

PLAKAT W SŁUŻBIE WRON

**Żołnierska dewiza:
każdy robi swoje,
każdy robi dobrze,
każdy jest kontrolowany i rozliczany.**

(hasło na jednym z wielu wydawnictw okresu stanu wojennego)

Powszechna wiedza o propagandzie stanu wojennego sprowadza się do ukazywania jej przez pryzmat walki na linii władza–społeczeństwo (=opozycja) w dwóch różnych formach. Władza toczyła wojnę z narodem za pomocą mediów: prasy, radia i telewizji. Opozycja była wyposażona w farby, kredę i ulotki, którymi przeciwstawiała się kłamstwu obozu rządowego (=WRON, PZPR). Z biegiem czasu ten schemat coraz bardziej ulegał upowszechnieniu, a próby wskazywania, że obie strony korzystały z większej liczby i różnorodności technik oddziaływania na siebie i społeczeństwo, traktowane były marginalnie¹. A przecież wojna na murach trwała, z różnym nasileniem, przez cały okres stanu wojennego. Władze użyły w niej milionów egzemplarzy ulotek, broszur, afiszy, plakatów² i innych rodzajów druków tworzonych przez wyspecjalizowane komórki partyjne i wojskowe. Okres ten charakteryzował się próbami „nadrobienia” czasu straconego przez PZPR pod względem tego rodzaju propagandy od sierpnia 1980 r. do września 1981 r., gdy prace nad stanem wojennym weszły w kulminacyjną fazę, a dzięki pomocy z ZSRS i NRD przyspieszeniu uległy również plany propagandowej oprawy przyszłego starcia z częścią własnego narodu.

Jednym z mniej znanych pól walki z przeciwnikiem ideologicznym była walka plakatu. Aparat władzy miał do dyspozycji nie tylko dobrze wyposażoną bazę techniczną w postaci zakładów poligraficznych, zaplecza wojskowego oraz kolportażu zapewnianego przez aktywistów partyjnych, żołnierzy oraz RSW „Prasa-Książka-Ruch”, ale także dyspozycyjnych plastyków, którzy na zlecenie sprawnie i szybko tworzyli odpowiednie plakaty. Ekspozowano je w tzw. punktach propagandy wizualnej, zazwyczaj na wielkich steżach umieszczonych przy głównych arteriach komunikacyjnych miast, w budynkach na tablicach ogłoszeń, na słupach ogłoszeniowych, witrynach sklepowych, w zakładach pracy,

¹ Zob. pozycje poświęcone stanowi wojennemu, w których rzadko wspomina się o stanowiącej przedmiot tego artykułu formie walki. Wyjątek stanowią opracowania G. Majchrzaka oraz P. Piotrowskiego. Por. G. Majchrzak, *Cala prawda o opozycji*, „Biuletyn Instytutu Pamięci Narodowej” 2001, nr 11, s. 38–41; *idem*, *Obóz władzy w stanie wojennym [w:] Drogi niepodległości. „Solidarność” 1980–2005*, Warszawa 2004; P. Piotrowski, *Propaganda wojskowa w okresie kryzysu politycznego 1980–1981 i stanu wojennego*, „Biuletyn Instytutu Pamięci Narodowej” 2001, nr 11, s. 31–37.

² W tym artykule posługuję się określeniem plakatu jako „gatunkiem grafiki użytkowej o funkcji informacyjnej, reklamowej, propagandowej itp. [...] Cechuje go oszczędność środków wyrazu plastycznego, dążność do umowności i metaforyki, często również intensywna kolorystyka” (*Wielka Encyklopedia PWN*, Warszawa 2004, s. 125). *De facto* wiele afiszy z tego okresu można zakwalifikować do kategorii plakatu ze względu na umieszczanie na nich znaków graficznych nawiązujących bezpośrednio do ich treści. Granice między afiszem i plakatem są w tym okresie bardzo nieostre, a wielu autorów posługuje się nimi zamiennie.



propagandowego władz polskich. Działania te skoncentrowały się na osobie prezydenta, podkreślaniu strat, jakie ponosił kraj w wyniku embarga gospodarczego, oraz udowadnianiu imperialistycznych planów USA w procesie przejmowania kontroli nad światem. Najbardziej znane plakaty pochodzące z okresu stanu wojennego to: wizerunek R. Reagana w stroju kowbojskim (to nawiązanie do zawodu Reagana oraz westernów jednoznacznie identyfikowanych ze Stanami Zjednoczonymi) oraz Ulricha von Jungingena i Konrada Adenauera w strojach krzyżackich. Tytuł tego plakatu brzmiał: „Z mroków średniowiecza”. A jego wymowę podkreślał dodatek: „Krucjata przeciwko Polsce”³. Jego autorem był Jan Bohusewicz. Na innych plakatach R. Reagan przedstawiany był jako kowboj w wyimaginowanym filmie *Świat po amerykańsku*, jako aktor w programie *Pistolet wymierzony w Polskę*, wskazywano na jego dwulicowość na plakacie „Dwa oblicza prezydenta”. W ataku wykorzystano również ucieczkę ambasadora Polski w USA R. Spasowskiego, podkreślając, że jedyną wartością

rzadziej w zakładowych halach produkcyjnych.

Warto zatem przypomnieć te najbardziej znane plakaty, których frazeologia dziś być może śmieszy, lecz niektórym z nich nie można odmówić wartości artystycznych, a ich pomysłodawcom – kunsztu, tym bardziej że kilku z nich należało do czołówki twórców światowego plakatu. Przykładem niech będzie twórczość W. Mysyrowicza, M. Szostaka, W. Sierki, J. Bohusewicza.

Do plakatów najczęściej kojarzonych ze stanem wojennym należy seria wymierzona w Stany Zjednoczone oraz ich prezydenta Ronalda Reagana. Po ogłoszeniu stanu wojennego w Polsce USA zareagowały wprowadzeniem sankcji gospodarczych, co spowodowało pogorszenie i tak trudnej sytuacji gospodarczej kraju. USA wzmożyły jednocześnie pomoc dla opozycji i Radia Wolna Europa, stając się głównym celem ataku

³ Plakat ten był ściśle powiązany z innymi wydawnictwami propagandowymi, szczególnie publikowanymi przez Wydział Informacji i Wydział Ideologiczny KC PZPR. Słowa „krucjata” używano w nich nadzwyczaj często. M. Zaremba w swojej książce poświęconej nacjonalistycznej legitymizacji władzy w Polsce pisał, że plakat miał tytuł „Trzecia krucjata na Polskę”. Nie spotkałem takiego wariantu plakatu, nie wykluczam jednak jego istnienia. Por. M. Zaremba, *Komunizm, legitymizacja, nacjonalizm. Nacjonalistyczna legitymizacja władza w Polsce*, Warszawa 2001, s. 383.

dla Ameryki i jej popleczników jest pieniądz (Napis na plakacie brzmiał: „Pójdźcie do mnie wszyscy zdrajcy narodu polskiego, a ja Wam zapłacę!!!”).

Plakatów poświęconych bezpośrednio WRON było stosunkowo niewiele. Zdecydowanie przeważały afisze, na których umieszczano cytaty z przemówień gen. W. Jaruzelskiego wygłoszonych 13 i 24 grudnia 1981 r. Później zdominowały je cytaty z posiedzenia sejmu 25 stycznia 1982 r. Do poparcia WRON namawiał plakat autorstwa W. Sierki „Twórzmy front porozumienia narodowego i powszechnego poparcia” oraz plakat „Zjednoczmy nasze działania dla dobra socjalistycznej ojczyzny” (z wizerunkiem słupa granicznego). Więcej tych sposobów walki propagandowej odwoływało się do NSZZ „Solidarność”, NZS i ich działań, które zmusiły wojskowych do wprowadzenia stanu wojennego. Publikowano więc w różnej szacie graficznej dokumenty świadczące o próbach obalenia władzy w Polsce, agresywnych zamiarach poszczególnych działaczy opozycji oraz nieudanych sposobach powstrzymania tych planów przez bardziej umiarkowane nastawionych działaczy. Do tego celu wykorzystano różne techniki druku oraz starano się oddziaływać na odbiorcę specjalnie dobranymi kolorami czcionek.

Najbardziej charakterystycznym plakatem z tego okresu był ten zatytułowany „Z pnia narodowej zdrady”. Na gałęziach drzewa autor umieścił nazwiska czołowych działaczy KSS KOR, NSZZ „Solidarność”, NZS, wspierających ich przedstawicieli polskiej emigracji oraz literatów. Na pniu widniał wymowny napis „Targowica”. Na innym plakacie pt. „Nie ma głupich” członek „Solidarności Walczącej” wykrzykiwał hasło: „Chodźcie z nami...”, wspinając się po drabinie, na której szczeblach znajdowały się napisy: „strajki, anarchia, terroryzm”. Odwoływano się również do powszechnie używanego znaku „V” (od słowa – zwycięstwo), eksponując hasła: „Tonąca ekstrema »Solidarności« brzytwy się chwytą”, „Kto z Reaganem kolaboruje, na murach V maluje!”. Osobną grupę stanowiły plakaty przeciwko strajkom oraz demonstracjom ulicznym. Wspomnę o plakatach wydanych przez wrocławski Wydział Pracy Ideowo-Politycznej KW PZPR pt. „Dosyć!” (przed 10 sierpnia 1982 r.) oraz „Wyzwano: Chodźcie z nami! Dokąd? Pomyśl, gdzie chcą Cię zaprowadzić?” (po wielkiej demonstracji 31 sierpnia 1982 r., zakończonej wielogodzinnymi starciami ulicznymi, w wyniku których we Wrocławiu zginął K. Michalczyk, a w Lubinie śmierć poniosły trzy osoby).





wane emocjami reakcje pracowników. One też są często niszczone. Nie oznacza to, że mamy z tych treści zrezygnować. Natomiast powinniśmy zadbać – na to zwraca nam się uwagę – aby materiały podejmujące w ostrym stylu polemikę z zagranicznymi ośrodkami dywersji lub miejscową opozycją⁴, za pomocą plakatu, równoległe wprowadzały treści ukazujące potrzebę pracy, ładu społecznego i aktywności wokół realizowanego programu”⁵.

Nic dziwnego, skoro na czele Wydziału Ideologicznego KC PZPR stał Walery Namiotkiewicz, kierownikiem Wydziału Informatyki KC PZPR był Jerzy Majka, czyli tzw. partyjni beton, że propaganda wizualna doby stanu wojennego i jej główni autorzy wzorce czerpali z epoki stalinizmu⁶.

⁴ Chodziło o cykl plakatów „o tym Radio Wolna Europa nie powie”; „o tym Głos Ameryki nie powie”, plakaty wskazujące na imperialistyczną politykę USA oraz dodatkowo porównujące ją do polityki III Rzeszy oraz serie plakatów i afiszy brutalnie dyskredytujących czołowych działaczy związkowych, a także polskich intelektualistów niepopierających polityki wojskowej junty.

⁵ *Funkcjonowanie partyjnego systemu informacyjno-propagandowego*, „Informacje i Opinie. Biuletyn KW PZPR we Wrocławiu”, nr 91 z 8 XII 1982 r.

⁶ Np. na afiszach wzywano do odpowiedzi „trzy razy tak” na pytania dotyczące przyszłości ojczyzny, deklarowano poparcie dla 3-letniego planu odbudowy gospodarczej, a powołane do nadzoru oraz koordynowania działań propagandowych komórki partyjne nazwano centralnymi (wojewódzkimi) sztabami informacji i propagandy. Trudno mówić tu o przypadku.

Chodźcie z nami...



nie ma głupich!