

PIOTR OSEKA

„Syjoniści, inspiratorzy, wichrzyciele. Obraz wroga w propagandzie Marca 1968”

Żydowski Instytut Historyczny, Warszawa 1999

Piotr Osęka postawił sobie za zadanie odtworzenie na podstawie przede wszystkim artykułów prasowych sylwetki wroga, którą posługiwała się między czerwcem 1967 i grudniem 1968 roku komunistyczna propaganda. Największe nasilenie działań propagandowych przypadło na marzec 1968, okres wystąpień studenckich w wielu miastach (Warszawa, Kraków, Wrocław) i ich brutalnej pacyfikacji przez milicję wspomaganą przez oddziały tzw. robotniczego aktywu. Omawiana książka stanowi próbę sformułowania zasadniczych cech tej fikcyjnej „postaci”, która w zależności od kontekstu była nazywana *syjonistą*, *wichrzycielem*, *politycznym bankrutem* lub wszystkimi tymi określeniami naraz. Autor pragnął, jak sam stwierdza, odtworzyć coś w rodzaju „*vademecum* marcowego propagandysty”, skompletować na podstawie rozproszonych materiałów „instrukcję” czy też model fabrykowania wroga, którym posługiwali się ówcześni autorzy służalczych artykułów opisujących *wrogie siły*. Tego rodzaju całościowa instrukcja w rzeczywistości najprawdopodobniej nigdy nie istniała (w archiwach brak śladów jej istnienia), co nie zmienia faktu, iż propaganda Marca 1968 posługiwała się w miarę „zunifikowanym” zestawem dyżurnych matryc ideologicznych przekładających się z kolei na językowe „klisze”. Z nich tworzono konkretne wcielenia „wroga”.

Autor podkreśla dwie zasadnicze cechy obrazu wroga wykreowanego przez marcową propagandę: sprzeczność tworzących go określeń i jego „otwarty” charakter. Wróg był zarówno *żydowskim nacjonalistą*, jak i *wykorzenionym kosmopolitą* – sprzeczność między tymi określeniami nie osłabiała przy tym, jak zauważa autor, propagandowej siły całego obrazu, potęgując jedynie moralną ohydę przeciwnika. Kategoria wroga była „otwarta” w tym sensie, iż np. syjonistą mógł zostać każdy bez względu na pochodzenie; mianem *agentów światowego syjonizmu* określano profesorów uniwersytetu, studentów, pisarzy, współpracowników Radia Wolna Europa, a także funkcjonariuszy partii odsuniętych od steru po 1956 roku. Jedynym kryterium syjonizmu była – niekiedy domniemana, niekiedy faktyczna – niezgodność poglądów danej osoby z poglądami aktualnie rządzącej grupy partyjnych aparatczyków.

Dominantą obrazu wroga (jak i całej propagandy marcowej) był antysemityzm ukryty pod maską *anty syjonizmu*. Niezależnie od tego, że za *syjonistów* uznawano niekiedy osoby o nieżydowskim pochodzeniu, propagandowe wypowiedzi w prasie pełne były antysemitycznych aluzji i sugestii. Zręcznie rozbudzały one czy to tradycyjne resentymy (stereotyp Żyda-oszusta, Żyda-złodzieja i zdrajcy), czy niechęć do Żydów zrodzoną jeszcze w okresie stalinowskim (1948-56) częściowo pod wpływem udziału osób pochodzenia żydowskiego w komunistycznym aparacie terroru. Te aluzje do *żydokomuny* skierowane były przede wszystkim przeciwko wspomnianym wyżej byłym działaczom oraz ich rodzinom. Marcowa propaganda skutecznie odświeżyła stare motywy żydowskiego spisku, nazywanego tym razem *spiskiem syjonistycznym*, i żydowskiej konspiracji zmierzającej do objęcia władzy nad Polską (a później i całym światem). Piotr Osęka trafnie zauważa, iż propaganda 1968 roku korzystała obficie z tradycyjnego instrumentarium ideologicznego przedwojennej skrajnej prawicy ubranego tym razem (paradoksalnie) w kostium urzędowej doktryny marksistowskiej, która przecież z definicji zakazywała zwalczania kogokolwiek ze względu na przynależność narodową. Powodowało to zresztą swoistą schizofrenię propagandową wyrażającą się np. hasłami w rodzaju: *Potępiamy syjonizm i antysemityzm*.

Obok antysemityzmu istotnym wyznacznikiem obrazu wroga były sentymy antyelitarystyczne – wrogów ustroju przedstawiano zwykle jako grupę uprzywilejowaną, pławiącą się w luksusie na tle ogólnego niedostatku. Używano również straszaka niemieckiego, dokonując absurdalnego skojarzenia *syjonizmu z zachodniemieckim rewizjonizmem*, który z kolei uznawano za spadkobiercę hitleryzmu. Mimo jawnej absurdalności, która zwłaszcza dziś kłuje w oczy, tego rodzaju rozumowania i skojarzenia (często w „zaszyfrowanej” formie aluzji) były „standardowym” elementem komunistycznego dyskursu propagandowego.

Książka Piotra Osęki obok opisanych wyżej analiz wizerunku wroga stworzonego przez propagandę 1968 roku zawiera niezmiernie cenny aneks, w którym pomieszczone zostały oryginalne (bez skrótów) teksty najważniejszych artykułów współtworzących marcową nagonkę propagandową. Czytelnik ma tu (rzadką dziś) okazję zetknięcia się z czystymi produktami ideologicznej propagandy i zarazem możliwość bezpośredniej oceny tych narzędzi analitycznych, których Piotr Osęka użył do „zdekodowania” komunistycznej „drętwej mowy”.

MICHAŁ WARCHAŁA