

Karolina Rybak

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
ORCID: 0000-0002-1174-2347

**MECHANIZM I SKUTKI FUNKCJONOWANIA PROPAGANDY
W ZWIĄZKU RADZIECKIM NA PRZYKŁADZIE ROZWAŻAŃ
STANISŁAWA CAT-MACKIEWICZA W KSIĄŻCE
*MYŚL W OBCĘGACH. STUDIA NAD PSYCHOLOGIĄ SPOŁECZEŃSTWA SOWIETÓW***

| Abstrakt

Propaganda jest zjawiskiem powszechnym w historii politycznej nie tylko Europy, ale i całego świata. Szczególne miejsce zajmowała jednak w systemach totalitarnych, na przykład w komunizmie. Stanowiła ona jeden z jego nadrzędnych filarów, bez którego niemożliwe byłoby opanowanie umysłów ludzkich mas i naklonienie ich do wzięcia udziału w przedsięwzięciu budowy komunizmu w kraju, a także jego ekspansji na Zachód.

Propagandę uprawiano za pomocą różnych kanałów, wykorzystując do tego radio, książki, a także treści przekazywane na uniwersytetach. Ukształtowano światopoglądowe pojęcia, takie jak chociażby „wróg klasowy”, które funkcjonując w powszechnym obiegu, służyły antagonizacji społecznej i umacnianiu ustroju. Jest to bez wątpienia tematyka interesująca z perspektywy relacji władzy i społeczeństwa.

Choć na rynku wiele jest publikacji, które traktują o problematyce propagandy w Związku Sowieckim, warto sięgnąć w szczególności po *Myśli w obcęgach* Stanisława Cat-Mackiewicza. Autor po odbyciu podróży do ZSRR w latach 30. postanowił udokumentować co ciekawsze wydarzenia i spotkania ze zwykłymi obywatelami, a następnie opatrzyć je swoim komentarzem. Z tego opisu wyłoniła się druzgocąca prawda o społeczeństwie sowieckim tamtych lat. Stopień jego myślowego i emocjonalnego zmanipulowania był ogromny, a ślepa wiara w zamordystyczny system prowadzący ludzi do zagłady, bezgraniczna.

Celem artykułu jest ukazanie funkcjonowania mechanizmu propagandy w Związku Sowieckim, a także jego skutków. Analiza została przeprowadzona głównie na podstawie spisanych wspomnień międzywojennego polskiego publicyisty Stanisława Cat-Mackiewicza.

- Słowa kluczowe: propaganda, Związek Sowiecki, Stanisław Cat-Mackiewicz.

| Abstract

Propaganda is a common phenomenon in the political history of not only Europe, but also the whole world. However, it played a special role in totalitarian systems, for example in communism. It was one of its primary pillars, without which it would be impossible to master the minds of the masses and persuade them to take part in the undertaking of building communism in the country, as well as expand it into the West.

The Soviet society was propagandized through various channels: radio, books, and at the universities. Some concepts, like “class enemy”, were formed. They contributed to antagonizing the whole nation and strengthened the political system. This is undoubtedly an interesting subject from the perspective of the relationship between power and society.

Although there are many publications about propaganda, it is worth reaching for the book written by Stanisław Cat-Mackiewicz – *Thoughts in Pincers*. Mackiewicz, after traveling to the USSR in the 1930s, decided to document interesting events and meetings with ordinary citizens, and then provide his own commentary. The devastating truth about the Soviet society of those years can be learnt from this description. The degree of its mental and emotional manipulation was enormous and blind faith in the murderous system that leads people to destruction, boundless.

Therefore, the purpose of the article is to show the functioning of the propaganda mechanism and its effects in the Soviet Union. The analysis will be carried out mainly based on the written memoirs of the interwar Polish publicist Stanisław Cat-Mackiewicz.

- Keywords: propaganda, Soviet Union, Stanisław Cat-Mackiewicz.
-

Wstęp

Propaganda jako zjawisko zachodzące w rzeczywistości społecznej jest w istocie bardzo stare, a jej geneza sięga czasów, kiedy władza nie była jeszcze w pełni zinstytucjonalizowana i wiązała się głównie z nieformalnym przywództwem. Później propaganda była obecna także w starożytnym Egipcie, rządonym przez faraonów, czy na dworach królewskich w innych państwach. Jako pojęcie, które na stałe weszło do słownika, pojawiła się jednak dopiero w XVII w. za sprawą papieża Grzegorza XV. To on jako pierwszy użył tego wyrażenia, tworząc instytucję *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*, której zadaniem stało się szerzenie wiary chrześcijańskiej¹.

W literaturze przedmiotu wyróżnia się dwa główne etapy rozwoju propagandy jako zjawiska. Najwcześniejszy z nich można określić jako etap bezpośrednich form propagandowych, kiedy to głównym narzędziem w uprawianiu propagandy było słowo mówione. Bezpośrednie formy propagandowe funkcjonowały już od czasów starożytnych. Wówczas w Grecji i Rzymie działali retorzy, tacy jak Isokrates, Demostenes czy Cynceron, których mowy studiuje się do dziś. To oni zaczęli wytyczać pewne standardy w słownej walce z przeciwnikami politycznymi, używając wyrafinowanych figur retorycznych. W tamtym okresie, podobnie jak w średniowieczu, słowo pisane nie cechowało się znacznym stopniem oddziaływania na społeczeństwo. Wynikało to z wysokiego poziomu analfabetyzmu oraz niewielkich możliwości technicznych. Przełom nastąpił, kiedy Jan Gutenberg wynalazł druk².

Wraz z pojawieniem się druku rozpoczął się kolejny, o wiele bogatszy w metody i narzędzia uprawiania propagandy etap, zwany etapem zróżnicowanych form propagandowych. Zaczęto wtedy drukować gazety, jednak do XVIII w. prasa pozostawała medium dostępnym jedynie dla elit. Od lat 30. XIX w., aż do lat 20. XX w. gazeta stała się jednak podstawowym narzędziem uprawiania propagandy. W latach 30. XX w. wyparta została przez radio i kino, które to z kolei zaczęły docierać do coraz większej liczby domów.

¹ B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007, s. 210.

² Ibidem, s. 211.

W latach 50. XX w. głównym tego typu narzędziem stała się telewizja. W Europie pierwszym politykiem, który wykorzystał telewizję do celów propagandowych, był prezydent Francji Gaston Doumerge. W 1934 r. wygłosił on za pośrednictwem tego kanału przemówienie do narodu. W ostatnich dziesięcioleciach telewizja stanowi równie istotny kanał wpływania na społeczeństwa, ale znaczenia nabrały także nowoczesne narzędzia, takie jak Internet i media społecznościowe³.

Ewolucja propagandy pokazuje, że mimo różnych form jej uprawiania, jakie dominowały na przestrzeni lat, stanowiła i stanowi ona zawsze nieodłączny składnik każdego systemu politycznego. Media zawsze przybierają kształt i formę struktur politycznych i społecznych, w jakich przyszło im istnieć. W literaturze funkcjonują tzw. cztery teorie prasy. Wyróżniają one istnienie różnych systemów medialnych, które są odbiciem dominujących w nich systemów politycznych. Kraje demokratyczne można zakwalifikować do modelu liberalnego lub modelu społecznej odpowiedzialności. Oprócz tego funkcjonuje także system autorytarny. W historii ukształtował się również ostatni model – komunistyczny, osadzony w Związku Radzieckim, który jest przedmiotem moich rozważań⁴.

Komunistyczny system mediów, który wyrósł na gruncie marksizmu-leninizmu, był składnikiem komunistycznego systemu politycznego, będącego systemem zamkniętym, opartym na całkowitej kontroli społecznej. Celem ogromnej maszyny propagandowej w tym modelu było utrzymanie systemu i partii rządzącej poprzez uświadamianie obywatelom konieczności realizacji zadań wynikających z dominującej ideologii. Media stanowiły tzw. „ramię państwa”. Celem niniejszego artykułu jest zatem przedstawienie jednego z systemów medialnych – modelu komunistycznego, a także skutków, jakie wywołał w odniesieniu do sowieckiego społeczeństwa. Analiza zostanie przeprowadzona przede wszystkim na podstawie publikacji Stanisława Cat-Mackiewicza, który w latach 30. XX w. odbył podróż do Związku Sowieckie-

³ Ibidem, s. 212–221.

⁴ S. Weischenberg, *Journalistik*, Bd. 1: *Mediensysteme, Medienthik, Medieninstitutionen*, Opladen 1992, s. 88–89.

go, a następnie spisał swoje obserwacje w dziele pt. *Myśl w obcęgach. Studia nad psychologią społeczeństwa Sowieców*.

Propaganda – aspekty teoretyczne

W literaturze przedmiotu istnieje wiele różnych definicji propagandy. W niniejszym artykule zostaną przytoczone najważniejsze z nich.

Na wstępie należy zaznaczyć, że propaganda jest jedną z wielu form, w jakich można się komunikować. Oznacza to, że stanowi ona proces porozumiewania się między osobami, w którym każda z nich odgrywa różną rolę⁵. Jednym z pierwszych badaczy, który podjął się sformułowania pojęcia „propaganda”, był W.W. Bidelle. W 1993 r. stwierdził on, że „pod wpływem propagandy każda jednostka zachowuje się tak, jak gdyby jej reakcje były wynikiem jej własnej decyzji. Szereg jednostek można zmusić do takiego samego zachowania, przy czym każdą pozornie kierują jej własne sądy”⁶. Ta definicja zaważyła w znacznym stopniu na późniejszych negatywnych skojarzeniach, jakie wzbudzała propaganda, co było głównie wynikiem oparcia się na tym wyjaśnieniu przez badaczy systemów komunistycznej i faszystowskiej propagandy⁷. W tym duchu definicję tę rozwinęło kilku późniejszych naukowców, np. D. Krech oraz R. Crutchfield, którzy stwierdzili, że „propagandę rozumie się jako specyficzną formę pobudzeń, która – jeżeli jest skuteczna – daje w wyniku proces sugestii”⁸.

Przełomem było powstanie teorii T.H. Qualtera z 1962 r., który zapoczątkował nowe spojrzenie na propagandę jako na zjawisko celowe, które łączy się z komunikowaniem⁹. Opierając się na rozważaniach Qualtera,

⁵ B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999, s. 7.

⁶ D. Krech, R. Crutchfield, *Theory and Problems of Social Psychology*, New York 1948, s. 316.

⁷ B. Dobek-Ostrowska, op. cit., s. 204.

⁸ D. Krech, R. Crutchfield, op. cit., s. 333.

⁹ T.H. Qualter, *Propaganda and Psychological Welfare*, New York 1962, s. 4–5.

G.S. Jowett i V. O'Donnell stworzyli kolejną definicję propagandy: „Propaganda jest celową i systematyczną próbą kształtowania percepcji, manipulowania wiedzą i bezpośrednimi zachowaniami, aby wywołać reakcję, która będzie zgodna z intencjami propagandzisty”¹⁰. Badacze ci zwrócili uwagę na informacyjno-perswazyjny charakter tego zjawiska. Nadawca otrzymuje informację, przez co następuje wzmocnienie pewnych postaw oraz zmiana jego zachowań¹¹.

Kolejną z bardziej nowoczesnych definicji propagandy, wartą przytoczenia, jest koncepcja J. Ellula. W roku 1965 określił on propagandę jako „zespół metod stosowanych przez zorganizowane grupy w celu wciągnięcia do aktywnej działalności mas ludzkich, u których w konsekwencji manipulacji psychicznej, wytwarza się jedność psychiczna, pozwalająca na włączenie ich do masowych działań”¹². W roku 1990 rozwinął on tę definicję i wskazał na kilka elementów składowych, jakie obejmuje opisywane zjawisko. Są to: akcja psychologiczna, a więc wszelkie metody, które powodują zmiany w opiniach, wojna psychologiczna, prowadząca do zniszczenia morale, reedukacja i „pranie mózgow”, co ma na celu transformację przeciwników w zwolenników, oraz budowanie relacji publicznych i interpersonalnych, co ma angażować jeszcze większą liczbę osób popierających tezy propagandowe¹³. Na podstawie koncepcji Ellula można zatem zbudować najbardziej współczesną definicję propagandy, stanowiącą zinstytucjonalizowane, jednostronne, zaprogramowane, informacyjno-perswazyjne i wspierane technikami socjotechnicznymi komunikowanie, ukierunkowane na zmianę postaw ludzkich, tak by wspierały te, które są pożądane przez nadawcę, a także tworzenie przewidywalnych zachowań odbiorców. To komunikowanie dokonuje się na drodze zarządzania opinią publiczną, manipulacji zachowań i kontroli przekazywanych informacji¹⁴.

¹⁰ G.S. Jowett, V. O'Donnell, *Propaganda as a Form of Communication*, [w:] T.J. Smith III (red.), *Propaganda. A Pluralistic Perspective*, New York–London 1989, s. 53.

¹¹ Ibidem, s. 60.

¹² J. Ellul, *Propaganda*, New York 1965, s. 9.

¹³ J. Ellul, *Propagandes*, Paris 1990, s. 8–9.

¹⁴ B. Dobek-Ostrowska, op. cit., s. 207.

Propaganda pełni różnorakie funkcje. Można je sklasyfikować według pięciu kategorii. Pierwszą z nich stanowi funkcja integracyjna. Propaganda w tym ujęciu ma służyć umocnieniu istniejącego systemu politycznego. Było to doskonale widoczne w systemie medialnym Związku Sowieckiego. W literaturze podkreśla się jednak, że najczęściej funkcja integracyjna dotyczy tylko pewnego wycinka społeczeństwa, a mianowicie osób lepiej wykształconych, elit społecznych¹⁵.

Propaganda może także odgrywać rolę adaptacyjną, którą określa się też jako agitacyjną. Jest ona związana z chęcią pozyskania jak największej liczby zwolenników ideologii, która ma stać się dominująca lub już taka jest. Te okoliczności wiążą się bardzo często z istnieniem przeciwników politycznych, którzy nie zgadzają się ze wschodzącym lub już ugruntowanym nurtem ideowym. Najlepszym przykładem takiej sytuacji jest również propaganda sowiecka z okresu przed- i porewolucyjnego. Komuniści, chcąc zaprowadzić rządy proletariatu i pragnąc obalić carat, a w dalszym toku dziejowym utrzymać się przy władzy, odwoływali się do haseł „walki klasowej” czy walki z „kułakami”, o czym mowa będzie w dalszej części artykułu¹⁶.

Kolejną rolą propagandy jest informowanie, a także wskazywanie pewnych wzorców interpretacyjnych danego zdarzenia. Pamiętać jednak należy, że aby mówić o propagandzie, człon informacyjny nie może istnieć bez interpretacyjnego, gdyż istotą tego zjawiska jest wpływanie na poglądy i opinie odbiorców¹⁷.

W literaturze wymienia się również funkcję dezinformacyjną, która bardzo często wiąże się z pojęciem czarnej propagandy, a więc takiej jej formy, która ma sprawić wrażenie, że została stworzona przez tych, których ma zdyskredytować¹⁸. Przykłady takich działań w historii były bardzo częste i odnoszą się chociażby do propagandy sowieckiej czy tej uprawianej przez USA w czasie zimnej wojny. Z perspektywy rozważań niniejszego artykułu

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Ibidem, s. 207–208.

¹⁷ Ibidem, s. 208.

¹⁸ Ibidem, s. 208, 221–222.

bardzo ważna jest także funkcja demaskatorska. Łączy się ona bezpośrednio z funkcją dezinformacyjną i dotyczy demaskowania fałszywych działań przeciwnika, które mają wprowadzić odbiorców w błąd¹⁹.

Propaganda w Związku Sowieckim, ze szczególnym uwzględnieniem wspomnień Stanisława Cat-Mackiewicza, zawartych w książce *Myśl w obcęgach. Studia nad psychologią społeczeństwa Sowietów*

Według wspomnianych teorii prasy wyróżnia się cztery systemy medialne: komunistyczny, autorytarny, liberalny oraz model społecznej odpowiedzialności. Ten pierwszy jako jedyny dotyczy zamkniętych systemów politycznych, w których media są w zupełności kontrolowane przez władzę. Sztandarowym przykładem tego typu systemu medialnego był ten funkcjonujący w Związku Radzieckim. Jego podstawy ideologiczne opierały się na pismach Marksa i Engelsa, postulujących zwycięstwo dyktatury proletariatu, walkę klas, eliminację elit społecznych. Media, w przeciwieństwie do systemów zachodnich, gdzie pełniły one funkcję pośredniczącą i stanowiły tzw. czwartą władzę, miały budować świadomość społeczną w duchu marksizmu i jednoczyć społeczeństwo. Pełniły zatem funkcję kontrolną. Według Lenina propaganda była nauką, opierającą się na teoriach stanowiących jednocześnie podstawę funkcjonowania państwa. To odróżniało ją od propagandy faszystowskiej, którą z kolei traktowano jak prawdziwą sztukę²⁰. M. Schutte propagandę w systemie komunistycznym zdefiniował w następujący sposób: „Totalitarna propaganda to sposób oddziaływania nadawcy propagandy, który osiągnął pełną władzę nad sferą społeczną i polityczną w państwie, utrzymuje się przy władzy dzięki terrorowi politycznemu i centralistycznie ukształtowanej organizacji propagandowej, aby przy pomocy środków reklamowych osiągnąć przekształcenie świadomości i zgłajszaltowanie (ujednoli-

¹⁹ Ibidem, s. 208.

²⁰ B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, op. cit., s. 51–55.

cenie) społeczeństwa [...], przez co odbiorca staje się biernym przedmiotem w rękach nadawcy”²¹.

Komunistyczny system medialny łączył się także z totalną walką z pluralizmem poglądów poprzez zupełną cenzurę wszystkich treści, które w jakikolwiek sposób mogły pejoratywnie wyrażać się o systemie, partii, jej członkach lub pochlebnie o „wrogach systemu”. Sfera medialna była sferą zarządzaną *stricte* przez władze centralne i miała ona wpływać pozytywnie na morale społeczne, kształtować odpowiednie postawy, zgodne z duchem obowiązującej ideologii²².

W komunistycznym systemie propaganda odwoływała się do instynktu samozachowawczego jednostki. Wyraźne wskazanie zagrożenia i jego nieustanne eskalowanie spowodowało mobilizację psychologiczną, co z kolei doprowadziło do społecznej aprobaty wszystkich imputowanych założeń ideologicznych²³. Wspominał o tym również Stanisław Cat-Mackiewicz w swojej publikacji pt. *Myśl w obcęgach. Studia nad psychologią społeczeństwa Sowieców*. Podkreśla on, że agresywność we wszelkich przekazach płynących ze strony władzy była potrzebna, by trzymać społeczeństwo w stanie nerwowego napięcia. Do tego służyło bardzo częste używanie pojęć, które kojarzą się jednoznacznie z rywalizacją, osiaganiem pewnych norm, obowiązkiem. Jako przykłady podaje nazwy „kołchoz”, czyli kolektywne gospodarstwo rolne, powstałe najczęściej z przejęcia ziemi chłopom, i *piatiletka*, czyli plan pięcioletni zaimplementowany w Związku Radzieckim w roku 1928, który miał służyć powszechnej industrializacji i zniesieniu własności prywatnej²⁴. Do takich pojęć można także zaliczyć inne, które ukazują również proces celowego transformowania wyrażań, aby zawierały takie słowa pobudzające stan emocjonalny odbiorcy. Można do nich zaliczyć na przykład: „bitwa z analfabetyzmem” zamiast popularyzacja oświaty czy „bitwa o chleb” zamiast zbiory.

²¹ M. Schutte, *Politische Werbung und totalitare Propaganda*, Düsseldorf–Wien 1968, s. 78, 81.

²² B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, op. cit., s. 55.

²³ V. Volkoff, *Psychosocjotechnika, dezinformacja – oręż wojny*, Komorów 1999, s. 40.

²⁴ S. Cat-Mackiewicz, *Myśl w obcęgach. Studia nad psychologią społeczeństwa Sowieców*, Kraków 2012, s. 20.

Słowna manipulacja odegrała istotną rolę także i później. Przykładem może być akcja z lat 40., kiedy to we wschodniobiałoruskiej wsi Chatyń Niemcy wymordowali 149 osób. Nazwa miejscowości posłużyła Sowietom do akcji dezinformacyjnej, która w kontekście mordu katyńskiego wprowadziła duże zamieszanie²⁵.

Nieodłącznym elementem radzieckiej propagandy był także powszechny terror psychiczny i fizyczny, wyrzucanie poza nawias społeczeństwa każdego, kto nie zgadzał się powszechnie podzielanymi zasadami życia społecznego. Kluczowym czynnikiem było również przejawianie rzeczywistości, a także to, że propagandy nigdy nie cechowała beczynność i prowadzono ją nieustannie. Pierwszy podmiot, który był za nią odpowiedzialny – Komitet do spraw Czynnika Moralnego – powstał w Związku Sowieckim już w 1915 r.²⁶

*

Duże znaczenie w radzieckiej propagandzie miał symbolizm. Jak podkreślał rosyjski socjolog i biolog Sergei Chakhotin, autor publikacji *Gwałcenie tłumów przez propagandę polityczną*, najlepszym sposobem uprawiania propagandy jest odwoływanie się do symboli psychologicznych. Od początku stworzenia człowieka ludzie uczyli się używać pewnych uogólnień, chcąc opisać pewien stan rzeczy czy obiekt. Ten prosty sposób przekazywania myśli i uczuć zaczął odgrywać także ogromną rolę w polityce. Jednym ze sposobów zdobywania sojuszników ideologii jest właśnie odwoływanie się do uczuć poprzez symbole, które są podatne na szybką interpretację treściową oraz są łatwe w „kolportażu” na szeroką skalę. Symbolizm sowiecki nie był tak bogaty jak nazistowski i nie dominował tak silnie przez cały okres panowania komunizmu w Związku Radzieckim, ale na pewno powszechnie znane „goździki”

²⁵ P. Skwieciński, *Chatyń i Katyń, czyli dlaczego pewien radziecki fotograf nie zrobił światowej kariery*, www.wpolityce.pl/polityka/387378-chatyn-i-katyn-czyli-dlaczego-pewien-radziecki-fotograf-nie-zrobil-swiatowej-kariery [dostęp: 10.06.2020].

²⁶ V. Volkoff, op. cit., s. 40–41, 44.

czy zwrot adresatywny „towarzyszu” można zaliczyć do określonej symboliki kojarzonej z socjalizmem²⁷.

Jak budowano symbole w Związku Radzieckim? Obrazowym ujęciem tego procesu jest piramida. Jej podstawę stanowi doktryna marksistowska. Kolejnym poziomem jest program, np. program partii socjalistycznej. Następnie krystalizują się slogany, np. „Precz z kapitalizmem”. Na samym szczycie piramidy znajduje się symbol. W tym wypadku można mówić np. o sierpnie i młocie czy o czerwonej gwiazdce jako o symbolach kojarzonych bezpośrednio z komunizmem²⁸.

Wśród symboli z pewnością można wyróżnić symbole dźwiękowe. Do najbardziej znanych można zaliczyć pieśni komunistyczne, np. *Międzynarodówkę*²⁹. Największą rolę odegrały jednak w historii propagandy komunistycznej symbole o charakterze wizualnym. To właśnie ten rodzaj komunikacji stał się kanałem, przez który najefektywniej trafiano do ludu. Wynikało to m.in. z tego, że już w wieku XIX społeczeństwo rosyjskie było ukierunkowane na odbieranie komunikatów o takim charakterze, co zostało uwarunkowane praktykami w kościele prawosławnym i istnieniem bogatej ikonografii. Szczególnie istotnym elementem był kolor. Rosyjskie słowo *krasnyj* zawiera w sobie dwa znaczenia: piękny i czerwony. Kojarzy się z walką, męczeństwem, energią, działaniem³⁰. Ta barwa odegrała później znaczącą rolę w historii radzieckiego plakatu. Stanisław Cat-Mackiewicz w swojej publikacji także podkreślał, że podczas swojego pobytu w Związku Radzieckim zauważył na ulicach czerwone płachty, które „pobudzały i podniecały obywatela sowieckiego nastrojem rewolucyjnym”³¹.

Bardzo istotną rolę w szerzeniu propagandy odgrywały zatem plakaty. Były one rozpowszechniane na masową skalę za pomocą ulotek, a także w kinach czy nawet specjalnych pociągach. Takim pociągiem, w którym była dru-

²⁷ Ibidem, s. 27–28.

²⁸ Ibidem, s. 32.

²⁹ Ibidem, s. 35.

³⁰ S. Boylston, *A study of Soviet propaganda*, 2003, s. 2, https://www.academia.edu/6387163/A_Study_of_Soviet_Propaganda [dostęp: 10.06.2020].

³¹ S. Cat-Mackiewicz, op. cit., s. 15.

karnia, a także sala do ekspozycji, podróżował np. Trocki³². Zwykle rysowano je w bardzo wyrazistych barwach, z przewagą czerwieni. Przykład stanowić może twórczość Alexandra Apsita, radzieckiego malarza, autora plakatu *Do oszukanych braci*, na którym mężczyzna, przedstawiciel proletariatu, odziany w wyrazistą, czerwoną szatę uderza maczugą w głowę cara Mikołaja II³³. Znanym autorem plakatów był także Nikolai Kochergin. Starał się on dotrzeć do odbiorcy, używając jasnych komunikatów, wzywających do mobilizacji społecznej, np. na plakacie *Wróg u bram! Wszyscy bronić Pietrogradu!*³⁴. Ponadto na ilustracjach można dojrzeć wyraziste postacie, które są w ruchu, bardzo często przedstawiane w kolorze czerwonym.

Powracając do rozważań o symbolach, tymi najczęściej pojawiającymi się na plakatach były postacie robotnika-bohatera. Na początku w tej roli przedstawiano zwykle kowala, później zaprzestano nadmiernego wykorzystywania tego wizerunku, by za jakiś czas znów do niego wrócić. Starano się przedstawiać robotników w ruchu, by zachęcić lud do zwiększenia produktywności³⁵.

Kolejnym motywem pojawiającym się na plakatach była postać kobiety. Na początku ukazywano ją często jako pomagającą mężczyźnie przy pracy. Miało to symbolizować jednoczenie się i wspólne dążenie do celu. Później na plakatach zaczęły pojawiać się młode kobiety, zachwalające uroki kołchozów³⁶. Przykładem jest plakat pt. *Kobiety w kołchozach – większa siła*³⁷. Do innych typowych motywów plakatowych można zaliczyć postacie przy-

³² V. Volkoff, op. cit., s. 45.

³³ J. Simkin, *Alexander Apsit*, www.spartacus-educational.com/Alexander_Apsit.htm [dostęp: 10.10.2020].

³⁴ *Vrag u vorot!!! Vse na zashchitu Petrograda*, <https://digitallibrary.usc.edu/CS.aspx?VP3=DamView&VBID=2A3BXZ2BLDE7&SMLS=1&RW=1920&RH=937> [dostęp: 10.06.2020].

³⁵ S. Boylston, op. cit.

³⁶ Ibidem, s. 5.

³⁷ A. Timofeychev, *10 posters backing the struggle for Soviet women's rights*, <https://www.rbth.com/history/329242-10-posters-struggle-for-women-rights> [dostęp: 10.06.2020].

wódców, np. Lenina czy Stalina, postacie wroga, np. nazistów oraz sylwetki żołnierzy radzieckich³⁸.

*

Podobna sytuacja występowała w obszarze literatury. Jak wspominał Cat-Mackiewicz, została ona całkowicie zdominowana przez tematy związane z hasłami kojarzonymi bezpośrednio z ówczesnym systemem politycznym i stylem życia. Podaje on przykład kolchozów oraz „chlebozagotówek”, którymi nazywano obowiązkowe zbiory produktów rolnych. Tematy książek – jeśli nie dotyczyły bezpośrednio kwestii uprzemysłowienia czy ogólnej wydajności pracy – przynajmniej pośrednio o tym traktowały³⁹. Mackiewicz odnosił się także do osoby Mykoły Chwyłowego, ukraińskiego pisarza, autora powieści *Słonki*, która została uznana za niezgodną z linią partyjną, a wręcz za kontrrewolucyjną, gdyż zawierała opis krajobrazu. Według cenzorów powinno się w okresie trwania planu pięcioletniego unikać tego typu treści, gdyż należało na każdym kroku podkreślać wagę industrializacji. Mackiewicz podkreślił, że w Związku Sowieckim już nawet Szekspira nie potrafiono interpretować inaczej niż za pomocą Marksa⁴⁰.

Cat-Mackiewicz wspominał także w swoim utworze o całkowitym zakazie śpiewania romansów cygańskich, które określano mianem burżuazyjnej, prowadzącej do upadku człowieka rozrywki. Erotyka według propagandzistów odciągała bowiem obywateli od jedyne go celu, jakim było uczynienie Związku Radzieckiego największą światową potęgą⁴¹. Teatr również nie istniał w takim wymiarze, w jakim znano go za czasów rządów caratu. Sztukę teatralną zdominowały utwory proletariackie, z dominującymi wątkami dotyczącymi życia na wsi i kolektywizacji⁴². Bardzo często ukazywano także motywy walki. Cat-Mackiewicz wspominał o sztuce pt. *Chleb*, granej

³⁸ S. Boylston, op. cit.

³⁹ S. Cat-Mackiewicz, op. cit., s. 30.

⁴⁰ Ibidem, s. 118.

⁴¹ Ibidem, s. 30.

⁴² Ibidem, s. 33.

w Teatrze Stanislawskiego w Moskwie w latach 30. Głównym jej motywem była przejawiona walka między bolszewikami a mienszewikami na przykładzie historii dwóch urzędników wysłanych na wieś do ściągania ziarna⁴³. Mackiewicz nazwał ówczesną sztukę antykulturą⁴⁴. W kinematografii radzieckiej szczególne miejsce zaś zajmował film pt. *Pancernik Potiomkin*. Był to najbardziej sztandarowy przykład radzieckiego kina propagandowego. Fabuła opierała się na motywie buntu rosyjskich marynarzy wobec carskiego dowództwa w 1905 r. Do tej pory uznawany jest za jeden z najważniejszych filmów w historii kina⁴⁵.

Spółeczeństwo sowieckie w obliczu propagandy

W Związku Sowieckim propaganda spowodowała prawdziwe spustoszenie wśród społeczeństwa i w gruncie rzeczy można ocenić ją jako efektywne narzędzie, służące do osiągnięcia celu przez komunistów, jakim było utrzymanie przy władzy partii oraz utrzymanie systemu komunistycznego w ogóle. Już sam tytuł książki Cat-Mackiewicza *Myśl w obcęgach* stanowi niejako potwierdzenie stopnia jej skuteczności – społeczeństwo radzieckie zostało w zupełności pozbawione jasnego oglądu sytuacji, zdominowane przez treści propagandowe, narzucane mu przez władzę. Mackiewicz w wielu fragmentach przedstawia obraz społeczeństwa radzieckiego lat 30. XX w. Na szczególną uwagę zasługuje rozdział pt. *Liszeniec*, przedstawiający sytuację życiową jednostek, które według komunistycznego światopoglądu miały być usunięte poza nawias społeczeństwa. Wyrazem „liszeniec” nazywano właśnie takie osoby: duchownych każdego wyznania, ludzi, którzy mieli do czynienia z procesami politycznymi za czasów carskich, oraz tych, którzy

⁴³ Ibidem, s. 36–37.

⁴⁴ Ibidem, s. 33.

⁴⁵ T. Urbaś, *Mistrzostwo propagandy w Pancerniku Potiomkin Eisensteina*, <https://www.mpolska24.pl/post/7080/mistrzostwo-propagandy-w-pancerniku-potiomkin-eisensteina> [dostęp: 10.06.2020].

eksploatowali pracę najemnika, a więc wszystkich pochodzących z zamożniejszych grup społecznych⁴⁶. Ci wykorzystujący pracę najemną byli z kolei określani jako tzw. kułacy, czyli bogaci chłopci, którzy uznani zostali za zdzierców, zdrajców i wrogów klasowych. Było to określenie nacechowane pejoratywnie⁴⁷. Liszeńcy zostali pozbawieni praw społecznych, przede wszystkim prawa do kształcenia swoich dzieci oraz prawa do sprawiedliwego osądu. Kułacy byli okradani, zabierano im bydło i niszczone mienie, a ich dzieci wyrzucano z uniwersytetów. Szczególną nienawiść odczuwano także względem popów⁴⁸.

W społeczeństwie radzieckim faworyzowano robotników. Żyli oni lepiej niż inne warstwy społeczne, ale i tak cały czas gorzej niż w innych krajach. Umożliwiano im kształcenie na uniwersytetach, starano się w nich ukształtować antyreligijność i przywiązanie do ustroju, a także otoczyć kultem pracy. Wzywano do rywalizacji. Dzieci z kolei od najmłodszych lat były angażowane do wypełniania specjalnych ankiet dotyczących swojej rodziny, co z kolei stanowiło materiał dla GPU (policji politycznej). Socjalizacja pierwotna odbywała się pod znakiem wychowania w duchu obowiązującej ideologii – nawet zabawki odnosiły się do symboli komunizmu. Mackiewicz wspominał bowiem o grach typu „kołchoz” czy „bój awiacyjny”. Nie było prawdziwej nauki, wszystko analizowano pod kątem „walki klas”⁴⁹.

Mackiewicz, używając wyrażenia „myśl w obcęgach”, odnosi się do cech społeczeństwa sowieckiego. Jest ono według niego zahipnotyzowane i żyje w ułudzie. Wypiera wszechobecną biedę, a nawet projektuje pewne zdarzenia. Przytacza on przykład mężczyzny, który w przedziale pociągu opowiadał, że kobiety na wsi nosiły pończochy, co oczywiście nie było prawdą, gdyż chłopci w tamtym czasie byli ubodzy. Jeżeli już nawet pewne przejawy ubóstwa były zauważane, to tłumaczono to postępującą industrializacją i koniecznością ponoszenia pewnych kosztów z tym związanych. W wielu miejscach można

⁴⁶ S. Cat-Mackiewicz, op. cit., s. 83.

⁴⁷ M. Żurawski, *Literatura czerwonego dworu*, Warszawa 2015, s. 260.

⁴⁸ S. Cat-Mackiewicz, op. cit., s. 14, 78–79, 81–82, 106.

⁴⁹ *Ibidem*, s. 16, 41, 49, 60, 71–72, 118–119, 124.

było spotkać tablice statystyczne, ukazujące, jak trudno żyje się w państwach o ustroju kapitalistycznym⁵⁰.

W społeczeństwie sowieckim walczone z wszelkimi przejawami romantyzmu i idealizmu, a także indywidualizmu. Starano się odciągnąć obywateli od wszelkich rozrywek, bo to uniemożliwiłoby utrzymywanie społeczeństwa w „stanie rewolucyjnego napięcia”. Mackiewicz przytacza także słowa Anatolija Łunaczarskiego, radzieckiego filozofa i teoretyka kultury, który tzw. dancingroomy określił mianem „balu kapitalistycznego szatana”⁵¹.

Mackiewicz w podsumowaniu upodobił społeczeństwo sowieckie do palimpsestu, a więc rękopisu spisane na używanym już wcześniej materiale piśmiennym, z którego usunięto poprzedni tekst. Chociaż szeroko zakrojona propaganda opanowała większość ludzkich umysłów, a historia Rosjan pisana była na nowo, to w narodzie cały czas trwała jeszcze pamięć o przeszłych czasach, zwłaszcza u ludzi starszych. Byli oni najczęściej sceptyczni wobec nowych zasad życia społecznego. Mackiewicz użył sformułowania: „spod grażdanki wylania się cyrylica”⁵². Zaznaczyć jednak należy, że osób, które nie zgadzały się z dominującą linią przekazu, było zdecydowanie mniej. Można zatem przyznać, że propaganda sowiecka miała znaczny wpływ na społeczeństwo, które w zupełności przyswoiło przekazywane treści. Sukces radzieckiej propagandy polegał w dużej mierze na nadaniu znanym już symbolom nowego znaczenia, powiązanego z obowiązującą ideologią.

Podsumowanie

Propaganda to zjawisko, które funkcjonuje w społeczeństwach od dawna i dotyczy nawet tych czasów, kiedy to władza nie była związana z formalnie istniejącymi instytucjami. Propaganda to komunikowanie, które dokonuje się na drodze zarządzania opinią publiczną, manipulacji zachowań i kontroli

⁵⁰ Ibidem, s. 42–43, 66–67.

⁵¹ Ibidem, s. 20, 47, 62, 125.

⁵² Ibidem, s. 131–134, 183–184.

przekazywanych informacji. Spełnia różne funkcje, m.in. integracyjną, informacyjną, adaptacyjną, dezinformacyjną i demaskatorską. Występuje we wszystkich systemach politycznych, zarówno otwartych, jak i zamkniętych, i w zależności od formy ustrojowej, charakteryzuje się zróżnicowaniem w zakresie struktury własnościowej mediów oraz celów i specyficznych metod jej uprawiania. W systemie komunistycznym media były w zupełności kontrolowane przez władzę i stanowiły narzędzie, za pomocą którego obywatele stawali się zwolennikami funkcjonującego modelu rządzenia. Do uprawiania propagandy wykorzystywano liczne kanały przekazywania informacji, takie jak radio, prasa, telewizja, literatura. Istotny element stanowiły charakterystyczne plakaty, które za pomocą gry barw i kształtów oddziaływały na warstwę emocjonalną człowieka i motywowały do walki. Komunistyczny system propagandowy bazował także na symbolizmie. Do charakterystycznych symboli radzieckich można było zaliczyć symbol robotnika oraz kobiety-kolchoźnicy.

Interesujące studium funkcjonowania i skutków propagandy w Związku Radzieckim stanowiła m.in. publikacja Stanisława Cat-Mackiewicza *Myśl w obcęgach. Studia nad psychologią społeczeństwa Sowietów*, który w latach 30. XX w. wybrał się w podróż do Związku Radzieckiego, a następnie spisał swoje wspomnienia. Propaganda radziecka odcisnęła piętno na społeczeństwie i można z całą pewnością stwierdzić, że była skuteczna.

| BIBLIOGRAFIA

1. Boylston S., *A study of Soviet propaganda*, https://www.academia.edu/6387163/A_Study_of_Soviet_Propaganda [dostęp: 10.06.2020].
2. Cat-Mackiewicz S., *Myśl w obcęgach. Studia nad psychologią społeczeństwa Sowietów*, Kraków 2012.
3. Dobek-Ostrowska B., Frasz J., Ociepka B., *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999.
4. Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007.
5. Ellul J., *Propaganda*, New York 1965.

6. Ellul J., *Propagandes*, Paris 1990.
7. Jowett G.S., O'Donnell V., *Propaganda as a Form of Communication*, [w:] T.J. Smith III (red.), *Propaganda. A Pluralistic Perspective*, New York, London 1989.
8. Krech D., Crutchfield R., *Theory and Problems of Social Psychology*, New York 1948.
9. Qualter T. H., *Propaganda and Psychological Welfare*, New York 1962.
10. Schutte M., *Politische Werbung und totalitare Propaganda*, Düsseldorf–Wien 1968.
11. Simkin J., *Alexander Apsit*, www.spartacus-educational.com/Alexander_Apsit.htm [dostęp: 10.10.2020].
12. Skwieciński P., *Chatyń i Katyń, czyli dlaczego pewien radziecki fotograf nie zrobił światowej kariery*, www.wpolityce.pl/polityka/387378-chatyn-i-katyn-czyli-dlaczego-pewien-radziecki-fotograf-nie-zrobil-swiatowej-kariery [dostęp: 10.06.2020].
13. Timofeychev A., *10 posters backing the struggle for Soviet women's rights*, <https://www.rbth.com/history/329242-10-posters-struggle-for-women-rights> [dostęp: 10.06.2020].
14. Urbaś T., *Mistrzostwo propagandy w Pancerniku Potiomkin Eisensteina*, <https://www.mpolska24.pl/post/7080/mistrzostwo-propagandy-w-pancerniku-potiomkin-eisensteina> [dostęp: 10.06.2020].
15. Volkoff V., *Psychosocjotechnika, dezinformacja – oręż wojny*, Komorów 1999.
16. *Vrag u vorot!!! Vse na zashchitu Petrograda*, <https://digitallibrary.usc.edu/CS.aspx?VP3=DamView&VBID=2A3BXZ2BLDE7&SMLS=1&RW=1920&RH=937> [dostęp: 10.06.2020].
17. Weischenberg S., *Journalistik*, Bd. 1: *Mediensysteme, Medienthik, Medieninstitutionen*, Opladen 1992.
18. Żurawski M., *Literatura czerwonego dworu*, Warszawa 2015.