



Krzysztof Walaszczyk

Techniczne Zakłady Naukowe im. gen. Władysława Sikorskiego w Częstochowie

BARWY KAMPANII W PRZEDWOJENNEJ CZĘSTOCHOWIE

Recenzja książki Adriana Piotra Musiała *Strategie prowadzenia kampanii wyborczych i rywalizacji politycznej w Częstochowie w latach 1918–1939*, Instytut Myśli Polskiej im. Wojciecha Korfańtego, Katowice 2023

Książka Adriana Musiała *Strategie prowadzenia kampanii wyborczych i rywalizacji politycznej w Częstochowie w latach 1918–1939* to syntetyczne ujęcie tematu będącego kwintesencją polityki, czyli zdobywania władzy. Autor analizuje scenę polityczną międzywojennej Częstochowy widzianą przez pryzmat kolejnych kampanii wyborczych oraz zmieniających się uregulowań prawnych dotyczących zasad funkcjonowania partii politycznych, ordynacji wyborczej oraz wytycznych dotyczących przeprowadzania wyborów parlamentarnych i samorządowych.

Niewątpliwym atutem książki jest połączenie szczegółowej wiedzy z zakresu historii politycznej w dwudziestolecie międzywojennym ze współczesnym, politologicznym podejściem do zagadnienia marketingu politycznego. To właśnie od warsztatu politologicznego Musiał rozpoczyna analizę sceny politycznej, na której rozgrywały się kolejne kampanie wyborcze. Wyjaśnienie podstawowych pojęć funkcjonujących we współczesnym marketingu politycznym pozwala spojrzeć w nowy sposób na działania polityków i partii politycznych w tym czasie. Wybór Częstochowy jako jednego z największych miast II Rzeczypospolitej, prężnego ośrodka przemysłowego, a zarazem miejsca o wieloetnicznej i wielowyznaniowej społeczności stanowi istotny atut publikacji, która w syntetyczny sposób porządkuje naszą wiedzę oraz wypełnia luki w historiografii związanej z przedstawianym regionem.

Choć marketing polityczny jest stosunkowo nowym zjawiskiem w polityce, a jego pojawienie się można wiązać przede wszystkim z rozwojem nowoczesnych, masowych środków komunikowania w postaci radia i telewizji czy ze wzrostem roli mediów społecznościowych, to wiele spośród technik komunikowania się stosowanych obecnie rozpoczynało funkcjonowanie właśnie w dwudziestolecie międzywojennym (Mazur, 2004, s. 12). Ich celem było stworzenie sprawnego mechanizmu

zdobycia władzy, a kolejne kampanie opisywane przez autora pozwalają nam obserwować ten proces z perspektywy Częstochowy. Podjęta przez Musiała próba weryfikacji współczesnych teorii funkcjonujących na gruncie nauk politycznych i dotyczących kampanii wyborczych oraz procesów komunikowania się z wyborcami poprzez użycie ich do badań historycznych dotyczących sceny politycznej międzywojennej Częstochowy cechuje się podejściem interdyscyplinarnym, jakiego brakowało w historiografii regionu.

Częstochowa okresu międzywojennego została przedstawiona przez autora wielowymiarowo: jako miasto robotnicze z kwitnącym przemysłem, rzemiosłem i górnictwem rud żelaza, jako miasto wieloetniczne i wielowyznaniowe z silną społecznością żydowską, wreszcie jako „duchowa stolica” Polski – cel pielgrzymek rzesz pątników oraz miejsce, z którego niejednokrotnie rozbrzmiewał głos wywierający wpływ na życie polityczne Polski. Wszystkie te czynniki miały wpływ na życie polityczne miasta od pierwszych dni niepodległości aż po wrzesień 1939 roku. Równocześnie nie sposób traktować Częstochowy w oderwaniu od sytuacji panującej w kraju. Da się zauważyć, że zmiany w dyskursie politycznym powiązane były z kolejnymi cyklami koniunktury gospodarczej Polski, które wyraźnie przekładały się na zaostrzenie lub złagodzenie polaryzacji poglądów politycznych oraz języka stosowanego w komunikowaniu.

Klasyczny dla historiografii dwudziestolecia międzywojennego podział na okresy odbudowy (1918–1923), stabilizacji (1923–1926), ożywienia gospodarczego (1926–1929), wielkiego kryzysu gospodarczego (1929–1935) oraz interwencjonizmu państwowego (1936–1939) i tym razem okazuje się skuteczny przy analizie życia społecznego i politycznego kraju (Landau, Tomaszewski, 1999, s. 350). Wpływ sytuacji gospodarczej w Rzeczypospolitej na język stosowany w dyskursie politycznym jest więc jak najbardziej zasadny.

Zastosowany przez Musiała podział treści opiera się na działach tematycznych poświęconych kolejno: podstawowym terminom politologicznym związanym z marketingiem politycznym, kwestiom ustawodawstwa regulującego funkcjonowanie partii i organizację wyborów, charakterystyce życia politycznego w dwudziestoleciu międzywojennym oraz podziałom partyjnym.

W poszczególnych rozdziałach autor szczegółowo analizuje konstruowanie list wyborczych w wyborach parlamentarnych (lata 1919, 1922, 1928, 1930, 1935, 1938) oraz w wyborach samorządowych (lata 1919, 1925, 1927, 1934, 1939) zarówno w ujęciu ogólnopolskim, jak i w samej Częstochowie. Mamy więc pełny wgląd w kulisy tworzenia i działania mechanizmów segmentacji rynku wyborczego oraz przygotowania i przeprowadzenia kolejnych kampanii. Zestawienie procesu wyłaniania elity politycznej przedwojennej Częstochowy w połączeniu z charakterystyką kolejnych kampanii wyborczych pozwala czytelnikowi zrozumieć, jak skomplikowane pod względem organizacyjnym były warunki, w których przyszło funkcjonować zarówno zbiorowym, jak i indywidualnym aktorom politycznym. Pozwala także zaobserwować, w jaki sposób wyłaniano liderów lokalnych, na

których spoczywał obowiązek konsolidacji sformalizowanych struktur partyjnych oraz zdobywania poparcia wyborców (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 183).

Ostatnie rozdziały książki poświęcone są badaniom nad komunikacją bezpośrednią i pośrednią z wyborcami. Mamy przedstawione najbardziej znane techniki stosowane przez polityków po dziś dzień w celu pozyskania poparcia elektoratu, takie jak agitacja wyborcza w trakcie spotkań, wykorzystywanie rocznic historycznych czy omówienie roli... kościelnej ambony i zaangażowania duchownych w politykę. Znajdziemy też opisane nietypowe formy komunikacji, np. użycie w kampanii 1928 roku aeroplanu krążącego nad miastem i zrzucającego ulotki (BBWR) czy prekursorskie wykorzystanie w niej filmów agitacyjnych wyświetlanych w częstochowskich kinoteatrach (pomysł PPS).

Poznamy również doskonałą analizę materiałów wyborczych z kolejnych kampanii oraz prasy społeczno-politycznej ukazującej się na przestrzeni 20 lat w Częstochowie. Obok tytułów polskojęzycznych omówiona została także prasa żydowska przeważnie ukazująca się w języku jidysz (np. „Czenstochower Cajtung”), jak również w języku polskim („Głos Częstochowski”). Musiał przedstawia w swojej książce kilkadziesiąt tytułów wraz z ich podporządkowaniem konkretnym partiom i poglądom politycznym. Ten wyjątkowy potencjał wydawniczy Częstochowy dwudziestolecia międzywojennego wynikał zapewne z tego, że miasto to słynęło w owym czasie ze znacznej liczby drukarni, z których wiele wywodziło się jeszcze z XIX wieku (np. Drukarnia Franciszka Dionizego Wilkoszewskiego założona w 1898 roku i wydająca kilkadziesiąt tytułów prasowych do 1939 roku). Nic więc dziwnego, że było postrzegane jako prężny ośrodek wydawniczy znany w całym kraju.

Książkę Musiała kończy analiza językowa treści komunikatów politycznych kierowanych do odbiorców. Autor dochodzi do wniosku, że barwny i często radykalny język polaryzujący opinię publiczną przeplatał się zazwyczaj z powszechną ogólnikowością, abstrakcyjnością oraz pustosłowiem, czym zresztą charakteryzuje się również dziś. Podsumowując omawianą publikację, możemy stwierdzić, że opisano w niej wyjątkowo dynamiczny okres w życiu politycznym Polski i Częstochowy w sposób multidyscyplinarny, a przez to nowatorski. Nowe spojrzenie na życie polityczne miasta w międzywojniu jest niewątpliwie walorem tej książki i przyczyni się do dalszych badań nad lokalną historią.

Bibliografia

- Dobek-Ostrowska B. (2004). *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem masowym*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Landau Z., Tomaszewski J. (1999). *Zarys historii gospodarczej Polski 1918–1939*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Mazur M. (2004). *Marketing polityczny. Studium porównawcze*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.