

Mgr Joanna ZACZYŃSKA vel ZACZEK

Recenzenci: prof. nadzw. dr hab. Paweł SOROKA

prof. nadzw. dr hab. Alła LESZCZYŃSKA

MARKETING POLITYCZNY. SYMBOLE FASZYZMU I KOMUNIZMU W PROPAGANDZIE W XX WIEKU

Jednym z głównych zadań partii politycznych jest zdobycie „duszy” wyborców, tak, aby identyfikowali się oni z hasłami głoszonymi przez te partie. G. Tarde stwierdził, że *opinia publiczna to chwilowa, mniej lub więcej logiczna, grupa sądów odpowiadających zagadnieniom doby bieżącej, które w licznych odbitkach kursują wśród ludzi zamieszkujących wspólnie jeden i ten sam kraj, należących do jednej i tej samej warstwy społecznej*¹. Ze zjawiskiem opinii publicznej nierozłącznie związany jest proces jej kształtowania, a rolę tę często pełni propaganda. Elementami wpływającymi na kształtowanie opinii publicznej spełniają półprawdy, szepciana informacja, a również totalna kontrola, systematyczne nadzorowanie, szpiegowanie i donoszenie. Warto zastanowić się w jakim stopniu świadomie dokonujemy wyborów, a w jakim jesteśmy manipulowani przez Państwo czy partie polityczne sprawujące rządy? Dlaczego w trakcie kampanii wyborczych w ostatnim momencie potrafimy zmienić zdanie, na którego polityka głosować?

Kampanie wyborcze od lat posługują się propagandą. Celowo kształtują poglądy i zachowania społeczeństwa. Wpływają na emocje zbiorowości, często posługując się nieetycznymi środkami metod socjotechnicznych, także symboliką. Propaganda, często wspierana przez władze publiczne oraz media, działa bardzo skutecznie, zmieniając podglądy ludzi. Przykładem na tak skuteczne działania propagandy są między innymi totalitarne państwa europejskie pierwszej połowy XX wieku, takie jak: Niemcy, Włochy oraz Rosja. Na ich przykładzie można prześledzić system działania symboliki w propagandzie.

Zasady działania propagandy politycznej można klarownie przedstawić na przykładzie państw, gdzie rządzi lub rządziła dyktatura i monopol. W ubiegłym wieku należały do nich Niemcy hitlerowskie oraz Związek Sowiecki. Symbole tych państw na stałe związały się z ich polityką.

¹ Zob. B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, UW, Wrocław 1999, s. 67.

J. Goebbels, minister propagandy i oświecenia nazistowskich Niemiec sądził, iż Państwo ma absolutne prawo do nadzorowania i kształtowania opinii publicznej². Ideowa jedność „Gleichschaltung” nazistowskich mediów miała ściśle kontrolować ówczesną kulturę oraz „czystość” środków przekazu.

V. Volkoff w „Psychosocjotechnice dezinformacyjnej – oręż wojny” stwierdza: *zdrowa zasada brzmi, że propaganda powinna wykarmić się sama*³ Jego zdaniem, tego typu działania należy prowadzić według ściśle określonych zasad. *Szaleństwo tłumu jest stanem rytmicznym, składającym się z okresów napięcia, po których następują momenty gwałtownego rozładowania. Przygotowanie pochodu czy wiecu powinno się odbywać z uwzględnieniem tego rytmu. Mówcy zaś winni wpleść w swe przemówienia przerywniki w postaci, zdań pełnych ironii, które rozładowują nagle napięcie słuchaczy i wywołują śmiech, co jest najlepszym sposobem zintegrowania tłumu, dające mu poczucie radosnej wspólnoty*⁴.

W państwach demokratycznych społeczeństwo jest przekonane, iż każdy wyborca posiada wolność poglądów i czynów. Uważa się, że jest on odpowiednio chroniony przez liberalne instytucje państwa przed niekontrolowanymi ingerencjami politycznymi, wszechmocą pieniądza, nadużywaniem władzy oraz różnorodnymi ekstremizmami. W rzeczywistości zapomina się ostatecznie, że nikt nie jest w stanie chronić wyborcy przed nim samym. Przed eksplozją jego popędów i instynktów, które świadomie lub podświadomie rządzą zachowaniem każdego człowieka, celowo sprowokowane przez kogoś innego, uodpornionego na psychiczne i społeczne naciski oraz toksyny. Nie każdy zdaje sobie sprawę z wielkiego zagrożenia jaki potencjał niesie dla świata zasada psychicznego gwałcenia mas za pomocą propagandy politycznej. Są tacy, co w tej słabości natury człowieczej widzą swój sukces oraz dostrzegają korzyści, które można osiągnąć, podejmując odpowiednie starania, przy stosownych zasobach cierpliwości i uporu.

Propaganda typu sugestywno-emocjonalnego w swojej istocie wykorzystywała, jak również aktualnie wykorzystuje, naukowe zasady nowoczesnej psychologii i adresowana była i jest nadal adresowana do szerokich mas. Do kluczowych reguł działania tego rodzaju propagandy można zaliczyć symbolizm.

Symbol towarzyszy człowiekowi praktycznie od początku jego istnienia. Kiedy tylko nauczył się przekazywania innym swoich myśli i uczuć, starał się nadać temu kształt. Głównie uwzględniając uczucia, dlatego iż uczuciowość jest najbardziej pierwotną funkcją psychiki. Posiada korzenie w pokładach nierozświetlonych przez

² Zob. V. Volkoff, *Psychosocjotechnika, dezinformacja, oręż wojny*, Wyd. Antyk, Komorów 1999.

³ Tamże, s. 46.

⁴ Tamże.

świadomość. Można zatem wyróżnić symbole bardziej prymitywne, wywodzące się z podświadomości, dosłowne, prelogiczne, które służyły wcześniej ludziom pierwotnym do przekazywania ich za pomocą odpowiednich zachowań. Z początku były to zachowania niewątpliwie odruchowe, stany psychiczne wywołane stanami fizjologicznymi. Były to także stany zaniepokojenia, głodu, sytości, triumfu, gniewu, itp. W następstwie pojawiły się nazwy osób w otoczeniu, określenia przedmiotów i czynności.

Następnie w ludzkiej refleksji pojawiła się abstrakcja, która posługiwała się symbolami abstrakcyjnymi, służącymi logice. Symbol stał się środkiem, dzięki któremu umysł mógł wznieść się ponad przyziemność, warunkując postęp ludzkości. Symbol pozwolił, podobnie jak w algebrze, bez problemu posługiwać się pojęciami, których bez symboli umysł nie byłby w stanie pojąć. Przykładem powołania się na symbol ściśle związany z nowym pokoleniem hitlerowskich Niemiec jest plakat z lat trzydziestych, (rys. 1), przedstawiający młodzież nazistowską.



Rys. 1. „Aryjscy Wojownicy”

Źródło: „Najwyższy Czas”, nr 23 (1098), 4 czerwca 2011, s. XL, XLII.

Symbolika jest także językiem podświadomości. Jednym z największych osiągnięć. Z. Freuda było odkrycie interpretacji symboli. Symbole należą do *kluczy do odczytania przejawów podświadomości, alfabety niezbędny do jej odczytania, podstawowa i absolutnie oryginalna cecha psychologiczna. Faktem o kapitalnym znaczeniu jest stwierdzenie, że podświadome tendencje przejawiają się w przedstawieniach sym-*

bolicznych. Potrzeba przetworzenia stanów uczuciowych na konkretne przedstawienia tłumaczący w sposób naturalny stosowanie symboli w języku...⁵.

Symbole przekazują myśli i uczucia nie tylko w sposób chwilowy czy bezpośredni, lecz także w formie dalece rozciągniętej w czasie i przestrzeni. Typowym przykładem jest samo pismo pisane czy drukowane, które należy do sposobu komunikowania się za pomocą symboli⁶.

Symbol może odgrywać w kształtowaniu odruchów warunkowych rolę czynnika warunkującego, który nakładając się na odruch wrodzony bezwarunkowy lub na odruch warunkowy wykształcony już wcześniej, sam z kolei staje się bodźcem wywołującym taką czy inną reakcję, pożądaną przez tego, który za pomocą tego właśnie symbolu wpływa na sferę emocjonalną innych⁷.

Zatem samo słowo, mówione czy pisane, można wykorzystać w równie dobry sposób, do przedstawienia określonego jednostkowego faktu lub zbioru faktów. Są nimi abstrakty lub całe zbiory abstrakcyjnych pojęć naukowych czy filozoficznych. Polityka rozumie symbole jako proste formy przedstawiające dane idee, systemy lub doktryny równie skomplikowane i abstrakcyjne.

Przedstawiony rys. 2 ilustruje stosunek istniejący pomiędzy symbolem politycznym, jego treścią i jego znaczeniem.

Podstawą piramidy jest **doktryna**. Może być nią na przykład doktryna rasistowska, nacjonalistyczna, antykomunistyczna, antysemitka lub doktryna totalitarna. Takim typowym przykładem jest doktryna Niemieckiej Narodowo-Socjalistycznej Partii Robotników. Doktryną tą była niemiecka odmiana faszystowskiego w latach dwudziestych XX wieku we Włoszech. Dla odmiany doktryna komunistyczna głosiła, iż socjalizm wyeliminuje własność prywatną, obywatele staną się najemnymi pracownikami i robotnikami jednego powszechnego syndykatu państwowego. „Fabryczna dyscyplina” zapanuje w całym społeczeństwie

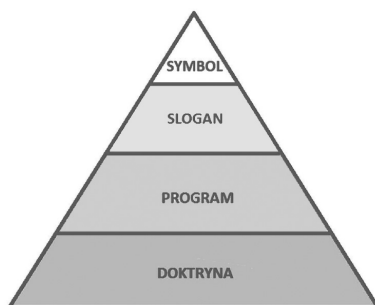
Kolejny poziom, jest to koncentrat owej doktryny, pomyślany jako podstawa i wytyczne działania, czyli **program**, na przykład partii nazistowskiej, czy komunistycznej.

Poziom trzeci ilustruje jeszcze większą koncentrację treści – są to **idee programu**, a zarazem cele do osiągnięcia. Najczęściej wyrażane są w formie **hasel**, na przykład „Ideowa Jedność – Gleichschaltung”. Występują także w formie **sloganów**, odwołujących się do namiętności politycznych, entuzjazmu lub nienawiści, np.: „Cała władza w ręce sowietów!”, „Precz z brudną wojną!”.

⁵ Zob. S. Tachakhotine, *Le Voil des foules par la propagande politique. L Journal indépendant d'information libre*, Paris 1952, s. 412 passe.

⁶ V. Vokoff, *Psychosocjotechnika...*, dz. cyt., s. 29.

⁷ Tamże, s. 32.



Rys. 2. Piramida symbol na podstawie V. Volkoff

Źródło: Volkoff Vladimir, *Psychosocjotechnika, dezinformacja, oręż wojny*, Antyk, Warszawa 1999.

Każde hasło, aby znalazło odpowiedni odzew, musi odpowiadać nie tylko sytuacji politycznej, ale i poziomowi świadomości manipulowanych mas⁸. Dla wyrazistego podkreślenia haseł służyły plakaty (rys. 3), gdzie przedstawiono towarzysza Lenina, który z ziemi miotłą wymiata kapitalistów, arystokrację (cara symbolizującego poprzedni ustrój) oraz „truczną umysłów” – kościół.



Rys. 3. Towarzysz Lenin, oczyszcza ziemię z plugastwa⁹

Źródło: http://www.szkolnictwo.pl/test,4,3523,4,Komunizm-Podstawa_doktryny_komunistycznej [r. 2013].

⁸ Tamże, s. 33.

⁹ Plakat z 1920 roku.

Na szczycie piramidy znajduje się **symbol**. Przykładów można mnożyć wiele. Trzy strzały albo sierp i młot, który na pierwszy rzut oka przywodzi na myśl ideę socjalistyczną lub też komunistyczną. Swastyka, to symbol wykorzystywany przez Niemcy od 1933 roku do końca II wojny światowej, itp. Tego typu symbolika stara się wywołać odruch przychylny dla danej partii, zachęcić do wstąpienia do niej lub wręcz na odwrót – ma zapaść w pamięć, budzić strach i grozę.

Symbol u szczytu piramidy można nazwać stenograficznym zapisem doktryny, hasła, programu. Musi on być krótki, zwięzły i bardzo prosty. Zaletą jest, jeśli oddziałuje bardzo szybko i łatwo, wywołuje pożądany odruch warunkowy. Im bardziej sugestywny symbol, tym szybciej zapada w podświadomość i im celniej oddaje ideę przewodnią kojarzącą się z ruchem, tym lepiej. Zwłaszcza ładunek emocjonalny, którym ów ruch się posługuje: groźba, interes materialny, współczucie, strach, obrzydzenie, itp.



Rys. 4. Symbol ZSRR

Źródło: http://pl.wikipedia.org/wiki/Sierp_i_m%C5%82ot [r. 2013].

W odpowiedni sposób dobrane symbole mogą stać się wyjątkowo skutecznymi instrumentami zintegrowania lub podporządkowania sobie mas; wykorzystane w reklamie politycznej i propagandzie na długi czas zapadną w ludzką pamięć. W momencie, kiedy przechodzi się do analizy formy różnych symboli graficznych, używanych przez ludzi w trakcie wielkich ruchów historii, można zauważyć, iż właściwe motywy występujące w tych symbolach są często zaskakująco archaiczne. Niektóre stylizują się na starożytną broń lub narzędziach, inne wiążą się z ideą ruchu, który symbolizują. Przykładem jest komunistyczny **sierp i młot** (rys. 4). Są to narzędzia pracy – sierp na roli i młot – symbol robotniczy. Symbole te miały za zadanie przywołać na myśl ideę budowy społeczeństwa, wspólnej, ciężkiej pracy, jako źródła powszechnego szczęścia i dobrobytu¹⁰. Pod tymi symbolami walczyli mieli z przeciwnikami politycznymi robotnicy i chłopcy. Znalazły również swoje miejsce na sztandarach wojskowych, obok czerwonej gwiazdy, który to symbol komunistyczny, spopularyzowany został po rewolucji październikowej na całym terytorium tworzącej się Rosji Radzieckiej.

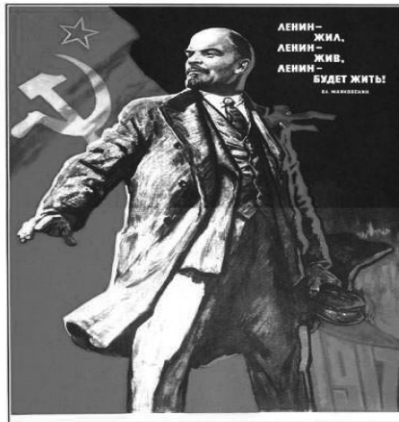
¹⁰ V. Vokoff, *Psychosocjotechnika, dezinformacja...*, dz. cyt., s. 33.



Rys. 5. Symbole komunizmu na flagach narodowych (ZSSR i Korei Płn. i Jugosławii do 1991 r.)

Źródło: http://pl.wikipedia.org/wiki/Flaga_ZSRR., http://pl.wikipedia.org/wiki/Flaga_Korei_P%C3%B3%C5%82nocnej, http://pl.wikipedia.org/wiki/Socjalistyczna_Federacyjna_Republika_Jugos%C5%82awii [r. 2013].

Wraz z rozpowszechnianiem się wpływów komunistów rosyjskich w świecie (rys. 5), znak czerwonej gwiazdy przyjmowały do swoich emblematów partie komunistyczne na całym świecie, symbole te pojawiały się też w godłach i na flagach państw tzw. realnego socjalizmu (z wyjątkiem Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej i Niemieckiej Republiki Demokratycznej)¹¹. Symbolika ta „firmowała” hasła komunistyczne, które umieszczano na plakatach politycznych i innych materiałach propagandowych (rys. 5).



Российская Федерация

17

Rys. 6. „Lenin żył, żyje, będzie żył”¹²

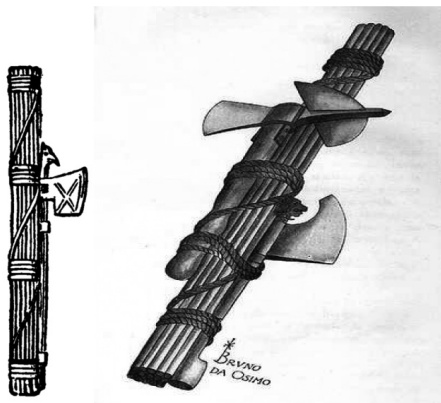
Źródło: <http://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=Plik:Leninposter.jpg&filetimestamp=20060807185522> [r. 2011].

¹¹ Zob. http://pl.wikipedia.org/wiki/Czerwona_gwiazda [r. 2011].

¹² Hasło rewolucji i budowy socjalizmu pod ideowym kierownictwem wiecznie żywego Lenina.

Kolejnym dobrze znanym przykładem jest symbol faszystowski „**fasci**”, czyli różgi liktorskie. Miał on głęboki podtekst. Było to narzędzie wymierzania kary. Jest to zatem symbol przemocy, wywołujący agresję. Przemocy w służbie prawa. Kojarzy się z okresem świetności historii Rzymu, a więc także całych Włoch. Za wadę tego symbolu można uznać, iż był on zbyt skomplikowany i bogaty w szczegóły. Trudno się go replikowało (rys. 7).

Jednym z najlepiej rozpoznawanych symboli jest swastyka A. Hitlera. Jest to bardzo stary religijny symbol hinduski i chiński, spotykany wśród zabytków różnych cywilizacji na wszystkich kontynentach, poza Australią, pojawiający się już od czasów prehistorycznych. Swastyka (transliteracja svastika, transkrypcja swastika,卐), jest to znak, zazwyczaj w kształcie równoramiennego krzyża, o ramionach zagiętych pod kątem prostym. Nazwa pochodzi z sanskrytu, oznacza „przynoszący szczęście” (swasti – powodzenie, pomyślność, od su- szczęście i wastu- być, lub żyć)¹³. Sądzi się, iż swastyka miała z początku przedstawiać koło i sugerować jego wirowanie, związane z ruchem Ziemi, aż do zawrotu głowy. W niektórych kulturach starożytnych symbolizowała także słońce oraz życie.



Rys. 7. Różgi „Fasces”

Źródło: <http://www.flickr.com/photos/igeldard/2653624210/> [r. 2011].

Geneza graficzna swastyki od symbolu koła, jako punktu wyjścia, przedstawia się w następujący sposób (rys. 8).

¹³ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Swastyka> [r. 2011].



Rys. 8. Schemat genezy swastyki

Źródło: Volkoff Vladimir, *Psychosocjotechnika, dezinformacja...*, dz. cyt.

Reasumując, symbol ten nie miał nic wspólnego z narodowym socjalizmem. Przyglądając mu się po raz pierwszy, nie można odczuć żadnych wzbudzonych emocji. Owszem, przykuwa wzrok, ze względu na swój ciekawy kształt, ale budzi raczej niezbyt przyjemne uczucie. Może kojarzyć się z robakiem, pajakiem. Hitlerowcy usilnie starali się udowodnić, iż swastyka jest starym symbolem aryjskim, czy nawet nordyckim. Prawda jest taka, iż A. Hitler zaadoptował ją z kultury hinduskiej, wyłącznie z powodu swej formy (rys. 9). Była to forma prosta, a zarazem rzucająca się w oczy, jak udany znak fabryczny. Hitler jednak sam nie wpadł na pomysł wykorzystania swastyki jako symbolu nazistowskiego. Prawdopodobnie pomysł miał mu podsunąć jego fryzjer¹⁴.



Rys. 9. Swastyka hinduska

Źródło: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Swastyka/Antyfaszyści>.

Gesty jako symbol

Partia faszystowska we Włoszech gestami nawiązywała do tradycji rzymskiej, pozdrowienia ręką z otwartą dłonią do góry, bez broni w niej i przyjęła, jako swój, gest symbol rzymskiego pozdrowienia. Naziści ten gest nieco zmodyfikowali, wyrzucając energicznie rękę do przodu, pod kątem, z otwartą dłonią skierowaną ku dołowi.

¹⁴ Volkoff V., *Psychosocjotechnika, dezinformacja...*, dz. cyt.



Rys. 10. Gest wolności¹⁵

Źródło: <http://www.raraavis.krakow.pl/Foto85/07ulotne/a85-0543.jpg> [r. 2011].

Przedstawiany na plakacie (rys. 10) symbol, mający za zadanie zastraszyć przeciwnika, odpowiednik rzymskiego pozdrowienia, przyjęli komuniści. Gestem tym była energicznie wyrzucana pionowo w górę prawa ręka z zaciśniętą pięścią. Gest ten zarazem symbolizował ducha bojowego. Wyrażał także groźbę. Mógł być używany jako pozdrowienie grupowe lub indywidualne. Jako pozdrowienie wzajemne, gest przysięgi, czy gest podczas przemarszów w szyku.

Ceremonie publiczne, wiece, zgrupowania, marsze

Marsze w szyku należą, podobnie jak różne ceremonie publiczne, do bardzo skutecznych środków propagandy. Ogniskują i dają upust namiętnościom, zwłaszcza typu agresywnego¹⁶. **Symbole graficzne, transparenty z hasłami czy sloganami, uniformy, sztandary, śpiew, muzyka, itp.**, wynaturzone w nietypowy sposób do

¹⁵ Plakat polityczny – wyborczy, do Sejmu i Senatu, Stronnictwa Narodowego z 1935 roku.

¹⁶ http://pl.wikipedia.org/wiki/Pop%C4%99d_%28psychoanaliza%29 [r. 2011].

gigantycznych rozmiarów (transparenty), działają na wzrok, słuch i nerwy zarówno „aktorów” jak „widzów”.

Groźnym **symbolem dźwiękowym** rozpropagowanym przez A. Hitlera był „Heil Hitler” (chwała Hitlerowi). Socjaliści podobnie używali okrzyku „Freiheit” (wolność). Przypominał on najszczytniejszy ideał socjalistyczny: wyzwolenie spod kapitalistycznego jarzma, wolność polityczną i duchową. Okrzykowi temu zawsze towarzyszył bojowy gest. Była nim właśnie wzniesiona ku górze pięść. Symbole te stosowano w miarę możliwości, jak najczęściej w miejscach publicznych.

Maksymalne rozpropagowanie symboli i możliwie jak najszybsze ich oddziaływanie wspomagali członkowie ruchu. Przechadzali się oni regularnie w określonych godzinach po najczęściej uczęszczanych ulicach i placach. Tego rodzaju propagandę określano technicznie, jako „**obnoszenie symboli**”. Jest to dobitny dowód władzy symboli nad ludźmi¹⁷.

*Pewnej niedzieli w Kopenhadze młodzi socjaliści jeździli na rowerach ulicami miasta sznurem, jeden za drugim. Rowery były przyozdobione czerwonymi proporczykami z trzema strzałami, które powiewały na wietrze; jadący na czele miał oprócz tego umocowany do kierownicy taki sam sztandar, w ręce zaś trąbkę. Co pewien czas dął przenikliwie w trąbkę, a wtedy wszyscy jadący za nim wznosili jednocześnie pięść i wołali: *Kampf Klar! (Gotów do boju!)*¹⁸. Było to zawołanie bojowe młodzieży socjalistycznej. Przechodnie zatrzymywali się słysząc głośne okrzyki i widząc zbiorowisko ludzi, przypatrywali przemykającemu sznurowi cyklistów. Następnego dnia w gazetach można było znaleźć artykuły zatytułowane: „Wczoraj stolica została opanowana przez grupy młodych socjalistów, którzy uciekli się do propagandy nowego typu...”, itd. Następnie przeprowadzono ankiety, w których pytano przechodniów, między innymi, jaka była liczba grup jeżdżących ulicami i liczbę uczestników imprezy. Zdaniem widzów, liczebność uczestników wynosiła od 200 do 300 osób. W rzeczywistości jednak, były tylko dwie ekipy, liczące razem zaledwie dwanaście osób!¹⁹*

Barwy

Włoscy faszyci na ogół w swoje wystąpienia firmowali barwami narodowymi, zgodnie z kolorystyką włoskiej flagi. Innym ich dominującym kolorem, sztandarów, ubiorów, była czerń, kolor związany z anarchistami, a w części przejęty przez fasz-

¹⁷ V. Vokoff, *Psychosocjotechnika, dezinformacja...*, dz. cyt., s. 34.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ Tamże.

stów włoskich. Naziści i komuniści jako dominujący kolor przyjęli czerwień. Symbol robotniczej krwi. Na płatach sztandarów umieszczali swoje symbole polityczne.

Symbolika dźwiękowa III Rzeszy – radio

W trakcie II wojny światowej obywatele III Rzeszy dysponowali największą ilością odbiorników radiowych w świecie. W tych czasach również zatrudniani byli tzw. „Kontrolerzy Radiowi” NSDAP. Ich obowiązkiem było nakłanianie ludzi w przydzielonym kwartale ulic do słuchania odpowiednich programów zaleconych przez partię oraz interweniowanie w przypadku przyłapania na słuchaniu obcych radiostacji. Kolejni funkcjonariusze przekazywali informacje i raporty do centralnego biura koordynacyjnego. Poddawano analizie, jakie są reakcje publiczności na odtwarzane audycje, ich preferencje i życzenia, czego pragną słuchać, co ich interesuje.

Ich praca nie była bagatelizowana. Uważano, bowiem, że radio musi docierać do wszystkich odbiorców. Hitlerowcy, chcąc skłonić ludzi, aby odbiorniki były włączone na propagandowych radiostacjach, nakazali nadawać również muzykę lekką, popularną, co dla zmęczonych ciągłymi alarmami lotniczymi, kolejkami i ciężką pracą słuchaczy, dawało chwile psychicznego wytchnienia, podnosząc jednocześnie, zupełnie nieświadomie dla ludzi, popularność tych stacji.

Z repertuaru wyłączono kompozytorów niearyjskich. Można było także posłuchać muzyki tanecznej, muzyki ludowej oraz marszy wojskowych. Interującym fenomenem audycji muzycznych III Rzeszy, było upodobanie radia niemieckiego do nadawania, przy każdej możliwej publicznej okazji, przytłumionego odgłosu paradnego marszu kolumn wojskowych. Oddziaływało to na podświadomość odbiorców, wywołując odpowiednie bodźce, jak poczucie jedności z walczącymi lub strach, wiążący się z siłą Hitlera. Takie sprzyjające okazje państwowo, podobnie jak wojskowe, zaczęły przekształcać się w symbolikę muzyczną. Przykładowo *Badenweiler Marsch* dawał znak słuchaczom pojawieniu się audycji w radio z udziałem A. Hitlera. Słuchacz audycji uczył się, z jaką formacją militarną wiąże się określony motyw marszowy.

Pod koniec każdego dnia radio w Niemczech karmiło słuchaczy operetkową mieszanką realizmu i romantyzmu. Po nadawanych komunikatach Wehrmachtu o późnych porach, audycja kończyła się z reguły słowami: „Są straty w ludziach”, następnie puszczano nieustannie przebój Marii von Schniedes „Zbliża się ku końcowi kolejny piękny dzień”²⁰.

²⁰ R. Grunberger, *Historia społeczna Trzeciej Rzeszy*, t. II, PIW, Warszawa 1987, s. 522.

W polityce tendencja do wykorzystania symboli posiada znamienne znaczenie. Mamy w niej bowiem do czynienia z ruchami masowymi. Oczywiście jest, iż w obecnej chwili ruch polityczny ma szansę na powodzenie tylko w momencie, kiedy głoszone idee są aprobowane przez znaczną liczbę ludzi. Ludzie Ci w procesie asymilacji uznają idee za swoje własne, co więcej, idee te są analogicznie rozumiane i jednomyślnie popierane przez przytłaczającą większość członków danego ruchu, czy zgrupowania politycznego. Łatwo zatem zrozumieć, iż w naszych czasach ruch polityczny może osiągnąć szybki i znaczny sukces tylko wtedy, jeśli rozporządza stenograficzną metodą wyrażania swoich idei, swoją własną, niepowtarzalną symboliką. Tylko wtedy może szybko zostać uznany za swój przez znaczną liczbę ludzi. Wyjaśnienie faktu, iż dzisiejsze ruchy polityczne tak chętnie posługują się symbolami, przy rekrutacji członków oraz w działaniach politycznych, nie jest już trudne. Historia dostarcza jaskrawych przykładów skutecznego użytkowania symboli. Partia socjaldemokratyczna w Niemczech, pod koniec XX wieku, bardzo chętnie odwoływała się do symboli. Był to środek rekrutacji członków i mobilizowania ich do konkretnego działania. Zwrot „towarzyszu”, czerwony sztandar, czerwony goździk w butonierce, są to typowe określenia symboliczne, które odegrały bardzo ważną rolę w historii ruchu socjalistycznego²¹.

Faszyści różnorodnej nacji poprzez swoje demagogiczne hasła, wyzute z jakichkolwiek ideałów człowieczeństwa, nieposiadający żadnego określonego programu ekonomicznego, znaleźli idealny sposób zmobilizowania i pociągnięcia za sobą mas. Zachwiali posadami systemów demokratycznych, często wręcz wyrывая im władzę z rąk. Stało się tak, gdyż przeciwnicy rządów demokratycznych nie chwyтали się błędnych, czy sztywnych dogmatów. Intuicyjnie rozumieli, jaka jest prawdziwa natura człowieka, potrafili wyciągnąć z tego praktyczne wnioski polityczne. Pomimo, że ich cele polityczne były absurdalne i sprzeczne z ideą człowieczeństwa, odnosili sukcesy. **Socjalizm** nie potrafił posługiwać się jedyną skuteczną bronią – propagandą – robił to niechętnie i bez przekonania.

Faszyzm w pełni korzystał z niezrównanego języka symboli. Było to według przywódców partynych najlepsze wizualne narzędzie walki politycznej. B. Mussolini, we Włoszech wykorzystał symbol różg „fascis” do identyfikacji partii faszystowskiej. Z historii Niemiec wiemy jak znamienne rolę odegrała symbolika swastyki w dochodzeniu A. Hitlera do władzy. Warto zatem prześledzić ewolucję metod symboliki w latach poprzedzających drugą wojnę światową.

A. Hitler nie musiał napracować się zbytnio, aby wylansować w praktyce swój własny język symboli. Zainspirowały go metody B. Mussoliniego i komunistów.

²¹ V. Vokoff, *Psychosocjotechnika, dezinformacja...*, dz. cyt., s. 30.

Posługiwał się nimi w sposób logiczny oraz konsekwentny i skuteczniej korzystał z danej mu władzy. Przeciwnicy nie zdawali sobie sprawy z tego, co się dzieje. Pozwolili mu bez przeszkód pracować nad swoimi niecznymi planami.



Włoski faszyzm wyrósł z socjalistycznego pnia. Benito Mussolini, zanim stał się przywódcą faszyzmu, przez lata był radykalnym aktywistą socjalistycznym i piewcą rewolucji proletariackiej. W pewnym momencie porzucił klasyczny socjalizm na rzecz socjalizmu nowego typu.

Rys. 11. Adolf Hitler i Benito Mussolini

Źródło: „Najwyższy Czas”, nr 23 (1098), 4 czerwca 2011, s. XL, XLII.

Zaczął od płomiennych, nieskrępowanych ograniczeniami przemówień, którymi zwrócił na siebie uwagę całego kraju. Atakował rząd Republiki Weimarskiej, krytykował go, obrzucał obelgami, a także groził: „Noc długich noży”, „Poleć głowy!”. Pogrożki te miały ogromny wpływ na całe masy. Przyczyny były dwie. Obywatele, niezadowoleni w warunkach kryzysu z powodu ogromnych braków materialnych, stawali się bardziej podatni na krytykę rządu. Fakt, iż propaganda ta w zupełności bezkarna rodziła przekonanie, że organy represyjne oraz środki ochrony państwa są sparaliżowane, dlatego nie ma czego po nich oczekiwać. Hitler sprytnie wykorzystał w tym celu symbol niezwykle prosty, z graficznego punktu widzenia – była to **swastyka**. Umieszczano ją wszędzie w olbrzymich ilościach. Dzięki temu, iż jest to symbol bardzo łatwy do narysowania, powielano go w milionach egzemplarzy. Posłużył on za bodziec, wywołujący w masach określone reakcje nerwowe. W chwili obecnej, kiedy znamy doświadczenia oraz wyniki

badania fizjologa Iwana Pawłowa, dotyczące wywoływania odruchów warunkowych, jesteśmy w stanie to zrozumieć²².



Rys. 12. Okładka książki „Mein Kampf” autorstwa A. Hitlera

Źródło: „Najwyższy Czas”, nr 23 (1098), 4 czerwca 2011, s. XL, XLII.

Każde raptownie wypowiedziane lub napisane przez Hitlera słowo (rys. 12), każde zastraszenie, kojarzyło się w umysłach słuchaczy i czytelników z prostymi symbolami – swastyką lub odpowiednią kolorystyką. Swoją groźną dla świata wykładnię polityczną A. Hitler zawarł w książce „Mein Kampf”. Wszechobecne swastyki nieustannie oddziaływały na masy. Podsycały nastroje przychylnie dla A. Hitlera, podtrzymywały efekt wywołany przez jego dramatyczne przemówienia. Rząd niemiecki miał tylko dwie możliwości wobec takiej sytuacji. Można było albo zwalczać symbole nazistowskie, osłabiać ich nośność, ośmieszać przez określone działania lub zakazać ich używania, albo zakazywać wieców, obelg, krytyki i pogroźek. Nie wykonano żadnych z tych działań. Pozwolono wrogom republiki spokojnie operować stale odnawianą siłę swej symboliki²³.

Wśród emocji, które najmocniej i najtrwalej oddziaływały na biernie elementy, należy wymienić przede wszystkim **strach**. Zastraszanie należało do najczęściej stosowanej techniki manipulacji oraz propagandy w czasie II wojny światowej. W tym duchu A. Hitler posługiwał się swastyką, jako symbolem niosącym również

²² http://pl.wikipedia.org/wiki/Odruch_bezwarunkowy [r. 2011].

²³ V. Vokoff, *Psychosocjotechnika, dezinformacja...*, dz. cyt., s. 31.

grozę. Jego przeciwnicy nie odkryli, co w największej mierze decyduje o wyniku walki. Oni nie posiadali żadnego z symboli. Uważali, iż wystarczy im posługiwanie się dowodami logicznymi. Kiedy w ostateczności odwoływali się do emocji, usiłowali nieodmiennie ośmieszyć przeciwnika. Jest to metoda najmniej skuteczna²⁴.

Na zakończenie warto przybliżyć propagandowe zasady organizowania wieców przez antynazistowski ruch. Sporządził on proste zasady przeprowadzonej prawidłowo propagandy pod charakterystycznym tytułem „Wzbudzanie entuzjazmu podczas wiecu”:

- Jeśli rozporządza się urządzeniami nagłaśniającymi, należy zapewnić rozrywkę słuchaczom zbierającym się na wiec, grając przede wszystkim skoczne melodie ludowe,
- Należy także podtrzymywać ożywienie i dynamizm audytorium w taki sposób, aby narastały one aż do końca wiecu,
- Od czasu do czasu ważne jest, aby nawiązywać dialog między mówcą lub prowadzącym a jego uczestnikami, zadając im pytania proste, prowokujące zbiorowe odpowiedzi „tak”, „nie”, itp.,
- Przeplatać wystąpienia chóralnym śpiewem, gdzie słuchacze powinni śpiewać zawsze na stojąco, nigdy na siedząco!,
- Przemówienia nigdy nie powinny przekraczać więcej niż 30 minut,
- Uczestnicy powinni rozchodzić się po zakończeniu wiecu przy akompaniamencie bojowej znanej pieśni, wpadającej w ucho,
- Na ile to możliwe, zapewnić wykonanie podczas wiecu jakiegoś krótkiego dowcipnego skeczu, chóralną recytację lub występy chóru, albo też recytację wierszy pasujących do atmosfery wiecu,
- Symboliczny, żywy obraz albo rzucany na ekran obraz o dynamicznym i radosnym lub sarkastycznym charakterze, któremu towarzyszy podkład muzyczny, może być bardzo pożyteczny, jako przerywnik odprężający nerwy,
- Należy zachęcać słuchaczy od czasu do czasu do „gimnastyki rewolucyjnej”, chóralnego okrzyku hasła *Freiheit!* z jednoczesnym uniesieniem w górę pięści,
- Powinno się udekorować salę hasłami i symbolami na transparentach, sztandarami, flagami, zielenią, itp; należy rozmieścić w sali służbę porządkową składającą się z młodych aktywistów w jednolitych strojach i z opaskami z emblematami na rękawie²⁵.

XX wiek był przykładem, jak dzięki sile różnorodnych bodźców psychologicznych odbieranych przez ludzi podświadomie, za pomocą symboli, gestów, barw

²⁴ Tamże, s. 32.

²⁵ Tamże, s. 46.

i doznań słuchowych propaganda odniosła pełny sukces w osiągnięciu totalitarnej władzy nad całymi masami.

Adolf Hitler, Józef Stalin, Benito Mussolini, a drugiej połowie XX wieku Juan Domingo Perón, Mao Zedong, Muammar al-Kaddafi, Kim Il Sung, nie tylko tworzyli ideologię propagandy, ale także posiadli umiejętność sprawnego wprowadzania jej w życie. Specjalnie wyprodukowane radia, odbierające tylko jedną częstotliwość, filmy w kinach, masowe widowiska, wiece, parady, zawody sportowe, płomienne porywające przemówienia, w których posługiwano się symboliką, wykorzystujące czasami najbardziej prymitywne instynkty, wywołujące często strach, obrzydzenie, nienawiść lub uniesienie, chęć walki, siłę narodu, poczucie jedności były doskonałymi narzędziami marketingowymi. Ogólną zasadą propagandy było oraz jest nadal dotarcie do emocji odbiorców, a nie do ich rozumu. A. Hitler oraz B. Mussolini, i inni władcy absolutni, w marketingu politycznym wykorzystywali elementy polityki socjalnej i najczęściej apelowali do uczuć nacjonalistycznych swoich rodaków, ich narodowej dumy, poczucia więzi plemiennych i potęgi własnego państwa. Wykorzystywali propagandę do walki politycznej, która służyła im do podjęcia agresji na rzeczywistych lub domniemanych przeciwników. Wodzowie Włoch, Niemiec, ZSRR, a w dobie obecnej – Korei Północnej, przedstawiali swe rządy jako wzorce najlepiej funkcjonującego państwa w świecie.

Podsumowując, rola symboli w doktrynach faszystowskich, komunistycznych i nazistowskich była bardzo istotna. Można stwierdzić, iż było to wielce udane działanie na wielką skalę, trafione poprzez zastosowanie symboli politycznych przy prowadzeniu udanej propagandy. Symbole graficzne, gesty, symbole dźwiękowe, czyli wszystko to, co wpływa na pełne odbieranie bodźców wszystkimi zmysłami człowieka zostało skutecznie zastosowane oraz wykorzystane w pełni służąc marketingowi politycznemu tych partii i państw.