kilku milionów małych punktów, składanych przez ludzkie oko w pewną całość. W akcie percepcji fizjologicznie możliwe jest uwzględnienie zaledwie kilkudziesięciu z tych punktów. Bodźce emitowane przez ekran telewizora kineskopowego dostarczają telewizorowi niewielkiej ilości danych wizualnych dotyczących położenia i kształtu wyświetlanych na nim obiektów. Ich postrzeganie wymaga znacznego udziału wyobraźni, a więc zdolności będącej „funkcją umysłu, dzięki której generujemy obrazy mentalne pod nieobecność bodźca wzrokowego” oraz „dyspozycją do postrzegania wieloznaczności i wielości rozwiązań”²⁹. Konieczność mentalnego dopełnienia zarysów kształtów widzianych na ekranie wymaga zatem zaangażowania poznawczego, w którym dochodzi do zatarcia granic pomiędzy fizyczną postacią postrzeganego obiektu medialnego i sposobem, w jaki jawi się on w doświadczeniu wewnętrznym, pomimo istniejących pomiędzy nimi różnic³⁰. Obraz kineskopowy, będący obrazem o niskiej wyrazistości³¹, wymaga podjęcia aktywności konstrukcyjnej po stronie podmiotu, stającego się tym samym współtwórcą tego, co widzi. W przypadku percepcji takiego obrazu to, co zewnętrzne, nie determinuje już tego, co wewnętrzne – jako narzucone obiektywnie i jednoznaczne, natomiast to, co wewnętrzne określa w dużym stopniu właściwości tego, co zewnętrzne. Telewizor kineskopowy zmusza widzów do psychologicznej interakcji³², w przeciwieństwie do pisma alfabetycznego, posiadając właściwości przypisywane przez Umberto Eco tak zwanym dziełem otwartym³³. O jakimkolwiek otwarciu nie można jednak mówić w przypadku druku:

Druk wzmacnia poczucie zamknięcia (closure), poczucie, że to, co znalazło się w tekście, jest ostateczne, osiągnęło stan ukończenia. Tego rodzaju odczucie dotyczy tak utworów literackich, jak analitycznych dzieł filozoficznych lub naukowych.

*Przed pojawieniem się druku to noetyczne poczucie ukończenia stwarzało pismo*³⁴.

Poczucia takiego nie stwarza obraz kineskopowy, ale też pieśni wykonywane przez śpiewaków ludowych, na jakich można natrafić w Bośni w kafejkach muzulmańskich. Ich występom towarzyszą okoliczności mające wiele wspólnego z atmosferą występów Homera sprzed wieków, w trakcie których grecki aoid

29. K. Kogut, *Neuroestetyczne podejście do komunikacji ze sztuką*, [w:] *Oblicza komunikowania wizualnego*, red. R. Polak, Kraków-Rzeszów-Zamość: Konsorcjum WSE w Krakowie, wstiiZ w Rzeszowie i wsiA w Zamościu 2011, s. 235.

30. Por. D. Binkowski, *Otwarcie drugiego stopnia...*, s. 255-256.

31. Tamże, s. 264.

32. Por. L. Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2006, s. 130.

33. Por. D. Binkowski, *Otwarcie drugiego stopnia...*, s. 253-254.

34. W. J. Ong, *Oralność i piśmiennosc. Słowo poddane technologii*, przeł. J. Japola, Lublin: Redakcja Wydawnictwa Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego 1992, s. 178.

wykonywał własne pieśni³⁵. Publiczność zgromadzona w lokalach gastronomicznych tego rodzaju, co jest charakterystyczne dla wszelkiego odbioru dającego się zakwalifikować jako oralny, może bowiem aktywnie ingerować w przebieg każdego występu:

Długie pieśni najbardziej tracą przy niespokojnej publiczności. Jeżeli pieśniarz raz zacznie historię, może mówić o szczęściu, jeśli mu się uda poprowadzić ją tak długo, żeby się zmęczył, a żeby zarazem słuchacze mu nie przerywali. Po jakiejś przerwie może kontynuować pewne niedokończone wątki, jeśli publiczność mu pozwoli i skończyć pieśń. Jeżeli publiczność jest mu przychylna, może znacznie rozwinąć opisy i wydłużyć pieśń. Częściej jednak zmuszany jest swoją pieśń skrócić i decyduje o tym już, podejmując pieśń. Jeżeli oceni sytuację źle na początku, może mu się nie udać w ogóle doprowadzić pieśni do końca. Bez względu zatem na talent pieśniarza długość pieśni zależy od publiczności³⁶.

Wyraźna granica pomiędzy autorem i jego publicznością, a w konsekwencji – pomiędzy dziełem i odbiorcą, która w czasach archaicznych właściwie nie istniała³⁷, ostatecznie została ustanowiona dopiero przez druk³⁸:

Izolując myśl w przestrzeni pisanej, odrywając ją od interlokutora, stwarzając poczucie, że wypowiedź jest autonomiczna i niewrażliwa na ataki, pismo powoduje, że wypowiedź i myśl zdają się niczym nieskrępowane, swoiście samowystarczalne, kompletne. Druk podobnie umieszcza wypowiedź i myśl na niczym nieskrępowanej powierzchni, idzie jeszcze dalej w sugerowaniu ich samowystarczalności. Zamyka on myśl w tysiącach egzemplarzy dzieła o identycznej spójności wizualnej i fizycznej. Werbalną zgodność egzemplarzy tego samego wydania możemy sprawdzić nie odwołując się do dźwięku, samym tylko wzrokiem [...].

Tekst drukowany ma prezentować słowa autora w postaci ostatecznej, „finalnej”³⁹.

Technika druku leży u podstaw nowożytnej świadomości zachodniej, utożsamionej przez McLuhana z kulturą pisma fonetycznego. Jest to technika „narzucająca zasady racjonalnego ładu (a więc ciągłość, jednolitość i powtarzalność)”⁴⁰. Jej właściwości uniemożliwiają odbiorcy przyjęcie postawy zaangażowanej, nawet jeśli ograniczałaby się ona do zaangażowania percepcyjnego, jakiego wymaga percepcja obrazu kineskopowego. W przypadku takiego obrazu trudno zresztą

35. K. Zieliński, *Iliada i jej tradycja epicka. Studium z zakresu greckiej tradycji oralnej*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2014, s. 314.

36. Tamże, s. 315.

37. Tamże, s. 312.

38. M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 501.

39. W. J. Ong, *Oralność i piśmienność...*, s. 178.

40. M. McLuhan, *Wybór pism. Przekazniki czyli przedłużenia człowieka. Galaktyka Gutenberga. Poza punktem zbiegu*, przeł. K. Jakubowicz, Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe 1975, s. 152.

mówić o jakiegokolwiek ciągłości i jednolitości, które według McLuhana wykluczają poczucie uczestnictwa w postrzeganiu przestrzeni⁴¹. Obraz kineskopowy nie jest też w stanie ustanowić powtarzalnych relacji przestrzennych, będących gwarancją spójności wizualnej. W przypadku obrazu wyświetlanego na powierzchni kineskopu można natomiast mówić o istnieniu otwarcia drugiego stopnia, jak określił je Eco⁴². Według terminologii przejętej przez niego z teorii informacji i przyjętej w jego *Dziele otwartym* – zakładającej specyficzne rozumienie pojęć takich jak: „informacja” i „redundancja”⁴³ – kineskop telewizora byłby zatem źródłem komunikatów wizualnych o niskim stopniu redundancji (co jest jednoznaczne z narastaniem informacji), a obiekty wyświetlane na jego powierzchni nie spełniałyby warunków formy określanej przez psychologów postaci mianem dobrej. Formę taką uzyskuje się przez poddanie jej maksymalnej redundancji (przez co dostarcza minimalnej informacji, a zatem informacji maksymalnie precyzyjnej). Forma dobra składa się bowiem z elementów, pomiędzy którymi zachodzą stałe relacje, określone wystarczająco jasno i precyzyjnie, by móc zdefiniować ją jednoznacznie jako wyrazistą całość, pozwalającą wyodrębnić figurę z tła, a więc dokonać ich kategoryzacji, rozumianej jako „umiejętność oddzielania jednych rzeczy od innych oraz ich wartościowania”⁴⁴. Forma dobra zakłada tylko jeden, niezmienny punkt widzenia oraz jedną, narzuconą odgórnie interpretację swej postaci, którą podmiot poznający ma jedynie odzwierciedlić w swym umyśle. Jest na tyle oczywista, że nie zmusza już osób postrzegających ją do podejmowania jakiegokolwiek aktywności interpretacyjnej i współuczestnictwa wyobraźniowego, w którym – jak pisał o nim McLuhan – dochodzi do zatarcia granic istniejących pomiędzy podmiotem i przedmiotem jego poznania⁴⁵. Można się nawet pokusić o stwierdzenie, że granice te są ustanawiane właśnie przez formę dobrą – przez wykluczenie możliwości udziału czynnika subiektywnego w jej konstytuowaniu.

W przypadku obrazu kineskopowego ustanowienie jednoznacznej relacji figura-tło utrudnia też fakt, że – jak zauważył autor *Galaktyki Gutenberga* – obraz powstający na powierzchni kineskopu jest *de facto* dwuwymiarowy⁴⁶. Przestrzeń dwuwymiarowa uruchamia bowiem postawę odbiorczą typową dla ludzi

41. Por. D. Binkowski, *Otwarcie drugiego stopnia...*, s. 260.

42. Tamże, s. 253-254.

43. Tamże, s. 256; Eco U., *Dzieło otwarte: forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, przeł. L. Eustachiewicz, J. Galuszka, A. Kreisberg, M. Oleksiuk, Warszawa: Czytelnik 1994, s. 60-64.

44. A. S. Mastalski, *Wierszowe figury i tła. Rola kategoryzacji w kształtowaniu semantyki prozodyjnej*, „Białostockie Studia Literaturoznawcze” 4 (2013), s. 215.

45. D. Binkowski, *Kategoria jednoznaczności i wieloznaczności przekazu muzycznego w świetle koncepcji dzieła otwartego Umberto Eco*, „Progress. Journal of Young Researchers” 2 (2017), s. 106-109.

46. Por. D. Binkowski, *Otwarcie drugiego stopnia...*, s. 257; M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, przeł. N. Szczucka, Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne 2004, s. 404-405.

niepiśmiennych, o świadomości określonej przez McLuhana mianem plemiennej⁴⁷, którzy nie doświadczają jeszcze zubożenia wyobraźni i życia zmysłowego spowodowanego przez opanowanie umiejętności posługiwania się pismem alfabetycznym⁴⁸, nie potrafiąc przyjąć jednego, stałego punktu widzenia wobec postrzeganych obiektów:

Piśmienność wyposaża ludzi w zdolność skupienia się w pewnej odległości od obrazu po to, by mogli ogarnąć wzrokiem jego całość. Ludzie niepiśmienni nie wyrobili sobie takiego nawyku i nie patrzą na przedmioty tak jak my. [...] Nie przyjmują więc zdystansowanego punktu widzenia. Są całkowicie pogrążeni w przedmiocie. Zanurzają się w nim z przejęciem. Posługują się wzrokiem tak, jakby dotykali obrazu, a nie widzieli go w perspektywie⁴⁹.

Ludzie niepiśmienni nie potrafią postrzegać obrazu jako całości⁵⁰, gdyż nie potrafią postrzegać przestrzeni skonstruowanej w oparciu o zasady linearnej perspektywy trójwymiarowej, określanej też mianem zbieżnej⁵¹. Przestrzeń trójwymiarowa, w przeciwieństwie do przestrzeni obrazu wyświetlanego na powierzchni ekranu telewizora kineskopowego, nie zawdzięcza swych określeń i celów postrzegającemu ją podmiotowi, zostaje bowiem: „definitywnie oczyszczona (w filozofii przez Kartezjusza, a w teorii perspektywy przez Desarguesa) z jakichkolwiek subiektywnych domieszek”⁵². Przestrzeń skonstruowana w oparciu o zasady perspektywy linearnej nie jest już sprzeczna, jak to miało jeszcze miejsce choćby w malarstwie szkoły sienneńskiej, lecz konsekwentna, powiązana i systemowa – zgodna z duchem nowożytnego, zachodniego racjonalizmu, wywiedzionego przez McLuhana z właściwości strukturalnych druku⁵³. Zastosowanie perspektywy trójwymiarowej miało radykalnie zmienić sposób odnoszenia się rzeczywistości obowiązującej przed nastaniem nowożytności, albowiem „do czasów renesansu sam akt postrzegania i tworzenia podobizn traktowany był subiektywnie”⁵⁴. Postrzeganie obrazów opartych na zasadach perspektywy linearnej jest dostępne tylko dla ludzi

47. Por. D. Binkowski, *Otwarcie drugiego stopnia...*, s. 263; M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 505

48. Por. D. Binkowski, „Words and Music” Becketta/ Feldmana, „Kultura Współczesna”, 3 (96) (2017), s. 188; M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 341.

49. M. McLuhan, *Galaktyka Gutenberga*, przeł. A. Wojtasik, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury 2017, s. 96.

50. M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 186.

51. M. McLuhan, *Wybór pism...*, s. 139.

52. E. Panofsky, *Perspektywa jako „forma symboliczna”*, przeł. G. Jurkowlaniec, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego 2008, s. 56.

53. K. Kukielko, *Sztuka w teorii mediów Marshalla McLuhana*, „Media, Kultura, Społeczeństwo” 4 (2009), s. 10; E. Panofsky, dz. cyt., s. 43.

54. R. Konik, *Między przedmiotem a przedstawieniem. Filozoficzna analiza sposobów obrazowania w oparciu o malarstwo, fotografię i obrazy syntetyczne*, Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe 2013, s. 189.

o mentalności typograficznej, którzy „w zamian: »jedynie« rozumują, w sposób sekwencyjny i linearny klasyfikując i kategoryzując wszystkie dostępne dane”⁵⁵. Nie są natomiast do tego zdolni ludzie niepiśmienni, dlatego też nie potrafią utożsamić własnego punktu widzenia z punktem widzenia kamery w trakcie oglądania filmu w kinie. Wykazały to między innymi badania antropologiczne, jakie w latach sześćdziesiątych ubiegłego wieku przeprowadził wśród przedstawicieli niepiśmiennych plemion afrykańskich profesor John Wilson z Instytutu Afrykanistyki Uniwersytetu Londyńskiego, na które powoływał się McLuhan:

Ujęcia panoramiczne wprowadzały widzów w konsternację, ponieważ zupełnie nie rozumeli, co się dzieje. Myśleli, że przedmioty wewnątrz obrazu naprawdę się ruszały. Jak widać, nie przyjęli tej konwencji. Ani też idei najazdu kamerą na osobę siedzącą nieruchomo, by pokazać jej zbliżenie; dziwił ich obraz powiększający się na ich oczach⁵⁶.

Umiejętność oglądania filmu jest rezultatem treningu kulturowego, którego wymaga też postrzeganie przestrzeni skonstruowanej w renesansie w oparciu o zasady trójwymiarowej perspektywy linearnej. Perspektywa zbieżna pozwoliła na jednoznaczne określenie położenia danego obiektu względem pozostałych obiektów znajdujących się na płaszczyźnie obrazu, narzucając jedną kolejność następstwa elementów rozmieszczonych na jego powierzchni; co z kolei pozwala jednoznacznie ustalić, czy są one wobec siebie w relacji nadrzędności i podrzędności, będącej warunkiem ustanowienia czytelnej relacji figura-tło⁵⁷. To, co znajduje się za obiektem umieszczonym na powierzchni obrazu opartego na zasadach perspektywy trójwymiarowej, nie może być jednocześnie postrzegane jako znajdujące się przed tym samym obiektem. Dzięki perspektywie linearnej możliwe stało się w końcu określenie *locus* przedstawianego przedmiotu, do czego nie wydają się zdolni ludzie niepiśmienni. Tym samym doszło do neutralizacji materialnego tworzywa obrazu, przez co stawał się on – jako medium – „transparentny, niewidoczny, miał stanowić coś na wzór szyby, która umieszczona jest między postrzeganym światem, a postrzegającym”⁵⁸. Transparentna jest też powierzchnia przedstawienia realistycznego, stworzonego zgodnie z zasadami perspektywy zbieżnej, tworząca płaszczyznę obrazową we właściwym znaczeniu⁵⁹. Przestrzeń trójwymiarowa staje się tym samym przezroczysta względem treści przedstawianych przez obraz, w którego rzeczywistości nie można już uczestniczyć wyobraźniowo,

55. K. Kukielko-Rogozinińska, *Między nauką a sztuką. Teoria i praktyka artystyczna w ujęciu Marshalla McLuhana*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury 2014, s. 130.

56. M. McLuhan, *Galaktyka Gutenberga...*, s. 97.

57. Por. D. Binkowski, *Kategoria jednoznaczności...*, s. 107.

58. R. Konik, dz. cyt., s. 182.

59. Por. E. Panofsky, dz. cyt., s. 42-43.

lecz jedynie obserwować ją z zewnątrz⁶⁰. Stworzone zostało w ten sposób ujęcie wyłącznie wizualne, zakładające odseparowanie i dystans⁶¹, zgodne z kartezjańskim modelem rzeczywistości, który – jak twierdził McLuhan – ukształtował alfabet⁶². Model ten został określony przez Władysława Strzemińskiego jako sprzyjający utrwaleniu koncepcji „sztuki opartej na biernym odbieraniu wrażeń, uleganiu im”, w której „pożądaną reakcją widza jest oddziaływanie emocjonalne i sugestywne t ematu literackiego oraz pogrążenie widza w stan biernej kontemplacji”⁶³.

W ten sposób wydzielono ostatecznie treść z formy obrazu, tak jak wcześniej wyodrębniono niedającą się wymówić osobno spółgłoskę i oddzielono znaczenie od materialnego wymiaru mowy, zneutralizowanego ostatecznie przez medium druku. Treść, znaczenie, aspekt pojęciowy stały się tym samym czynnikiem istotnym, nadrzędnym, koncentrującym na sobie całą uwagę odbiorcy komunikatu wizualnego, jaki psychologzy *gestalt* zwykli łączyć z funkcją pełnioną przez figurę w relacji figura-tło⁶⁴. Tendencja do nadania aspektowi materialnemu obrazów funkcji tła (niezależnie od faktycznej, *stricte* wizualnej relacji figura-tło jaką ustanawia samo przedstawienie) jest w przypadku perspektywy trójwymiarowej tak silna, że prowadzi do zupełnego nieuwzględnienia go w akcie postrzegania. Aspekt strukturalny takich obrazów wykazuje zatem niezwykle determinację w dążeniu do zapewnienia przekazowi wizualnemu maksymalnej redundancji.

Obraz skonstruowany w oparciu o reguły perspektywy trójwymiarowej został uznany przez McLuhana za medium gorące, a więc medium o wysokiej wyrazistości, którym jest też pismo alfabetyczne. Medium gorące wymaga „niskiej partycypacji (albo dopełnienia ze strony widowni)”. Jest to medium, które – w przeciwieństwie do medium zimnego – „wylęcza”, stanowiąc „przedłużenie pojedynczego zmysłu”⁶⁵. W przypadku alfabetu i perspektywy zbieżnej zmysłem tym był wzrok. Mianem medium gorącego zostało też określone przez McLuhana kino, opisywane przez Christiana Metz jako oparte na reżimie wzroku (*scopic regime*)⁶⁶.

W kinie dochodzi do skonfrontowania tradycji obrazu opartego na zasadach perspektywy linearnej z modelem teatru, jaki miał dominować w świecie zachodnim aż do końca XIX wieku, zakładającym „podporządkowywanie inscenizacji

60. Ł. Kiepuszewski, *Niewczesne obrazy. Nietzsche i sztuki wizualne*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2013, s. 110.

61. L. Manovich, dz. cyt., s. 188.

62. M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 143.

63. W. Strzemiński, *Sztuka nowoczesna w Polsce*, [w:] *Wybór pism estetycznych*, red. G. Sztabiński, Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS 2006, s. III.

64. Por. D. Binkowski, *Kategoria jednoznaczności...*, s. 103.

65. M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 348.

66. Por. A. Friedberg, *Wirtualne okno. Od Albertiego do Microsoftu*, przeł. A. Rejniak-Majewska, M. Pabiś-Orzeszyna, Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa 2012, s. 98.

»transferowi« znaczenia, a w konsekwencji – wymogom jasności, spójności i czytelności przekazu (czynieniu »widowiskowości« transparentną wobec jego treści”)⁶⁷. Byłby to więc teatr zainteresowany przede wszystkim obecnością sensu (pierwszego sensu)⁶⁸, sprowadzający formę inscenizacji teatralnej do funkcji przezroczystego nośnika znaczącej i spójnej fabuły dramatycznej, traktowanej jako realizacja stworzonego wcześniej projektu przedstawienia, spełniającego wymóg adekwatności względem rzeczywistości pozasceniczej, którą reprezentuje. Teatr tego rodzaju zakłada dychotomię tego, co dzieje się na scenie i poza nią oraz pasywność widza, pozbawionego jakiegokolwiek wpływu na ostateczny kształt inscenizacji. Widz taki jest biernym obserwatorem tego, co dzieje się na scenie⁶⁹.

Reżim odbioru zakładający pełną identyfikację percepcyjną widza z postrzeganym obrazem, narzuconym mu jako pewna całość (tzw. mechanizm projekcji-identyfikacji), ujawnił się zwłaszcza w klasycznym kinie narracyjnym, nazywanym też kinem stylu zerowego.⁷⁰ Mirosław Przyłipiak określił je jako kino bezwzględnie manipulatorskie, a jednocześnie – tak jak perspektywa linearna – przezroczyste formalnie, preferujące prezentację swych treści w uporządkowanych i spójnych ciągach wydarzeń przedstawianych na ekranie⁷¹. Nie bez powodu Lenin twierdził, że kino jest najważniejszą ze sztuk⁷².

67. A. Burzyńska, *Dekonstrukcja, polityka i performatyka*, Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS 2013, s. 303.

68. Według Samuela Weбера oczekiwano tego nie tylko od teatru, ale też od wszelkiej sztuki. Por. S. Weber, *Teatralność jako medium*, przeł. J. Burzyński, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2009, s. XLIII. Obecność tej tendencji można zauważyć również w muzyce, a ściślej w retoryce muzycznej wywiedzionej z renesansowej idei *imitazione della natura*, której środki – stosowane zarówno w muzyce wokalnie-instrumentalnej, jak i czysto instrumentalnej – zostały usystematyzowane w postaci teorii afektów, pojmowanej w epoce baroku jako spójna nauka, wymagająca od kompozytora przyjęcia postawy racjonalnej i obiektywnej. Zgodnie z jej założeniami afekty traktowane były wręcz jako zjawiska mierzalne (jedną z pierwszych typologii afektów została przedstawiona przez Kartezjusza w jego *Compendium musicae* z 1618 roku). Rozumiane stereotypowo jako spójna kategoria wyrazowa miały dać się precyzyjnie określić, znajdując niemal jednoznaczny odpowiednik w odnoszonym do nich ukształtowaniu dźwiękowym, pełniącym tym samym funkcję referencyjną. Afekt stał się kategorią centralną zarówno dla muzyki baroku, jak i klasycyzmu, ale też wczesnego romantyzmu. W przypadku każdego z tych okresów w historii muzyki europejskiej można nawet mówić o istnieniu wspólnego paradygmatu, stanowiącego podłoże kodu dźwiękowego, który stał się uniwersalny w XVII, a zwłaszcza w XVIII wieku. Można też mówić o ciągłości sposobu, w jaki pojmowano wyraz muzyczny w wieku XVIII i XIX. Por. J. Mianowski, *Afekt w operach Mozarta i Rossiniego*, Poznań: Wydawnictwo RHYTHMOS 2004, s. 26-42.

69. A. Burzyńska, dz. cyt., s. 302-304.

70. L. Manovich, dz. cyt., s. 178 i 188-194; M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego. Z zagadnień estetyki filmu fabularnego*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 1994, s. 118-125.

71. Por. W. Lenin, *Dziela wszystkie*, t. 44: *Czerwiec 1921 – marzec 1922*, przekład zbiorowy, Warszawa: Książka i Wiedza 1989, s. 579.

72. M. McLuhan, *Violence as a Quest for Identity*, <http://www.marshallmcluhanspeaks.com/interview/1977-violence-as-a-quest-for-identity/> (dostęp 16.02.2019), s. 34.

Pismo alfabetyczne wyklucza możliwość dialogu. Ceną jaką płaci się za umiejętność posługiwania się medium tego rodzaju – a w konsekwencji za zdolność odbioru przekazów gorących, uniemożliwiających zaangażowanie poznawcze, dostarczanych wyłącznie wizualnym kanałem komunikacyjnym, których aspekt materialny i formalny jest neutralny – okazuje się podatność na indoktrynację. Albowiem – jak twierdził McLuhan:

[...] *umiejętność czytania i pisanie sprawia, że jesteśmy bardzo podatni na indoktrynację i propagandę. Człowiek piśmienny jest dla propagandy naturalnym frajerem. Nie możesz poddać propagandzie człowieka plemiennego. [...] Dlatego propaganda jest naszą piętą achillesową, naszym słabym punktem*⁷³.

Pośród przedstawicieli szkoły Toronto zwłaszcza McLuhanowi zarzuca się, że wiele z jego twierdzeń trudno udowodnić, a prowadzone przez niego rozważania, bardzo swobodne pod względem stylu, nie mają charakteru naukowego⁷⁴. I tak na przykład w *Galaktyce Gutenberga* fragmenty tekstu zostały rozdzielone przy pomocy zdań wyróżnionych graficznie. To czytelnik ma zdecydować, którym z nich poświęci uwagę oraz o kolejności, w jakiej je przeczyta, zachęcany przez McLuhana do lektury nieliniowej oraz do zabawy akapitami i wersami. Dopuszczalne jest odczytywanie co drugiego ze zdań wyróżnionych w tekście lub przyswajanie ich od końca, a nawet losowo⁷⁵. *Galaktyka Gutenberga* ma postać mozaiki, dla której – jak pisał o niej Wincenty Grajewski – „najlepszym spoiwem byłaby »elektroniczna« percepcja, »elektroniczna« wrażliwość, »elektroniczne« myślenie nowych czytelników”⁷⁶. Taka wrażliwość, postrzeganie i myślenie nie są produktem piśmienności, w przeciwieństwie do procedur badawczych, jakie uznaje się w kulturze obszaru euro-atlantycznego za spełniające standardy naukowe⁷⁷. Skoro „środek przekazu jest przekazem”, przyjęty przez McLuhana sposób budowania wyводу argumentacyjnego można uznać za adekwatny i konsekwentny wobec zakładanego przez niego stanu rzeczy, a jednocześnie – posiadający znaczenie antropologiczne.

Wiele z hipotez kanadyjskiego teoretyka mediów wymaga zwłaszcza weryfikacji empirycznej, która, jak dotąd, nie została zakończona zadowalającym wynikiem. Wiele z nich nadal wzbudza kontrowersje. McLuhana szanuje się, co prawda, jako kogoś, kto zainteresował świat nauki sprawami dotyczącymi mediów⁷⁸, a jednocześnie żywi się i uznaje za oczywiste przekonanie, że ludność kra-

73. Por. K. Kozłowski, *Co to jest medium?*, „Images. International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication” 15-16 (2011), s. 209.

74. K. Kukielfko-Rogozinińska, *Gutenberg w galaktyce McLuhana*, „Kultura Współczesna. Teoria, Interpretacje, Praktyka” 1 (2017), s. 198-199.

75. W. Grajewski, *Wokół teorii McLuhana: wprowadzenie do lektury McLuhana*, „Teksty: teoria literatury, krytyka, interpretacja” 2 (1972), s. 150.

76. Por. A. Drózdź, dz. cyt., s. 7-8.

77. Por. K. Kozłowski, dz. cyt.

78. W. Truszczyńska, *Propaganda w Chinach? Moje doświadczenia!*, https://www.youtube.com/watch?v=cjHjeu_4x5Q (dostęp 23.08.2019).

jów takich jak Chińska Republika Ludowa czy Koreańska Republika Ludowo-Demokratyczna (a więc nienależących do zachodniego kręgu kulturowego) poddawana jest indoktrynacji. Jednak – jak zauważa popularna polska wideoblogerka, a zarazem studentka sinologii mieszkająca w Szanghaju, Weronika Truszczyńska – mimo wszechobecnej i nachalnej propagandy stosowanej przez władze Chin, widocznej na każdym kroku, obywatele tego kraju nie zawsze są skłonni jej ulegać.

W jednym ze swoich vodcastów Truszczyńska przytoczyła przykład kampanii propagandowej zatytułowanej „Mój chiński sen”, stawiającej sobie za cel rozbudzenie i utrwalenie w członkach społeczeństwa chińskiego uczuć patriotycznych. W materiałach propagandowych wyświetlanych we wszystkich kinach przed każdą projekcją filmową słynny aktor Jackie Chan mówi więc o tym, jak wielką miłością darzy Chińską Republikę Ludową, a ściany budynków i ogrodzenia oklejane są plakatami zawierającymi hasła w rodzaju: „Dbaj o państwo”, „Kochaj państwo” czy „Państwo to mój dom”. Badania statystyczne opinii publicznej, na które powołała się Truszczyńska, wykazały jednak, że w oczach co najmniej połowy obywateli Chin za życiowy sukces uchodzi emigracja do Stanów Zjednoczonych Ameryki. Truszczyńska wspomina też o akcji propagandowej, przeprowadzanej już od kilkudziesięciu lat, mającej na celu wykorzenienie z umysłów obywateli powszechnego wśród nich postrzegania narodzin chłopca jako bardziej korzystnych dla wspólnoty rodzinnej niż narodziny dziewczynki. W Chinach liczba mężczyzn znacznie przekracza liczbę kobiet, wychowanie chłopców jest też trudniejsze i bardziej kosztowne w porównaniu z wychowaniem dziewcząt, a jednak – pomimo wieloletniej indoktrynacji – obywatele tego państwa nie chcą zmienić swoich przekonań na temat płci potomstwa⁷⁹.

Wiele wskazuje na to, że Chińczycy – których McLuhan uznał za postrzegających rzeczywistość w trybie zimnym, odmawiając im zdolności obiektywnej obserwacji⁸⁰ – reagują na propagandę, przynajmniej w pewnym stopniu, zgodnie z przyjętymi przez niego założeniami. Chińczycy – jak pisał o nich kanadyjski teoretyk mediów – „są społeczeństwem plemiennym, ludźmi ucha”⁸¹. Skutecznej propagandzie można poddać tylko ludzi oka, a więc przedstawicieli kultury, w której prawdę łączy się z bierną obserwacją (zasługującą na miano obiektywnej) – z „odbiciem czegoś w umyśle”, zakładając jednocześnie wyraziste oddzielenie podmiotu jego poznania.

79. Por. D. Binkowski, *Otwarcie drugiego stopnia...*, s. 258.

80. M. McLuhan, *Wybór tekstów...*, s. 172.

81. B. Konsala, dz. cyt., s. 175.

Bibliografia

- Binkowski D., „Words and Music” Becketta/Feldmana, „Kultura Współczesna” 3 (96) (2017), s. 182-190.
- Binkowski D., *Kategoria jednoznaczności i wieloznaczności przekazu muzycznego w świetle koncepcji dzieła otwartego Umberto Eco*, „Progress. Journal of Young Researchers” 2 (2017), s. 95-105.
- Binkowski D., *Otwarcie Drugiego stopnia w twórczości Szkoły Nowojorskiej w świetle teorii Marshalla McLuhana*, [w:] *W kulturze dotyku? Dotyk i jego reprezentacje w tekstach kultury*, red. A. Łebkowska, E. Wróblewski, P. Badysiak, Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS 2016, s. 253-265.
- Burzyńska A., *Dekonstrukcja, polityka i performatyka*, Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS 2013.
- De Certeau M., *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, przeł. K. Thiel-Jańczuk, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2008.
- De Kerckhove D., *Umysł dotyku. Obraz, ciało, taktylność, fotografia*, [w:] *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów*, red. A. Maj, M. Derda-Nowakowski, Katowice: Wydawnictwo Naukowe ExMachina 2009.
- Diringer D., *Alfabet czyli klucz do dziejów ludzkości*, przeł. W. Hensel, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy 1972.
- Drózdź A., *Epitafia i wyrocznie. Szkice o początkach pisma i książki w starożytnej Grecji*, Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego 2013.
- Eco U., *Dzieło otwarte: forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, przeł. L. Eustachiewicz, J. Galuszka, A. Kreisberg, M. Oleksiuk, Warszawa: Czytelnik 1994.
- Friedberg A., *Wirtualne okno. Od Albertiego do Microsoftu*, przeł. A. Rejniak-Majewska, M. Pabiś-Orzeszyna, Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa 2012.
- Grajewski W., *Wokół teorii McLuhana: wprowadzenie do lektury McLuhana*, „Teksty: teoria literatury, krytyka, interpretacja” 2 (1972), s. 150-156.
- Havelock E. A., *Muza uczy się pisać. Rozważania o oralności i piśmienności w kulturze Zachodu*, przeł. P. Majewski, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2006.
- Kędziora Ł., *Wizualność dzieła sztuki. Ocena potencjału neuroestetyki w badaniach historyczno-artystycznych*, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2016.
- Kiepuszewski Ł., *Niewczesne obrazy. Nietzsche i sztuki wizualne*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2013.
- Knosala B., *Projekt nauki nowej Marshalla McLuhana. Filozoficzne konsekwencje zmian form komunikacji*, Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS 2017.
- Kogut K., *Neuroestetyczne podejście do komunikacji ze sztuką*, [w:] *Oblicza komunikowania wizualnego*, red. R. Polak, Kraków-Rzeszów-Zamość: Konsorcjum WSE w Krakowie, wsiZ w Rzeszowie i wsiZA w Zamościu 2011.
- Konik R., *Między przedmiotem a przedstawieniem. Filozoficzna analiza sposobów obrazowania w oparciu o malarstwo, fotografię i obrazy syntetyczne*, Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe 2013.
- Kozłowski K., *Co to jest medium?*, „Images. International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication” 15-16 (2011), s. 203-209.
- Kukielko K., *Sztuka w teorii mediów Marshalla McLuhana*, „Media, Kultura, Społeczeństwo”, 4 (2009), s. 7-21.
- Kukielko-Rogozinińska K., *Gutenberg w galaktyce McLuhana*, „Kultura Współczesna. Teoria, Interpretacje, Praktyka” 1 (2017), s. 196-206.

- Kukielko-Rogozinińska K., *Między nauką a sztuką. Teoria i praktyka artystyczna w ujęciu Marshalla McLuhana*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury 2014.
- Lenin W., *Dzieła wszystkie*, t. 44: *Czerwiec 1921 – marzec 1922*, przekład zbiorowy, Warszawa: Książka i Wiedza 1989.
- Manovich L., *Język nowych mediów*, przeł. Piotr Cypryański, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2006.
- Mastalski A. S., *Wierszowe figury i tła. Rola kategoryzacji w kształtowaniu semantyki prozodyjnej*, „Białostockie Studia Literaturoznawcze” 4 (2013), s. 215-231.
- McLuhan M., *Galaktyka Gutenberga*, przeł. A. Wojtasik, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury 2017.
- McLuhan M., *Wybór pism. Przekazniki czyli przedłużenia człowieka. Galaktyka Gutenberga. Poza punktem zbiegu*, przeł. K. Jakubowicz, Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe 1975.
- McLuhan M., *Wybór tekstów*, przeł. E. Różalska, J. M. Stokłosa, Poznań: Wydawnictwo Zyski i S-ka 2001.
- McLuhan M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, przeł. N. Szczucka, Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne 2004.
- Mianowski J., *Afekt w operach Mozarta i Rossiniego*, Poznań: Wydawnictwo RHYTMOS 2004.
- Ong W. J., *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, przeł. J. Japola, Lublin: Redakcja Wydawnictwa Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego 1992.
- Ong W. J., *Osoba – świadomość – komunikacja. Antologia*, przeł. J. Japola, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2009.
- Panofsky E., *Perspektywa jako „forma symboliczna”*, przeł. G. Jurkowlaniec, Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego 2008.
- Przylipek M., *Kino stylu zerowego. Z zagadnień estetyki filmu fabularnego*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 1994.
- Strzemiński W., *Sztuka nowoczesna w Polsce*, [w:] *Wybór pism estetycznych*, red. G. Sztabiński, Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS 2006.
- Strzemiński W., *Teoria widzenia*, Kraków: Wydawnictwo Literackie 1974.
- Szlezak T. A., *Czytanie Platona*, przeł. P. Domański, Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN 1997, s. 52-60.
- Weber S., *Teatralność jako medium*, przeł. J. Burzyński, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2009.
- Wolski J., *Wschód starożytny w świetle najnowszych badań*, „Ruch Biblijny” 5 (1951), s. 109-141, 218-239.
- Zieliński K., *Iliada i jej tradycja epicka. Studium z zakresu greckiej tradycji oralnej*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2014.
- Koliński R., *Niezwykła kariera alfabetu*, „Wiedza i Życie” 10 (1996), <http://archiwum.wiz.pl/1996/06103800.asp> (dostęp 22.08.2019).
- McLuhan M., *Violence as a Quest for Identity*, <http://www.marshallmcluhanspeaks.com/interview/1977violence-as-a-quest-for-identity/> (dostęp 16.02.2019).
- Truszczyńska W., *Propaganda w Chinach? Moje doświadczenia!*, https://www.youtube.com/watch?v=eJHj-cu_4x5Q (dostęp 23.08.2019).



3. Anonimowy portret „głupca książkowego” z 1494 roku. Dawniej określenie snobistycznego zbieracza książek, obecnie kojarzy się raczej z bezkrytycznym odbiorcą słowa drukowanego... [Karl Dimrock, *Sebastian Brands Narrenschiff*, Berlin 1872, s. 1]

G R Z E —

G O R Z —

P R O —

T A —

S I U K —

POSŁOWIE / AFTERWORDS —

Definicji terminu propaganda jest wiele. W świadomości polskiego społeczeństwa to określenie jest od lat lokowane w polityce i ruchach społecznych. – To nieporozumienie i deformacja samego pojęcia. Propagandę znajdziemy we wszystkich obszarach życia społecznego. Naukowcy definiują wciąż na nowo samo pojęcie jako mechanizmy stosowane przez propagandę. Określają jej cechy, obszary stosowania, wady i zalety. Dowodzą, że wykształcenie, pozycja społeczna, środowisko czy profesja nie chronią przed propagandą. Świadczy ona triumfy i jest niezwykle skuteczną metodą perswazji oraz krzewienia „prawd” sprzecznych ze współczesną nauką, wiedzą i zwykłym zdrowym rozsądkiem.

Propaganda używa środków perswazji wykształconych na gruncie marketingu. Techniki i strategie sprzedaży są równie skuteczne w przypadku sprzedaży idei, jak dóbr konsumpcyjnych.

Media jednakowo służą rozprzestrzenianiu się faktów jak i fikcji. Głównie Internet, który oferuje nieograniczony dostęp do wymarzonych gremiów. W tej dziedzinie dokonuje się błyskawiczny postęp.

Współczesnym światem rządzi informacja. Mnogość źródeł i kanałów jej rozprzestrzeniania utrudnia weryfikację propagowanych treści. Zatem, czy przeciętny zjadacz chleba ma jakieś szanse na zdrowe relacje z rzeczywistością? Propaganda, kreowana totalnie wszystkimi mediami, wywiera presję na posiadanie nowego, bycie nieustannie młodym i urodziwym. Na bycie „naj”. Nie da się ukryć: jestem w tym względnie pesymistą. – Bycie jest globalnie i powszechnie utożsamiane z posiadaniem.

There are many definitions of the word “propaganda”. The Polish society has been locating the phrase in politics and social movements. This is a misunderstanding and a deformation of the notion. Propaganda can be found in all areas of social life. Scholars keep defining anew both the very notion and mechanisms used by propaganda. They determine its features, areas of use, as well as its strong and weak points. They provide evidence that neither education, nor social position, one’s environment or profession protect against propaganda. It triumphs and is an extremely effective method of persuasion and dissemination of social “truths” inconsistent with modern science, knowledge, and ordinary common sense.

Propaganda uses means of persuasion developed on the grounds of marketing. The techniques and strategies of sales are equally effective in the case of the sale of ideas as of consumer goods.

The media – mainly the internet, which offers an unlimited access to the public of individuals’ dreams – are used to disseminate both facts and fiction alike. Progress in this area is rapid.

The modern world is ruled by information. The multiplicity of sources and channels of its dissemination makes the verification of the promoted contents difficult. Therefore, does an average man in the street have any chance of healthy relations with reality? Propaganda, created with the help of all the available media, presses us to have the latest, to always be young and attractive, to be “the best”. I cannot help but admit: I am a pessimist in this scope. Being is globally and universally associated with possessing.

Postowie

Afterwords

Definicji terminu propaganda jest wiele¹. Zapewne powstają wciąż nowe i „mutują” w obiegu publicznym wraz z nowymi obszarami jej stosowania. W świadomości polskiego społeczeństwa określenie propaganda jest od lat lokowane przede wszystkim w obszarach związanych z polityką oraz ruchami społecznymi. Oczywiście to nieporozumienie. To deformacja samego pojęcia oraz istotne ograniczenie obszaru rzeczywistego wpływu tego zjawiska na życie cywilizowanego człowieka. Współcześnie pierwiastki propagandy znajdziemy niemalże we wszystkich obszarach życia społecznego. Niekiedy są to obszary potencjalnie niezwykle niebezpieczne dla zdrowia i życia a także świadomości jej adresatów. Medycyna, historia, prawo, fizyka czy nawet astronomia poddawane są pryncypialnym osądom 38 mln rodzimych „specjalistów” od wszystkiego, którzy kreują swoje poglądy używając bez skrępułów zamiennie „wierzę” w miejsce „wiem” lub odwrotnie.

Naukowcy – via publicyści – wciąż definiują na nowo samo pojęcie jak i mechanizmy stosowane przez propagandę. Nieustannie określają cechy szczególne, obszary, wady i zalety jej stosowania. Jednakże statystyczny rodak, w swym „entuzjazmie” dla wiedzy, podobno z trudem konsumuje 1 książkę rocznie. Zatem, należy przypuszczać, że nie tylko wiedzę o człowieku, społeczeństwach i świecie czerpie z „życzliwych” podszeptów, ale i publikatorów oraz mediów społecznościowych – najeżonych przecież propagandą – podawanych usłużnie w „słodkiej formie”. Także wiedzę o propagandzie czerpie z propagandy!

1. Podstawowa definicja propagandy to „szerzenie jakichś poglądów, idei, hasel mające na celu pozyskanie kogoś dla jakiejś idei lub akcji”. Por. *Słownik języka polskiego*, red. nauk. M. Szymczak, t. 2: *L-P*, Warszawa: PWN 1984, s. 937.

Przestało już śmieszyć odkrywanie cech współczesnych Polaków w Rocznikach Jana Długosza. Jednak nadal adekwatnie w stosunku do rzeczywistości brzmi jego pogląd o rodakach: „Polak jest ciemny, uprzedzony i zabobonny...” Współcześni politycy, kaznodzieje i organizatorzy życia społecznego, mimo swego nieuctwa, są świadomi tych cech polskiego społeczeństwa i szerokim łukiem omijają drażliwe tematy lub nagminnie mu schlebiają. Liczą na akceptację swoich celów, ponieważ ten proceder jest wciąż skuteczny.

Niedawne badania naukowe, przeprowadzone na dużych i reprezentatywnych grupach społecznych dowodzą, że ponad 60 procent Polaków jest nadal przesądnych i w życiu codziennym ulega propagandzie otoczenia, zabobonom, a co za tym idzie także je krzewi². Oto tylko kilka przykładów przesądów z rejonu Częstochowy, Augustowa, Przemysła i Gdańska, którym nie wróży się (sic!) rychłego zapomnienia:

1. Czerwona wstążeczka, zapobiega urokom rzucanym przez „złe” oczy.
2. Czarny kot na naszej drodze wieszcy nieszczęście.
3. Kobieta w ciąży nie powinna przechodzić pod wiszącymi sznurami w obawie o zdrowie dziecka (podczas porodu dziecka owinie się pępowina wokół szyi).
4. Kominiarz – pod pewnymi warunkami – przynosi szczęście.
5. Na migrenę najlepsze jest przecieranie skroni [?]skarpetką świeżo zdjętą z nogi.
6. Wkładanie do butów młodej pary pieniędzy jest panaceum na biedę.
7. Nie należy dziękować za szczere życzenia, bo podziękowanie przyniesie odwrotny skutek.
8. Co zrobisz w wigilię Bożego Narodzenia, to będzie się dziać przez cały rok.
9. Na zacerwienione oczy (po wczorajszej imprezie) pomoże egzorcysta (wypędzi z człowieka szatana).
10. Pivne oczy „na pewno” rzucają uroki.
11. 13-tego w piątek jest datą nieszczęścia.
12. Kukulka kuka długość życia.

Jednocześnie, te same badania dowodzą, że wykształcenie, pozycja społeczna, środowisko życia czy wykonywany zawód nie chronią wyznawców głupoty przed przyswajaniem tego typu „wiedzy” i – w konsekwencji – przed nimi samymi. Zauważono tylko niewielki spadek roli przesądów (propagandy szeptanej) wraz ze wzrostem wykształcenia, obserwując wśród osób wyżej wykształconych tylko lepszy kamuflaż poglądów pod płaszczykiem ogólnej ogłady. Jednocześnie w społeczeństwie rośnie liberalizm dla takich postaw i poglądów oraz akceptacja „argumentów” zaczerpniętych z obszarów wiary i podawanych w miejsce tych z obszarów wiedzy. W ostatnich latach dochodzi do skrajności rodem ze średniowiecza. Nawet do podręczników szkolnych trafiają treści, które rozmijają się kompletnie z osiągnięciami współczesnej nauki, wiedzy o człowieku i świecie.



2. *Przesądny jak Polak*. Komunikat z badań Centrum Badania Opinii Społecznej nr 93/2018, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2018/K_o93_18.PDF (dostęp 11.06.2019)

Na takim gruncie propaganda święci (sic!) wciąż nowe triumfy i jest niezwykle skuteczną metodą perswazji i krzewienia „prawd” sprzecznych ze współczesną nauką, wiedzą i zwykłym zdrowym rozsądkiem.

Jednak, aby to było możliwe, propaganda najczęściej musi dysponować większym od prawdy budżetem. I dysponuje! Ma lepiej uszyte wdianko, z lepszego materiału, i jest modna. Argumentuje na skróty, mistrzowsko wykorzystując wszelkie pozory racjonalizmu. Usiłuje być bezstronna, choć po uszy tkwi w interesach swoich mocodawców. Wiele obiecuje, rzekomo daje i unika jasnych deklaracji o pochodzenie wręczanych społeczeństwu „dóbr”. Propaganda jest zawsze celowa. Ten cel poprzedza dobór użytych środków perswazji i rzekomo uswięca te środki. Historia dowodzi, że rzeczywiste koszty propagandy zwykle ponosi jej adresat lub owymi „cudownościami” obdarowany.

Na tle współczesnych społeczeństw europejskich Polska wydaje się skansenem lub – jak chcą ekstremiści – „talibanatem” ludzi przywiązanych do tradycji i obyczajów kreowanych na tle światopoglądowym. Irracjonalna, niemalże magiczna wizja rzeczywistości, od wieków trwa w lęku przed światem pluralistycznym, odmiennym, niezrozumiałym i nieoswojonym. Światem nie rządzonym dogmatami, których nieprzestrzeganie jest zagrożone licznymi plagami. Światem niesterowanym z zaświatów. Od tysiąca lat, nie tylko w niedziele, rzeczywistość jest okładana infamią z lęku przed światem realnym. Światem, którym rządzi informacja, wolna gra rynkowa, wielość idei, nurtów i postaw ludzi.

Propaganda zazwyczaj znakomicie rozwija się w takim środowisku, gdzie racjonalne argumenty mają trzeciorzędne znaczenie. Gdzie pod pozorem szczytnego celu i działania dla wspólnego dobra, toczy się gra o partykularne interesy wąskiej grupy ludzi.

Współcześnie propaganda używa środków perswazji wykształconych głównie na gruncie marketingu. Techniki i strategie sprzedaży są równie skuteczne w przypadku sprzedaży idei, co w oferowaniu nabycia „płynów szczęścia” (różnej maści coli), dowodów zasobności (samochodów), przejawów błyskotliwej inteligencji (komputerów) i innych najczęściej zbędnych gadżetów.

Wszelkie media jednakowo „bezinteresownie” służą błyskawicznemu rozprzestrzenianiu się zarówno faktów jak i wierutnego łgarstwa. Internet, który ze względu na swą istotę trudno jest kontrolować, współcześnie jest dogodnym siedliskiem zarówno naukowców, biznesmenów, jak i wszelkich altruistów i frustratów. Oferuje nieograniczony dostęp do wymarzonych gremiów, do odbiorców zarówno wiedzy jak i propagandy. W tej dziedzinie dokonuje się również błyskawiczny postęp. Metodą fake newsów moderatorzy „prawdy” zwalczają inne fake newsy, które chwilę temu wykreowali. Internet żyje własnym wymyślonym życiem. Nieświadomy uczestnik, konsument takich wielostronnych manipulacji traci kontakt

z rzeczywistością, która jest wielowątkowa i rozproszona w swoich różnych aspektach. W zamian jest poddawany zabiegom propagandowym, które oferują rzeczywistość spolaryzowaną, łatwiej przyswajalną i prostszą. – Cóż, że nieprawdziwą.

Współczesnym światem rządzi informacja. Mnogość źródeł i kanałów jej rozprzestrzeniania utrudnia weryfikację propagowanych treści. Nawet tak rozwinięte społeczeństwa jak amerykańskie czy brytyjskie uległy tym technikom przy okazji ostatnich wyborów prezydenckich w Stanach Zjednoczonych czy plebiscytu na temat Brexitu.

Zatem, czy przeciętny zjadacz chleba ma jakieś szanse na zdrowe relacje z rzeczywistością oparte na prawdzie przy nieustannym, zmasowanym ataku propagandy wszystkiego? Powszechnym zdaniem coraz mniejsze. Społeczeństwo jest zindoktrynowane konsumpcją. Kupuje rzeczy i usługi nowe, podczas kiedy stare są całkowicie sprawne i poprawnie wykonują swoją funkcję. Propaganda, kreowana totalnie wszystkimi mediami, wywiera presję na posiadanie nowego, bycie nieustannie młodym i urodziwym. Na bycie „naj”. Nie da się ukryć: autor tego tekstu jest w tym względzie pesymistą. Niewątpliwie, bycie jest globalnie i powszechnie utożsamiane z posiadaniem. Zatem należy uznać, że chciwość jest motorem postępu i na tym skupia się cywilizacja współczesnego człowieka. Natomiast propaganda – od zarania dziejów – stwarza alibi dla takiego człowieczeństwa.