Wojciech Śleszyński
(Białystok)

„Za Białoruś" — przykład polityczno-społecznej kampanii propagandowej

System rządów wprowadzony po wygranych przez Aleksandra Łukaszenkę wyborach prezydenckich w 1994 r. dąży do kontroli wszystkich sfer życia obywateli. Ważnym elementem działań mających przekonać ich do poczynań władz jest propaganda wizualna. Przykładem zorganizowanych działań propagandowych jest akcja plakatowa zatytułowana „Za Białoruś". W 2004 r. slogan „Za Białoruś" oznaczał zgodę w referendum na ponowne ubieganie się o stanowisko prezydenta przez Łukaszenkę. Efekt oddziaływania akcji tak zadowolił rządzących, iż postanowiono przedłużyć ją na kolejne lata. Szybko stała się ona trwałym elementem pejzażu białoruskich miast i miasteczek. Plakaty i afisze wiszące w eksponowanych miejscach odgrywają bardzo ważną rolę w polityce propagandowej władz białoruskich. Mają za zadanie wpływać i kształtować świadomość społeczną[1].

Tematyka plakatów odwołuje się do różnych sfer życia społecznego, mowa jest o pokoju, dobrobycie, ale również o sporcie. Plakaty mają za zadanie przyciągnąć wzrok przechodnia barwą (dominuje oficjalna kolorystyka państwowa czerwono-zielona, podczas gdy elementy biało-czerwone ograniczone są jedynie do ornamentyki ludowej), i pobudzić obywateli do pozytywnych skojarzeń. Dyskurs między rządzącymi a społeczeństwem odbywa się na z góry określonych warunkach pod całkowitą kontrolą władzy.

Na poziomie stylistycznym zastosowane rozwiązania nastawione są na masowego odbiorcę. Prosta, nieskomplikowana forma, zaczerpnięta jeszcze z socrealistycznych rozwiązań czasów komunistycznych, dobrze sprawdza się w oddziaływaniu na masy, głównie dzięki swojemu populistycznemu charakterowi.

W prezentowanej tematyce przebija eksponowanie przywiązania społeczeństwa białoruskiego do tradycyjnych układów społecznych i politycznych[2]. Głoszone idee są niezwykle proste i jasne w swoim przekazie. Konstrukcja i układ przedstawionych wydarzeń jest jednorodny oraz czytelny i wyzwalać ma

[1] P. Usau, *Związek Radziecki w granicach odrębnego państwa. „Ideologia państwa białoruskiego" — mechanizmy jej propagowania i narzucania społeczeństwu*, [w:] *Społeczeństwo białoruskie` 2007. Nadzieje, złudzenia, perspektywy*, red. M. Pejda, Warszawa — Mińsk 2007, s. 46.

[2] P. Rydkoúski, *Białoruska ideologia państwowa jako „utopia teraźniejszości"*, [w:] *Społeczeństwo białoruskie` 2007...*, s. 52-53.

u widza jednoznacznie pozytywne skojarzenia. Przesyłane drogą wzrokową bodźce w sposób nieświadomy dla odbiorcy mają kształtować jego postawę polityczną i społeczną. W celu łatwiejszego odbioru wysyłanego przekazu, rządzący odwołują się do prostych, często prymitywnych skojarzeń. Prezentowany obraz świata emanuje spokojem, pewnością jutra. Dominuje sielska atmosfera, w której nowoczesność miesza się z tradycją. Obok nowych budynków, osiedli, mamy łany zbóż czy dorodne bochny chleba, prezentowane przez ubrane w stroje ludowe kobiety. Jednak rodzaj prezentowanej nowoczesności niewiele ma wspólnego z zachodnim systemem wartości i jest raczej uwspółcześnioną wersją wizji dobrobytu czasów komunistycznych.

Charakterystyczną cechą tego typu przekazu jest jego silna ideologizacja. Z góry wykluczone jest przedstawianie obrazów mogących zaszkodzić wizerunkowi państwa białoruskiego. Tworzony mit szczęśliwego państwa i narodu odgrywa kluczową rolę w budowaniu ładu politycznego. Na próżno wiec szukać na plakatach twarzy smutnych, szarych, zmęczonych czy rozczarowanych. Obywatele, reprezentujący cały przekrój społeczny, tryskają życiem i energią. Rozpromienione twarze i miła atmosfera nadaje scenom sielankowy nastrój. Dynamika oraz pozorna autentyczność przedstawiona na plakatach winna pobudzić do myślenia i stanowić wzór do naśladowania.

Obok radości i spokoju ważnym elementem prezentowanych plakatów jest ich symbolika. W prezentowane osoby czy scenki rodzajowe wplątane są symbole państwowe (godło, flaga, narodowe barwy). Bardzo często bez tych elementów plakat pozbawiony byłby ideologicznego znaczenia. Ciągłe powtarzanie symboli ma także utrwalić je w świadomości współczesnych mieszkańców Białorusi. Pomysłodawcom akcji chodziło m.in. o wyparcie z pamięci zbiorowej symboli narodowych funkcjonujących w latach 1991-1994.

Podsumowując cele kampanii propagandowej można stwierdzić, iż spełnia ona trzy, zasadnicze role „(...) po pierwsze, wszystkie plakaty pokazują radosne sytuacje i szczęśliwych ludzi, więc pokazują pozytywne momenty i malują obraz szczęśliwej Białorusi: po prostu trzeba być *za*, nie można być *przeciw*. Po drugie, poprzez przedstawienie pewnych sytuacji i opatrzenie ich etykietą komponentów typowych cech Białorusi, które dają nie tylko konkretne wrażenie, ale też obraz Białorusi, należy się zgodzić i być z tego dumnym; kampania przyczynia się do tworzenia narodu. Po trzecie, akcja skierowana jest do ludzi w bardzo osobisty sposób; każdy, należący do dowolnej grupy wiekowej i dowolnego środowiska zawodowego, może znaleźć skierowany do niego plakat. Kampania właściwie dociera do ludzi indywidualnie, oferuje każdemu coś, z czym mógłby się identyfikować”[3].

[3] I. Hansen, *Obraz białoruskiego dyskursu politycznego oraz jego wizualne i wykonawcze elementy*, [w:] *Geopolityczne miejsce Białorusi w Europie i świecie*, red. V. Bułhakaú, Warszawa 2006, s. 120.

Przybysza z Europy Zachodniej może dziwić lub nawet śmieszyć forma prezentacji treści na plakatach, jednak należy pamiętać, iż większość społeczeństwa białoruskiego przyzwyczajona jest do sowieckiego modelu przekazu ideologicznego. Dlatego też tego typu przekaz nie wywołuje oporu, a najczęściej spotyka się z bierną akceptacją obywateli.

PLAKATY

<„Za Białoruś", Słuck 2009>

<„Za niezależną Białoruś", Brześć 2009>

<„Za pokojową Białoruś”, Łohiszyn 2009>

<„Za samodzielną Białoruś”, Łohiszyn 2009>

<„Za stabilną Białoruś”, Grodno 2008>

<„Za sportową Białoruś”, Grodno 2008>

<„Za utalentowaną Białoruś”, Kobryń 2009>

<„Za Białoruś dla narodu”, Brześć 2008>

<„Za Białoruś”, Kobryń 2009>

Wojciech Śleszyński — doktor habilitowany, profesor nadzwyczajny Uniwersytetu w Białymstoku, pracownik Instytutu Historii i Nauk Politycznych UwB. Zainteresowania badawcze: dzieje pogranicza polsko-litewsko-białoruskiego w XX i XXI wieku; stosunki międzynarodowe, kwestia bezpieczeństwa, mniejszości narodowe, konflikty etniczne, relacje państwo — obywatel; wykorzystanie materiałów archiwalnych do dziejów Kresów Północno-Wschodnich II RP znajdujących się w zbiorach na terenie Białorusi i Litwy.