

PAWEŁ DUBER¹, ROBERT CHMURA², KRZYSZTOF KRAJEWSKI-SIUDA^{1,2}

Polski plakat w kampaniach zdrowia publicznego w latach 1945-1956

Polish poster in public health campaigns in the years 1945-1956

Streszczenie

Wstęp. Plakat jako narzędzie kampanii komercyjnych pojawił się w 1870, jednak już pod koniec XIX wieku staje się on jednym z elementów kampanii zdrowotnych.

Cel. Celem opracowania było ukazanie specyfiki oraz sposób wykorzystania plakatów w kampaniach zdrowia publicznego w Polsce w okresie stalinizmu (1945-56).

Materiał i metody. Analiza oparta została na przeglądzie materiałów znajdujących się w zbiorach Biblioteki Jagiellońskiej w Krakowie oraz zasobów internetowych.

Podsumowanie. Polski plakat zdrowotny w analizowanym okresie koncentruje się w głównej mierze na problemach związanych z chorobami zakaźnymi (przede wszystkim gruźlica) oraz alkoholizmem. Dominującym nurtem sztuki plakatowej jest socrealizm. Zwraca uwagę upolityczniony charakter plakatów, które traktowane są jako narzędzie socjalistycznej propagandy. Plakat zdrowotny epoki stalinowskiej ukazuje skomplikowane powiązania, jakie w tamtym okresie zachodziły pomiędzy sferą zdrowotną a zjawiskami zachodzącymi na scenie politycznej.

Abstract

Introduction. The poster as a tool of commercial campaigns appeared in 1870. However, as early as the end of the 19th century it becomes an element of health campaigns.

Aim. The aim of the present research was to demonstrate the specificity and use of the poster in public health campaigns in the Stalinist period (1945-1956) in Poland.

Material and methods. The analysis was based on the materials from the collection of the Jagiellonian Library in Kraków and the Internet sources.

Conclusions. The posters used in health campaigns focused on the problems of communicable diseases (mostly tuberculosis) and alcoholism. The mainstream of the poster art was socialist realism. The posters from that period were treated as a tool of the socialist propaganda. The health poster of the Stalin era reveals complicated connections between the sphere of public health and the phenomena of the political stage.

Słowa kluczowe: plakaty, zdrowie publiczne, propaganda, gruźlica, alkoholizm.

Key words: posters, public health, propaganda, tuberculosis, alcoholism.

¹ Zakład Polityki Zdrowotnej, Wydział Zdrowia Publicznego, Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach

² Zakład Promocji Zdrowia, Instytut Zdrowia Publicznego, Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum w Krakowie

WPROWADZENIE

Lata 1948 – 1956 traktowane są w polskiej historiografii jako apogeum tak zwanych „czasów stalinowskich”. Wtedy, po rozprawie z legalną opozycją polityczną oraz zbrojnym podziemiem niepodległościowym, całkowita władza znalazła się w rękach ludzi wypełniających instrukcje płynące od władz komunistycznych w Moskwie. Rozpoczęła się budowa państwa totalitarnego, w czym ściśle wzorowano się na modelu radzieckim. Procesom tym podlegały wszelkie przejawy życia publicznego, a jedynym kierunkiem akceptowalnym w sztuce stał się socrealizm. Zjawiska te nie mogły pozostać bez wpływu na polski plakat oraz inne, zbliżone do niego, formy przekazu informacji [1].

W wymienionym okresie historycznym telewizja publiczna jeszcze nie istniała i plakat jako uzupełnienie dla przekazu radiowego, dostępnego jedynie na terenach zelektryfikowanych, odgrywał znaczącą rolę jako środek oddziaływania na masowego odbiorcę [2]. Tym bardziej, że znaczna część społeczeństwa żyła w ubóstwie, a poziom analfabetyzmu wśród obywateli Polski był bardzo wysoki. Podobnie było w Związku Radzieckim, gdzie plakat był podstawowym narzędziem komunikacji pomiędzy władzą państwową a społeczeństwem już od lat 20-tych XX wieku [3]. Model ten był powszechnie wprowadzany w powstających po II wojnie światowej państwach socjalistycznych.

W związku z tym przywiązywano dużą uwagę do prostoty treści oraz formy graficznej, która musiała być dostosowana do poziomu percepcji oraz preferencji odbiorców. Warto zauważyć, że jednym z głównych celów, jakie stawiało przed sobą państwo totalitarne, było ukształtowanie „nowego człowieka”. Utrudniało to dobór odpowiednich środków działania, które w założeniu twórców miały do tego celu doprowadzić. Istnieje znaczna liczba publikacji na temat polskiej sztuki plakatu, natomiast niewiele powstało prac, w których omawiano to zagadnienie w kontekście zdrowia publicznego [4-8]. Jedną z niewielu, w której zostały opisane polskie plakaty promujące zdrowie publiczne, choć jedynie w kontekście kampanii antyalkoholowych, jest artykuł Justyny Laskowskiej-Otwinowskiej [9]. W przypadku zagranicznych plakatów z zakresu zdrowia publicznego powstaje obecnie coraz więcej prac naukowych analizujących wykorzystanie komunikacji wizualnej w zdrowiu publicznym. W 2009 roku ukazał się artykuł Karen F.A. Fox dotyczący sowieckiego plakatu zdrowotnego, który może posłużyć za materiał porównawczy dla plakatu polskiego ze względu na zbliżone warunki powstania i wykorzystania w kampaniach zdrowotnych oraz podobną sytuację polityczną panującą w obu krajach [3].

Niniejszy artykuł jest próbą analizy polskiego plakatu w zakresie zdrowia publicznego, a jego celem jest zbadanie w jakim stopniu sytuacja polityczna w latach 1945-56 wpłynęła na treść i formę plakatów propagujących zdrowie publiczne oraz na ile były one odzwierciedleniem realnych potrzeb zdrowotnych polskiego społeczeństwa, a na ile wytworem komunistycznej propagandy.

Artykuł oparty jest na analizie plakatów dokonanej w latach 2008–2010. Dla potrzeb analizy zidentyfikowano polskie ośrodki posiadające w swoich zasobach archiwalnych plakaty dotyczące zdrowia publicznego i przeprowadzono kwerendę w następujących instytucjach: Muzeum Plakatu w Wilanowie, Biblioteka Jagiellońska w Krakowie, Biblioteka Śląska w Katowicach, Biblioteka Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, prywatna kolekcja plakatu Krzysztofa Dydo w Krakowie oraz Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie. Plakaty odnoszące się do problematyki zdrowia publicznego skatalogowano oraz zamówiono ich kopie elektroniczne. Następnie plakaty poddano analizie jakościowej i podzielono tematycznie w zależności od problemu zdrowotnego, do którego się odnoszą. W wyniku przeprowadzonych badań archiwalnych zidentyfikowano 906 plakatów z zakresu zdrowia publicznego, opublikowanych w Polsce w latach 1908 – 2008, z czego 97 plakatów zostało wydanych drukiem w latach 1945–56.

W trakcie analizy jakościowej plakatów w interesującym autorów okresie uzyskano następujące wyniki dotyczące liczby plakatów w zależności od poruszanej problematyki, które przedstawia tabela 1.

TABELA 1. Plakaty kampanii zdrowia publicznego w latach 1945-56 w Polsce.

Tematyka plakatu w odniesieniu do problemu zdrowia publicznego	Liczba plakatów zdrowia publicznego w latach 1945-56
Higiena	18
Inne / BHP	12
Krwiodawstwo / Polski Czerwony Krzyż	10
Matka i dziecko	9
Nikotynizm	0
Nowotwory	0
Profilaktyka chorób wenerycznych	4
Profilaktyka różnych chorób	10
Walka z alkoholizmem	19
Walka z gruźlicą	12
Żywienie	3
Razem łącznie	97

Głównym przesłaniem plakatów dotyczących higieny było zachowanie czystości w miejscu zamieszkania oraz mycie ciała – w szczególności rąk i zębów. Wszystkie plakaty utrzymane były w prostej formie graficznej, bogatej kolorystyce, a przedstawiały głównie uśmiechnięte postaci kobiet i dzieci.

Plakaty zakwalifikowane do grupy „inne/bhp” dotyczyły przede wszystkim promocji powstających w latach 1945-56 ośrodków ochrony zdrowia i zachęcenia odbiorców przekazu do spędzania urlopów pracowniczych w ośrodkach uzdrowiskowych.

Plakaty dotyczące Polskiego Czerwonego Krzyża formą graficzną nawiązywały do politycznych plakatów

agitacyjnych. Głównym motywem był symbol organizacji, wyraźnie przedstawiona nazwa oraz dobrze widoczny komunikat.

Kategoria „matka i dziecko” obejmuje plakaty, które głównie zwracały uwagę na zdrowie wśród dzieci i odpowiedzialność kobiety za stan zdrowia potomstwa. Tematycznie plakaty nawiązywały do odpowiedniego żywienia dzieci, zapobiegania chorobom zakaźnym, szczepień oraz higieny jamy ustnej.

W przypadku chorób wenerycznych plakaty zachęcały do kontaktu z placówką służby zdrowia, do korzystania z bezpłatnej kuracji penicyliną oraz zwracały uwagę odbiorcy na zagrożenia dla rodziny i tzw. „szczęścia domowego”. Choroba w komunikacie była wyraźnie zdefiniowana, traktowana głównie w kategorii wroga.

Grupa plakatów „profilaktyka różnych chorób” zwracała uwagę odbiorcy na potencjalne zagrożenia dla zdrowia, źródła zakażeń oraz sposoby profilaktyki i walki z chorobami.

Plakaty o tematyce antyalkoholowej przedstawiały negatywny wizerunek osób pijących, wskazując jednocześnie na skutki uboczne alkoholizmu, tak dla rodziny jak i ogólnie rozumianego dobra społecznego.

W przypadku prac o tematyce antygruźliczej głównym komunikatem był przekaz zachęcający do poddania się szczepieniom profilaktycznym. Część plakatów traktowała problem choroby w kategorii problemu państwowego, np. „Gruźlica opóźnia dzieło odbudowy”.

Ostatnia kategoria - „żywienie” obejmowała plakaty zawierające informacje na temat zdrowych produktów żywnościowych, zachęcając odbiorców komunikatu do jedzenia warzyw, spożywania regularnych posiłków lub picia mleka oraz wyraźnie wskazując na bezpośrednią zależność pomiędzy zdrowiem i odpowiednią dietą.

We wszystkich opisywanych kategoriach forma graficzna przekazu była prosta, odpowiednia do ówczesnie obowiązującego trendu w sztuce (surrealizm), zrozumiała w odbiorze. Dobór barw był adekwatny do rodzaju przekazu – pozytywny komunikat wykorzystujący ciepłe, przyjemnie kojarzące się kolory, przekaz negatywny opierał się często na barwach czarnej i czerwonej. Wykorzystując jaskrawe kontrasty wzmacniane było w odbiorcy poczucie strachu, zagrożenia ze strony wyraźnie zdefiniowanego „wroga”, którym była choroba lub inny problem zdrowotny.

Podstawowym kierunkiem w ówczesnej sztuce był tzw. socrealizm. Dość charakterystyczną cechą tego nurtu była z pewnością jego programowa użytkowość, gdyż wytwory ówczesnych artystów miały służyć praktycznym celom zmierzającym do przebudowy dotychczasowego świata wedle z góry narzuconych wzorców, a zadaniem sztuki było „nadanie splendoru państwowym ceremoniom i uczestnictwo w liturgii nowej władzy” [5]. Fakt ten musiał naturalnie wpłynąć także na dobór środków artystycznego wyrazu, które były skierowane do masowego odbiorcy, co naturalnie zaciążyło na poziomie powstających prac. Dążono świadomie do przekreślenia dużej części europejskiej spuścizny kulturalnej, wprowadzając w zamian doktrynę socrealistyczną, która „kazała zaniknąć abstrakcjonizmowi oraz bardziej subiektywnym formom

wyrazu” [6]. Nie dziwi więc fakt, iż motywy przedstawiane przez twórców „ciążyły w stronę ilustracji” [5]. Przestrzeń plakatu, dotychczas umowną, wypełnianą przez artystę treścią oraz formą, zaludnili bohaterowie komunistycznej propagandy przedstawieni na tle nowego, industrialnego krajobrazu [5]. Mieli to być „typowi reprezentanci przodujących klas społecznych”, czyli przede wszystkim murarze, górnicy, rolnicy itp., choć nie brakowało także osób z ówczesnego panteonu politycznego. Bohaterowie plakatów byli przedstawiani na pierwszym planie, a ich cechom starano się nadać cechy monumentalne. Była to tak zwana perspektywa zabia [1].

Polski plakat społeczny wzorowany był na doświadczeniach sowieckich. Władze państwowe, podobnie jak w Związku Radzieckim, zwracały szczególną uwagę na wszystkie możliwe sposoby społecznej manipulacji. Według Karen Fox plakat społeczny prezentował nadrzędny interes państwa, w szczególności agitując do odbudowy ze zniszczeń wojennych oraz przedstawiając sukcesy ideologiczne władzy także na gruncie zdrowia publicznego. Ważnym elementem kampanii społecznych w tym czasie była dbałość o maksymalizowanie produktywności „klasy robotniczej”. Plakat z zakresu zdrowia publicznego był najlepszym, dostępnym wtedy narzędziem [3].

Zdaniem Justyny Laskowskiej – Otwinowskiej, badającej kampanie antyalkoholowe w Polsce, „wszystkie mowy, publikacje i ulotki z tego okresu lansowały „stworzenie nowego człowieka, który stał na wysokim poziomie moralnym, był twórczy i posiadał odpowiednią świadomość klasową, który był silnie zakorzeniony w polskiej rzeczywistości i był pełen entuzjazmu, a także bezgranicznie oddany Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej” [9]. Treści polityczne były wtedy powszechnie obecne, czego przykładem może być ogłoszenie przez Wojewódzki Społeczny Komitet Przeciwalkoholowy przy ORZZ w Krakowie tygodnia „walki z alkoholizmem i zwyczajem picia trunków”. Odezwa w tej sprawie została silnie nasycona treściami agitacyjnymi i można w niej m.in. przeczytać:

- „1) Alkohol wrogiem Klasy Pracującej wrogiem Młodzieży wrogiem Planu i Budownictwa socjalistycznego wrogiem upowszechnienia wiedzy i kultury, wrogiem oświaty i książki - postępu i pokoju
- 2) Alkohol bronią wroga klasowego
- 3) Alkohol spuścizną i symbolem epoki kapitalistycznej” [10].

W innym plakacie autorzy wykorzystali wszechobecny w tamtym okresie motyw „szczęśliwej przyszłości”, adresowany głównie do wzrastającej rzeszy robotników wielkoprzemysłowych, opatrząc całość napisem: „Przestań pić! Choć z nami budować szczęśliwe jutro” (rycina 1) [9].

Jednak wbrew twierdzeniom Laskowskiej – Otwinowskiej nie były to jedyne motywy obecne w ówczesnej propagandzie antyalkoholowej. Ważnym elementem, powtarzającym się w plakatach oraz odezwach, była rodzina, dla której zagrożenie stanowił pijany mężczyzna. Autorzy nawoływali: „Pomyśl o Twym dziecku zanim kupisz wódkę!” lub przestrzegali:

„Nie ma pieniędzy. Dom szczęśliwy – dom bez alkoholu”. Często propagowano wzorzec spędzania wolnego czasu w sposób trzeźwy, ukazując jednocześnie skutki, do jakich może doprowadzić nadużywanie

Podsumowując ten aspekt można śmiało przychylić się do innej opinii cytowanej już Laskowskiej-Otwinowskiej, zdaniem której „głównym tematem poruszonym w propagandzie z lat pięćdziesiątych jest



RYCINA 1. Bogusz M., Przestań pić! Chodź z nami budować szczęśliwe jutro, PCK, 1952, Biblioteka Jagiellońska XVI 5'52.

alkoholu. Szczególnie jaskrawym przykładem był plakat, pokazujący osoby spędzające czas „miło, wesoło i trzeźwo (...) w świetlicy”, a także „na wczasach świątecznych”. Tym powszechnie akceptowanym zachowaniom przeciwstawiono wizerunek dwóch mężczyzn, którzy pobili się po wypiciu butelki wódki. Widać więc jasno, iż nie były to treści o charakterze politycznym, choć nietrudno zauważyć, iż podobny sposób ujęcia całego zagadnienia miał nie tylko ukazać odbiorcom potencjalne zagrożenia, związane z nadużywaniem alkoholu, lecz również, a może przede wszystkim, promować zachowania pożądane przez ówczesną władzę.

Oprócz tego powstawały także plakaty, które w rzeczywistości niewiele różniły się od dzisiejszych. Jako przykład mogą posłużyć te propagujące trzeźwość za kierownicą, zawierające treści wykorzystywane również obecnie. Jednym z nich był plakat „Alkohol to śmierć i kalectwo”, którego dominującym motywem jest samochód na tle ludzkiej czaszki lub „Wódka! Śmierć trzyma rękę na kierownicy”, przygotowany według tej samej konwencji, choć tym razem elementem przewodnim jest mężczyzna kierujący pojazdem (Rycina 2).



RYCINA 2. Autor nieznany, Śmierć trzyma rękę na kierownicy, 1951, Biblioteka Jagiellońska XVI 5'51.

kolektywna odpowiedzialność za picie” [9]. Faktycznie, wiodący motyw obecny na plakatach antyalkoholowych z tego okresu to przede wszystkim obowiązki jednostki względem określonej zbiorowości: rodziny, kolektywu, społeczeństwa. Należy jednak pamiętać, iż w niektórych przypadkach forma, wraz z przekazem werbalnym, nie różniły się praktycznie niczym od występujących na plakatach współczesnych (czego dobrym przykładem są wspomniane afisze propagujące trzeźwość za kierownicą).

Ważne miejsce w ówczesnej kampanii na rzecz zdrowego trybu życia zajmowała profilaktyka, która miała ustrzec mieszkańców polskich miast i wsi przed chorobami zakaźnymi. Analiza plakatów oraz ogłoszeń powstałych w latach czterdziestych oraz pięćdziesiątych pokazuje znacząco niski poziom świadomości dużej części polskiego społeczeństwa w zakresie przestrzegania higieny. Z odezwy Miejskiego Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej w Gdańsku możemy się dowiedzieć, że „kąpiel chroni i ratuje zdrowie (...) krzepi i hartuje organizm”. W związku z tym wspomniane przedsiębiorstwo postanowiło zorganizować „kąpiele zbiorowe”, namawiając obywateli do korzystania „z najtańszego źródła zdrowia i higieny”. Dość osobliwie

w dzisiejszych czasach brzmią zalecenia, mające chronić przed wszami. Otóż w przypadku braku specjalnego preparatu, „Anatox”, „można zastosować inny sposób: Po wymyciu całego ciała ciepłą wodą i mydłem należy włożyć czystą bieliznę i odzież. Głowę należy natrzeć naftą, obwiązać chustką na kilka godzin, a potem umyć ciepłą wodą i mydłem. Odzież, której nie można prać i gotować, należy wyprasować gorącym żelazkiem (...) Ludzie dbający o czystość ciała, odzieży, pościeli – nie mają wszy”. W roku 1950 w sali Huty Zabrze urządzano pogadanki m.in. na temat higieny osobistej. Jest to tylko jeden z wielu przykładów mających swoje odzwierciedlenie w skali całego kraju. Oprócz plakatów zawierających wskazówki, jak ustrzec się przed konkretnymi zagrożeniami, istniały także inne, propagujące zdrowy tryb życia, np. „Myj zęby wieczorem dla zdrowia, rano dla urody” lub po prostu „Czystość to zdrowie”. Były one adresowane do szerokich kręgów społeczeństwa i praktycznie nie zawierały żadnych treści o charakterze politycznym.

Kolejnym ważnym tematem, poruszonym przez ówczesną propagandę, była gruźlica, która w latach powojennych stanowiła poważny problem. Według danych Ligi Narodów przed rozpoczęciem II wojny światowej Polska znajdowała się na drugim miejscu pod względem zachorowalności na gruźlicę. Po 1945 roku problem tej choroby nasilił się jeszcze bardziej, głównie z powodu fatalnych warunków higienicznych i żywieniowych w czasie działań wojennych [11]. Nie dziwi więc fakt, iż władze dokładały wszelkich starań, aby popularyzować profilaktykę, a przede wszystkim badania umożliwiające wczesne wykrycie tej groźnej choroby. Dużą część kampanii była skierowana do rodziców, a jeden z plakatów informował: „Gruźlica tylko wcześniej leczona jest uleczalna. Początki gruźlicy nie dają żadnych objawów! Wszyscy do badań rentgenowskich! Co trzecie dziecko, co drugi młodzieniec jest zakażony gruźlicą, lecz kto z nich jest chory i wymaga leczenia – wykażą tylko masowe prześwietlenia Rentgenem”. Autorzy innych plakatów nawoływali: „Szczepionka B.C.G. Chroni przed gruźlicą. Matko nie zwlekaj”, a także pouczali: „Szczepienia przeciwgruźliczne zmniejszają pięciokrotnie możliwość zachorowania na gruźlicę”. O tym, jak dużą wagę przywiązywano do walki z tą chorobą oraz jak bardzo się jej obawiano świadczy fakt, iż na ogłoszeniu dotyczącym organizacji „dni przeciwgruźliczych” w Gdańsku, prawdopodobnie w dniach 14 – 24 grudnia 1950 roku, które miały odbyć się pod auspicjami samego prezydenta Bieruta, napisano: „wzywamy wszystkich obywateli do walki z Gruźlicą! W Polsce ginie rocznie na gruźlicę około 70.000 ludzi, choruje rocznie na gruźlicę 700.000 (...) Łatwość i szybkość szerzenia się gruźlicy w otoczeniu chorego – to straty gospodarcze, narodowe, społeczne, moralne o rozmiarach WIELKIEJ KŁĘSKI SPOŁECZNEJ”.

Trudno nie odnieść wrażenia, iż zdaniem ówczesnych decydentów skala problemu była porównywalna z alkoholizmem, nie dziwi więc fakt, iż również kampania informacyjna przeciwko gruźlicy nie była wolna od akcentów politycznych. Według władz choroba ta mogła,

podobnie jak alkohol, przyczynić się do gorszej kondycji fizycznej robotników przemysłowych, obniżając wydajność ich pracy i opóźniając wykonanie planu. W związku z tym przestrzegano: „Niech nikt nie unika oświaty sanitarnej, bo podniesienie kultury higienicznej to lepszy stan zdrowia mas pracujących, to wykonanie 6-cio letniego Planu – to dobrobyt – to pokój”.

Na koniec warto przyjrzeć się niektórym aspektom kampanii mającej na celu zapobieganie chorobom wenerycznym. Elementy przekazu wizualnego oraz werbalnego niewiele różnią się od innych tego typu akcji podejmowanych w okresie stalinowskim, choć tym razem autorzy plakatów nie eksponowali wątków politycznych, natomiast ponownie pojawił się motyw rodziny, kolektywu oraz pracy. Otóż w jednym z plakatów, prawdopodobnie z 1950 roku, główny element stanowi napis: „Choroby weneryczne to twój wróg”, po czym w formie graficznej przedstawionych jest kilka aspektów ludzkiej aktywności, mających chronić przed zakażeniem. Na pierwszym miejscu umieszczono rodzinę, co naturalnie ma związek z posiadaniem stałego partnera seksualnego. Kolejne elementy plakatu nie są już tak oczywiste i zawierają wizerunek człowieka z rakieta tenisową, co można interpretować jako propagowanie zdrowego, sportowego trybu życia, czy robotnika z dłutem i młotkiem, będącego wyobrażeniem ciężkiej pracy fizycznej dla dobra socjalistycznego państwa. Motyw rodziny pojawia się m.in. także na plakacie powstałym prawdopodobnie w 1946 roku, którego autorzy przestrzegają, że: „weneryczne choroby zagrażają twemu szczęściu domowemu”.

Wymienione choroby w rzeczywistości stanowiły duży problem społeczny. Wskazują na to dane pochodzące z „Rocznika statystycznego ochrony zdrowia 1945-1967” oraz „Małego rocznika statystycznego Polski” [12,13]. Warto jeszcze raz przypomnieć jedną z omówionych wcześniej odezw, w której podano liczbę 700 tys. osób zapadających co roku na gruźlicę. Nawet jeżeli przyjąć, iż w drugiej połowie lat czterdziestych, tuż po zakończeniu działań wojennych, liczba chorych była dużo wyższa niż w latach 1952 – 1956, to i tak dane z ulotki należy uznać za mocno przesadzone, co mogło być podyktowane względami propagandowymi. Odnosnie chorób wenerycznych liczba zarażonych w latach 1950–1956 jest znacznie mniejsza niż to miało miejsce w przypadku gruźlicy. Nie przypadkowo więc kampania informacyjna dotycząca tej grupy chorób wolna była od akcentów politycznych, zawierając głównie informacje na temat profilaktyki i leczenia.

Omawiane powyżej plakaty zostały w dużej mierze stworzone w konwencji realizmu socjalistycznego, choć wydaje się, iż w niektórych z nich można dostrzec pewne cechy indywidualistyczne, trudne do jednoznacznej klasyfikacji. Nie przypadkowo odnosi się to do plakatów zawierających treści dalekie od politycznych, o tematyce bliskiej czasom obecnym (kampania przeciwko pijanym kierowcom).

PODSUMOWANIE

W podsumowaniu należy stwierdzić, iż socrealizm, lansowany ze szczególnym nasileniem w latach 1948 – 56, wywarł dość znaczny wpływ na treść plakatów oraz odezw mających na celu propagowanie szeroko pojętego zdrowia publicznego, choć wydaje się, że wbrew wielu utartym sądom nie należy tego faktu nadmiernie przeceniać, gdyż niektóre z ówczesnych plakatów nie różniły się aż tak bardzo od tych, które powstają w chwili obecnej. Na pewno najbardziej „upolitycznioną” tematyką były sprawy związane z nadużywaniem alkoholu oraz gruźlicą, co można tłumaczyć faktem, iż plagi te niosły ze sobą zagrożenie dla wydajności pracy robotników wznoszących „wielkie budowle socjalizmu”, a to rodziło z kolei obawy zaistnienia opóźnień w realizacji planów rozwoju państwa. Inną ciekawą cechą ówczesnych plakatów było adresowanie ich treści nie do jednostki jako takiej, lecz przede wszystkim do człowieka będącego członkiem grupy - rodziny (co wydaje się zrozumiałe także dzisiaj), zakładowego kolektywu lub po prostu społeczeństwa. Jest to cecha szczególnie charakterystyczna dla tamtych czasów. Warto także zauważyć, iż dominującą konwencją stosowaną w ówczesnych plakatach był podział świata w kategoriach czarno – białych, dobra i zła, osobnika „wykolejonego” z powodu nadużywania alkoholu i obywatela szczęśliwego, realizującego się w ramach życia rodzinnego, społecznego. Były to środki wyrazu mało subtelne, przeznaczone dla słabo wyrobionego odbiorcy masowego. Celem ich stosowania było wykształcenie w ludziach określonych zachowań oraz postaw życiowych, co w rezultacie miało prowadzić do przebudowy ich osobowości w pożądanym przez władze kierunku. Nie można się temu wrażeniu oprzeć nawet przy analizie plakatów o treści społecznie pozytywnej, mających propagować higienę osobistą i zdrowy tryb życia. Nie dziwi więc fakt, iż charakterystyczna dla sztuki socrealizmu prymitywizacja rodziła u wielu osób odruch negacji oraz odrzucenia. Dzięki temu plakaty z zakresu zdrowia publicznego często nie spełniały swojej roli, którą miało być zdefiniowanie i uświadomienie problemu oraz wywołanie u odbiorcy przekazu pożądanego zachowań prozdrowotnych.

PIŚMIENNICTWO

1. Bądź czujny. Plakat i grafika w służbie propagandy komunistycznej 1944–1956, Rzeszów 2001.
2. Aronson E, Wilson TD, Akert RM. Psychologia społeczna. Poznań: Serce i umysł; 1997.
3. Fox K. Na zdrowie! Sowiet Health Posters as Social Advertising, J Macromarketing. 2009;29(1):74-90.
4. Dydo K (red.) 100 lat polskiej sztuki plakatu. Kraków; 1993.
5. Spiegel K. (red.) Muzeum ulicy. Plakat polski w kolekcji Muzeum Plakatu w Wilanowie. Warszawa; 1996.
6. Szczucka A. (red.) Współczesne plakaty polskie. Olszanica; 2001.
7. Ciesielska M, Kurpik M, Sobczyk D. (red.) Plakat współczesny i tworzenie nowych symboli. Warszawa; 1998.
8. Polski plakat realizmu socjalistycznego, Poznań; 1978.
9. Laskowska-Otwinowska J. Community and Individual Changes in Propaganda against Alcoholism in Poland from 1945 to the 1990s, W: Löwy I, Krige J. (red.) Images of Disease. Science, Public Policy and Health in Post – war Europe, Barcelona 1998.
10. Amsterdamska O. Drinking as a Political Act: Images of Alcoholism in Polish Literature 1956 – 1989, w: Löwy I, Krige J. (red.) Images of Disease, Science, Public Policy and Health in Post – war Europe, Barcelona; 1998.
11. Więckowska E. Postępowanie z chorującymi na gruźlicę po II wojnie światowej, w: Nosko J. (red.) Z dziejów zdrowia publicznego, Łódź; 2006.
12. Rocznik statystyczny ochrony zdrowia 1945-1967. Warszawa; 1969.
13. Mały rocznik statystyczny Polski. Warszawa; 2005.

Informacje o Autorach

Mgr PAWEŁ DUBER – Zakład Polityki Zdrowotnej, Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach; mgr ROBERT CHMURA; dr hab. n. med. KRZYSZTOF KRAJEWSKI – SIUDA – kierownik, Zakład Promocji Zdrowia, Instytut Zdrowia Publicznego, Uniwersytet Jagielloński, Collegium Medicum w Krakowie; kierownik, Zakład Polityki Zdrowotnej, Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach.

Adres do korespondencji

Dr hab. n. med. Krzysztof Krajewski-Siuda
Zakład Promocji Zdrowia, Instytut Zdrowia Publicznego
Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum
31-531 Kraków, ul. Grzegorzeczka 20