

MARCIN KRZANICKI

BESTIARIUSZ PRL-U CZYLI STRACH W SŁUŻBIE PROPAGANDY

„Dobrze ojcze, poczekajcie tylko, aż nadejdzie dzień, a pójdę sobie, by nauczyć się bać, posiadam sztukę, która mnie wykarmi...”
(Bajka o tym, co wyruszył, by nauczyć się bać, Bracia Grimm)

Baliśmy się, boimy się i zapewne będziemy się bać. Strach towarzyszy nam i jako gatunkowi i jako pojedynczym osobom, od zawsze. Nawet w najmłodszych latach, każdy z nas miał swoje „strachy” nierzadko wykorzystywane przez opiekunów do pacyfikowania sytuacji lub nakłaniania nas do podjęcia lub zaniechania czegoś. Również motto, zaczerpnięte, z mało naukowego źródła pokazuje, że umiejętność sprawdzania się, a także wzbudzania lub powstrzymywania strachu była rzeczą nader pożądaną. Zresztą baśnie braci Grimm pełne są opowieści o strachu, zarówno przyobleczonej w jakąś formę cielesną, jak i rozumianego jako instynkt.

DR MARCIN KRZANICKI, absolwent Uniwersytetu Rzeszowskiego (historia) i Wyższej Szkoły Europejskiej w Krakowie (Public Relations). Autor artykułów i prac popularnonaukowych podejmujących tematykę kreowania wizerunku Polski w amerykańskiej prasie dwudziestolecia międzywojennego, fotografii na usługach niemieckiej i sowieckiej propagandy we wrześniu 1939 r. i komiksu w okresie PRL-u. Pracownik Biura Edukacji Publicznej IPN Oddział w Rzeszowie. Kontakt: marcin.krzanicki@ipn.gov.pl

Strach jest jedną z podstawowych cech pierwotnych (nie tylko człowieka), mającą swoje źródło w instynkcie przetrwania, który każe nam dbać o własne dobro i bezpieczeństwo. Podobnie jak głód czy pragnienie zmusza nas do zaspokojenia braku – w tym konkretnym przypadku usunięcia z otoczenia tego, co nam zagraża, tworząc z tego jednocześnie potrzebę nadrzędną wobec innych. Stąd strach jest tak popularny jako narzędzie wpływu na ludzi.

Wydawać by się mogło jednocześnie, że z jednej strony jest on przydatny, z drugiej zaś niezbyt wygodny w użyciu. Nie każdy bowiem boi się tego samego i w takim samym stopniu. Po części jest to prawda, ale strachu można też kogoś nauczyć. W 1920 r. John B. Watson razem ze swoją asystentką Rosalie Rayner¹ przeprowadzili badania nad warunkowaniem strachu u ludzi. Ich obiektem stał się dziewięciomiesięczny Albert. W pierwszej fazie projektu sprawdzano czy dziecko wykazuje strach wobec różnych przedmiotów i zwierząt: białego królika, szczura, psa, małpy, maski z i bez włosów, kłębka bawełny, podpalonej gazety itp. Wyniki wyraźnie wskazywały, że raczej spotykały się one z zainteresowaniem niż lękiem. Pozwalano też dziecku na zabawę z białym szczurem. Z czasem, w momencie, w którym dziecko dotykało zwierzątka, naukowcy, znajdujący się za plecami Alberta, uderzali młotkiem w metalową sztabę, powodując nagły hałas. Dziecko reagowało na niego płaczem i strachem. Po pewnym czasie zaczęto pokazywać dziecku wyłącznie gryzonia, bez towarzyszącego jego dotykaniu nagłego dźwięku. Jednak skojarzenie tych dwóch elementów, było na tyle silne, że Albert zaczął się bać i płakać na sam widok szczura. Co ciekawe swój lęk bardzo szybko zgeneralizował i reagował dokładnie tak samo, gdy w jego otoczeniu znalazło się cokolwiek białego i puchatego. Dziecko, poprzez klasyczne warunkowanie, nauczyło się strachu wobec czegoś, co nie stanowiło dla niego potencjalnego zagrożenia².

W bardzo podobny sposób my sami, jako odbiorcy bodźców i przekazów płynących z otaczającego nas środowiska, uczymy się tego, czego należy się bać, czego należy unikać, co stanowi dla nas zagrożenie itd. Od najmłodszych lat społeczeństwo, w którym funkcjonujemy, wyposaża nas w zestaw podstawowych bestii, które mogą nas skrzywdzić – ogień, morderca, niechronione kąpieliska, terroryści, zarazki, pijani kierowcy – przykłady można

¹ Oboje z Johns Hopkins University w USA.

² Współcześnie uznaje się, że badania mogły wywołać u dziecka fobię. Więcej o samym eksperymencie i jego etycznych uwarunkowaniach można przeczytać tutaj: <http://psychclassics.yorku.ca/Watson/emotion.htm> [ostatni dostęp 25.01.2013]; <http://htpprints.yorku.ca/archive/00000198/01/BHARRIS.HTM> [ostatni dostęp 25.01.2013].

mnożyć w nieskończoność. Wszystkie te czynniki tworzą w naszych umysłach swoiste katalogi, na podobieństwo średniowiecznych bestiariuszy, czyli ksiąg, w których opisywano (tak rzeczywiste, jak i wyimaginowane) stwory, zamieszkujące współczesny piszącym świat. Bestiariusze te rozrastają się, co najmniej z każdym rokiem, o nowe rozdziały, bo czy jeszcze wiek temu ktoś zastanawiał się nad globalnym terroryzmem, kryzysem krajów eurolandu, postkomunistami, albo zacofanymi politykami prawicy, chcącymi wpędzić nas w dziejowy zaścianek? To wszystko są bardzo ogólne hasła, złożone ze słów kluczy, które pozwalają współczesnym stronom medialnych, politycznych i społecznych konfliktów, wpisywać swoich adwersarzy do nowych ksiąg bestii.

Nie inaczej funkcjonowała propaganda okresu PRL-u³, budując własny bestiariusz, zaludniony przez postacie, które były postrzegane jako zagrożenie dla systemu, a tym samym miały by tak postrzegane przez obywateli w systemie tym funkcjonujących. Ale zanim o tym, spróbujmy przyjrzeć się temu, jak strach funkcjonuje w ramach propagandy.

Działający w latach 1937-1942 w USA *Institute for Propaganda Analysis* stworzył jedną z podstawowych i najprostszych typologii narzędzi propagandowych, wyodrębniając siedem z nich:

- doczepianie epitetów,
- piękne ogólniki,
- przenoszenie,
- podpieranie/poświadczenie się,
- ludowość,
- tasowanie kart,
- owczy pęd⁴.

Z czasem podział ten został nieco zmieniony i uzupełniony:

1. Metody gier słownych.
 - A) doczepianie epitetów,
 - B) piękne ogólniki,
 - C) eufemizmy.

³ Dla ułatwienia tworzą tutaj pewien anachronizm, rozumiejąc PRL, w sposób potoczny, jako termin określający historię powojennej Polski, do przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku. Warto jednak pamiętać o tym, że nazwa ta została wprowadzona na mocy konstytucji z 22 lipca 1952 r. Dla lat 1944-1952 obowiązywała nazwa Rzeczpospolita Polska.

⁴ Więcej o działalności IPA: www.propagandacritic.com [ostatni dostęp: 25.01.2013].

2. Fałszywe związki.
 - A) przenoszenie,
 - B) podpieranie/poświadczanie się,
3. Specjalne odwołania.
 - A) ludowość,
 - B) owczy pęd,
 - C) strach,
 - D) tasowanie kart (naciąganie faktów)⁵.

⁵ Krótka charakterystyka metod: **Doczepianie epitetów** – obdarzanie osób, wydarzeń lub zjawisk przymiotnikami o wyraźnie negatywnym lub pozytywnym zabarwieniu, jak „terrorysta”, „przedstawiciel ciemnogrodu”, „bohater”, „mąż stanu” itp. **Piękne ogólniki** – używanie w przekazie słów o dużym ładunku emocjonalnym, ale trudnych do jednoznacznego zdefiniowania, tak aby kierujący przekaz mógł grać na uczuciach odbiorców (np. „wolność”, „miłość”, „odwaga”, „demokracja”). **Eufemizmy** – metoda ta jest przeciwieństwem dwóch poprzednich, jeśli chodzi o emocje odbiorcy – zamiast je podsycać, zmniejsza je, poprzez zamianę słowa o dużym ładunku emocjonalnym, na inne, podobne, ale nie posiadające takiego ładunku (zwłaszcza negatywnego). Świetnym tego przykładem jest użycie słów likwidacja lub usunięcie na określenie morderstwa. **Przenoszenie** – z metodą tą mamy do czynienia, gdy przekaz propagandowy, reklamowy itp. wzmacniany jest przy pomocy jakiegokolwiek autorytetu – czyli autorytet jest niejako przenoszony na danego człowieka/wydarzenie. Może to być odwołanie się do religii (wspólna modlitwa) na zakończenie przemówienia wyborczego (albo słynne „God bless America”), także powszechnie znana symbolika – np. godło państwowe, ubieranie się przez aktorów filmów reklamowych w stroje lekarza, naukowca itp. **Podpieranie/poświadczanie się** – metoda bardzo podobna do poprzedniej, tyle, że bardziej bezpośrednia, bowiem nie odwołuje się do symboliki, a do obdarzonej autorytetem osoby (naukowiec, lekarz, znana osobistość życia społecznego), która najlepiej, aby była przynajmniej pozornie niezwiązana z kierującym przekaz. **Ludowość** – wzmocnienie przekazu i jego wpływu w tej metodzie uzyskuje się dzięki przekonaniu odbiorców, że przekaz ten jest nie tylko zgodny, ale wręcz pochodzi od ludu. Przykładem będzie polityk mówiący o kwestiach socjalnych w biednej dzielnicy i nawiązujący do swojego pochodzenia z takich obszarów, lub też pokazywanie znanych osobistości w okolicznościach życia „przeciętnego obywatela” (np. wyjazd na ryby nad pobliską rzekę). **Owczy pęd** – opiera się on na stworzeniu w odbiorcach przekonania, że dany przekaz popierają miliony ludzi albo większość członków grupy, do której on sam należy. **Strach** – lek przed zagrożeniem ma stymulować odbiorców po podjęcia działania zgodnego z zamysłem twórcy przekazu. Więcej o tym w dalszej części artykułu. **Tasowanie kart** – pojęcie to wzięło się od popularnej sztuczki, w której iluzjonista odnajdywał konkretną kartę w „potasowanym” stosie innych. Widzowie wierzyli, że karty rzeczywiście są losowo przemieszane, a w rzeczywistości miały one ściśle określony porządek w stosie. Podobnie w tej metodzie stwarza się wrażenie rzetelnej dyskusji dwóch stron, gdy tak naprawdę, z założenia jedna z nich ma lepszy dostęp do kanałów komunikacji społecznej, wspomaga się ją w poszukiwaniu argumentów, druga zaś napotyka na przeszkody, jest wyciszana, a niekiedy wręcz cenzurowana. W metodzie tej można też się posługiwać naciąganiem faktów i argumentów – wówczas przedstawia się odbiorcom jednostronną wersję wydarzeń,

Oczywiście współcześnie funkcjonuje znacznie więcej typologii narzędzi propagandowych, częściowo bazujących na badaniach IPA, jednak rozwój technicznych środków komunikacji społecznej (zwłaszcza Internetu, massmediów czy nowych form komunikacji bezpośredniej, jak komunikatory internetowe, esemesy, sieci społecznościowe itp.) powoduje, że są one ciągle aktualizowane o nowe narzędzie wpływu na odbiorcę⁶. Należy też pamiętać, że typologie mają za zadanie jedynie uszeregowanie narzędzi – to, że jakies nie znalazło swojego miejsca, nie znaczy bynajmniej, że nie jest skuteczne (gdyby tak było, to nikt by go nie używał).

Wykorzystywanie strachu w celu nakłonienia nas do czegoś lub odwieńdzenia od czegoś, jest o tyle skuteczne, że skupia uwagę na lęku, odwracając ją jednocześnie od krytycznej analizy tego, co się do nas mówi. Jednak nie zawsze wywoływanie lęku przed czymś powoduje u odbiorcy takie działanie, jakiego spodziewa się osoba nim manipulująca. Szereg badań związanych z wpływaniem na ludzi poprzez strach pokazał, że największe prawdopodobieństwo tego, że wytworzone poczucie zagrożenia odniesie skutek, występuje wtedy, gdy zostanie spełniony szereg warunków:

- wytworzenie silnego poczucia strachu najlepiej zadziała na osoby o wysokiej samoocenie, najgorzej zaś na te o niskim poczuciu własnej wartości – po prostu zostaną one przytłoczone przez zagrożenie
- prezentowane zagrożenie musi być uważane przez odbiorców za realne
- komunikat poza „straszeniem” powinien zawierać zalecenia, jak uporać się ze strachem
- zalecenia te powinny być postrzegane przez odbiorców jako skuteczne
- odbiorcy powinni być też przekonani, że mają zdolności/są w stanie skorzystać z tych zaleceń.

Idealnym przykładem takiego przekazu (choć będącym jednocześnie mistyfikacją) jest rzekoma mowa Adolfa Hitlera, którą miał on wygłosić w 1932 r.⁷: „Na

ale w taki sposób, by mieli wrażenie, że jest ona obiektywna. W przedstawieniu tym używa się wyłącznie takich faktów i argumentów, które popierają z góry założoną tezę. Oczywiście argumenty drugiej strony (o ile w ogóle się pojawiają) są przedstawiane jako kłamstwa i oszczerstwa. Za: www.propagandacritic.com [ostatni dostęp: 25.01.2013].

⁶ Bardziej szczegółowe typologie można znaleźć w materiałach przygotowanych przez dra Łukasza Szurmińskiego z Uniwersytetu Warszawskiego: <http://www.id.uw.edu.pl/pracownicy/lzurminski> [ostatni dostęp 25.01.2013].

⁷ W 1932 r., jedynymi studentami protestującymi w Niemczech byli ci, którzy sprzeciwiali się obecności na uczelniach żydowskich profesorów. Co więcej w tymże roku pojęcie „prawa i porządku” było propagandowo przypisane Paulowi von Hindenburgowi, a nie

ulicach naszych miast trwa zamęt. Uniwersytety wypełnione są buntującymi się i wszczynającymi zamieszki studentami. Komuniści szukają sposobu na zniszczenie naszego kraju. Rosja straszy nas swoją potęgą – republika jest zagrożona. Tak, zagrożona, z zewnątrz i od środka. Potrzebujemy prawa i porządku. Bez nich nasz naród nie przetrwa. Wybierzcie nas, a my przywrócimy prawo i porządek”⁸.

Cztery pierwsze zdania to definicja zagrożenia, kolejne – podkreśla, że jest to zagrożenie tak wewnętrzne, jak i zewnętrzne. Odpowiedzią na nie ma być „prawo i porządek”, które ochronią kraj i jego obywateli. A jak je osiągnąć? Poprzez głosowanie, z którym każdy posiadający prawo wyborcze bez problemu powinien sobie poradzić. We fragmencie tym zawarte są więc wszystkie elementy właściwej manipulacji strachem.

O randze strachu, jako narzędzia propagandy, mogą też świadczyć dwa cytaty, z wypowiedzi dwóch, zupełnie różnych postaci – jednej, doświadczonej przez system totalitarny, drugiej zaś tym systemem kierującej: „Totalitaryzm używa strachu jako narzędzia panowania nad masami. Kultura strachu łączy się z apatią, obojętnością, wyobcowaniem, poddaństwem, biernością, wygodnictwem, rezygnacją i osobistym interesem. (...) Kultura strachu zapanowała na Kubie wraz ze zwycięstwem rewolucji i zawładnięciem wszystkimi środkami komunikacji, ogarnęła całe społeczeństwo. Masowe rozstrzeliwania, wsadzanie do więzień, wypędzenia z kraju służyły terrorowi stosowanemu okrutnie jako narzędzie politycznej władzy”⁹. „Wolę, gdy ludzie popierają mnie ze strachu niż z przekonania. Przekonania są zmienne, strach zawsze jest ten sam”¹⁰.

Hitlerowi i nazistom. W latach sześćdziesiątych cytat ten był stosowany w USA przez Senatora Edmunda Muskie (demokratę z Maine) i Williama O. Douglasa (sędziego Sądu Najwyższego), do ostrzegania przed tymi, którzy chcieli pacyfikacji studenckich strajków przeciwko amerykańskiej interwencji w Wietnamie. Szybko jednak wycofali się z tego, gdy dowiedzieli się o mistyfikacji. Za: Paul F. Boller, John H. George, *They Never Said It: A Book of Fake Quotes, Misquotes, and Misleading Attributions*, Oxford University Press, 1989, s. 45-46.

⁸ Cytat za: *Respectfully Quoted: A Dictionary of Quotations requested from the Congressional Research Service*, Washington D.C.: Library of Congress, 1989; Bartleby.com, 2003. www.bartleby.com/73/ [ostatni dostęp: 28.01.2013].

⁹ Guillermo Fariñas (ur. 1962) – kubański dysydent, psycholog i dziennikarz, cytat za: M. Stasiński, *Kuba: Oczy Guillermo Farinasa*, serwis internetowy „Gazety Wyborczej”, http://wyborcza.pl/1,76842,8198504,Kuba__Oczy_Guillermo_Farinasa.html?as=2 [ostatni dostęp: 28.01.2013].

¹⁰ Józef Stalin (Iosif Wissarionowicz Dżugaszwili). Cytat ten, pojawiający się często jako aforyzm, powstał najprawdopodobniej na bazie „zakazanej anegdoty” z 1931 r. – zgodnie

W latach 1944-1989 propaganda komunistyczna bardzo często posługiwała się strachem w celu nakłonienia społeczeństwa do określonych działań lub odstraszenia go od innych. Trudno jednocześnie w krótkim artykule scharakteryzować wszystkie postaci „PRL-owskiego bestiariusza”, które przewinęły się w kronikach filmowych, plakatach, utworach literackich, a także komiksach tego okresu. Stąd poniżej znajdują Państwo zaledwie kilka przykładów tworzenia wizerunku wroga, a za jego pośrednictwem także budowania strachu i przedstawiania nań remedium.

Spekulant

W Polskiej Kronice Filmowej z 1950 r., pokazującej niekończące się kolejki i tłumy ludzi starających się kupić odzież i materiały, głos komentatora z niepokojem zadawał widzowi pytanie: „Mimo wzrostu zaopatrzenia Państwowych Domów Towarowych w materiały włókiennicze, w sklepach panuje wciąż jeszcze tłok i ścisk. Dlaczego?”¹¹.

Filmowym tłem do odpowiedzi były ujęcia wyciąganych z ukrycia gotowych ubrań, członków Komisji Specjalnej do Walki z Nadużyciami i Szkodnictwem Gospodarczym¹² przeglądających bele z materiałami, milicjantów konfiskujących towary, a za zło odpowiedzialny był „zorganizowany element spekulacyjny”, który wykupywał ze sklepów towary i przetrzymywał je celem podbicia cen i zwiększenia własnego zysku. Wśród słów określających spekulantów pojawiały się: spryciarze, niedobitki kapitalistyczne, paserzy, panikarze, wyzyskiwacze; miejsca składowania towaru określono jako meliny. Nietrudno zauważyć, że wszystkie słowa miały zabarwienie negatywne, a sposób ich użycia był tożsamy z opisanym wcześniej narzędziem propagandy „doczepianie epitetów”. Również w zakresie komunikacji wizualnej stara-

z jej narracją Jagoda (Gienrich Grigorjewicz Jagoda właściwie Herszel Jehuda, wysoki funkcjonariusz policji politycznej i służb bezpieczeństwa Związku Radzieckiego, szef NKWD w latach 1934–1936) zapytał Stalina: „Towarzyszu wolicie, żeby członkowie partii byli wobec was lojalni ze względu na przekonanie, czy na strach? Strach – odpowiedział Stalin. Dlaczego? – ponieważ przekonania mogą się zmienić, a strach pozostaje”. Za: H. Kuromiya, *Stalin (Profiles in Power)*, Pearson Education, 2005, s. 207.

¹¹ PKF 11/50, *W walce ze spekulacją*.

¹² Instytucja powstała 16 listopada 1945 r., oficjalnie celem ścigania przestępczości gospodarczej. Była jednak wykorzystywana głównie do zwalczania prywatnego rzemiosła i handlu. Funkcjonowała w ramach struktur Ministerstwa Bezpieczeństwa Publicznego. Zlikwidowana 23 grudnia 1954 r.

no się tworzyć odpowiedni wizerunek spekulanta – ubrany bogato, modnie, często będący osobą z nadwagą. Taki obrazek pojawiał się też na plakatach propagandowych i rysunkach satyrycznych.

Kulak

„Oczywiście część ludności pracującej poniosła przy wymianie pewne straty, ale za to nowe złote stanowiące mocny fundament naszej gospodarki zapewniają mało i średniorolnym chłopom trwale i nieprzemijające korzyści. Rozumie to dobrze Stanisława Arak, rozumieją to pracujący chłopci. Są i tacy, którym reforma nie przypadła do gustu. Miejscowy kulak – Reszka – przyniósł do wymiany 3 mln złotych. Niezły grosz – prawda? Dobrze sobie zarobił na chłopskiej krzywdzie!”¹³.

Fragment komentarza lektora pochodzi ze specjalnego wydania Polskiej Kroniki Filmowej z 1951 r., w którym ukazywano zalety przeprowadzonej w końcu października 1950 r. reformy walutowej połączonej z denominacją. Pieniądze zdeponowane w bankach, ceny i płace przeliczono w stosunku 3 nowe złote za 100 starych. Jednak gotówkę, którą posiadali obywatele, w tym oszczędności zgromadzone poza bankami, w stosunku 100 starych za 1 nowego złotego. Dodatkowo wymianę ogłoszono 28 października, rozpoczęto 30 października, a już 8 listopada 1950 r. ważność traciły poprzednio będące w obiegu pieniądze. Działania te tłumaczono chęcią pozbawienia pieniędzy spekulantów, kapitalistów i prywaciarzy. Do tej, oficjalnej wersji wprowadzenia reformy¹⁴ dopasowany był przekaz propagandowy, korzystający z – i jednocześnie pogłębiający – wizerunek kulaka, którym to mianem określano w latach czterdziestych i pięćdziesiątych majątnych rolników. Propaganda korzystała tutaj z urzędniczego podziału na biedniaków, średniaków i właśnie kulaków. Pierwsza grupa były to postacie pozytywne, druga neutralne (choć trzeba było jej pilnować, aby nie zmieniła się w kulaków), trzecią piętnowano, tworząc jej wizerunek jako złośliwych, gburowatych i grubych osobników, ubranych w sposób, który przypominał przedwojennych zarządców majątków ziemskich. Do charakterystycznych elementów należała tutaj

¹³ Wielka reforma systemu pieniężnego, wydanie specjalne PKF, 1951.

¹⁴ Która w rzeczywistości, poza skutkami pozytywnymi, jak powstrzymanie inflacji, utrudnienie podrabiania środków płatniczych, czy też umożliwianie powstawania automatów wrzutowych (np. telefonicznych), wydrenowała oszczędności obywateli i to nie tylko tych kojarzonych z gromadzeniem kapitału.

kamizelka, wysokie buty, marynarka. Często atrybutem był, uważany za dobro luksusowe, zegarek kieszonkowy na łańcuszku. Kreowano kułaków na wiejskich odpowiedników spekulantów – mieli ukrywać zboże by podbijać jego ceny¹⁵, unikać oddawania płodów rolnych w ramach obowiązkowych dostaw i nie tylko nie pomagać innym chłopom, ale też wręcz sabotować ich próby wprowadzania gospodarki uspołecznionej.

Kułacy byli też jednymi z głównych „czarnych charakterów” komiksów publikowanych w przeznaczony dla czytelnika wiejskiego „Nowej Wsi”. Nawet popularna historyjka o Pawle i Gawle, przetworzona na opowieść obrazkową, posłużyła do ukazania różnic między chłopem, któremu leży na sercu dobro ojczyzny, a stereotypowym kułakiem, dbającym wyłącznie o własne interesy¹⁶.

Szpieg

Postać szpiega przynależała przez cały okres zimnej wojny¹⁷ nie tylko do propagandowego bestiariusza, ale też kanonu kultury popularnej obu stron konfliktu. Jednak w latach czterdziestych i pięćdziesiątych był on symbolem narastającego konfliktu między wschodem a zachodem, wzajemnego braku zaufania i prób uzyskania dominacji poprzez kradzież technologii, manipulacje obywatelami, morderstwa polityczne itp. Społeczeństwa żyły w swoistej psychozie, każącej im wierzyć, że szpiegiem może być każdy i nawet niewinna rozmowa w gronie najbliższych przyjaciół może zagrozić bezpieczeństwu państwa.

Plakaty, artykuły prasowe, komiksy i filmy wypełniły się stereotypowymi przedstawieniami szpiegów, a także informacjami, jak unikać narażenia tajemnic (choćby słynne plakaty „Strzeż tajemnicy służbowej. Może właśnie Tobie wróg chce ją wyrwać!” i „Strzeż tajemnicy państwowej” autorstwa Wojciecha Fangora, przedstawiający mężczyznę, sugestywnie przykładającego palec do ust w geście sugerującym ciszę).

¹⁵ Albo, jak ukazywała to historia obrazkowa „Przed uchwałą... po uchwale”, wykupywać chleb z piekarni, by karmić nim świnię. *Przed uchwałą... Po uchwale...*, „Świat Młodych” 1953, nr 4.

¹⁶ *Żniwa u Pawła i Gawła*, „Nowa Wieś” 1953, nr 28.

¹⁷ Trwający umownie między 1946 r. a końcem lat osiemdziesiątych, okres napięcia politycznego i wzajemnej rywalizacji militarnej, gospodarczej, technologicznej i ideologicznej między państwami bloku wschodniego, skupionymi i uzależnionymi od ZSRR, a państwami zachodnimi, z USA na czele. W całym tym okresie nie doszło jednak do bezpośredniego starcia między blokami, stąd konflikt zyskał przymiotnik „zimna”.

Także w PRL-u szpiegdy znaleźli swoje miejsce jako antybohaterowie w popkulturze. Bywali przeciwnikami kapitana Żbika z serii komiksów sławiących Milicję Obywatelską i porucznika Borewicza z „07 zgłoś się”. Z jednym z nich – wzorowanym na Jamesie Bondzie, starł się w „Księżde strachów” Pan Samochodzik¹⁸, a inni przewijali się w szeregu opowieści obrazkowych drukowanych w powojennej prasie. Charakterystyczne było to, że im dalej w czasie od zakończenia II wojny światowej, tym bardziej wizerunek szpiega był „jarmarczny”. Korzystał z ustalonych wzorców – ciemne okulary, zachodnie ubranie, wysportowany młodzieniec, piękna brunetka/blondynka, nie stroniący od alkoholu i mający niekończące się zapasy dewiz. Jeśli spojrzeć na okres stalinizmu, czy lata pięćdziesiąte, szpieg był postacią demoniczną, łączoną bezpośrednio z sabotażami w fabrykach i ośrodkach naukowych, z morderstwami tych, którzy nie chcieli z nim współpracować. Przykładem niech będzie skierowana do młodszego odbiorcy opowieść obrazkowa „Tajemnica Szyfru B-13”, której fabuła opowiada historię polskiego naukowca, który wyhodował nowy szczep bakterii, chcąc wykorzystać go w zwalczaniu chorób. Tymczasem władcy państwa Dolarii chcą użyć tych samych bakterii jako broni biologicznej. W narracji pojawiają się oczywiście agenci, chcący a to pieniędzmi, a to groźbą, a to innymi sposobami zdobyć sekret. Opowieść pełna jest gier słownych związanych z nazwiskami i nazwami – Dolaria, Tuman, krwawy Bill – i kalek powielających konwencje opisywania i ukazywania zachodnich polityków i szpiegów. Oczywiście polski naukowiec zwycięża w walce z bezdusznymi Dolarianami¹⁹.

Były też i bardziej poważne wizerunki szpiega – jak ten pokazywany na wystawie „Oto Ameryka” w warszawskim Arsenale Królewskim w 1953 r., gdzie obok propagandowego wizerunku Stanów Zjednoczonych i państw z nimi sprzymierzonych, prezentowano wycinki prasowe o zbrodniczej działalności szpiegów i dywersantów na terenie Polski, a także wyposażenie szpiegowskie, zwracając szczególną uwagę na kapsułkę z cyjankiem potasu, którą należało użyć w razie „wpadunku”, a śmierć miała być bezbolesna i szybka. Jak stwierdzał z przekąsem komentator kroniki filmowej informującej o tej wystawie – „cóż za troska o swego człowieka”²⁰.

¹⁸ W książce bohater ten był Szwajcarem i nazywał się Fryderyk Braun. Jeździł „bondowskim” samochodem, ubierał się i zachowywał jak Bond. W innym tomie przygód Pana Samochodzika „Pan Samochodzik i Niewidzialni” pojawiają się aluzje, że Braun był Bondem.

¹⁹ *Tajemnica Szyfru B-13*, „Nowa Wieś”, 1952.

²⁰ PKF 3/53.

Reakcjonista

Pod pojęciem reakcjonista *Słownik języka polskiego* rozumie „przeciwnika wszelkich zmian społecznych i politycznych”²¹. W komunistycznej Polsce rozumiano pod nim każdego, kto w jakikolwiek sposób sprzeciwiał się nowemu porządkowi, tak w kraju, jak i na świecie. Reakcjonistą mógł być więc zarówno polski publicysta nieprzychylnie wyrażający się o władzy ludowej i zachodni polityk nieuznający zmian granic w Europie Środkowej po II wojnie światowej²². Często pojęcie to, uważane za jeden z najgorszych epitetów, przypisywane było tym, którzy nie godzili się na komunistyczną władzę i stawiali jej czynny opór. Współcześnie mówi się o nich najczęściej „Żołnierze Wyklęci”. W kronice filmowej z 1945 r. narrator informował widzów: „Podczas, gdy oficerowie i żołnierze Armii Krajowej przechodzą do jawnej i twórczej pracy dla odrodzonego państwa – NSZ-etowskie bandy morderców uprawiają zbrodniczą i rabunkową działalność podszywając się pod nazwę Armii Krajowej. W Rudzie Pabianickiej pod Łodzią odbył się manifestacyjny pogrzeb czterech robotników zamordowanych przez zbirów z NSZ-etu. Zamordowani byli delegatami rady zakładowej i znajdowali się w drodze na Śląsk, skąd sprowadzić mieli dla współpracowników węgiel na zimę. Piętnastotysięczny pochód zjednoczył przedstawicieli partii demokratycznych, związków zawodowych i organizacji społecznych. Nad mogiłą zamordowanych mówcy wezwali rząd i społeczeństwo do walki z tymi, którzy dla osiągnięcia zbrodniczych celów nie cofają się przed skrytobójstwem. Faszystowskim zbirom nie uda się powstrzymać klasy robotniczej od udziału w budowie demokratycznej Polski”²³.

Po raz kolejny w tworzeniu wizerunku posłużono się narzędziem doczepiania epitetów – tym razem jednak wyraźnie widać, że o wiele mocniejszych w negatywnej wymowie niż w przypadku spekulantów: bandy morderców, zbrodniarzy, faszystowskie zbiry – słowa te nie pozostawiały u odbiorcy nawet cienia wątpliwości co do tego, jak miał postrzegać członków Narodowych Sił Zbrojnych, a także jak miał traktować tych, którzy wspierali, czy popierali ich działalność. W kronice filmowej posłużono się też zasadą kontrastu, w myśl której, ukazanie „obok siebie” dwóch dalece się różniących

²¹ Słownik języka polskiego, edycja on-line, <http://sjp.pwn.pl/haslo.php?id=2573524> [ostatni dostęp: 29.01.2013].

²² W tym kontekście pojawiało się też pojęcie „rewizjonisty” – kolejnej „bestii” z peerelowskiego bestiariusza – chcącego powrotu do starego, w domyśle dawnych granic Polski, starego systemu politycznego i społecznego itp.

²³ PKF 33/45.

rzeczy, wyolbrzymia te różnice. Stąd odbiorca dowiadywał się, że zamordowani byli robotnikami, którzy mieli przywieźć ze Śląska węgiel. Informacje jednocześnie wywołujące oburzenie, jak i szalenie trudne do zweryfikowania przez przeciętnego widza. Z kolei podkreślanie liczby osób na pogrzebie było przejawem „społecznego dowodu słuszności” – nazywanego też owczym pędem. Wspomnianego już ukazywania masowej zgody lub poparcia wobec jakiejś idei – w tym wypadku idei walki z „wyklętymi”.

Wizerunek „reakcjonisty” – tu rozumiany, jako wizerunek żołnierza oddziałów walczących z komunistami²⁴ – był w pewnym sensie ewenementem. Przetrwał on bowiem cały okres PRL-u, w praktycznie niezmienionej formie. Jeszcze w 1978 r. na łamach magazynu opowieści rysunkowych „Relax” ukazał się komiks „Piorun więcej nie uderzy”²⁵, rozpoczynający się od ataku bandy „Pioruna” na wracających do domu robotników z bliżej nieokreślonej huty. Oczywiście przywódca atakujących (w celach rabunkowych, jak informuje narracja komiksu) na rysunkach wygląda jak archetypiczny żołnierz NSZ, włączając w to ryngraf na piersi. Zgodnie z konwencją „zwycięstwa dobra” zostaje postawiony przed sądem, dzięki pracy bohaterskiego funkcjonariusza Urzędu Bezpieczeństwa i skruszonego żołnierza oddziału „Pioruna”²⁶.

Zachód

Był bestią zbiorową, gromadzącą w sobie szereg pojęć, jak bikiniarze, jazz, komiks, a także znanego już szpiega, kapitalistę, wyzyskiwacza – można by je mnożyć prawie w nieskończoność. Sam przymiotnik „zachodni” w propagandzie państw bloku wschodniego (w tym i PRL-u) był synonimem zła, uwstecznienia i wszystkiego, z czym miał walczyć człowiek socjalistyczny²⁷. Nierzadko też „zachód” był tożsamy ze Stanami Zjednoczonymi, popularnie nazywanymi „Ameryką”:

²⁴ Zauważyć przy tym należy, że żołnierze Narodowych Sił Zbrojnych byli przez propagandę PRL-u wykorzystywani jako uosobienie wszystkich organizacji pozostających w konspiracji i przeciwstawiających się władzy komunistycznej.

²⁵ „Relax”, nr 9, 1978.

²⁶ Co też było rzeczą właściwą propagandzie PRL-u nie pozwalającej na funkcjonowanie samotnych mścicieli, rodem z zachodnich komiksów.

²⁷ W ramach dygresji – rozumienie tego pojęcia u przeciętnego obywatela było zgoła odmienne. Zachodni znaczył lepszy. Produkt zachodni miał z założenia lepszą jakość, zachodnie samochody były powodem do dumy właścicieli i obiektem zazdrości postronnych, a zachodnie ubrania szczytem mody.

„Oto Ameryka – wystawę pod takim tytułem zwiedzają w Warszawie dziesiątki tysięcy osób. W cieniu Posągu Wolności policyjna pałka [ujęcie repliki Statuy Wolności, z cieniem stylizowanym na sylwetkę policjanta z uniesioną w górę pałką]. W „kraju wolności” miliony ludzi poza prawem. Co czeka tego obywatela wolnego kraju? Widmo Ku Klux Klanu, stryczek założony ręką amerykańskich faszystów – jest wolność w tym kraju dla samosądów i linczów [fotografie osób zamordowanych przez Ku Klux Klan i czarnoskórych aresztowanych przez policję].

Jest wolność w tym kraju dla fabrykantów i łamistrajków. Państwo i policja bronią do upadłego wolności trustów i koncernów, prawa do wyzysku [fotografie z rozpędzania manifestacji ulicznych]. Głoszą amerykański styl życia:

- malarstwo – gołe dziwki na bikiniarskich krawatach i na kolorowych gatkach [ujęcia części garderoby z nadrukami w formie popularnych w okresie wojennym, a także po niej rysunkami pin-up girls]
- literatura – zdziczenie, sadyzm, pornografia, siedem grzechów głównych za jednego dolara [okładki tzw. *comic books* – literatury komiksowej bardzo niskich lotów, będącej odpowiednikiem dzisiejszych filmów grozy klasy B].

Trzeba od małego wychowywać przyszłych gangsterów [chłopiec czytający komiks, okładki komiksów o tematyce militarnej] – będą potrzebni w Korei, będą potrzebni w Europie [aluzje do wojny koreańskiej i obecności wojsk amerykańskich w bazach europejskich, po zakończeniu II wojny światowej].

Imperializm amerykański pierwszy na świecie zastosował ludobójczą broń bakteriologiczną²⁸. Zawarł sojusz z cholerą, tyfusem i dżumą²⁹.

Z narracji tej wynikał dość demoniczny obraz Ameryki (USA), jako, jak chciała to ukazać propaganda, przeciwieństwa systemu komunistycznego. Tworzenie takiego kontrastu było częstym zagranem peerelowskich propagandystów, czego przykładem jest fragment filmu dokumentalnego Tadeusza Makarczyńskiego „Nowa sztuka” z 1950 r.:

„Popatrzcie do jakiego stopnia zwyrodnienia doszły te dzieła artystów kapitalistycznego zachodu. Nie jest rzeczą przypadku, że postać człowieka zatraciła w ich rękach ludzki kształt i ludzką treść. Imperializm brutalnie wprzągnął sztukę w służbę swoich interesów. Jej pesymizm ma złamać opór

²⁸ Brucelozę podczas wojny koreańskiej. Przy czym na masową skalę, jako pierwsi, broni biologicznej użyli Japończycy w czasie wojny z Chinami.

²⁹ PKF 3/53.

kandydatów na mięso armatnie, odebrać im wiarę w człowieka, zdusić chęć do buntu, wołę walki o lepsze jutro. W przyszłych mordercach kobiet i dzieci obrazy te mają wzbudzić pogardę dla ludzi i ich spraw, oduczyć myślenia, rozpętać najniższe instynkty. Oto czemu służy pozorny brak treści. Sztuka służąca burżuazji i imperializmowi jest niezdolna do ukazania prawdziwego obrazu życia – obraz ten zniekształca i plugawi. Sztuka imperializmu głosi nieuchronną zagładę ludzkości, wojnę i śmierć³⁰.

Sztuce zachodu przeciwstawiony został socrealizm, jako pozytywna, budząca nadzieję sztuka państw obozu wschodniego. Co ciekawe, w przedstawianiu modernistycznych dzieł, które rzeczywiście sylwetkę człowieka niejednokrotnie wykorzystywały wyłącznie jako przyczynek do twórczej dyskusji, autorzy filmu nieco się zapędzili. Wśród dzieł mających być piewcami śmierci i wojny znalazły się grafiki czeskiej surrealistki, Marie Čermínovej³¹, zamieszczone w zgoła antywojennej książce „Schovej Se, Valko!” („Ukryj się, Wojna!”).

Zachód był też oficjalnie siedliskiem myśli i idei antysocjalistycznych, zagrożeń współczesnego świata (wojna, atomowy holocaust, broń powszechnej zagłady), a także, jak to określano, „zdziczenia i zgnilizny moralnej”. Podobnie, jak w wypadku szpiega, z czasem wizerunek ten łagodzony, jednak zawsze przeciwstawiano rzekomy pacyfizm i ogładę systemu komunistycznego, kapitalistycznemu pragnieniu zdobywania i posiadania.

Kto nas obroni?

Przekaz opierający się na wytwarzaniu strachu u odbiorcy nie byłby pełen, gdyby obok bestiariusza nie przedstawiano wzorców pozytywnych, a także, co jeszcze ważniejsze – sposobu obrony przed zagrożeniem. Sposobem tym, było szeroko rozumiane zwrócenie się obywateli ku systemowi, oddanie się pod jego opiekę i ochronę. Tarczą i mieczem zaś aparat nadzoru i siły, którego wizerunek kreowano zgodnie z kanonem tworzenia zbiorowego bohatera stojącego na straży bezpieczeństwa i porządku:

„Miasto idzie spać. Kiedy my kładziemy się do łóżek, pozostawiając za sobą wszystkie dzienne troski, ich praca dopiero się zaczyna. Spokojne miasto, spokojny wieczór, tylko gdzieś... Milicja! Milicja! Ratunku! Ratunku!”³².

³⁰ „Nowa sztuka”, reż. Tadeusz Makarczyński, 1950. Ten fragment narracji uzupełniała pełna napięcia i niepokoju ścieżka dźwiękowa.

³¹ Tworzącej pod pseudonimem Toyen.

³² „Kryptonim Oktan”, reż. Lucjan Jankowski, 1959.

Wstęp z krótkometrażowej produkcji „Kryptonim Oktan” z 1959 r. mógłby równie dobrze rozpoczynać kolejny odcinek opowieści o przygodach mścicieli walczących ze złem – rodem z, o ironio, amerykańskich komiksów i powieści detektywistycznych. Przez lata wizerunek ten był dostosowywany do potrzeb chwili – od poważnych i posągowych stróżów prawa, jak kapitan Sowa, poprzez nowoczesnego, ale równie nieskazitelnego Żbika, po nader ludzkiego i bliskiego przeciętnemu Polakowi porucznika Borewicza. Mimo, że w szczegółach byli oni szalenie różni od siebie, to łączyło ich budowanie pozytywnego odbioru osób stojących na straży, tak porządku, jak i samego systemu. Jednocześnie też pokazywano w ten sposób do kogo obywatel miał się zwrócić, gdy czuł się zagrożony.

Kogo się bać?

Przedstawione do tej pory „bestie” są dla współczesnego odbiorcy raczej groteskowe i zapewne bardziej śmieszają niż straszą. I w sumie, to nie postaci z bestiariusza PRL-u miały straszyć. Obywatel nie miał się bać spekulanta, kułaka, czy szpiega. Pewnie chciano by odczuwał lęk przed „żołnierzem wyklętym” w latach czterdziestych, ale w końcu siedemdziesiątych? Czemu miałby się bać amerykańskich najemników w państwach afrykańskich, czy brytyjskiej policji pacyfikującej górników protestujących przeciw polityce rządu Margaret Thatcher? Dla niego nie było to realne zagrożenie. I rzeczywistość – strach był ulokowany zupełnie gdzie indziej – obywatel miał się bać utożsamienia go, czy jakiegokolwiek innego skojarzenia jego lub osób mu najbliższych z konkretnym rozdziałem bestiariusza. Bo kim był spekulant, kułak, szpieg, rewizjonista, reakcjonista, poplecznik zachodu czy kapitalista? Nikt nigdy nie zdefiniował w sposób jednoznaczny tych pojęć, mimo, że były w powszechnym użyciu i niosły ze sobą negatywne skojarzenia. W ten sposób wykorzystywano narzędzie „piękne ogólniki”. Bo przecież spekulantem mógł być i ten, kto rzeczywiście parał się spekulacją, jak i ten, który wiózł dla rodziny i znajomych kilka kilo mięsa z prywatnego uboju. Reakcjonistą nazwać można było i żołnierza antykomunistycznej partyzantki, tego, kto mu pomagał, a po latach człowieka, który żądał jego rehabilitacji lub śmiał dopominać się o rzetelną dyskusję na temat początków Polski Ludowej. Szpiegiem można było nazwać nie tylko osobę kradnącą tajemnice państwowe, ale też tego, kto chciał ukrócić fatalną politykę szefostwa fabryki – w końcu wynosił poufne dane poza firmę. Szereg takich skojarzeń był praktycznie nieskończo-

ny, a za „doczepionym epitetem” nie szło tylko ośmieszenie, ale rzeczywiste problemy prawne, osobiste; a nierzadko rzutowało to też na najbliższych. To było realne i bliskie zagrożenie, które generowało to, o czym mówił cytowany już Guillermo Fariñas – bierność, wygodnictwo, skupienie się na własnym interesie.

Strach przed takim napiętnowaniem był o tyle silny, że bestiariusz był ciągle modyfikowany i uzupełniany. W okresie nagonki antysemitycznej po wydaniach marca 1968 r. włączono do niego „syjonistów”³³, w latach rozwoju opozycji demokratycznej mówiono o wichrzycielach, nierobach, elementach antysocjalistycznych, prowokatorach, w odniesieniu do strajkujących robotników, studentów, a także tych, którzy ich wspierali i utożsamiali się z głoszonymi przez nich poglądami. Starano się też wiązać ich działania z mitycznym zachodem, chcąc zachwiać socjalizmem od środka.

Współcześnie może się nam wydawać, że nawet taki strach trudno uzasadnić, ale czy rzeczywiście? Czy z bardziej błahych powodów nie kupujemy nowego gadżetu elektronicznego, albo nawet rzeczy tak drobnej, jak odpowiadni zeszyt do szkoły dla swojego dziecka – byleby nie znalazło się ono na marginesie szkolnego życia? Czy sami nie ubezpieczamy się od coraz to nowych zagrożeń? Ile razy zrobiliśmy coś albo nie podjęli jakiegoś działania bojąc się ośmieszenia, napiętnowania, wyjścia przed szereg itp. Tak nas, jak i ludzi kilkadziesiąt lat temu warunkował strach – może z innych powodów, ale w swej istocie ten sam.

Na 21 grudnia 2012 r. zapowiedziano koniec świata. Przed tą datą firmy takie jak Vivos Underground, Northwest Shelter Systems, Underground Bomb Shelter, Hardened Structures nie nadążały z obsługą chętnych na zakup schronów i miejsc w już istniejących schronach mających zabezpieczyć właściciela przed skutkami końca świata. Tyle, że większość systemów religijnych zakłada, iż koniec świata jest zupełnym końcem tej rzeczywistości materialnej, w której żyjemy... no cóż, ale strach zadziałał.

³³ Więcej o obrazie wroga kreowanym w tamtym okresie można przeczytać w publikacjach: A. Skalska, *Obraz wroga w rysunkach prasowych marca '68*, Warszawa 2007. D. Stola, *Kampania antysyjonistyczna w Polsce 1967-1968*, Warszawa 2000.

**BESTIARY OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF POLAND
– FEAR IN THE SERVICE OF PROPAGANDA****Summary**

This paper presents examples of the use of fear as a tool of propaganda in the years 1944/45-1989 in the Polish People's Republic. Authorities has used fear to create culture of apathy and obedience. One element of this culture was index of creatures, which one should to be afraid of – bestiary. Propaganda created bestiaries not only as an index but also as example of attitudes and behaviors which members of the public should avoid – if only they don't want to be a part of bestiary.

Słowa kluczowe: propaganda, strach, PRL, 1944-1989

Key words: propaganda, fear, People's Republic of Poland, PRL, 1944-1989