

Michał Witek

ORCID: 0000-0001-7043-1744

Uniwersytet Wrocławski

„Wschód jest czerwony” — chińska propaganda okresu „pierwszych siedemnastu lat” (1949–1966) na plakacie i w muzyce

Abstrakt: Muzyka w machinie propagandowej Chin Ludowych zawsze pełniła ważną funkcję uniwersalnie czytelnego języka, który umożliwiał skuteczne przekazywanie treści politycznych i społecznych oraz integrowanie wieloetnicznego i wielokulturowego kraju wokół idei rewolucji. W epoce maoizmu, kiedy obowiązywała tak zwana muzyka rewolucyjna, na wzór radziecki kolorowe plakaty propagandowe towarzyszyły niemal każdemu wydarzeniu politycznemu. Plakaty te miały na celu mobilizowanie, informowanie, gratulowanie, inspirowanie, pouczanie lub uspokajanie ludzi. W połączeniu przekazu wizualnego i muzycznego Komunistyczna Partia Chin znalazła potężne nowe narzędzie propagandowe, którego oddziaływanie znacznie wykraczało poza dotychczas stosowane metody. Ogromne kampanie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych opierały się w znacznej mierze na tym właśnie hybrydycznym typie propagandy, w którym ten sam przekaz był wzmocniany za pomocą różnych uzupełniających się elementów. W niniejszym artykule podjęta została próba nakreślenia historii i analizy związków między najbardziej znanymi utworami tak zwanej muzyki rewolucyjnej wykorzystywanych w kampaniach propagandowych oraz towarzyszących im propagandowych ilustracji graficznych: plakatów i okładek popularnych śpiewników. Ukazanie związków między sferami przekazu graficznego i muzycznego stosowanych w celach politycznych może pozwolić lepiej zrozumieć trudną i wciąż stosunkowo mało zbadaną historię chińskiej muzyki w XX wieku.

Słowa-kлючe: druki muzyczne, muzyka rewolucyjna, pieśni patriotyczne, rewolucja, propaganda, Chiny

Gdy 1 października 1949 roku Mao Zedong, przemawiając do zgromadzonego tłumu z balkonu Bramy Niebiańskiego Spokoju, ogłaszał powstanie Chińskiej Republiki Ludowej, Chiny były państwem pogrążonym w wojnie nieprzerwanie od 1936 roku. Inwazja japońska i następujący po niej okres wojny domowej między nacjonalistami i komunistami pozostawiły kraj zrujnowany i wyczerpany. Przed obejmującą niepodzielne rządy KPCh stały wówczas przede wszystkim dwa wielkie wyzwania: skuteczne zjednoczenie oraz ustabilizowanie ogromnego

i rozdartego kraju, a także wprowadzenie i utrzymanie dyktatury politycznej opartej na przewodniej roli partii. Jasne było, że główną rolę odegra w tych procesach machina propagandowa, budowana na wzór radziecki i ukierunkowana na kreację nowej rzeczywistości politycznej, społecznej i kulturowej przez konstruowanie zaaprobowanej przez państwo i partię narracji tłumaczącej społeczeństwu zmieniającą się rzeczywistość. Fundamentalnym problemem było jednak znalezienie właściwego języka, który okazałby się skutecznym narzędziem propagandowym. W kraju, w którym na początku lat pięćdziesiątych odsetek analfabetyzmu (szczególnie na wsi) sięgał 80%, podobnie jak wcześniej w ZSRR, istotne okazały się sztuki plastyczne oraz muzyka¹. Zdolność muzyki do ewokowania wrażeń i obrazów oraz jej sprzężenie z różnymi typami masowo powielanych druków propagandowych miały decydujące znaczenie dla zakrojonego na dużą skalę projektu propagandowego Chińskiej Republiki Ludowej.

Celem artykułu jest próba scharakteryzowania złożonych powiązań między przekazem audialnym i wizualnym oraz ukazanie propagandy politycznej w ChRL jako zjawiska nierozzerwalnie powiązanego z muzyką i jej wizualnymi reprezentacjami. Podejmuję tutaj zatem także problem związków między tak zwaną nową muzyką lub w późniejszym okresie „muzyką patriotyczną”, w szczególności pieśniami i piosenkami „rewolucyjnymi” (*Geming gequ*, 革命歌曲), a pełniącymi propagandowe i edukacyjne funkcje drukami — śpiewnikami i plakatami². Przez

¹ G. Peterson, *State Literacy Ideologies and the Transformation of Rural China*, „The Australian Journal of Chinese Affairs” 1994, nr 32, s. 95–120.

² Termin „nowa muzyka” (*xinyue*) jest często używany w odniesieniu do nietradycyjnej muzyki, która była skutkiem przyjmowania zachodnich wzorców, począwszy od ruchów reformatorskich schyłku XIX i początków XX wieku, których przedłużeniem był okres westernizacji i innowacji w czasach Republiki Chińskiej (1912–1949), a później okres socrealizmu i maoizmu. W tym kontekście przymiotnik „nowy” jest w języku chińskim *implicite* synonimem Zachodu i nowoczesności. Wyrażenie „nowa muzyka” zostało zaproponowane przez Lü Ji, który w swoim artykule *Zhongguo xinyinyue de zhanwang*, 1936, („Perspektywy nowej muzyki w Chinach”) wzywał do utworzenia „ruchu nowej muzyki” i sformułował jego teoretyczne podstawy. „Nowa muzyka” miała być bronią w walce o wyzwolenie mas oraz medium do ukazywania ich życia, idei i emocji. Powinna obudzić, uczyć i organizować, a osoby zaangażowane w ruch (nowej muzyki) powinny szukać inspiracji w życiu mas. Propagatorem tego terminu i autorem wielu prac na jej temat jest wspomniany tutaj Liu Ching-Chih, jak sam jednak zaznacza, termin ten nigdy nie zyskał powszechnej akceptacji w ChRL jako określenie okresu w historii chińskiej muzyki. Większość chińskich muzykologów traktuje go raczej jako jednorazowe zjawisko, którego nie należy rozciągać w czasie i nakładać na okres porewolucyjny, proponując jednocześnie stosowanie zaaprobowanych politycznie określeń, takich jak „nowoczesny” (*jinxindai*) lub „współczesny” (*dangdai*), przy czym najczęściej można spotkać się z pojętym terminem: „chińska muzyka nowoczesna” (*Zhongguo jinxindai yinyue*). Zgadzam się z Liu Ching-Chih, który słusznie wskazuje na problematyczność i zawężenie towarzyszące stosowaniu terminu „nowoczesna” muzyka. Terminy „nowoczesny” i „współczesny” mogą prowadzić do nieporozumień wynikających z generalnej periodyzacji nowożytnej chińskiej historii. Chińscy uczeni ogólnie dzielą współczesną historię Chin na trzy okresy: *jindai* (wczesna nowożytność, 1840–1911), *xiandai* (nowoczesność, 1911–1949) i *dangdai* (współczesność, 1949 do dziś). Proponowane użycie terminu „nowa muzyka” i rozciągnięcie go na okres po 1949 roku wskazuje

„druk muzyczny” rozumiem medium, które łączy słowo, obraz i muzykę, ma na celu popularyzowanie muzyki, ewokowanie znaczeń. W interesującym mnie kontekście za druk muzyczny uznałem każdy materiał drukowany lub powielany za pomocą druku, którego celem jest wspieranie muzyki w jej propagandowej funkcji oraz propagowanie muzyki jako środka powszechnej indoktrynacji politycznej i patriotycznej. Graficzne prezentacje muzyki w formie druków dotyczyły przede wszystkim okładek śpiewników, partytur oraz (w mniejszym stopniu) płyt, a także nawiązujących do muzyki plakatów propagandowych. Spośród wspomnianej różnorodności potencjalnych materiałów wybrałem dwa tu wymienione, które w moim przekonaniu najlepiej ilustrują omawiane zjawiska indoktrynacji i komunikacji przez propagandę. Interesująca jest szczególnie relacja między muzyką i językiem wizualnym druków propagandowych jako alternatywnych wobec pisma form komunikacji i kreowania określonych dyskursów. Przedstawione tutaj analizy odnoszą się przede wszystkim do okresu nazywanego niekiedy w chińskiej historiografii „siedemnastoma latami po powstaniu Chińskiej Republiki Ludowej”, a zatem między 1949 a 1966 rokiem. Muzyka i propaganda okresu rewolucji kulturalnej (1966–1976) jest tak odmienna, że zasługuje na zbadanie w oddzielnym tekście. Co za tym idzie terminy „rewolucja” i „rewolucyjna” odnoszą się tutaj przede wszystkim do koncepcji rewolucji, która przyniosła Chinom komunizm, a zatem walki z reżimem nacjonalistycznym (tak zwanej wojny domowej) oraz okresu bezpośrednio po proklamacji ChRL.

Muzyka, polityka i propaganda w Chinach

Oidium, jakie towarzyszy terminowi „propaganda”, wiąże się z częstym w społeczeństwach demokratycznych przekonaniem o jej inherentnie szkodliwym, a wręcz destrukcyjnym wpływie na prawa i wolności obywatelskie. Warto jednak pamiętać, że propaganda może być rozmaicie definiowana i w swojej najbardziej fundamentalnej postaci oznacza po prostu: „szerzenie jakichś poglądów, haseł politycznych itp. mające na celu pozyskanie zwolenników”³. W klasycznej definicji Jacques’a Ellula z 1965 roku propaganda to „zestaw metod stosowanych przez zorganizowaną grupę, która chce doprowadzić do czynnego lub biernego udziału w swoich działaniach masy jednostek, [...] zjednoczonych poprzez psychologiczną manipulację i włączonych do organizacji”⁴. Pierwotnie zatem działania „propagandowe” nie zawierają koniecznie elementów zmierzających do wywierania

na logiczną progresję i kontynuację oryginalnych postulatów teoretycznych Lü Ji w muzyce okresu socrealizmu i maoizmu, wydaje się też wygodnym i wystarczająco precyzyjnym rozwiązaniem; zob. Ch. Liu, *A Critical History of New Music in China*, Hong Kong 2010.

³ <https://sjp.pwn.pl/sjp/propaganda;2508812.html> (dostęp: 28.04.2021).

⁴ J. Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, New York 1965, s. 61.

wpływu, czy tym bardziej przymusu, są raczej formą agitacji skłaniającej do dokonania wyboru. Dopiero odpowiednie planowanie i wprowadzenie specjalnych technik oraz strategii umożliwią przejście od działań propagandowych do „sterowania poglądami i zachowaniami ludzi polegającymi na celowym, natarczym, połączonym z manipulacją oddziaływaniu na zbiorowość”⁵. Owo „oddziaływanie na zbiorowość” może zachodzić zarówno na poziomie eksplicytnym — opierając się przede wszystkim na stosowaniu przekazów językowych i wizualnych zawierających jasno określone treści — jak i na poziomie podprogowym — jedynie sugerując pewne treści, celowo ukrywając je w przekazach o pozornie neutralnym charakterze. Muzyka znakomicie wpisuje się w obydwa wymienione typy działań propagandowych, umożliwiając przede wszystkim łączenie jasnego przekazu politycznego z subtelnym oddziaływaniem emocjonalnym.

Należy zauważyć, że w Chinach muzyka od najdawniejszych czasów pełniła funkcje polityczne i była mocno powiązana z rytualizmem władzy. Konfucjanizm traktował ją jako domenę państwa i potężne narzędzie, które powinno być regulowane i kontrolowane przez władzę⁶. Konfucjusz postrzegał muzykę jako element rytuałów legitymujących i wzmacniających władzę oraz porządkujących harmonijne funkcjonowanie społeczeństwa. Z konfucjańskiego punktu widzenia znaczenie muzyki wynikało wprost z etyki, nie zaś z estetyki. We fragmentach „Księgi rytuałów” (*Liji*) przypisywanych niekiedy zaginionej, starożytnej „Księdze muzyki” (*Yuejing*) czytamy: „Kiedy starożytni władcy ustanowili rytuały (*li*) i muzykę (*yue*) ich celem nie było zaspokojenie oczu, uszu i ust (zmysłów) ale nauczenie ludzi poskramiania ich pragnień i właściwego ukierunkowania ich życia”⁷. Konfucjanizm kładł nacisk na moralność jako fundament tworzenia norm społecznych, które były skuteczniejsze niż stanowione prawo, a nawet władza monarsza. Muzyka, czy też jak ją określano „melodie”, była postrzegana jako nośnik cnoty, miała zatem inherentny wymiar etyczny i funkcjonowała jako element cywilizujący, przybliżający człowieka do ideału *jun zi* (człowieka cywilizowanego). Ze względu na swój status „nośnika cnoty” i mocne związki z konfucjańską wizją etyki, jak pisze Robert Van Gulik: „w dobrze zorganizowanym, konfucjańskim państwie, nie istniała muzyka tworzona dla przyjemności”⁸. O politycznym znaczeniu muzyki dla stabilizowania cesarskiego systemu rządów może świadczyć fakt, że kilka chińskich dynastii miało oficjalne biura muzyki (*yuefu*, 乐府)⁹. Instytucje te zajmowały się zarówno komponowaniem muzyki na użytek dworski

⁵ *Ibidem*.

⁶ A. Perris, *Music as Propaganda: Art. At the command of doctrine in The People's Republic of China*, „Ethnomusicology” 1983, nr 1, s. 12.

⁷ [...] 是故先王之制礼乐也，非以极口腹耳目之欲也，将以教民平好恶而反人道之正也。 *Liji*, 17:6; <https://ctext.org/liji/yue-ji/zhs> (dostęp: 26.05.2021).

⁸ R. Van Gulik, *The Lore of the Chinese Lute*, Tokyo 1969, s. 27.

⁹ Han (202 p.n.e.–120 n.e.), Sui (586–618 n.e.) i Yuan (1279–1368 n.e.), by wymienić te najważniejsze, choć istnieją dowody na funkcjonowanie pewnych form oficjalnych instytucji zajmujących się muzyką (głównie gromadzeniem pieśni) w okresie Walczących Państw (480–

(a zatem mającej pełnić oficjalne funkcje), jak i gromadzeniem muzyki ludowej, która miała zdradzać „nastroje ludu” i być ważnym i użytecznym składnikiem cnotliwych rządów. Muzyka miała egzemplifikować i gloryfikować określone postawy tożsame z konfucjańskimi cnotami — posłuszeństwo, poświęcenie, powinność synowską, służbę państwu itp. O tym, czy była ona dobra, czy zła, najczęściej decydował jej dydaktyczny charakter i moralny przekaz¹⁰. Można powiedzieć, że już w czasach cesarstwa muzyka pełniła funkcję propagatora określonej ideologii (konfucjanizmu) w celu utrwalania i wzmocnienia scentralizowanej władzy. Widać zatem, że zastosowanie muzyki jako narzędzia politycznego i elementu państwowej propagandy było w warunkach chińskich oczywistym posunięciem. Mao Zedong szybko przyjął symboliczną rolę „czerwonego cesarza”, a pewne elementy konfucjańskiego rytualizmu władzy były użyteczne w procesie budowania nowego, autorytarnego reżimu. Nie tylko przemawiała ona w jasny i czytelny sposób, odwołując się do ugruntowanej symboliki władzy, umożliwiała także obejście zasadniczego problemu analfabetyzmu. Konfucjanizm był atakowany i rugowany z życia publicznego jako ideologia o charakterze religijnym. Nie zmienia to jednak faktu, że utrwalone przez konfucjańską wizję muzyki fundamenty można było łatwo wykorzystać do budowania nowej politycznej misji muzyki¹¹.

Na początku XX wieku chińską muzykę zdominowały trzy główne koncepcje: modernizacji, westernizacji i profesjonalizacji. Przekonanie o zapóźnieniu i niedorozwoju rodzimej tradycji często skutkowało jej gwałtownym odrzucaniem na rzecz zachodnich wzorców. Komuniści w swym podejściu do muzyki także odwoływali się do pojęcia modernizacji, kładli jednak znacznie większy nacisk na zachowanie rodzimych elementów jako podstawę i nadanie im nowej, rewolucyjnej i postępowej treści. Rola sztuki w procesie budowania nowego państwa i wprowadzania socjalistycznego ustroju została określona przez Mao Zedonga w jego programowym przemówieniu wygłoszonym w maju 1942 roku w Yan’an i skierowanym do twórców artystów i literatów¹². Mao, odwołując się do myśli Lenina i doświadczeń radzieckich, określił wówczas funkcję sztuki, mówiąc:

Tak naprawdę nie ma sztuki dla sztuki, sztuki, która stoi ponad klasami, sztuki oderwanej od polityki lub od niej niezależnej. Literatura i sztuka proletariacka są, jak powiedział Lenin, trybami i kołami w całej rewolucyjnej maszynie... są dla mas ludowych, a przede wszystkim dla robotników, chłopów i żołnierzy; są stworzone dla robotników, chłopów i żołnierzy i służą do ich użytku¹³.

221 p.n.e.), a być może także Wiosen i Jesieni (771–476 p.n.e.), zob. A. Birrell, *Popular Songs and Ballads of Han China*, London 1988, s. 6–8.

¹⁰ A. Perris, *op. cit.*, s. 14.

¹¹ M. Han, *Battling the Typhoon: The Zheng’s Revolutionary Voice in Maoist China*, [w:] *Tyranny and Music*, red. J.E. Morgan, G.N. Reish, London 2018, s. 128.

¹² Wystąpienia Mao zostały później zredagowane i wydane jako 在延安文艺座谈会上的讲话 (*Zai Yan’an Wen Yi Zuotanhui shang de Jianghua*, „Przemówienia na forum literatury i sztuki w Yan’an”), zob. https://www.marxists.org/reference/archive/mao/selected-works/volume-3/mswv3_08.htm (dostęp: 5.06.2021).

¹³ Z. Mao, *Quotations from Chairman Mao Tse-tung*, Beijing 1976, s. 299–301.

Mao wyznaczał sztuce (również muzyce) konkretne miejsce i funkcje, miała ona być z ludu i dla ludu, służyć jako narzędzie skutecznej indoktrynacji politycznej. Poglądom tym towarzyszyło bolszewickie przekonanie, że wszyscy członkowie proletariatu są „artystami”, a podstawowym kryterium sztuki jest socrealistyczna prawda — bliskość życiu codziennemu, pracy i rewolucji. W ten sposób Mao rozwinął marksistowski pogląd na sztukę jako „przeznaczoną dla mas”, rozszerzył go i połączył z leninowską polityką państwowej kontroli kultury. Rolą muzyki miało być krzewienie określonych postaw i opiewanie czynów rewolucjonistów. Zwłaszcza pieśni i piosenki patriotyczne służyły konstruowaniu zaaprobowanej przez władzę, epickiej mitologii rewolucyjnej, pomagając jednocześnie w budowaniu monopolu partii na opowiadanie i utrwalanie swojej własnej historii¹⁴.

W pierwszym okresie po proklamacji Republiki Ludowej (mniej więcej między 1949 a 1956 rokiem) większość muzyki patriotycznej i rewolucyjnej obejmowała popularne utwory wokalne wzorowane na radzieckich piosenkach z tekstami przetłumaczonymi na język chiński. Mao zalecał przyjmowanie zachodnich wzorców i wykorzystywanie ich jako „narzędzi” do tworzenia nowej muzyki. Dotyczyło to szczególnie zastosowania instrumentów:

Zagraniczne instrumenty muzyczne można zastosować w muzyce chińskiej, ponieważ instrumenty to tylko narzędzia. Ale nie powinniśmy kopiować ich stylów muzycznych. Nasza muzyka powinna mieć cechy narodowe. Należy połączyć chińską i zachodnią [muzykę]. Chociaż prawdopodobnie stworzy to coś ani chińskiego, ani zachodniego, nadal może być dobre, tak jak muł nie jest ani koniem, ani osłem, ale nadal jest dobry¹⁵.

Centralnym tematem tego rodzaju twórczości był kult postaci Mao Zedonga jako wodza, sternika, nauczyciela, ojca, przewodnika itp. Pieśni rewolucyjne były bardzo często patetycznymi utworami opiewającymi przywódcę i partię, opartymi na znanych radzieckich melodiach i wykorzystującymi powtarzające się środki i motywy, dzięki czemu stawały się łatwo rozpoznawalne i mogły być masowo powielane¹⁶. Masowość jest tutaj terminem podstawowym, w owym czasie chodziło bowiem właśnie o umasowienie kultury — uczynienie jej powszechnie dostępną i wykorzystanie jej komunikacyjnego potencjału¹⁷. Muzyka rewolucyjna miała na celu podtrzymanie „rewolucyjnego ferworu”, zagrzewanie do „walki”, mobilizowanie mas, jednocześnie miała być odpowiedzią na wskazywaną przez władzę potrzebę „dopuszczalnej” (politycznie poprawnej) rozrywki. Społeczeństwo we wdrażanym przez komunistów w latach pięćdziesiątych radzieckim modelu kultury było postrzegane jako zatอมizowana masa, którą należy odgórnie organizować i sterować jej potrzebami, zapobiegając samoorganizacji

¹⁴ A. Perris, *op. cit.*, s. 2.

¹⁵ M. Han, *op. cit.*, s. 129.

¹⁶ Ch. Liu, *op. cit.*, s. 311.

¹⁷ Druki muzyczne pojmuję zatem jako przekazy, które nie tylko pełnią funkcję informacyjną, lecz także są nośnikami znaczeń i wartości, zob. S. Pietraszko, *Przekazy i wartości*, [w:] *Aksjosemiotyka karty pocztowej*, red. P. Banaś, Wrocław 1992, s. 29–47.

i indywidualizacji. Z definicji jednostka funkcjonowała jako substrat masy i miała być definiowana w kontekście swojej roli w większej całości, nie zaś przez samodzielność i możliwość dokonywania wyborów w celu realizowania indywidualnie zdefiniowanych potrzeb¹⁸. Warto jednak pamiętać, że mimo politycznego znaczenia i głównej roli propagandowej chińska muzyka rozwijała się aż do wybuchu rewolucji kulturalnej w 1966 roku. W całym kraju działało wiele orkiestr symfonicznych, wykonując zachodnią muzykę klasyczną i utwory chińskich kompozytorów, wzorem radzieckim powoływano także i finansowano duże zespoły folklorystyczne. W większych miastach rozwijano i rozbudowywano konserwatoria i inne instytucje kształcenia muzycznego. W Chinach występowało także wiele orkiestr i zespołów z Europy Wschodniej, ZSRR i krajów Azji Południowo-Wschodniej, a chińscy muzycy i zespoły muzyczne uczestniczyli w wielu międzynarodowych festiwalach¹⁹.

Muzyka rewolucyjna i patriotyczna

W wymiarze kulturowym pojęcie rewolucji wiązało się z masowym przekształceniem języka przez nadawanie pojęciom i słowom nowego znaczenia i nowych konotacji oraz wytwarzanie nowej symboliki na podstawie utrwalonych w kulturze wzorców. Ustalenie nowego ładu będącego skutkiem rewolucji wymagało także wyznaczenia i porządkowania rewolucyjnych i „postępowych” wartości. Sztuki plastyczne, muzyka, miały służyć legitymowaniu nowego systemu aksjonormatywnego, w którym hierarchiczny ład konfucjanizmu, oparty na prymacie rodu i rodziny, był sukcesywnie zastępowany przynależnością do skolektywizowanych struktur, na przykład do tak zwanej *danwei* (jednostka zatrudnienia), będącej pierwszym szczeblem skomplikowanej sieci relacji łączących jednostki z partią komunistyczną²⁰. Dekonstrukcja tradycyjnych rodzinnych i moralnych wartości konfucjanizmu, eliminacja z życia społecznego elementów niepożądanych takich jak religia były ściśle związane z umasowieniem kultury i sztuki oraz konstrukcją nowego politycznego i społecznego układu odniesienia, skupionego wokół kultu przewodniczącego Mao, Chin i Partii Komunistycznej²¹. Pieśni, piosenki i inne formy muzyki patriotycznej miały zatem podstawowy cel — wywoływanie określonych emocji i „ukierunkowywanie mas”. Muzyka i piosenka były (zwłaszcza we wczes-

¹⁸ M. Juza, *Perspektywy rozwoju kultury popularnej w obliczu nowych mediów*, [w:] *Oblicza nowych mediów*, red. A. Ogonowska, Kraków 2011, s. 17.

¹⁹ Ch. Hamm, *Music and Radio in the People's Republic of China*, „Asian Music” 22, 1991, nr 2, s. 1–42.

²⁰ K. Lin, *Work Unit*, [w:] *Afterlives of Chinese Communism: Political Concepts from Mao to Xi*, red. Ch. Sorace, I. Franceschini, Canberra 2019, s. 331–334.

²¹ V. Shih, *The Party and the Arts in China: The New Politics of Culture*, „The Journal of Asian Studies” 67, 2008, nr 1, s. 279–2(?)81.

nym etapie między 1949 a 1956 rokiem) głównymi kanałami docierania do ludzi i rozprzestrzeniania komunistycznej propagandy. Zbiorowe, a nawet masowe wykonywanie muzyki czy śpiewanie pieśni przez tak zwane grupy artystyczne²², zapewniało mieszkańcom wsi i miast pewną formę masowej rozrywki, jednocześnie poddawało masy ciągłej indoktrynacji. Wykonania muzyki patriotycznej były ściśle kontrolowane i reglamentowane. Zważywszy na bardzo ograniczoną liczbę radioodbiorników, a później także telewizorów (na obszarach wiejskich aż do lat siedemdziesiątych XX wieku były niezwykle rzadkością w domach), muzykę odtwarzano nieustannie przez radiowęzły w miejscach pracy i aktywności zbiorowych, takich jak świetlice. Pieśni rewolucyjne i patriotyczne towarzyszyły, przede wszystkim robotnikom i chłopom, przez cały niemal dzień, jako akompaniament pracy, posiedzeń kolektywów, zebrań zakładowych oraz wspólnych posiłków²³. Było tak zwłaszcza we wzorowanych na radzieckich tak zwanych komunach, czyli skolektywizowanych wspólnotach chłopskich, tworzących najwyższą z trzech jednostek organizacji życia społecznego i gospodarczego²⁴.

Aby skutecznie działać jako narzędzie ciągłej, wręcz dojmującej, indoktrynacji, paradygmat muzyki rewolucyjnej wymagał wprowadzenia określonego zestawu kryteriów, umożliwiających umasowienie i ujednolicenie przekazu. Po pierwsze, utwory musiały być łatwe do zaśpiewania i łatwe do zapamiętania, zwłaszcza w dużych grupach. Zachęcano do śpiewania chóralnego oraz masowych, wiecowych występów publicznych. Z tego też powodu utwory musiały być chwytliwe i relatywnie proste pod względem językowym i melodycznym²⁵. Często sięgano po marszowe formy muzyczne, których sekwencyjność i powtarzalność wspomagały zapamiętywanie tekstu, umożliwiały jednoczesne śpiewanie licznym grupom ludzi i przy zastosowaniu odpowiednich instrumentów²⁶ wytwarzały pożądane emocje. Bardzo charakterystyczne było wprowadzanie do refrenów popularnych piosenek fraz, które miały przypominać marszrutę i mieć mobilizujący wydźwięk²⁷. W latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku (do wybuchu rewolucji kulturalnej) na publicznych zgromadzeniach zespoły i orkiestry

²² Rodzaj propagandowych zespołów muzycznych.

²³ R.C. Kraus, *The Party and the Arts in China: The New Politics of Culture*, London 2004, s. 161.

²⁴ Wprowadzono je w okresie wielkiego skoku, a zatem od 1958 roku. Funkcjonowały jednak aż do 1983. Komuny składały się z brygad produkcyjnych i poszczególnych jednostek zatrudnienia (*danwei*). Choć struktura ta podlegała pewnym zmianom, zwłaszcza po okresie wielkiego skoku; zob. J. Polit, *Chiny*, Warszawa 2004, s. 220–222.

²⁵ A. Perris, *op. cit.*, s. 17.

²⁶ Chodzi o chińskie instrumenty strunowe i dęte, których dźwięki wywoływało czytelne, ugruntowane na przykład w tradycji oper emocje. Często dodawano do nich instrumenty zachodnie zaczerpnięte z tradycji radzieckiej, zwłaszcza akordeon i trąbkę.

²⁷ Chodziło głównie o reduplikację czasowników, która jest naturalnym zjawiskiem w języku mandaryńskim i ma także semantyczną funkcję, wskazując na procesualny czy też powtarzalny charakter czynności. Reduplikowane bywają też przymiotniki, co z reguły wskazuje na intensyfikację cechy.

grały zwykle ustalony zestaw tych samych utworów, wśród nich warto wymienić przede wszystkim:

— 《东方红》 *Dongfang Hong* („Wschód jest czerwony”) — skomponowana prawdopodobnie w latach czterdziestych (niektóre źródła podają rok 1942) i oparta na ludowej melodii z prowincji Shaanxi. Pierwotny tekst był przypisywany rolnikowi Li Youyuan, jednak w ciągu lat był wielokrotnie zmieniany i dostosowywany do różnych wykonawców. Pieśń ta gloryfikuje postać przewodniczącego Mao i niekiedy uważana jest za jego osobisty hymn;

— 《歌唱祖国》 *Gechang Zuguo* („Oda do ojczyzny”) — autorem muzyki i słów był najprawdopodobniej Wang Xin, mieszkaniec okolic Tianjinu, który miał napisać ją w 1950 roku zainspirowany widokiem morza czerwonych flag na placu Tiananmen w czasie obchodów pierwszej rocznicy proklamacji ChRL. W 1951 roku opublikowana na łamach „Renmin Ribao”, była promowana jako sztandarowa pieśń wiecowa;

— 《大海航行靠舵手》 *Dahai Hangxing Kao Duoshou* („Rejs po morzu zależy od sternika”) — autorem muzyki i tekstu był Wang Shuangyin, a pieśń powstała najprawdopodobniej w 1964 roku. Jest to typowy utwór skomponowany bezpośrednio na użytek kampanii propagandowych gloryfikujących przewodniczącego Mao. Tytułowa fraza została tak zaprojektowana, żeby można było powtarzać ją z charakterystycznym zaśpiewem jako slogan polityczny;

— 《没有共产党就没有新中国》 *Meiyou Gongchandang Jiu Meiyou Xin Zhongguo* („Bez partii komunistycznej nie byłoby nowych Chin”) — autorem tekstu był nastoletni wówczas komunista Cao Huoxing, utwór powstał około 1943 roku. Tytuł nawiązuje do polemicznego artykułu wydanego w „Jiefang Ribao” 25 sierpnia 1943 roku, będącego odpowiedzią Komunistycznej Partii Chin na niedawno wydaną książkę Czang Kaj-szeka *Zhongguo zhi mingyun*, której sloganem była fraza: „Bez Kuomintangu nie byłoby Chin”. Podobno słowo „nowych” dodał do tytułu sam Mao Zedong w 1950 roku;

— 《黄河大合唱》 *Huanghe Dahechang* („Kantata rzeki żółtej”) — autorem muzyki był słynny kompozytor Xian Xinhai. Powstała w 1939 roku, jako tekst zaadaptowano później jeden z wierszy Guang Weirana. Utwór ten jest niezwykle ważny, położył bowiem podwaliny pod wielkie utwory wokalne wykonywane później masowo na wiecach politycznych. Kompozycja jest także przykładem integrowania zachodnich form muzycznych z elementami chińskiej tradycji. Pierwotnie ośmioczęściowy utwór miał kilka skróconych i uproszczonych wersji wykonywanych przez znanych pieśniarzy;

— 《社会主义好》 *Shehuizhuyi Hao* („Socjalizm jest dobry”) — muzykę skomponował w 1958 roku Li Huanzhi, znany kompozytor klasycznej muzyki zachodniej. Autorem tekstu był pisarz i propagandysta Xi Yang. Jest to jeden z najbardziej charakterystycznych przykładów utworu gloryfikującego utopijną wizję „nowych Chin”. Ciekawe jest położenie znacznie większego akcentu na kolektywną rolę partii niż na osobę przywódcy;

— 《我的祖国》 *Wode Zuguo* („Moja ojczyzna”) — autorem muzyki był kompozytor Liu Chi, natomiast tekst napisał Qiao Yu. Piosenka ta została skomponowana w 1956 roku jako temat muzyczny filmu 《上甘岭》 *Shànggānlǐng* („Bitwa o górę Shangganliang”, reż. Lin Shan, Sha Meng). Pierwotnie nosiła tytuł 《一條大河》 *Yítiao Dàhé* („Wielka Rzeka”). Utwór jest przykładem piosenki militarystycznej, gloryfikującej męstwo na polu walki z imperializmem. Mimo że tekst nie nawiązuje wprost do wojny koreańskiej, film odnosił się do tego konfliktu, dlatego zaczęto kojarzyć ten utwór z żołnierską muzyką patriotyczną i „ochotnikami”. Była to jedna z emblematycznych piosenek wykonywanych przez słynną w latach pięćdziesiątych sopranistkę Guo Lanying;

— 《南泥湾》 *Nanniwan* („Nanniwan”) — utwór powstał prawdopodobnie w 1943 roku. Autorem muzyki był Ma Ke, natomiast tekst napisał słynny dramaturg He Jingzhi. Tytuł jest nazwą wąwozu położonego około 90 km na południe od Yan’an. Muzyka opiera się na tradycyjnych melodiach ludowych z północnej prowincji Shannxi. Jest to jeden z najpopularniejszych i najczęściej wykonywanych utworów. Bardzo łatwy w adaptacji, stał się emblematyczny dla dwóch słynnych, rewolucyjnych pieśniarzy: Wang Kuna i Cui Jiana²⁸.

Popularne były także utwory adaptowane z elementów znanych oper, na przykład 《白毛女》 *Bai Mao Nǚ* („Kobiety o białych włosach”)²⁹.

Osobną kwestią jest problem autorstwa tekstów i kompozycji. Utwory tworzone były zarówno przez profesjonalnych muzyków, jak i amatorów. Profesjonalni muzycy (*zhuan ye*) byli najczęściej członkami partii, często urzędnikami lub wojskowymi, którzy posiadli formalne wykształcenie muzyczne i tworzyli muzykę na bezpośrednie polecenie i polityczny użytek władz. Amatorzy (*ye yu*) mogli pochodzić z bardzo różnych grup i środowisk, zazwyczaj mieli niewielkie lub żadne formalne wykształcenie muzyczne, a ich twórczość często opierała się na adaptowaniu istniejących melodii ludowych. Należy jednak zaznaczyć, że tworzenie tekstów pieśni i piosenek miało charakter ściśle polityczny i było poddane dokładnemu nadzorowi instytucji odpowiedzialnych za propagandę (zarówno na poziomie lokalnym, jak i centralnym). Ze względu na tradycyjny, chiński stosunek do kwestii autorstwa i anonimowości twórców oraz socjalistyczne podejście, traktujące rozgłos, sławę i rozpoznawalność jako skażenia burżuazyjne, bardzo często dokładne ustalenie autorstwa zarówno tekstów, jak i kompozycji jest bardzo trudne. Sytuacja komplikuje się jeszcze bardziej, jeśli uwzględnimy miejsce, jakie słynne utwory zajmowały w politycznej mitologii — często przypisywano

²⁸ Zestawienie informacji na temat poszczególnych utworów przygotowano, wykorzystując następujące źródła: K.R. Sharma, *China: Revolution to revolution*, New Delhi 1989, s. 133–169; I.K.F. Wong, *Geming Gequ: Songs for the Education of the Masses*, [w:] *Popular Chinese Literature and Performing Arts in The People’s Republic of China 1949–1979*, red. B.S. McDougall, Berkeley 1984, s. 112–144; F. Lau, *Music in China: Experiencing Music, Expressing Culture*, Oxford 2008, s. 133–135.

²⁹ Ch. Liu, *op. cit.*, s. 317.

im pochodzenie lub autorstwo, które lepiej pasowało do propagandowego przekazu, czasem pomijano je zupełnie. Dziś zatem wiarygodne rekonstrukcje historyczne są bardzo utrudnione. Dlatego też, wybierając przytoczone tu przykłady, kierowałem się możliwością w miarę precyzyjnego ustalenia podstawowych danych na temat analizowanych utworów³⁰.

Muzyka i druk w służbie propagandy

Druki muzyczne uzupełniały propagandowe funkcje muzyki — były wizualną ilustracją treści przekazywanych w piosenkach oraz umożliwiały efektywną dystrybucję treści muzycznych. Produkcja tego rodzaju druków z reguły była odgórnie koordynowana i przyjmowała postać kampanii dotyczącej określonego utworu, rodzaju muzyki lub tematyki³¹. Zarówno druki muzyczne, jak i plakaty propagandowe nawiązujące do muzyki dzieliły wiele podobieństw w warstwie ikonograficznej i symbolicznej. Najbardziej charakterystycznym elementem były liczne nawiązania do sztuki ludowej oraz rękodzieła mniejszości etnicznych. Ludyczność i nawiązania do ideologicznej czystości sztuki regionalnej były typowymi składnikami komunistycznej propagandy patriotycznej, elementy te wprowadzano także, aby sukcesywnie ograniczać wpływy radzieckie (po 1956 roku i ochłodzeniu chińsko-radzieckich relacji). Warto zaznaczyć, że muzyka i kultura mniejszości etnicznych były oficjalnie promowane, jednak w ściśle kontrolowanych granicach. Celem nie było przedstawienie tożsamości etnicznej, lecz raczej promowanie wielokulturowości w systemie komunistycznym³². Po wspomnianym przemówieniu Mao Zedonga na forum w Yan'an powszechną praktyką stało się pisanie nowych komunistycznych i rewolucyjnych tekstów do powszechnie znanych melodii ludowych (często kosztem tych drugich, które w oryginale nie mogły być już wykonywane). Utwory takie nazywano *hong ge* (红歌) — czerwonymi piosenkami. Bodaj najsłynniejsza „czerwona piosenka” „Wschód jest czerwony” została oparta na popularnej melodii ludowej z prowincji Shaanxi, dlatego częstym graficznym nawiązaniem do tego utworu na plakatach, okładkach płyt i śpiewnikach były słynne ludowe wycinanki z Shaanxi³³. Element ten był czytelnym graficznym nawiązaniem do przedmiotów, z którymi zaznajomiona była większość Chińczyków (wycinanki, szczególnie noworoczne, są bardzo popularne w różnych częściach kraju), ale też forma wycinanki była wygodną graficzną matrycą umożliwiającą wplecenie weń elementów czysto propagandowych

³⁰ Teksty piosenek wraz z transliteracją i tłumaczeniem można znaleźć na stronie <https://jspi.nyin.net/> (dostęp: 29.05.2021).

³¹ J. Liu, *Zhongguo xin yinyue shilun*, Taipei 1998, s. 143.

³² I.K.F. Wong, *op. cit.*, s. 134.

³³ *Ibidem*, s. 135.

(niewystępujących w typowo ludowej ikonografii), mających jednak kluczowe znaczenie z semiotycznego punktu widzenia. Motyw wschodzącego słońca był jasnym nawiązaniem zarówno do treści utworu, jak i do postaci Mao Zedonga — często określanego w propagandowych sloganach mianem „słońca”. Przekaz muzyczny wzmacniany określoną ikonografią i powiązaną z nią symboliką w znacznym stopniu przyczynił się do rozwoju kultu osoby przewodniczącego Mao. Proces ten można śmiało porównać do wzajemnych interakcji między muzyką a ikonografią sakralną w Europie. Wielowymiarowy, wzajemnie wzmacniający się przekaz umożliwiał stopniowe wykształcanie się quasi-religijnej mitologii maoizmu. Nietrudno wyobrazić sobie, jak skuteczne było to oddziaływanie w warunkach niemal niepiśmiennego i niewykształconego społeczeństwa, przyzwyczajonego do tradycyjnego chińskiego synkretyzmu religijnego i dość łatwo akceptującego swoistą „boskość” przywódcy (proces ten nie różnił się znacznie od ubóstwiania cesarza jako syna niebios). Nawiązując do koncepcji przedmiotu aksjosemiotycznego Stanisława Pietraszki, druk muzyczny można traktować jako przekaz — nośnik znaczeń i wartości³⁴. W ujęciu tym audialny i wizualny wymiar muzyki uzupełniają się i wytwarzają koherentną narrację — tam, gdzie utwór muzyczny mógł być nieczytelny, potencjalnie lepiej przemawiał druk, muzyka nadal jednak oddziaływała podprogowo (pośrednio), wywołując określone stany emocjonalne. W opisach masowych wieców połączonych z występami muzycznymi (niewątpliwie także opatrzonymi stosowną liczbą na przykład plakatów propagandowych) spotkać można relacje przypominające opisy egzaltacji religijnej. Połączone z sobą muzyka i obraz rzeczywiście uczyniły codzienny kontakt z przekazem propagandowym ciekawszym i niezwykłym³⁵. Można nawet zaryzykować przypuszczenie, że tworzyło to pewną formę rozrywki, odrywającej od codziennej mozolnej pracy.

Warto zauważyć, że w ramach wspomnianego koordynowania działań propagandowych druki muzyczne z czasem podlegały pewnej specjalizacji. Podstawowym narzędziem muzycznej propagandy były śpiewniki³⁶. Termin ten stosowany jest tutaj w pewnym uproszczeniu, obejmuje on bowiem obszerną i różnorodną kategorię druków. W większości przyświecała im jednak wspólna idea: miały być szeroko dostępne, czytelne i służyć umasowieniu piosenki. Śpiewniki drukowane

³⁴ Z tego konceptu oraz koncepcji kultury jako sfery aksjosemiotycznej korzystano w badaniach nad kartą pocztową zob. P. Banaś, *Karta pocztowa jako przedmiot badań*, [w:] *Aksjosemiotyka karty pocztowej*, s. 5–17.

³⁵ L.O. Bryant, *Music, Memory, and Nostalgia: Collective Memories of Cultural Revolution Songs in Contemporary China*, „China Review” 5, 2005, nr 2, s. 151–175.

³⁶ Repozytorium okładek śpiewników z różnych okresów (w języku chińskim): https://image.baidu.com/search/index?tn=baiduimage&ipn=r&ct=201326592&cl=2&lm=-1&st=-1&fm=result&fr=&sf=1&fmq=1622393213870_R&pv=&ic=&nc=1&z=&hd=&latest=©right=&se=1&showtab=0&fb=0&width=&height=&face=0&istype=2&ie=utf-8&sid=&word=%E9%9D%A9%E5%91%BD%E6%AD%8C%E9%9B%86 (dostęp: 29.05.2021).

były najczęściej w ogromnych nakładach i bardzo prostej formie, choć zdarzały się wydania o wiele bardziej dopracowane i wyrafinowane. W warstwie graficznej przejawiało się to pragmatyzmem i oszczędną typografią ułatwiającą powielanie. Prostota i oszczędność środków graficznych same w sobie były ilustracją licznych haseł propagandowych nawiązujących do konieczności odrzucenia burżuazyjnej ornamentyki i zbędnych, dekadentkich potrzeb estetycznych. To, co rewolucyjne, miało być żołnierskie, proste i praktyczne — służyć rewolucji. Najbardziej charakterystyczną cechą okładek była ich kolorystyka, w przeważającej większości czerwień przedstawień zestawiona z bielą napisów lub geometryczne zestawienia bieli i czerwieni układające się w motywy gwiazd lub słońca. Często sięgano przy tym po sprawdzone wzory wycinanek ludowych lub ornamentów znanych z rękodzieła. Symbolika koloru czerwonego jest w tym wypadku podwójna, nawiązuje bowiem zarówno do koloru bolszewickiej rewolucji, jak i do pozytywnej symboliki w kulturze chińskiej³⁷. Najczęstszymi motywami były postać przewodniczącego Mao oraz scenki zbiorowe — na ogół kilka postaci, reprezentujących chłopów i robotników, często wspólnie śpiewających, grających lub trzymających w rękach transparenty z propagandowymi hasłami. Przedstawienia te były jednak zwykle celowo upraszczane, geometryzowane, często oddawane tylko za pomocą mocnych konturów (co miało nawiązywać do wspomnianych motywów ludowych). Warto dodać, że system znakowy, którym zapisywany jest język chiński, od dawna był podstawowym elementem ornamentyki, a kaligrafia jest uznawana za formę sztuki (często cenioną nawet wyżej niż malarstwo). Zastosowanie znaków miało zatem kluczowe znaczenie, często będąc tyleż zapisem tytułu, ile głównym elementem estetycznym na okładce śpiewnika. Przewodniczący Mao był powszechnie znany ze swoich kaligrafii i stylu, dlatego w wielu wypadkach nawiązaniem do jego postaci było drukowanie tytułu (szczególnie pieśni „Wschód jest czerwony”) w znakach przypominających jego styl kaligraficzny. Innym częstym motywem związanym z kultem przewodniczącego były jego podobizny otoczone promieniami słońca lub ornamentem nawiązującym do godła narodowego (udrapowana tkanina i tryby). Ukazywanie osoby przewodniczącego w sposób symboliczny było jasnym nawiązaniem do treści większości pieśni, które opiewały jego osobę — metaforyka tekstu znajdowała literalną ilustrację w postaci graficznej, ułatwiając dokonywanie asocjacji między jednym a drugim poziomem przekazu i rozpowszechnienie wizerunku Mao jako „słońca” lub „świata” w świadomości mas. Symbolika wizerunku Mao zawierała istotny element soteriologiczny — przewodniczący był nie tylko przywódcą, lecz także „zbawicielem”, przeciwieństwem amerykańskiego imperializmu i tym, który

³⁷ Czerwień jest symbolem radości, dobrobytu; tradycyjnie towarzyszy też obchodom święta wiosny (chiński nowy rok) oraz ceremonii ślubnej. Jako barwa ognia kojarzy się także z męskim pierwiastkiem *yang* oraz siłą i władzą.

przyniósł Chinom pokój i socjalizm³⁸. W tym kontekście do postaci przewodniczącego nawiązywała także symbolika słończników i rozkwitających kwiatów oraz motyw wiosny zarówno w utworach muzycznych, jak i drukach. Podobnie jak w Związku Radzieckim powracającym motywem była także walka klas i militaryzacja mas w obliczu wspólnego wroga. Tematyka ta była charakterystyczna dla pieśni żołnierskich i na większą skalę powracała głównie w czasie wielkich kampanii politycznych promujących kolejne plany państwowe i kolektywizację. Wyjątkowe są okładki pochodzące z okresu wojny koreańskiej (1950–1963), wówczas to ChRL po raz pierwszy stanęła w obliczu konfliktu, w którym brała udział jako mocarstwo. Chińska doktryna obronna tamtego okresu kładła nacisk na tak zwaną perspektywę mobilizacji mas, czyli groźbę wykorzystania ogromnej chińskiej populacji jako broni. Cały okres wojny był zatem opanowany przez intensywną kampanię propagandową, której celem była mobilizacja i zagrzewanie do (ewentualnego) wojennego wysiłku, a hasłem: „Przeciwwstawić się amerykańskiemu agresorowi, pomóc Korei i chronić ojczyznę”³⁹. Ogromną popularnością cieszyły się piosenki opiewające bohaterstwo „ochotników”, którzy zgłosili się, by walczyć w Korei. W drukowanych w tym okresie śpiewnikach i plakatach można zauważyć wyraźny zwrot ku symbolice militarnej oraz motywom walki z zachodnim imperializmem. Przyglądając się śpiewnikom jako specyficznej kategorii propagandowych druków muzycznych, uderza zbieżność między ich typowymi cechami i wymienionymi już cechami pieśni rewolucyjnych, przede wszystkim w wymiarze dydaktycznym. Warto także dodać, że śpiewniki bardzo rzadko zawierały zapis nutowy — jako że był on właściwie nieznany szerokim masom. Najczęściej (jeśli w ogóle jest) spotyka się zapis w notacji *jiana* przykład opartej na zachodniej notacji numerycznej, który znacząco upraszczał czytanie utworu nawet osobom z niskim wykształceniem muzycznym. Można zaryzykować stwierdzenie, że śpiewniki nie były jedynie elementem towarzyszącym pieśniom, ułatwiającym ich wykonywanie i naukę, lecz tworzyły przemyślany komponent odgórnie zaprojektowanej nowej, rewolucyjnej kultury muzycznej.

Plakat propagandowy i muzyka

Chińskie plakaty propagandowe okresu maoizmu były początkowo wzorowane na radzieckich odpowiednikach. Plakat propagandowy można scharakteryzować jako rodzaj druku o utylitarnym i politycznym charakterze, cechujący się wyrazistością przedstawienia i kompozycji, określoną tematyką, żywym stylem, które miały zmierzać do przekazywania określonych politycznych treści

³⁸ E. Meyer-Clement, *Party Hegemony and Entrepreneurial Power in China: Institutional change in the film and music industries*, London 2016, s. 46.

³⁹ 抗美援朝、保家卫国.

i wywoływania określonych emocji u odbiorców⁴⁰. Warto zauważyć, że definicja ta jest niemal całkowicie zbieżna z przytoczoną wcześniej próbą zdefiniowania cech i funkcji propagandowej muzyki. Plakaty były zwykle masowo powielane i umieszczane w miejscach dużej koncentracji ludzi, szczególnie takich, które miały symboliczne znaczenie z punktu widzenia komunistycznej koncepcji pracy i rewolucji. W skomplikowanej machinie chińskiej propagandy plakaty oddziaływały na nieco innym poziomie niż popularne śpiewniki. Dzięki swojej formie w znacznie mniejszym stopniu opierały się na tekście i nie wymagały umiejętności czytania i pisania (oczywiście poza sloganami). W mniejszym więc stopniu miały zastosowanie jako narzędzia dydaktyczne, natomiast w większym jako narzędzia masowej wizualnej komunikacji⁴¹. Przez cały niemal okres maoizmu plakaty propagandowe konstituowały specyficzne medium zapewniające ciągłość przekazu propagandowego. Główną instytucją publikującą i projektującą plakaty propagandowe było Ludowe Wydawnictwo Sztuki (人民美术出版社, Renmin Meishu Chubanshe) z dwoma głównymi oddziałami w Szanghaju i Pekinie. W latach pięćdziesiątych dzięki centralizacji przemysłu drukarskiego i wykorzystaniu wojskowych drukarni produkcja plakatów osiągnęła poziom masowy i coraz częściej opierała się na seryjnie powielanych wzorcach. Pod koniec 1959 roku zorganizowano konferencję na temat plakatów propagandowych, która zbiegła się z dziesięcioletnią retrospektywą plakatów, odbywającą się wówczas w Pekinie. Ze statystyk przytoczonych na konferencji widać, jak ważna była to forma sztuki, ze względu na jej funkcję propagandową⁴². W latach 1950–1957 Ludowe Wydawnictwo Sztuki opublikowało 286 projektów plakatów propagandowych i wydrukowało 16,530 mln egzemplarzy. Podczas wielkiego skoku średnia roczna dramatycznie wzrosła i w ciągu zaledwie jednego roku opublikowano 241 projektów i wykonano 11,340 mln wydruków. Stanowiło to ponad dwie trzecie produkcji z poprzednich ośmiu lat. Głównym problemem przemysłu drukarskiego w zasadzie przez cały okres maoizmu był niedostatek papieru. Wymuszało to okazjonalną specjalizację i ścisłą tematyczną selekcję projektów. Plakaty dotyczące muzyki i ukazujące muzykę nie należały do priorytetów, niemniej (zwłaszcza w czasie wielkich kampanii) ich produkcja była okazjonalnie zwiększana⁴³.

Od samego początku plakat propagandowy traktowany był w Chinach jako forma rewolucyjnej sztuki. W warstwie graficznej chińskie plakaty propagandowe miały dwa główne źródła: tradycyjną sztukę ludową, przede wszystkim wycinanki, obrazki noworoczne i drzeworyty, oraz radzieckie wzorce socrealistyczne, zwłaszcza ze względu na wprowadzenie perspektywy oraz realizm kompozycji. Początkowo plakaty nie były dobrze przyjmowane na wsi, szczególnie nieczytel-

⁴⁰ S. Landsberger, *Chinese Propaganda Posters: From Revolution to Modernization*, London 2020, s. 113.

⁴¹ *Ibidem*.

⁴² M.B. Galikowski, *Art and Politics in China, 1949–1986*, Leeds 1990, s. 93–94.

⁴³ *Ibidem*.

na była radziecka estetyka i kolorystyka plakatów. Dlatego z czasem zaczęto kłaść większy nacisk na tradycyjnie chińską estetykę i uproszczenie formy, a skomplikowane malarskie kompozycje wzorowane na radzieckich rezerwowano dla specjalnych przeznaczeń lub instytucji. W czasie wielkiego skoku plakaty osiągnęły szczyt popularności i skuteczności. Natura wielkiej kampanii (jaką był wielki skok) wymuszała ogromne tempo publikacji, tak by plakaty nadążały za zmieniającą się sytuacją i nieustannie mobilizowały do dalszego wysiłku. Nowe projekty opracowywano w ciągu kilku godzin i wysłano bezpośrednio do drukarni (głównie wojskowych), w których cały proces był monitorowany przez redaktorów odpowiedzialnych za propagandę⁴⁴. Jak łatwo zauważyć, produkcja i projektowanie plakatów w przeciwieństwie do tworzenia pieśni i piosenek były działalnością wysoce sprofesjonalizowaną i poddaną ścisłej kontroli i centralizacji. Wśród najważniejszych artystów zaangażowanych w tworzenie plakatów propagandowych znaleźć można: Hang Mingshi, Han Min, Ma Changli, Yang Xianrang, Gao Chao i Le Xiaoying⁴⁵.

Umasowienie produkcji plakatów w latach pięćdziesiątych, możliwość umieszczenia ich niemal w każdym miejscu umożliwiała skuteczne przekazywanie propagandowych treści wszędzie i przez cały czas. Właśnie ta zdolność wytwarzania swoistego rodzaju propagandowej przestrzeni szczególnie dobrze współlistniała z muzyką. Jak już wspomniałem, propagandowe utwory muzyczne, a zwłaszcza pieśni rewolucyjne, były często odtwarzane przez zakładowe radiowęzły i nieustannie prezentowane w radiu oraz śpiewane na wiecach. Ich wszechobecność nakładała się na równie powszechny przekaz wizualny i slogany umieszczane na plakatach. W rezultacie od indoktrynacji nie było ucieczki, nawet jeśli założymy, że część Chińczyków ignorowała muzykę lub plakaty, to i tak jakaś część wzajemnie wzmacniającego się przekazu docierała do odbiorców. Właściwość ta była szczególnie cenna w czasie wielkich, masowych kampanii politycznych, kiedy konieczna była ciągła mobilizacja do realizacji określonego celu. Muzyka wyznaczała swoistą marszrutę, podczas gdy plakaty czytelnie i dobitnie ukazywały cele i tłumaczyły powody kolektywnie podejmowanego wysiłku. Można tu przytoczyć koncepcję tak zwanej piśmienności wizualnej, która wskazuje na widzenie (kompetencję wizualną) jako wystarczający komponent rozumienia (odbierania) przekazu. Jednocześnie słuchanie (kompetencja audialna) jest konieczne do zrozumienia języka⁴⁶. Zatem mechanizm komunikacyjny oparty na połączeniu tych dwóch kompetencji (audialnej i wizualnej) pozwala skutecznie działać złożonej komunikacji bez konieczności posługiwania się pismem i tekstem. Interakcja muzyki i plakatu propagandowego w określonej przestrzeni tworzyły podstawę suk-

⁴⁴ *Ibidem*.

⁴⁵ 《中国美术年鉴 1949–1989》, *Zhongguo Meishu Nianjian 1949–1989*, red. Zhongguo meishuguan, Guilin 1993.

⁴⁶ W.J.T. Mitchell, *Piśmienność wizualna czy wizualność piśmienna?*, „Teksty Drugie” 2012, nr 1–2, s. 153–163.

cesywnego wykształcania się swoistej formy „wizualno-audialnej piśmienności” u często niepiśmiennych odbiorców. W warstwie wizualnej związki plakatu propagandowego i muzyki miały przede wszystkim wymiar ilustracyjny. Można tu wyróżnić dwa główne typy: plakaty bezpośrednio odnoszące się do treści utworów muzycznych oraz plakaty ukazujące wykonywanie muzyki lub popularyzujące muzykę⁴⁷.

Plakaty nawiązujące do treści utworów muzycznych były w swoich założeniach zbliżone do omawianych wyżej okładek. Podobnie jak w ich przypadku odzwierciedlały one cechy samej muzyki rewolucyjnej — były zatem relatywnie proste i skupiały się na czytelnym wizualizowaniu metaforyki i symboliki danego utworu. W ten sposób brały udział w wytwarzaniu propagandowych wizualno-audialnych narracji, których celem była stabilizacja komunistycznej rzeczywistości. W tym kontekście na szczególną uwagę zasługuje korelacja między kolorystyką plakatów a tematyką utworów muzycznych. Emocjonalne zabarwienie propagandowych utworów muzycznych oraz plakatów oscyloowało wokół dwóch głównych koncepcji — imperatywu władzy i dobrodziejstwa komunizmu⁴⁸. Muzyka ma wyjątkową zdolność przekazywania obrazów i emocji. Kiedy słuchamy muzyki, nie słuchamy jedynie „sekwencji dźwięków”: nasz umysł reaguje na bodźce dźwiękowe i przekształca je w obrazy, a nawet w emocje. Słuchacz łatwo może powiązać muzykę z określonym kolorem, kształtem, często także własnymi wspomnieniami, a nawet złożonymi scenami⁴⁹. Co za tym idzie wrażenia i emocje towarzyszące muzyce można wprost przełożyć na język wizualny plakatu za pomocą koloru, kompozycji i tekstu.

Porównując plakaty i określone utwory (szczególnie pieśni i piosenki) nawiązujące do tej samej lub podobnej tematyki, łatwo można dostrzec podobieństwa w sposobie wizualizowania określonych emocji, co w praktyce przekłada się na subtelną, ale skutecznie komunikowalną koherencję przekazu. Utwory odnoszące się do imperatywu władzy były najczęściej militarystyczne, nawiązujące do mitologii rewolucji i zwycięstwa komunizmu, walki z przeciwnikami klasowymi lub mobilizujące do wykonania planów gospodarczych. Miały na ogół prostą linię melodyczną, marszowe tempo, powtarzalność frazy, ostry kontur rytmiczny, mocne akcentowanie, przy ich wykonywaniu stosowano dużo instrumentów perkusyjnych, były także przeważnie przeznaczone do wykonywania zbiorowego (przynajmniej przez kilkuosobowe zespoły). Utwory te miały jasno komunikować wielkie i podniosłe emocje, wywoływać intensywne wrażenia, zagrzewać i mobilizować. Odpowiadające im plakaty cechowały się nasyconymi kolorami

⁴⁷ Repozytorium plakatów propagandowych z różnych okresów zob. <https://pl.pinterest.com/cherylynlarking/chinese-propaganda-posters/> (dostęp: 29.05.2021).

⁴⁸ M. Ranta, *Mao's Homeworld(s) — A comment on the use of propaganda posters in post-war China*, „Semiotica” 232, 2020, s. 61–62.

⁴⁹ L.V. Pufleau, *Reflections on Music and Propaganda*, „Contemporary Aesthetics” 12, 2014, s. 2–10.

podstawowymi (przeważnie czerwienią, czernią i bielą), ostrymi, pogrubionymi konturami, uderzającymi kontrastami, relatywną prostotą kompozycji, często przesadzonymi proporcjami i ostrym, nieco abstrakcyjnym geometryzowaniem form, cechy postaci i obiektów dynamicznie uwydatniono przez przekątne i domniemany ruch, plakaty tego typu często zawierały rozbudowane hasła, zapisywane odpowiednio skrojonymi, kontrastującymi znakami. Podobnie jak utwory muzyczne plakaty miały wykrzykiwać rewolucyjne hasła, wywoływać wrażenie mobilizacji i zdecydowania, czasem także tryumfu, budzić poruszenie i pokazywać siłę władzy.

Utwory muzyczne odnoszące się do dobrodziejstw komunizmu i pozytywnej propagandy nowych Chin miały na ogół charakter znacznie bardziej narracyjny, nawiązujący do ballady, choć równie często bywały proste i zawierały wiele nawiązań do muzyki ludowej (piosenki rewolucyjne), ich forma była na ogół swobodna, bywały bardzo radosne i skoczne, mogły być także znacznie bardziej liryczne i wolniejsze. Główną funkcją tych utworów było „opowiadanie” rzeczywistości i budzenie nadziei na świetlaną przyszłość, miały one ukazywać skuteczność władzy w spełnianiu jej obietnic, dobroć i łaskawość, często gloryfikowały życie w komunach i porzucanie prywatnej własności, w późniejszym okresie także deprecjonowanie elementów burżuazyjnej kultury na rzecz prostej i prawdziwej kultury ludowej i rewolucyjnej. W stosowanym instrumentarium uwagę zwraca wprowadzanie rodzimie chińskich instrumentów oraz akordeonu — najwyraźniejszego wpływu radzieckiego. Plakaty odnoszące się do dobrodziejstw komunizmu utrzymane były w typowej socrealistycznej konwencji malarskiej: stosowano miękką, delikatną paletę barw, kompozycja zachowywała realistyczne proporcje, przy jednoczesnym idealizowaniu cech postaci i przedmiotów, często przedstawiano sceny zbiorowe — przy pracy w fabrykach, na polach, w czasie spotkań na wiecach politycznych, bukoliczne krajobrazy. Podobnie jak utwory muzyczne plakaty propagandowe opowiadające o dobrodziejstwach komunizmu (zwłaszcza w związku z wielkimi kampaniami gospodarczymi takimi jak wielki skok) miały wywoływać optymizm, entuzjazm i przekonanie, że Chiny już wkrótce osiągną stan gospodarczej i politycznej utopii. Charakterystyczne były także pewne innowacje w stosunku do radzieckiego modelu socrealistycznego, przede wszystkim elementy romantyczne lub, jak to ujął sam Mao, „połączenie rewolucyjnego realizmu i rewolucyjnego romantyzmu” zamiast prostego sowieckiego socrealizmu⁵⁰. Częstym motywem było skupienie kompozycji na centralnej postaci przewodniczącego Mao (rzadziej przodownika pracy lub bohater-skiego żołnierza) przedstawianego w roli ojca/pasterza. Charakterystyczne było także niemal zupełne niestosowanie sloganów i elementów tekstualnych. Plakaty tego typu miały przede wszystkim ukazywać określone obrazy i wywoływać pozytywne emocje, nie zaś wykrzykiwać propagandowe hasła. Warto zauważyć,

⁵⁰ M. Ranta, *op. cit.*, s. 58.

że w tym typie przedstawień często pojawiały się także sceny ukazujące wprost (przeważnie zbiorowe) wykonywanie muzyki. Główną funkcją tych przedstawień była stabilizacja, tworzenie wrażenia normalności, a wręcz idylliczności systemu komunistycznego. Wspólne muzykowanie i ukazywanie radości dawało poczucie stabilności i budziło radość.

Podsumowanie

Bez muzyki i współdziałających z nią druków propagandowych historia chińskiego komunizmu z pewnością wyglądałaby zupełnie inaczej. Skuteczne wprowadzanie systemu komunistycznego, kultu jednostki i partii oraz maoizmu jako ideologii państwowej byłoby znacznie utrudnione. Zarówno muzyka rewolucyjna, jak i propagandowe druki muzyczne i plakaty analizowane w szerszej perspektywie historycznej ukazują kolejne etapy konsolidowania systemu komunistycznego i kształtowania się maoizmu. Początkowo wyraźne i intensywne były wpływy radzieckie, które jednak zaczęły ustępować w miarę ochładzania się relacji ChRL i ZSRR (zwłaszcza po referacie Chruszczowa w 1956 roku). Wyraźne piętno odciśnięte na nich kolejne wielkie kampanie polityczne oraz plany gospodarcze. Kulturowe wpływy muzyki i druków muzycznych nadal są wyraźne we współczesnych Chinach już po czterech dekadach okresu reform i otwarcia. Jak dowodzą badania, nadal są one pozytywnie odbierane w społeczeństwie, wywołują poczucie nostalgii i tworzą istotny składnik kształtującej się współcześnie nowej, nacjonalistycznej ideologii wspierającej się na fundamentach rewolucyjnej mitologii⁵¹. Wielokrotnie już wskazywana koherencja przekazu, przyjmująca postać narracyjnej synergii między poziomem wizualnym i dźwiękowym, jest bez wątpienia mechanizmem charakterystycznym dla wielu typów propagandy, jednak wydaje się, że w wypadku Chińskiej Republiki Ludowej osiągnęła szczyt skuteczności i długoletności. Przyczyną tego niezwykłego sukcesu paradoksalnie mogły być pozostałości konfucjanizmu i głęboko zakorzenionego w społeczeństwie przekonania o możliwości nabycia cnoty przez odpowiedni przykład i właściwą edukację. Muzyka i plakaty propagandowe były przede wszystkim narzędziami zbiorowej edukacji mas, podobnie jak dobra i cnotliwa muzyka w czasach cesarskich miały utrwalać określony porządek społeczny i polityczny, stabilizować i mobilizować, by wreszcie dawać nadzieję na świetlaną przyszłość pod dobrymi rządami. Kult osoby przewodniczącego Mao jest znakomitym przykładem tego, jak utrwalone przez konfucjanizm wzorce władzy łatwo dawały się przełożyć na język propagandy nowych Chin. Wypracowane w ciągu „pierwszych siedemnastu lat” metody i mechanizmy propagandowe nadal są podstawą, na której dziś wspiera się na

⁵¹ Liczne odwołania na ten temat zob. zwł. N. Baranovich, *China's New Voices Popular Music, Ethnicity, Gender, and Politics, 1978–1997*, Berkeley 2003; O. Bryant, *op. cit.*, s. 151–175.

przykład wiele strategii stosowanych w internecie (integracja dźwięku i obrazu w przestrzeni interaktywnej audiowizualności opiera się na bardzo podobnych podstawach). Zważywszy na historyczne i kulturowe znaczenie przeanalizowanych w artykule relacji, można stwierdzić, że problematyka propagandowych druków muzycznych oraz związków muzyki i druku w kontekście aksjosemiotyki propagandy zasługuje na znacznie dokładniejsze przebadanie.

Bibliografia

- Banaś P., *Karta pocztowa jako przedmiot badań*, [w:] *Aksjosemiotyka karty pocztowej*, red. P. Banaś, Wrocław 1992, s. 5–17.
- Baranovich N., *China's New Voices Popular Music, Ethnicity, Gender, and Politics, 1978–1997*, Berkeley 2003.
- Birrell A., *Popular Songs and Ballads of Han China*, London 1988.
- Bryant L.O., *Music, Memory, and Nostalgia: Collective Memories of Cultural Revolution Songs in Contemporary China*, „China Review” 5, 2005, nr 2, s. 151–175.
- Ellul J., *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, New York 1965.
- Galikowski M.B., *Art and Politics in China, 1949–1986*, Leeds 1990, s. 93–94.
- Hamm Ch., *Music and Radio in the People's Republic of China*, „Asian Music” 22, 1991, nr 2, s. 1–42.
- Han M., *Battling the Typhoon: The Zheng's Revolutionary Voice in Maoist China*, [w:] *Tyranny and Music*, red. J.E. Morgan, G.N. Reish, London 2018.
- Juza M., *Perspektywy rozwoju kultury popularnej w obliczu nowych mediów*, [w:] *Oblicza nowych mediów*, red. A. Ogonowska, Kraków 2011.
- Kraus R.C., *The Party and the Arty in China: The New Politics of Culture*, London 2004.
- Landsberger S., *Chinese Propaganda Posters: From Revolution to Modernization*, London 2020.
- Lau F., *Music in China: Experiencing Music, Expressing Culture*, Oxford 2008.
- Lin K., *Work Unit*, [w:] *Afterlives of Chinese Communism: Political concepts from Mao to Xi*, red. Ch. Sorace, I. Franceschini, Canberra 2019.
- Liu Ch., *A Critical History of New Music in China*, Hong Kong 2010.
- Liu J., *Zhongguo xin yinyue shilun*, Taipei 1998.
- Mao Z., *Quotations from Chairman Mao Tse-tung*, Beijing 1976.
- Meyer-Clement E., *Party Hegemony and Entrepreneurial Power in China: Institutional change in the film and music industries*, London 2016.
- Mitchell W.J.T., *Piśmienność wizualna czy wizualność piśmienna?*, „Teksty Drugie” 2012, nr 1–2, s. 153–163.
- Perris A., *Music as Propaganda: Art. At the command of doctrine in The People's Republic of China*, „Ethnomusicology” 1983, nr 1, s. 1–28.
- Peterson G., *State Literacy Ideologies and the Transformation of Rural China*, „The Australian Journal of Chinese Affairs” 1994, nr 32, s. 95–120.
- Pietraszko S., *Przekazy i wartości*, [w:] *Aksjosemiotyka karty pocztowej*, red. P. Banaś, Wrocław 1992, s. 29–47.
- Polit J., *Chiny*, Warszawa 2004.
- Pufleau L.V., *Reflections on Music and Propaganda*, „Contemporary Aesthetics” 12, 2014, s. 2–10.
- Ranta M., *Mao's Homeworld(s) — A comment on the use of propaganda posters in post-war China*, „Semiotica” 232, 2020, s. 53–78.

- Sharma K.R., *China: Revolution to revolution*, New Delhi 1989.
- Shih V., *The Party and the Arty in China: The New Politics of Culture*, „The Journal of Asian Studies” 67, 2008, nr 1, s. 279–81.
- Van Gulik R., *The Lore of the Chinese Lute*, Tokyo 1969.
- Wong I.K.F., *Geming Gequ: Songs for the Education of the Masses*, [w:] *Popular Chinese Literature and Performing Arts in The People’s Republic of China 1949–1979*, red. B.S. McDougall, Berkeley 1984.
- Zhongguo Meishu Nianjian 1949–1989*, 《中国美术年鉴 1949–1989》, red. Zhongguo meishuguan, Guilin 1993.

Netografia

- Liji*, 17:6. <https://ctext.org/liji/yue-ji/zhs>.
- https://image.baidu.com/search/index?tn=baiduimage&ipn=r&ct=201326592&cl=2&lm=-1&st=-1&fm=result&fr=&sf=1&fmq=1622393213870_R&pv=&ic=&nc=1&z=&hd=&latest=©right=&se=1&showtab=0&fb=0&width=&height=&face=0&istype=2&ie=utf-8&sid=&word=%E9%9D%A9%E5%91%BD%E6%AD%8C%E9%9B%86.
- <https://jspinyin.net/>.
- <https://pl.pinterest.com/cherylynlarking/chinese-propaganda-posters/>.
- <https://sjp.pwn.pl/sjp/propaganda;2508812.html>.
- https://www.marxists.org/reference/archive/mao/selected-works/volume-3/mswv3_08.htm.

“The East is Red” — Chinese propaganda of the “first seventeen years” period (1949–1966) on posters and in music

Abstract

Music has always played an important role in the People’s Republic of China propaganda machine; it served as a universally readable language that enabled the effective transmission of political and social content, and the integration of a multi-ethnic and multicultural country around the idea of revolution. In the Maoist era, when the so-called “Revolutionary music”, like in the Soviet Union color propaganda posters, accompanied almost every political event. These posters were intended to mobilize, inform, congratulate, inspire, instruct or calm people. In combining the visual and musical message, the Communist Party found a powerful, new propaganda tool, the impact of which went far beyond the methods used so far. Massive political campaigns of the ‘50s and’ 60s were largely based on this hybrid type of propaganda, in which the same message was amplified by various complementary elements. This article attempts to outline the history and analyze the relationships between the most famous pieces of the so-called “revolutionary music” used in propaganda campaigns, and the accompanying propaganda graphic illustrations: posters and covers of popular songbooks. Showing the relationship between the spheres of graphic and musical communication used for political purposes might allow a better understanding of the difficult and still relatively poorly researched history of Chinese music in the 20th century.

Keywords: music prints, revolutionary music, patriotic songs, revolution, propaganda, China

* * *

Michał Witek — magister, sinolog, językoznawca, antropolog kultury, tłumacz. Absolwent studiów orientalistycznych i kulturoznawczych na Uniwersytecie Jagiellońskim i Xiangtan University. Obecnie doktorant w Instytucie Kulturoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego. Ostatnie publikacje: *Historia, naród i nacjonalizm. Ewolucja misji chińskich muzeów w kontekście współczesnej „gorączki” muzealnej w Chińskiej Republice Ludowej*, „Prace Kulturoznawcze” 23, 2019, nr 2–3; *Naród jako przekład. Językowa i kulturowa konstrukcja chińskiej koncepcji narodu*, „Czas Kultury” 2019, nr 2; *Życie kamieni: Gongshi (供石), chińskie „kamienie ducha” w kontekście pytań o sprawczości rzeczy*, „Kultura — Historia — Globalizacja” 2019, nr 26.

michal.witek@uwr.edu.pl