



Panu prof. dr. hab. Kazimierzowi Robakowskiemu

Dyrektorowi Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa w latach 1991–2008; wybitnemu uczonemu; historykowi; politologowi; specjalście w dziedzinie najnowszej historii politycznej Polski; autorowi kilkuset publikacji, w tym kilku książek oraz wielu artykułów, studiów, recenzji, biogramów, sprawozdań i innych opracowań; wielokrotnemu promotorowi i recenzentowi; niezwykle szanowanemu nauczycielowi akademickiemu i wychowawcy; niezawodnemu przyjacielowi

Dziekan i pozostali pracownicy oraz doktoranci
Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM

MIĘDZY HISTORIA A POLITOLOGIA.

WYBÓR PROBLEMÓW

Praca zbiorowa pod redakcją naukową

TADEUSZA WALLASA



Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM
Poznań 2010

spojrzenia na te smutne wydarzenia – zwłaszcza że mają one wydźwięk *par excellence* polityczny, a zatem i propagandowy –przynajmniej kilkumiesięcznego dystansu²⁶.

²⁶ Sygnalizuję tu zamiar pogłębionego w odniesieniu do XX i początków XXI wieku ujęcia tematu z pozycji historyka i politologa. Odwołując się zaś do nader skromnego stanu badań w odniesieniu do nowszych przejawów *pompa funebris*, należy na tym miejscu zwrócić uwagę na kompetentne studia dra Macieja Kijowskiego: *O ciąży na prezydencie RP powinności udziału w pogrzebach poprzedników. Kilka uwag na marginesie konstytucyjnych unormowań ciągłości władzy państwowej, godności człowieka i świeckości państwa*, w: *Godność obywatela, urzędu i instytucji. Zmiany prawnoustrojowe prokuratury RP*, Konferencja naukowa, Rzeszów 24 maja 2005 r., red. H. Zięba-Zachucka, M. Kijowski, Rzeszów 2005, s. 150–191; idem, *Z badań nad miejscami pochówku polskich monarchów*, w: *Państwo, prawo, społeczeństwo w dziejach Europy Środkowej. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Józefowi Ciągwie w siedemdziesięciolecie urodzin*, Katowice–Kraków 2009, s. 311–317; *Pogrzeb państwowy z tytułu zasług. Prawo i praktyka*, „Studia Prawnicze KUL”, nr 4(36), Lublin 2008, wyd. 2009, s. 53–85. Ibidem (s. 65) wzmianka o zaskakującej decyzji Kancelarii Prezydenta RP Lecha Kaczyńskiego o odpłatnym (3 tys. zł) udostępnieniu Belwederu na pogrzeb prof. Bronisława Geremka w dniu 21 lipca 2008 r. Prezesowi Rady Ministrów. Wywołałoby to zdumienie opinii publicznej, jako że pogrzeb wybitnego polityka miał uroczysty charakter i odbił się szerokim echem nie tylko w polskich środkach masowego przekazu.

Łukasz SCHEFFS

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Poznań

Totalitarna propaganda III Rzeszy

*Niniejszy tekst dedykuję
profesorowi UAM doktorowi habilitowanemu
Kazimierzowi Robakowskiemu*

Wprowadzenie

Każdy system polityczny dla sprawnego funkcjonowania wymaga poparcia obywateli¹. Nie inaczej jest w przypadku totalitarnego systemu sprawowania władzy, dla którego poszukuje się uprawomocnienia i formuły, na podstawie której to uprawomocnienie może nastąpić². Z pewnością jednym z instrumentów owej legitymizacji³ jest propaganda, która w swoim oddziaływaniu bardzo często posługuje się stereotypami i sama

¹ David Beetham wskazał na dwa rodzaje poparcia danego systemu politycznego: w ramach procesu wyborczego oraz poparcie typu mobilizacyjnego. Zastrzegł jednak, iż poparcie to można odnaleźć także w systemie niedemokratycznym. Dotyczy to przede wszystkim poparcia mobilizacyjnego. Brak instytucji wyborów nie musi bowiem oznaczać braku legitymizacji. Mobilizacyjny typ legitymizacji zakłada, że poparcie wyrażone jest przez długotrwałą masową aktywność obywateli i współpracę z rządem, realizującą określone cele. Legitymizowane w ten sposób systemy sprawowania władzy są zazwyczaj wynikiem rewolucji, a masowa mobilizacja polityczna jest postrzegana jako kontynuacja procesów rewolucyjnych. D. Beetham, *Legitymizacja władzy*, w: *Władza i społeczeństwo*, red. J. Szczupczyński, Warszawa 1995, s. 299.

² P. Pawełczyk, *Legitymizacja totalitarnego systemu sprawowania władzy*, w: *Totalitaryzm. Wybrane problemy teorii i praktyki*, red. T. Wallas, Poznań 2003, s. 87.

³ Źródłostów terminu legitymizacja (ang. – *legitimacy, legitimisation, legitimisation of authority, legitimisation of the power*; franc. – *legitime*; ros. – *legitimnost*) pochodzi bądź od łacińskiego słowa *legitimus*, czyli zgodny z prawem (*lex* – prawo), bądź od słowa wywodzącego się z łaciny średniowiecznej – *legitimo*. Legitymizacja to proces wiodący do legitymacji (prawomocności) – pewnego ogólnie akceptowanego stanu systemu politycznego, ładu społecznego. W. Sokół, *Legitymizacja systemów politycznych*, Lublin 1997, s. 15–16. Legitymizacja (legitymizacja polityczna) bywa również traktowana jako „skomplikowany, wielowymiarowy i wielowątkowy proces wytwarzania akceptacji dla systemu politycznego i podmiotów władzy politycznej”. Cyt.: L. Sobkowiak, *Legitymizacja polityczna*, w: *Studia z teorii polityki*, t. 2, red. A. W. Jabłoński, L. Sobkowiak, Wrocław 1998, s. 156. Właściwym celem legitymizacji jest skuteczność i przetrwanie rzeczywistości społecznej rozpatrywanej na płaszczyźnie obiektywnej i subiektywnej, zachowanie i gwarancja stabilności społecznie wytwarzanych definicji rzeczywistości społecznej, jej struktur i zachodzących w niej procesów społecznych. Legitymizacja stanowi podstawę integracji społeczno-kulturowej i służy zachowaniu ładu społecznego. Zgodnie ze swoim łacińskim znaczeniem jest traktowana jako „zgodność z prawem”, „prawość”, „prawowitość”, „należytość”. W. Świątkiewicz, *Wprowadzenie. Legitymizacja: zagadnienia podstawowe*, w: *Świat społeczny i jego legitymizacja*, red. W. Świątkiewicz, Katowice 1993, s. 7.

określana jest w społecznej świadomości przez ujemnie zabarwiony stereotyp⁴. Nie ulega wątpliwości, że propaganda funkcjonuje także w systemie demokratycznym, jednak w ludzkiej świadomości wiąże się przede wszystkim ze „złą propagandą”, która była (jest) cechą charakterystyczną systemów niedemokratycznych⁵.

Propaganda to szerzenie jakichś poglądów, idei, hasel; to działanie mające na celu pozyskanie kogoś dla określonej idei lub akcji⁶. Termin propaganda wszedł do powszechnego użycia dopiero w XX wieku dla określenia taktyk perswazyjnych wykorzystywanych w okresie I wojny światowej, by następnie zostać „twórczo” rozwinięty przez reżimy totalitarne – faszyzm i komunizm. Pierwotnie przez propagandę rozumiano rozpowszechnianie stronnicych idei i poglądów z wykorzystaniem kłamstwa, podstępów i niedomówień. Dopiero dzięki dogłębnej analizie ustalono, że propaganda nie była, i nie jest cechą wyłącznie złych reżimów, o czym była już mowa, i że często nie ogranicza się do sprytnego oszustwa. Od tego też momentu znaczenie słowa propaganda objęło również sugestie i wywieranie wpływu poprzez manipulację symbolami i przy wykorzystaniu mechanizmów psychologicznych tłumy. Stąd też konstatacja, iż propaganda obejmuje, tak zręczne posługiwanie się obrazami, sloganami i symbolami, jak i odwołuje się do naszych uprzedzeń i emocji; jest komunikowaniem (przekazywaniem, prezentowaniem) pewnego punktu widzenia, mającym na celu skłonienie odbiorcy do „dobrowolnego” przyjęcia tego punktu widzenia za swój⁷.

Propaganda jest więc jedną z wielu form komunikowania, rozumianego jako proces porozumiewania się ludzi, którzy odgrywają w nim zróżnicowane role. Współcześnie propaganda jest najbardziej zinstytucjonalizowaną formą komunikowania. Jej nadawcami są przede wszystkim organizacje, instytucje, takie jak: rządy, partie polityczne i różnego rodzaju organizacje społeczno-polityczne; korporacje, kościoły i związki wyznaniowe, instytucje wychowawcze i kształcące, elity polityczne etc.⁸ Ponadto jako złożony proces komunikowania propaganda odpowiedzialna jest za tworzenie mitów i legend. Jest to osobliwa sztuka zachęcania ludzi do czynienia tego, czego by nie zrobili, gdyby dysponowali szerokim spektrum danych dotyczących przedstawianej rzeczywistości. Działania propagandowe w swej czystej formie mają spowodować osiągnięcie celów, przyjęcie postaw i zainicjować działania jednostek lub grup społecznych zgodne z ich aspiracjami i dążeniami⁹.

Dla autora niniejszego opracowania istotne w procesie poznania fenomenu propagandy jest odwołanie się do reżimu politycznego Niemiec i dwóch historycznych postaci, które niewątpliwie w sposób „mistrzowski” wykorzystwały propagandę dla

⁴ M. Szczulewski, *Propaganda polityczna. Zarys problematyki teoretycznej*, Warszawa 1972, s. 12.

⁵ Szerzej: P. Pawełczyk, *Propaganda demokracji masowej*, „Przegląd Politologiczny” 2003, nr 1, s. 103.

⁶ *Słownik wyrazów obcych PWN. Wydanie nowe*, Warszawa 1997, s. 906.

⁷ A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, Warszawa 2008, s. 17.

⁸ B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999, s. 7–8.

⁹ P. Kołtunowski, *Metody kształtowania morale wojennego na podstawie tekstów przemówień Ministra Propagandy III Rzeszy Josepha Goebbelsa z okresu drugiej wojny światowej: aspekt argumentacyjno-psychologiczny*, Lublin 1995, s. 180.

realizacji swoich politycznych planów. Artykuł ten nie jest jednak (a przynajmniej nie było to intencją autora) zachwytem nad kunsztem propagandystów III Rzeszy – Adolfa Hitlera i Josepha Goebbelsa, lecz studium przypadku, w którym kłamstwo, oszustwo i manipulacja z cynizmem i wyrachowaniem zostały wykorzystane dla realizacji zbrodnicy planu zapisanego na kartach *Mein Kampf*¹⁰.

Niniejszy tekst jest zatem nieśmiałą próbą krótkiej charakterystyki czarnej propagandy nazistowskich Niemiec. Analiza ta ogranicza się jedynie do zaprezentowania najistotniejszych technik propagandowych III Rzeszy. Poza głównym nurtem prowadzonych tu rozważań znalazł się cały kontekst społeczny, tworzący układ czynników determinujących możliwości propagandowego oddziaływania hitlerizmu. Niewątpliwie w każdej refleksji nad politycznymi strategiami propagandowymi pierwszoplanową rolę odgrywają uwarunkowania systemowe: typ systemu politycznego, normy prawne, sytuacja społeczna i ekonomiczna¹¹. Jednak bogata literatura historyczna, w której wielokrotnie podejmowano problem nazizmu jego politycznych i społecznych przyczyn, wydaje się wystarczającym źródłem informacji także w odniesieniu do korzeni nazistowskiej propagandy. Nam pozostaje odpowiedzieć na pytanie, jak to specyficzne komunikowanie wyglądało w rzeczywistości? Innymi słowy, na czym polegał fenomen propagandy w ruchu narodowosocjalistycznym?

Propaganda i walka o władzę

„Propaganda powinna odwoływać się przede wszystkim do emocji i tylko w bardzo ograniczonym stopniu do tak zwanego intelektu. Musimy unikać wygórowanych żądań intelektualnych. Zdolność przyjmowania przez masy treści politycznych jest bardzo ograniczona, a możliwości zrozumienia ich niewielkie; z drugiej strony [masy] mają pewną zdolność zapamiętywania. Dlatego skuteczna propaganda musi się ograniczać do niewielu punktów, aż każdy zrozumie, co przez ten slogan chce się powiedzieć”¹². Wydaje się, że to jedno z najbardziej dosadnych stwierdzeń Hitlera, które wyznacza zasadniczy program propagandy nazistowskiej. A jak wyglądał aspekt praktyczny tego programu, jak naziści realizowali swoje założenia teoretyczne?

NSDAP (Nationalsozialistische Deutsche Arbeitspartei, Narodowosocjalistyczna Niemiecka Partia Robotnicza) i jej przywódca zdobyli władzę w wyniku zwycięstwa w demokratycznych wyborach i utworzenia rządu koalicyjnego. Trudno jednak stwierdzić, że metody jakimi posługiwali się w realizacji tego celu były w pełni demokratyczne; na pewno były skuteczne. Narodowosocjalistyczna Niemiecka Partia Robotnicza była bowiem jedyną, nie licząc komunistów, formacją Weimarskich Niemiec, która odkryła fundamentalne znaczenie propagandy. Odkrycie to miało istotny związek z do-

¹⁰ Książka ta jest po części autobiografią Hitlera (w wielu miejscach przekłamana), po części programem partii nazistowskiej, a po części wykładem ideologii nazizmu. Napisana podczas odsiadki przez Hitlera kary pozbawienia wolności za udział w „puczu Monachijskim” w III Rzeszy stała się bestsellerem i „biblią” narodowego socjalizmu.

¹¹ M. Kolczyński, *Strategie komunikowania politycznego*, Katowice 2007, s. 87.

¹² Cyt.: A. Hitler, *Mein Kampf*, Kraków 1992, s. 176.

świadczeniem, jakie naziści nabyli w twardej szkole nocnych wystąpień, dowodzenia słuszności swojej idei w najrozmaitszych miejscach – od zadymionych, tylnych sal piwiarni do olbrzymiej hali Zirkus Krone wbrew opozycji, obojętności lub ośmieszającej wzgardy. W czasie tych morderczych mitingów politycy narodowosocjalistycznego ruchu (z Hitlerem i Goebbelsem na czele) uczyli się trzymać słuchaczy w napięciu, zjednywać sobie ich, by znaleźć to wrażliwe miejsce w ich duszy, w które należy uderzyć. Sukces propagandy ruchu nazistowskiego wynikał z lat doświadczeń jego agitatorów i mówców wiecowych, którzy między innymi dzięki doświadczeniom życiowym, poznali Niemcy i naród niemiecki z „pierwszej ręki”, jak chyba żadni inni politycy ówczesnych Niemiec. Gwarancją sukcesu, który stał się udziałem narodowych socjalistów, było olbrzymie praktyczne doświadczenie zdobyte nie w Kancelarii Rzeszy i Reichstagu, ale na ulicy, a więc na szczeblu, na którym każdy polityk winien odnosić sukcesy, jeżeli masy mają na niego głosować¹³.

Kiedy zorganizowany przez nazistów „pucz Monachijski” zakończył się porażką, a znaczna część jego organizatorów trafiła do więzienia, w umyśle Adolfa Hitlera zrodziła się myśl, że zdobycie upragnionej władzy może nastąpić jedynie na drodze demokratycznych wyborów. Wtedy też swoje praktyczne zastosowanie znalazły, do tej pory, teoretyczne rozważania przywódców ruchu dotyczące propagandy.

Naziści zawsze dążyli do tego, aby swoich słuchaczy zamienić w tłum¹⁴. Było to zresztą zgodne z koncepcją narodowego socjalizmu, masy i wybitnej jednostki – wodza. Organizowane wiece, spotkania partyjne, wielkie masowe protesty i pokazy siły zwieńczone były przemówieniem Führera; mówcy, który tak jak Hitler, Goebbels czy Strasser, był nieustannie korygowany przez tłum, wrażliwy na nastroje, wsłuchany w reakcje uczestników, mas. Z rozmysłem, przedkładając słowo mówione nad pisane¹⁵, naziści posługiwali się krzykiem i powtarzaniem dość charakterystycznych, mocnych zwrotów, takich jak: „zmiażdżyć”, „siła”, „bezlitosny”, „nienawiść”¹⁶. Istotną rolę odgrywał patos i gestykulacja. Zdając sobie sprawę z siły emocji i potrzeby ekspresji politycy NSDAP czynili swoje wystąpienia bardzo emocjonalnymi, doprowadzając siebie i słuchaczy niemal do hysterii. Wszechobecny był gniew, wrzask i bardzo często wręcz wulgarny język. Wszystkie te elementy, wydawać by się mogło, spontaniczne, niespodziewane i nagle były efektem dyscypliny, porządku, wielogodzinnych prób, przygotowań i tytanicznej pracy.

Z relacji bezpośrednich świadków wynika, że Goebbels podobnie jak Hitler bardzo starannie przygotowywał się do swoich wystąpień. Obaj naczelni mówcy ruchu nazistowskiego uczyli się na pamięć wcześniej przygotowanych wystąpień, wyrabiając w sobie jednocześnie umiejętność wygłaszania improwizowanych przemówień, dosto-

¹³ A. Bullock, *Hitler. Studium tyranii*, Warszawa 2000, s. 54.

¹⁴ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2006, s. 388.

¹⁵ Wśród członków ruchu narodowosocjalistycznego panowało wręcz powszechne przekonanie, iż podstawą wszelkiej propagandy są publiczne mowy. Hitler, a za nim również Goebbels, przypisywali przemówieniom znaczenie bez mała homilii. Doskonale wyraził to hitlerowski językoznawca, członek NSDAP Manfred Pechau mówiąc: „Słowo mówione oddycha życiem, natomiast słowo pisane jest martwe”. Cyt. za: P. Kołtuński, *Metody...*, op. cit., s. 18.

¹⁶ A. Bullock, *Hitler...*, op. cit., s. 56.

sowanych do nastroju chwili. Interesujące wydaje się i to, że Goebbels i Hitler wiele godzin spędzali przed lustrem ćwicząc gestykulację i wyraz twarzy, które stanowiły dopełnienie starannie przygotowanych wystąpień¹⁷.

Równie ważne jak przygotowanie mowy było odpowiednie zorganizowanie całego wiecu, który bardzo szybko stał się domeną narodowych socjalistów. Nawet czas i miejsce publicznych wystąpień nie były przypadkowe. Jak podają Cwalina i Falkowski, Hitler dość szybko zauważył, że jego wystąpienia publiczne kończą się klęską, gdy odbywają się w niedzielne popołudnia. Nie potrafił na nich nawiązać kontaktu ze słuchaczami. Odkrył jednak tego przyczynę: ludzie w tym czasie przychodzili z wypoczętymi umysłami, wsłuchiwali się w to, co mówił i krytycznie oceniali jego argumentację. Po stwierdzeniu tego faktu spotkania Hitlera odbywały się z reguły wieczorem, a czasem nawet późno w nocy, gdy słuchacze byli zmęczeni i mniej odporni na perswazję¹⁸.

Hitlerowcy do granic absurdu (skutecznego absurdu) rozwinęli technikę ceremoniału. Stosowano sztandary, pochody, marsze, muzykę i śpiew¹⁹. Każde zebranie partyjne poprzedzały zwykle defilady uliczne, na które Führer wkraczał w otoczeniu swej gwardii przybocznej, w świetle jupiterów, gdy poplecznicy partyjni przyjmowali go długotrwałymi owacjami²⁰. Dopełnieniem tak przygotowanego widowiska były afisze, zawsze z wielką czerwoną czcionką, krzykliwym hasłem i nie zawsze zrozumiałą treścią (Cesarz Ameryki – przemawia – w Berlinie), tak aby osiągnąć maksimum efektu i zmusić potencjalnego czytelnika do przestudiowania właściwego tekstu umieszczonego poniżej i wyjaśniającego sens organizowanego spotkania i tajemniczego hasła (atak na plan Dawesa lub Younga, jako produkt amerykańskiego kapitalizmu)²¹. Nieodłącznym elementem była także swastyka w białym kole na czerwonym tle.

Naziści nigdy nie zrezygnowali z wieców i manifestacji, nawet po zdobyciu władzy. Kiedy 30 stycznia 1933 roku Hitler otrzymał stanowisko Kanclerza, Goebbels zorganizował gigantyczny pochód SA²². Marsz z pochodniami odbył się pod Kancelarią Rze-

¹⁷ R. Manvell, H. Fraenkel, *Goebbels*, Warszawa 1972, s. 95.

¹⁸ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing...*, op. cit., s. 388–389.

¹⁹ W literaturze przedmiotu można spotkać się z tezą, iż narodowy socjalizm był wręcz hipnotycznym transem. I choć teza o hipnozie nie znalazła uzasadnienia w pracach naukowych, a sam związek między narodowym socjalizmem a hipnozą do dziś nie został naukowo zbadany teza ta jest podtrzymywana. Jednym z rzekomych argumentów na rzecz tego stanowiska są intensywne badania nad ceremoniałem w nazistowskich Niemczech. W grę wchodzi propagowany przez hitlerowców zamęt intelektualny i permanentne przykuwanie uwagi, tak charakterystyczne dla transu hipnotycznego. Z jednej strony narodowi socjaliści „zalewali” swoich odbiorców potokiem słów, argumentów i stwierdzeń, których nie poddawano analizie, z drugiej zaś poprzez powtarzające się rytuały, muzykę, wspólny śpiew i demonstrację siły starali się przykuć uwagę jak największej liczby odbiorców. Wskazuje się przy tym, że te propagandowe środki nazizmu mogły skutecznie oddziaływać, ponieważ odwoływały się do ukrytej w każdym człowieku gotowości do regresji, tzn. porzucenia osiągniętego już psychicznego poziomu struktury i funkcji i powrotu do stanu niższego myślenia, czucia i działania. S. Marks, *Dlaczego poszli za Hitlerem? Psychologia narodowego socjalizmu w Niemczech*, Warszawa 2009, s. 71–73.

²⁰ R. Manvel, H. Frankel, *Goebbels...*, op. cit., s. 96.

²¹ Ibidem, s. 94.

²² SA – Oddziały Szturmowe NSDAP (Die Sturmabteilungen der Nationalsozialistischen Deutschen Arbeiterpartei) były organizacją paramilitarną partii hitlerowskiej. Oddziały Szturmowe stanowiły główne narzędzie walki politycznej. Swoją pozycję utraciły w 1934 roku w wyniku czystki

szy, skąd z okna swojego gabinetu Hitler pokazywał się demonstrującym tłumom, które – jak pisał w swoich pamiętnikach Goebbels – „niczym brunatna lawa rozlały się po wszystkich ulicach berlińskiego City”²³.

„Kto zdobywa ulicę, pewnego dnia zdobędzie państwo, albowiem każdy rodzaj polityki mocarstwowej ma swoje korzenie na ulicy”²⁴. Ta wypowiedź Goebbelsa doskonale oddaje atmosferę czasu, w którym naziści realizowali swoją propagandę; propagandę, która nie stroniła od burd ulicznych, rozbojów i zabójstw. I choć dla większości ówczesnych ugrupowań politycznych były to działania naganne, hitlerowcy nie ukrywali ich, wręcz przeciwnie, eksponowali. Goebbels oświadczył kiedyś: „Berlińczycy mogą nas obrzucać obelgami, obrażać, zwalczać, bić, ale muszą o nas mówić”²⁵. Praktyka pokazała, że wszelkie środki i sposoby wiodące do tego celu były dobre, o ile przynosiły pożądaną efekt. Dla nazistów doskonałą retoryką był gwałt. Między innymi dlatego nieustannie wdawali się w bijatyki, np. z komunistami. Sami zaś bojówkarze, którzy nieraz tracili życie w takich ulicznych starciach wchodzili do nowego panteonu bohaterów narodowego socjalizmu. Gwałt i terror miały dla nazistów swoją wartość propagandową, a manifestowanie siły fizycznej było równie pociągające, jak i odpychające²⁶. Doskonale obrazuje to fakt wykorzystywania na potrzeby partyjne pogrzebów uczestników ruchu, zwłaszcza zaś dzieci z Hitlerjugend. Ten specyficzny festiwal żałoby i zadumy organizowany przez Goebbelsa był okazją do umocnienia ducha narodowosocjalistycznego, jedności partii i zmanifestowania siły, tak charakterystycznej dla nazistów i ich ideologii²⁷.

Punktem zwrotnym w historii ruchu narodowosocjalistycznego w Niemczech i stosowanej przez tę formację propagandy okazały się organizowane w Republice Weimarskiej w latach 30. kampanie wyborcze, które umożliwiły powszechne, masowe zastosowanie technik propagandowych. W tym czasie Oddziały Szturmowe – SA zorganizowane w ramach struktur NSDAP inicjowały liczne zamieszki i manifestacje. Nieustannie odbywały się wiece partyjne, zjazdy. Na ścianach budynków naklejano osławione, czerwone goebbelsowskie plakaty i wypisywano partyjne hasła nawołujące do wspólnej walki i zwycięstwa. Młodzi działacze partyjni wędrowali z miasta do miasta rozdając ulotki i wygłaszając płomienne przemówienia. Nazistowska kampania wyborcza docierała do najdalszych zakątków państwa. Nie przechodzono obojętnie obok najmniejszej wioski. Istotne w tym wyborczym przedsięwzięciu były: energia, dyscyplina, poświęcenie.

W tym czasie na porządku dziennym było stosowanie taktyki zrywania zebranych przeciwników politycznych. Największe sukcesy na tym polu ruch nazistowski odnosił w stosunku do komunistów. Każda taka akcja kończyła się bijatyką i znajdowała swoje

partyjnej zorganizowanej przez Hitlera, która dotknęła kierownictwo tej organizacji. Do historiografii czystą ta przeszła pod nazwą „nocy długich noży”. *Leksykon PWN*, Warszawa 1972, s. 809.

²³ Cyt. za: R. Manvel, H. Frankel, *Goebbels...*, op. cit., s. 95.

²⁴ Ibidem, s. 100.

²⁵ Cyt. za: L. Kleszcz, *Jak Hitler zdobył władzę*, „Aida Media. Teoria i praktyka reklamy” 1994, nr 1, s. 33.

²⁶ A. Bullock, *Hitler...*, op. cit., s. 57.

²⁷ R. Manvell, H. Frankel, *Goebbels...*, op. cit., s. 106.

odbicie w mediach, a o to przecież chodziło²⁸. Prowadzona polityka siły i zastraszania przeciwnika była doskonałym uzupełnieniem stosowanej przez hitlerowców retoryki, która odwoływała się do prymitywnych instynktów i koncepcji polityki tłumy.

Narodowi socjaliści zajmowali się raczej urządzeniem widowisk i donośnym wywrzaskiwaniem szowinistycznych haseł niż poważną dyskusją polityczną²⁹. Głównym argumentem politycznym w sferze ekonomicznej stosowanym przez hitlerowców były trudności gospodarcze spowodowane przez „czerwone niebezpieczeństwo” i „problem żydowski”³⁰. Argumentacja tamtego czasu sprowadzała się do gróźb bliżej nieokreślonych konsekwencji, jakie staną się udziałem narodu niemieckiego, jeśli Niemcy nie wybiorą określonego przez nazistów kierunku działania. Jednocześnie nieustannie odwoływano się do tożsamości niemieckiej, wymyślając zagrożenie „żydowskie” i „komunistyczne”, i kładąc nacisk na wspólne dziedzictwo „aryjskie”.

Gdy nazistom udało się zgromadzić odpowiednio dużo funduszy, co nie było rzeczą prostą³¹, dla działań propagandowych postanowiono wykorzystać radio i film. W 1932 roku naziści wyprodukowali pięćdziesiąt tysięcy miniaturowych płyt gramofonowych atakujących ówczesny rząd Republiki Weimarskiej. Ze względu na rozmiary płyty te można było wkładać do zwykłych kopert listowych i rozsyłać po całym kraju. Hitlerowcy nakręcili również serię filmów z dziesięciominutowymi wystąpieniami, które następnie wyświetlano pod gołym niebem w parkach i na placach większych miast³².

Do nazistowskiego arsenału technik propagandowych należało stosowanie suspensu. Technika ta polegała na stopniowaniu napięcia w przygotowywanych sloganach partyjnych. Początkowo prezentowano je w niepełnym, zagadkowym dla odbiorcy kształcie, a dopiero później uroczystie uzupełniano brakujące słowo. Dla przykładu, wiosną 1932 roku podczas wyborów prezydenckich NSDAP usilnie propagowała hasło: *Teraz z tym koniec! Wszyscy wybierają X*. Kim miał być ów tajemniczy X? Zagadkę wyjaśniono podczas wielkiej manifestacji narodowych socjalistów w berlińskim Pałacu Sportów. Goebbels przedstawił wówczas Hitlera jako kandydata NSDAP na prezydenta, czym wywołał entuzjazm zgromadzonych; reakcję – jak twierdzono – graniczącą z histerią³³.

O kunszcie propagandzistów z NSDAP niech świadczy fakt, że po przegranych przez Hitlera wyborach prezydenckich w 1932 roku³⁴ za punkt honoru i wróżbę przyszłego zwycięstwa przyjęto koncentrację całego wysiłku partii na wyborach w małym państwie Lippe-Detmold, licząc że zwycięstwo pomoże utrzymać poparcie dla ruchu narodowosocjalistycznego w przyszłych wyborach. Göring³⁵ i inni przywódcy

²⁸ R. Eatwell, *Faszyzm. Historia*, Poznań 1999, s. 185.

²⁹ R. Manvell, H. Frankel, *Goebbels...*, op. cit., s. 107.

³⁰ A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek...*, op. cit., s. 67.

³¹ M. Podkowiński, *W kregu Hitlera*, Warszawa 1978, s. 127.

³² R. Manvell, H. Fraenkel, *Goebbels...*, op. cit., s. 122.

³³ P. Osęka, *Hitler nad Niemcami*, „Newsweek” 2001, nr 1, s. 92.

³⁴ Wybory prezydenckie odbyły się wówczas dwukrotnie: 13 marca i 10 kwietnia 1932 roku. W pierwszych rywal Hitlera, bohater I wojny światowej i faworyt tych wyborów, Paul von Hindenburg nie uzyskał absolutnej większości. Ostatecznie Hindenburg pokonał Hitlera w drugim głosowaniu stosunkiem głosów 53 do 36,8 procent. R. Manvell, H. Fraenkel, *Goebbels...*, op. cit., s. 113.

³⁵ Hermann Göring – ostatni dowódca sławnej eskadry Richthofena. W czasie I wojny światowej odznaczony najwyższym niemieckim odznaczeniem, nadawanym za odwagę wykazaną na polu bitwy – „Pour le Mérite”. W 1922 r. wstąpił do NSDAP. A. Bullock, *Hitler...*, op. cit., s. 63.

ruszyli na „podbój” tego niewielkiego Landu, przemawiając w karczmach, ratuszach miasteczek, a nawet zabiegając o głosy, chodząc od mieszkania do mieszkania. Tysiące SA-manów dokonało „inwazji” na okolicę, a każdy plakat opozycji zrywano z murów. Zwycięstwo było oczywiste³⁶.

Szczytem osiągnięć propagandy w Niemczech lat 30. XX wieku było zastosowanie zmodyfikowanego przez Goebbelsa systemu „whistle-stop”³⁷ amerykańskiej kampanii wyborczej. Niemiecki model „flight-stop” zakładał prowadzenie kampanii z użyciem samolotu. Führer dzięki tak mobilnemu środkowi transportu był zdolny jednego dnia przemawiać w różnych miastach³⁸. Spotkania te odbywały się przeważnie na placach i stadionach położonych nieopodal lotniska. Dzięki temu Hitler mógł przelatywać nad głowami zgromadzonych tłumów, co nadawało jego przybyciu niemal religijną wymowę. Dzięki temu nowemu środkowi komunikacji mógł on dotrzeć do blisko półtora miliona wyborców. O niezwykłości tego przedsięwzięcia świadczy fakt, że było ono komentowane nawet w Stanach Zjednoczonych. Propaganda nazistowska dodatkowo wykorzystwała podniebną podróż Führera, rozpowszechniając slogan „Hitler ponad Niemcami” i produkując krótki film agitacyjny pod tym samym tytułem³⁹.

Ministerstwo Propagandy i Oświecenia Publicznego

Ukoronowaniem prowadzonej przez nazistów kampanii wyborczej i skutecznie stosowanej propagandy stało się zwycięstwo wyborcze i funkcja Kanclerza dla Adolfa Hitlera. Jednocześnie główny teoretyk i praktyk propagandy nazistowskiej Joseph Goebbels otrzymał tekę ministra i stanął na czele największej maszyny propagandowej XX wieku, tzn. Ministerstwa Propagandy i Oświecenia Publicznego. Tym samym propaganda hitlerowska weszła w decydującą fazę.

Jednym z pierwszych i najważniejszych zadań nowego ministerstwa propagandy było przejęcie kontroli nad środkami masowego przekazu i przyciągnięcie uwagi mediów przez ruch narodowosocjalistyczny⁴⁰. W krótkim czasie zlikwidowano niezależne wydawnictwa, a prasa codzienna stała się *de facto* prasą partyjną. Wojna prasowa, którą naziści prowadzili jeszcze w okresie Republiki Weimarskiej została przekształcona w wojnę totalną, gdzie nie było miejsca na wolność słowa i inny niż narodowosocjalistyczny punkt widzenia. Całkowite podporządkowanie prasy i tworzących ją ludzi nastąpiło w chwili uchwalenia nowego prawa prasowego, które czyniło z dziennikarzy urzędników państwowych podporządkowanych administracji i realizujących politykę informacyjną państwa, która w tym przypadku była propagandą NSDAP.

³⁶ Ibidem, s. 124.

³⁷ System „whistle-stop” po raz pierwszy został zastosowany w Stanach Zjednoczonych. Kandydat na prezydenta USA zabiegając o głosy wyborców objeżdża kraj pociągiem, zatrzymując się i wygłaszając przemówienia w poszczególnych stanach i miejscowościach. Ten sposób prowadzenia kampanii został spopularyzowany jeszcze w XIX wieku i w różnych wariantach stosowany jest po dzień dzisiejszy.

³⁸ R. Manvell, H. Fraenkel, *Goebbels...*, op. cit., s. 126.

³⁹ P. Oseka, *Hitler...*, op. cit., s. 93.

⁴⁰ A. Pratkanis. E. Aronson, *Wiek...*, op. cit., s. 277.

Nowa „polityka edukacyjna III Rzeszy” była realizowana także z wykorzystaniem radia. Dla Goebbelsa, jako ministra propagandy było to idealne medium. Bardzo szybko radio stało się główną tubą propagandową. Po powstaniu Narodowego Towarzystwa Radiowego i podporządkowaniu lokalnych stacji radiowych, naziści rozpoczęli zakrojoną na szeroką skalę akcję popularyzowania radiofonii, tak aby każdy obywatel miał świadomość, że ruch nazistowski, jego idee i przywódcy są wszechobecni i towarzyszą narodowi niemieckiemu w każdym momencie, właśnie za pośrednictwem radia. Nie dość, że nieustannie zwiększano siłę i liczbę rozgłośni radiowych, to czyniono starania by na niemiecki rynek trafiły odbiorniki na kieszeń każdego obywatela. Tak przemyślna polityka doprowadziła do tego, że w 1938 roku w Niemczech było dziewięć i pół miliona odbiorników radiowych. Dodatkowo w każdym urzędzie, szkole, fabryce zainstalowano głośniki umożliwiające nadawanie bezpośrednich relacji z uroczystości państwowych, przede wszystkim zaś były one gwarancją, iż każdy Niemiec wysłucha przemówienia radiowego Führera lub któregoś z jego paladynów. Naziści tworzyli także lokalne sieci radiowe, które umożliwiały zbieranie informacji z poszczególnych regionów Niemiec, tworząc tym samym poczucie jedności wpływające z troski o problemy poszczególnych landów, które prezentowane w eterze stawały się zmartwieniem, radością bądź smutkiem całych Niemiec⁴¹.

Propaganda III Rzeszy nie ominęła także filmu, choć ingerencja w tę branżę była ograniczona. Naziści przejmując kontrolę nad kinematografią zadowolili się usunięciem z branży filmowej twórców żydowskiego pochodzenia i nakręceniem kilku jawnie propagandowych filmów. Poza tym główna dyrektywa Goebbelsa, jako Ministra Propagandy i Oświecenia Publicznego dotycząca kina, nawoływała do tworzenia obrazów łatwych, lekkich i niewymagających od widza zbytniego wysiłku intelektualnego. Domeną nazistowskiej propagandy stała się natomiast kronika filmowa, która w „nowych Niemczech” była podstawowym źródłem informacji⁴².

Bardzo szybko uwaga nowych władców narodowosocjalistycznych Niemiec skupiła się na państwach ościennych. Wyrazem tego był szereg działań propagandowych mających na celu zjednać nowej władzy w Niemczech przychylność opinii międzynarodowej. W akcjach tego typu przodowało osławione ministerstwo Goebbelsa, a także Ministerstwo Spraw Zagranicznych, kierowane przez Joachima Ribbentropa. Podjęte działania obejmowały wydawanie pism, tak dla emigracji niemieckiej, jak i rdzennych mieszkańców poszczególnych państw. W szczytowym okresie hitlerowskie Niemcy wydawały około pięćdziesięciu pism nie niemieckojęzycznych i trzysta niemieckojęzycznych. III Rzesza prowadziła także zakrojoną na szeroką skalę politykę radiową, która polegała na przygotowaniu programu radiowego dla państw europejskich, ale także słuchaczy z Ameryki Łacińskiej czy Stanów Zjednoczonych⁴³. Dodatkowo przy ambasadach niemieckich tworzone ataszaty propagandowe. Na ogromną skalę wspierano organizacje międzynarodowe, a także ruch faszystowski w najodleglejszych zakątkach globu. Nie zapomniano również o akredytowanych w Niemczech korespondentach zagranicznych, którzy odbywali regularne konferencje z ministrem Goebbelsem, a którzy

⁴¹ R. Manvell, H. Fraenkel, *Goebbels...*, op. cit., s. 147.

⁴² B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, *Teoria...*, op. cit., s. 122–125.

⁴³ W. Kozaczuk, *Wojna w eterze*, Warszawa 1982, s. 25–28.

w czasie igrzysk olimpijskich w 1936 roku traktowani byli z igrzyskami królewskim rozmachem, co nie pozostało bez echa w ich artykułach i korespondencjach dotyczących sytuacji politycznej Niemiec, czy stosunku władz w Berlinie do Żydów, np. „wcześniejsze doniesienia o prześladowaniu Żydów były bezpodstawne, a na pewno mocno przesadzone”⁴⁴.

Nazizm kładł ogromny nacisk na indoktrynację społeczeństwa w duchu głoszonych zasad, dlatego eliminował wszelkie przejawy niezależności także w sferze kultury⁴⁵. Doprowadziło to w 1937 roku do ogólnonarodowej akcji „oczyszczania” galerii i muzeów z nieakceptowanej przez narodowych socjalistów sztuki. Wraz z publicznym paleniem książek ta swoiście pojmowana „akcja oczyszczania” stała się złowrogą wróżbą dla całego kontynentu europejskiego, który już wkrótce miał się stać ofiarą nazistowskiego eksperymentu.

W 1939 roku w związku z wydarzeniami politycznymi (wybuch II wojny światowej) propagandowa machina Goebbelsa została przestawiona na inny tor. W tym czasie zainicjowano szereg akcji skierowanych do walczących żołnierzy. Ministerstwo propagandy pochłonięte było organizowaniem koncertów oraz festiwali muzycznych. Na front wysyłano artystów, znanych aktorów i piosenkarzy. Tworzono także ośrodki opieki nad żołnierzami, które zajmowały się przygotowywaniem koncertów, zawodów sportowych, a nawet przedstawień teatralnych. Wydawano również gazety i czasopiśma przeznaczone wyłącznie dla walczących na frontach II wojny światowej. Jednak w miarę jak los wojny stawał się przesadzony, do tej pory „wysublimowana” propaganda III Rzeszy traciła swój urok. Jej „ostatnim tchnieniem” stała się akcja „Siła przez strach”, w której nawoływano do wojny totalnej, wojny która miała być wielkim zwycięstwem narodu Niemieckiego lub jego całkowitym unicestwieniem. Kres propagandy nazistowskiej nastąpił 30 kwietnia 1945 roku.

Zakończenie

„Dobrym duchem narodowego socjalizmu była propaganda. Nazizm zawdzięczał jej nie tylko największe triumfy, ale wydaje się też, że była ona jego jedynym oryginalnym produktem, który zapewnił mu zwycięstwo, i który był czymś więcej niż tylko narzędziem władzy”⁴⁶. Sztandary, okrzyki „heil”, fanfary, kolumny marszowe, transparenty i „promieniste katedry” oświetlone niezliczoną ilością jupiterów; cały arsenał rozwijanych z olbrzymią pomysłowością środków dla wywołania nastroju kolektywnego rauszu zmierzał do samounicestwienia jednostki, do permanentnego zatracenia świadomości, a celem tego wszystkiego było totalne podporządkowanie własnych zwolenników, zaś w dalszej kolejności całego narodu⁴⁷. Dla Hitlera i jego popleczników propaganda była środkiem do celu – w tym konkretnym przypadku promocji państwa niemieckiego oraz stworzenia partii nazistowskiej i utrzymania przez nią

⁴⁴ Cyt. za: R. Manvell, H. Fraenkel, *Goebbels...*, op. cit., s. 172.

⁴⁵ A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek...*, op. cit., s. 277.

⁴⁶ Cyt.: J. C. Fest, *Oblicze Trzeciej Rzeszy*, Warszawa 1970, s. 144.

⁴⁷ Ibidem, s. 144–145.

władzy⁴⁸. Tą specyficzną perswazją nie rządziła żadna etyka, obowiązywała jedynie zasada sukcesu albo porażki.

Niemiecki politolog Kurt Lenk, analizując różnego rodzaju ideologie dokonał pewnej ich systematyzacji, wskazując między innymi ideologię ekspresywną, do której zaliczył narodowy socjalizm. W jego opinii nazizm jako ideologia nie zawierał w sobie zwanego i racjonalnego systemu pojęć, logicznej, racjonalizowanej analizy rzeczywistości oraz bazujących na owej analizie prawdziwych wniosków. Lenk jest również przekonany, że zwolennicy tej ideologii dążyli nie tyle do przekonania, co do olśniewania. Działanie ideologii ekspresywnej, w domyśle nazizmu, nie polegało bowiem na konfrontacji jej systemu wartości z innymi, lecz na działaniu emocjonalnym z ograniczeniem krytycznego myślenia. W skład tej swoiście rozumianej ideologii wchodził cały zasób mitów tworzących obraz światopoglądu, przyjmowanych *a priori*, niepodlegających dyskusji i zawierających elementy polityczne. Maskował on antagonistyczną strukturę społeczeństwa, jak również ekspansjonistyczną politykę jej liderów. Ideologia ekspresywna w niemieckim wydaniu operowała opozycją „przyjaciół–wrogów”, „dobry–zły”, kreowała mit wspólnoty określonej jako naród, rasa, ojczyzna. Pojęcia te stanowiły absolut niepodlegający krytyce i – jako absolut miały wyłącznie pozytywne konotacje, co było zachętą do identyfikowania się z nimi, a to z kolei umożliwiało rzeczywiste poczucie, czy nawet powstanie więzi kolektywnej. Po drugiej stronie tego „absolutu” funkcjonował zmitologizowany wróg, a więc zło. Jako wroga określało się wszystkich stających poza wspólnotą⁴⁹.

Specyficznym komunikatorem ideologii ekspresywnej, a na pewno narodowego socjalizmu była z kolei propaganda, która – w opinii nazistów – tak jak ideologia powinna być jednostronna. Wprawdzie czasami dobrze jest uodpornić słuchaczy przedstawiając racje przeciwników, by zaraz ukazać ich jawny fałsz, ale przede wszystkim chodzi o jasność obrazu. Musi być on czytelny, muszą być wyraźnie widoczne granice czerni i biele, musi być wiadome, gdzie są przyjaciele, a gdzie wrogowie. Propagandą nie kierują reguły normalnego dyskursu. Dobry mówca przemawiając do tłumu nie będzie posługiwał się racjonalnymi, logicznymi argumentami, lecz odwoła się do emocji⁵⁰. Taka miała być i w gruncie rzeczy była propaganda ruchu narodowosocjalistycznego, którego jedynym celem była nieograniczona władza.

Jeszcze jednym elementem charakterystycznym propagandy hitlerowskich Niemiec był jej poziom intelektualny, a w zasadzie jego brak. Program NSDAP, narodowosocjalistyczne pisma, przemówienia, filmy nie przedstawiały żadnych wartościowych treści intelektualnych, co doskonale współgrało z tezą Hitlera, iż nie należy stawiać przed propagandą wygórowanych żądań intelektualnych. Dlaczego więc ruch nazistowski i jego propaganda były aż tak skuteczne?

Można postawić tezę, iż propaganda nazistowska od początku nie stawiała sobie za cel racjonalnego, opartego na poznaniu przekonywania ludzi, lecz próbowała dotrzeć do zupełnie innych pokładów ludzkiej psychiki. Nie próbowała przemawiać do dojrzałego, dorosłego, świadomego odpowiedzialności i racjonalnego „ja” współczesnego

⁴⁸ A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek...*, op. cit., s. 276.

⁴⁹ Szerzej: P. Kołtunowski, *Metody...*, op. cit., s. 17–18.

⁵⁰ L. Kleszcz, *Jak...*, op. cit., s. 32.

człowieka, lecz do pierwotnych doświadczeń i pokładów ludzkiej psychiki⁵¹. Była to więc pokrętna, irracjonalna forma komunikowania, której podstawy teoretyczne i rozwiązania praktyczne zostały stworzone na użytek ruchu społecznego, formacji politycznej lub lepiej zorganizowanej grupy przestępczej, której jedynym celem było zdobycie władzy, zawładnięcie państwem i jego obywatelami tylko i wyłącznie dla zrealizowania morderczego planu eksterminacji milionów istnień ludzkich. Hannah Arendt opisując propagandę ruchu totalitarnego stwierdziła: „Siła totalitarnej propagandy – zanim ruch ją stosujący jest na tyle silny, aby spuścić żelazną kurtynę uniemożliwiającą komukolwiek zakłócenie, przez dotarcie z jakąś drobną częścią rzeczywistości, straszliwej ciszy zupełnie wyimaginowanego świata – polega na jej zdolności do odciągania mas od realnego świata”⁵².

Zdaniem znacznej liczby teoretyków propagandy, jej oddziaływanie należy rozpatrywać poza kategoriami „dobro–zło” czy „prawda–fałsz”. W ich opinii wartościowanie dotyczyć może jedynie celów i sposobów wykorzystywania propagandy. Jej sens jest wyznaczony przez politykę, której służy, a zatem cele zgodne z interesem społecznym, lecz wymagające propagandowego uprawomocnienia uprawomocniłyby samą propagandę. Nie sposób jednak nie dostrzec, iż taka interpretacja propagandy czyni społeczeństwo przedmiotem, a nie podmiotem oddziaływania i służy upowszechnianiu wszelkiej ideologii totalitarnej⁵³.

Obecnie żyjemy w dobie wszechobecnych mediów i nowej medialnej polityki. Takie pojęcia jak: manipulacja, perswazja czy propaganda od dawna funkcjonują w dyskursie politycznym. Pytanie, czy jesteśmy w stanie uodpornić się na różnego rodzaju chwytły, które kryją się za tymi określeniami? Absorbujące wydaje się pytanie, czy współczesne społeczeństwo jest w stanie, umieć rozpoznać te „niecodzienne” środki komunikowania, i gdy to konieczne przeciwstawić się im lub osobom, które się nimi posługują?

Pomimo zastrzeżenia, które autor tego opracowania zasygnalizował już na wstępie, iż propaganda jest elementem oddziaływania socjotechnicznego, tak systemu demokratycznego, jak i totalitarnego, trudno nie odnieść wrażenia, że stereotyp propagandy jako niezbędnego atrybutu władzy niedemokratycznej nadal pokutuje w opinii większości społeczeństwa. Można co prawda przyjąć założenie, że propaganda to zorganizowane kłamstwo, które może być wykorzystywane do inicjowania gwałtownych emocji, przede wszystkim zaś do wzniesienia entuzjazmu i utrzymywania go w zenicie, jednak ważne by pamiętać, iż propaganda jako działanie jest niezależna od przemocy, ale niekoniecznie od przymusu, rozpatrywanego jako przemoc legalnie zinstytucjonalizowana, i może mieć zastosowanie w każdym ustroju⁵⁴.

Szczegółowo omówiony powyżej przykład propagandy narodowego socjalizmu jest z kolei jedynie przestrożą przed tym, czym propaganda może się stać i bardzo często się staje, gdy traktuje się ją wyłącznie jako narzędzie służące do realizacji partykularnych interesów określonej grupy społecznej, grupy nacisku, czy formacji politycznej.

⁵¹ S. Marks, *Dlaczego...*, op. cit., s. 43–44.

⁵² Cyt.: H. Arendt, *Korzenie totalitaryzmu*, Warszawa 2008, s. 507.

⁵³ P. Pawełczyk, *Propaganda...*, op. cit., s. 106.

⁵⁴ P. Pawełczyk, *Legitymizacja...*, op. cit., s. 91–92.

Tym bardziej gdy takiej grupie ludzi przyświeca jedynie idea bezwarunkowej akceptacji zasady, w myśl której perswazja musi zaczynać się u szczytu drabiny społecznej i być skierowana w dół do mas. Natomiast rola elity rządzącej ogranicza się do podejmowania decyzji oraz informowania mas o mądrości tych decyzji właśnie za pośrednictwem propagandy⁵⁵.

Na zakończenie wypada stwierdzić, iż każda polityka, system społeczny, ekonomiczny czy polityczny, który dąży do swego uprawomocnienia jedynie w oparciu o tę zasadę musi wzbudzać w nas lęk i niepokój. Każdy polityk, formacja polityczna lub grupa społeczna, która komunikuje się z nami tylko i wyłącznie za pośrednictwem instrumentalnie wykorzystywanej propagandy powinna być traktowana jako ewentualne niebezpieczeństwo. Nie ma bowiem nic gorszego jak komunikacja (w domyśle propaganda), w której wszystkie elementy: nadawca, komunikat, sytuacja przekazu i odbiorca są manipulowane, tzn. podstępnie i z wyrachowaniem „używane” dla zaspokojenia aspiracji niewielkiej grupy ludzi, instytucji lub organizacji. Sytuacja taka jest bowiem preludium systemu, w którym wszystko i wszyscy podporządkowani są ideologii totalnej, charakterystycznej dla państw i systemów niedemokratycznych.

Bibliografia

Wydawnictwa zwarte:

- Arendt H., *Korzenie totalitaryzmu*, Warszawa 2008.
- Beetham D., *Legitymizacja władzy*, w: *Władza i społeczeństwo*, red. J. Szczupczyński, Warszawa 1995.
- Bullock A., *Hitler. Studium tyranii*, Warszawa 2000.
- Cwalina W., Falkowski A., *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2006.
- Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepa B., *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999.
- Eatwell R., *Faszyzm. Historia*, Poznań 1999.
- Fest J. C., *Oblicze Trzeciej Rzeszy*, Warszawa 1970.
- Hitler A., *Mein Kampf*, Kraków 1992.
- Kolczyński M., *Strategie komunikowania politycznego*, Katowice 2007.
- Kołtunowski P., *Metody kształtowania morale wojennego na podstawie tekstów przemówień Ministra Propagandy III Rzeszy Josepha Goebbelsa z okresu drugiej wojny światowej: aspekt argumentacyjno-psychologiczny*, Lublin 1995.
- Kozaczuk W., *Wojna w eterze*, Warszawa 1982.
- Leksykon PWN*, Warszawa 1972.
- Manvell R., Fraenkel H., *Goebbels*, Warszawa 1972.
- Marks S., *Dlaczego poszli za Hitlerem? Psychologia narodowego socjalizmu w Niemczech*, Warszawa 2009.
- Pawełczyk P., *Legitymizacja totalitarnego systemu sprawowania władzy*, w: *Totalitaryzm. Wybrane problemy teorii i praktyki*, red. T. Wallas, Poznań 2003.

⁵⁵ A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek...*, op. cit., s. 281.

Podkowiński M., *W kregu Hitlera*, Warszawa 1978.

Pratkanis A., Aronson E., *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, Warszawa 2008.

Słownik wyrazów obcych PWN. Wydanie nowe, Warszawa 1997.

Sobkowiak L., *Legitymizacja polityczna*, w: *Studia z teorii polityki*, t. 2, red. A. W. Jabłoński, L. Sobkowiak, Wrocław 1998.

Sokół W., *Legitymizacja systemów politycznych*, Lublin 1997.

Szczulewski M., *Propaganda polityczna. Zarys problematyki teoretycznej*, Warszawa 1972.

Świątkiewicz W., *Wprowadzenie. Legitymizacja: zagadnienia podstawowe*, w: *Świat społeczny i jego legitymizacje*, red. W. Świątkiewicz, Katowice 1993.

Artykuły z czasopism:

Kleszcz L., *Jak Hitler zdobył władzę*, „Aida Media. Teoria i praktyka reklamy” 1994, nr 1.

Oseka P., *Hitler nad Niemcami*, „Newsweek” 2001, nr 1.

Pawelczyk P., *Propaganda demokracji masowej*, „Przegląd Politologiczny” 2003, nr 1.

Witold MAZURCZAK

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Poznań

Wpływ drugiej wojny światowej na kształtowanie się świadomości narodowej w posiadłościach kolonialnych państw europejskich

Rozpad imperiów kolonialnych po II wojnie światowej, przebiegał bardzo szybko, stało się to praktycznie w ciągu 15–20 lat. Dlaczego tak szybko? W opracowaniach znajdziemy różne odpowiedzi. Możemy je sprowadzić do trzech grup czynników:

- kolonialne – czyli zmiany społeczno-gospodarcze i polityczne w koloniach będące konsekwencją wojny;
- metropolitarne – to z kolei kryzys powojenny w metropolii, polityka rządu i koncepcje głównych partii politycznych;
- międzynarodowe – w tym m.in. powstanie nowego, sprzyjającego dla dekolonizacji, układu sił na świecie.

To wojna więc w powszechnym przekonaniu przyspieszyła proces likwidacji systemu kolonialnego. Przede wszystkim doprowadziła do kryzysu władzy kolonialnej, choć rozmiar tego kryzysu rzecz jasna zależny był od tego jak dalece kolonie były w nią zaangażowane. Wojna przyniosła też wielkie zmiany społeczne, przyspieszyła kształtowanie się świadomości narodowej w posiadłościach kolonialnych państw europejskich. Celem tego artykułu będzie próba odpowiedzi na pytanie czy wszędzie i w jakim stopniu?

Narodziny nowoczesnych narodów w Europie przynosi wiek XIX. Proces rozpoczyna Wielka Rewolucja Francuska. Hasła wolności, równości i braterstwa – wojska napoleońskie rozniosły po całym kontynencie wraz z kodeksem Napoleona. Dla większości narodów proces ten kończy się na początku wieku XX, dla niektórych dopiero w czasach nam współczesnych. W wielu przypadkach powstawaniu narodów towarzyszyło kształtowanie się uczuć niechęci do sąsiadów, było to przechodzenie od uczuć patriotycznych i miłości Ojczyzny do nacjonalizmu i szowinizmu narodowego.

Dyskusja wokół definicji narodu jest olbrzymia. Krzysztof Pomian traktuje naród jako: „zbiorowość obejmującą, co najmniej kilka milionów osób, która od innych podobnych zbiorowości różni się własnymi tradycjami, stylem życia, wierzeniami, instytucjami, symbolami, obszarem, historią [...] krajobrazem i w – przeważającej większości wypadków językiem”¹. Wola, kultura, państwo – to z kolei czynniki określające naród według Gellnera².

¹ K. Pomian, *Europa i jej narody*, Warszawa 1992, s. 137.

² E. Gellner, *Narody i nacjonalizm*, Warszawa 1991, s. 72.