

Przemawianie do masowej wyobraźni – kiedyś i dziś

z Krzysztofem T. Toeplitzem rozmawia Agata Stafiej

Czy można propagandę komunistyczną nazwać prababcią dzisiejszej reklamy społecznej?

Z całą pewnością tak. Zastanawiałem się nad tym i myślę, że w ogóle chyba nie może być żadnego systemu społecznego, który nie stawia sobie pewnych ogólnych zadań w zakresie kształtowania nie tylko postaw, ale i odruchów ludzkich. Takich przekonań, które gdzieś osiadają, są przyjmowane jako podstawowe, które nie wymagają nawet takiej dokładnej egzemplifikacji, ale które są raczej nastawieniem odbiorcy. I jeżeli się z tego punktu widzenia spojrzy na okres powojenny do końca lat 80., bo to mniej więcej w tym okresie się sprawdzało, można powiedzieć, że dzisiaj mamy do czynienia głównie z dominacją postaw czy perswazji związanych, tak czy inaczej, z postawami komercyjnymi, z postawami konsumenta. W gruncie rzeczy, staramy się stworzyć społeczeństwo konsumentów. I w związku z tym i w drobnych sprawach, i w szerokim zakresie, staramy się wyrabiać te postawy.

Natomiast wtedy istotną sprawą było przygotowywanie czy też nastawianie społeczeństwa do pewnych historycznych ruchów, przemian społecznych. Możemy to poprzeć od razu pewnymi hasłami. Dla mnie sprawdzianem trafności hasła jest to, czy wchodzi ono później w język potoczny, zaczyna funkcjonować bądź to w ironicznym kontekście, bądź to na serio, po prostu w dialogu.

Przypomnijmy sobie takie hasło: „Nie matura, lecz chęć szczerą zrobi z ciebie oficera”. Powstało ono tuż po wojnie i miało na celu oczywiście nie tylko werbunek do szkół wojskowych, ale również pokazanie egalitarnego charakteru społeczeństwa. Komunikat brzmiał – budujemy społeczeństwo egalitarne. Matura rozumiana była tu tak jak przed wojną, jako awans do klasy inteligencji. Tradycja jeszcze austro-węgierska, co zostało przyjęte w okresie przedwojennym, narzucała zasadę, że żołnierz, nawet jeżeli nie był oficerem, ale szeregowcem, nosił na pagonie sznureczek biało-czerwony, który oznaczał, że ma maturę, tym samym, że jest człowiekiem, który należy do innej klasy społecznej. A z tego wynikały przywileje, takie jak np.: wstęp do klubu oficerskiego, niedostępny dla szeregowców bez cenzusu. To hasło było namową, aby stawać się społeczeństwem egalitarnym, obaliliśmy cenzus – jesteśmy równi.

Drugie hasło, które było też szalenie popularne tuż po wojnie: „Na zachód, po ziemię ojców i dobrobyt”.

Krzysztof Teodor Toeplitz, publicysta, krytyk, scenarzysta. W latach 1965–1969 redaktor naczelny „Szpilek”, w latach 80. felietonista „Polityki”, w latach 1994–1997 naczelny „Wiadomości Kulturalnych”. Autor ponad 20 książek eseistycznych, m.in.: „Mieszkańcy masowej wyobraźni”, „Kultura w stylu blue-jeans”, „Wszystko dla wszystkich”, „Najkrótsze stulecie”. Autor scenariuszy seriali telewizyjnych (m.in. „Czterdzieściolatek”) oraz filmów, w tym: „Dzięcioł”, „Miłość ci wszystko wybaczy”. Wykładowca PWST w Warszawie, PWSFTviT w Łodzi oraz Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie.



Chodziło o to, aby ludność „przesadzić”. Nie tylko tę, która siłą rzeczy musiała się tam dostać, tzn. z terenów wschodnich, ale również z Polski centralnej, wciągając na ziemie tzw. odzyskane. Dla mnie jest to przykład, jak pewne ogólne hasło ma przemówić do wyobraźni społecznej, namawiając społeczeństwo do wzięcia udziału w procesie, który był wielką migracją. Znajdujemy dwa argumenty tego procesu w tym hasle. Mianowicie: to jest ziemia ojców. Uważano je za ziemie piastowskie, które nam się słusznie należą od dawna i w związku z tym musimy je odzyskać. I argument drugi – tam czeka dobrobyt.

Było to dosyć dziwaczne, bo hasło dobrobytu właściwie nie występowało aż do lat 70. w pedagogice społecznej okresu PRL-u. Nie mówiło się o dobrobycie, ale o osiągnięciach zbiorowych. Dopiero na tym polegał nowy etap, zapoczątkowany przez „epokę gierkowską”. Natomiast w tym czasie hasłem, które weszło do obiegu, było: „Cały naród buduje stolicę”. A więc odbudowa Warszawy, jako zadanie ogólnonarodowe, bez obietnicy, że to będzie dobrobyt, tylko to stanie się symbolem wspaniałego państwa.

I właściwie takimi chwytami ogólnymi, które te trzy hasła, moim zdaniem, ilustrują, operował ten system. Były to chwytły właściwie nie propagandy, a pedagogiki społecznej, wykorzystywane mniej więcej do lat 70. Wówczas, jak mi się wydaje, następuje pewna zmiana jakości perswazji.

Cała „epoka gierkowska” była próbą włączenia Polski w proces bogacenia się indywidualnego, który na Zachodzie był niezwykle rozwinięty. Wiadomo było, że już nie uda się działać tylko na zasadzie kolektywnego wysiłku, który ma chociażby odbudować stolicę czy zbudować przemysł, tylko że ludzie chcą coś z tego mieć.

Wtedy, jak wiemy, powstaje hasło: „Żeby Polska rosła w siłę, a ludzie żyli dostatniej”, jako główne założenie systemu tego okresu. Myślę, że było to dość precyzyjne sformułowanie określające, o co chodziło politykom. To oni przecież nadawali ton i kierunek tamtej działalności. Chciano pogodzić jednocześnie siłę państwa, znaczenie państwa z jednoczesną korzyścią poszczególnych ludzi. To, jak wiemy, wymagało nie tylko zmiany politycznej, ale również przekonania o własnej wartości. Nasze społeczeństwo miało już w tym okresie przecież poczucie pewnego kompleksu. Wiedzano, że kraje Zachodu rozwijają się szybciej, są bardziej kolorowe, zdecydowanie zasobniejsze, że mają więcej rozmaitych swobód, że jest tam, krótko mówiąc, lepiej.

A więc ta świadomość powodowała nie tylko poczucie wadliwości systemu, ale również pewien rodzaj kompleksu osobistego, że my mamy dwie lewe ręce, że nam coś nie wychodzi. Z tego się rodzi hasło: „Polak potrafi”. Zawołanie to używane do dzisiaj w rozmaitych kontekstach miało na celu podbudować nasze samopoczucie.

To jest przegląd haseł, który pokazuje charakter tej perswazji masowej. Hasła, które jakoś się rymowały, bądź to z procesami historycznymi, politycznymi, zachodzącymi w kraju, bądź to miały moderować ogólne samopoczucie narodu. Reklama czy też wszelka promocja konsumpcyjna wzywa do konkretnych działań. Tam nie chodziło o to, ale raczej o wytworzenie pewnych przekonań, kształtowanie takich postaw.

[Jakimi narzędziami posługiwano się w tamtej zamierzonej „perswazji masowej”?](#)

Te narzędzia w gruncie rzeczy były zupełnie inne niż dzisiaj. W pierwszym okresie nie istniało takie zjawisko jak telewizja. Dopiero od lat 60. można było na nią liczyć, jako na instrument do promowania czegokolwiek. W jakimś sensie taką rolę spełniało radio, ale przede wszystkim prasa i plakat. Wszystkie hasła były drukowane głównie na plakatach. Oczywiście, takie zjawisko jak billboardy, plakaty wielkoformatowe nie