

Ewa Maj

**MARKETING POLITYCZNY  
NARODOWEJ DEMOKRACJI W WYBORACH  
DO INSTYTUCJI SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO  
16 CZERWCA 1929 ROKU W LUBLINIE**

Marketing polityczny polega na stosowaniu zespołu procedur kreowania wizerunku kandydata (grupy kandydatów) w celu wypromowania go i pozyskania dlań zwolenników (Cwalina 2005: 23–25). Na ogół marketing polityczny identyfikuje się z działaniami mającymi na celu pozyskanie elektoratu, a więc wskazuje się na znaczenie działań marketingowych podczas kampanii wyborczych. Jest to oczywiste zawężenie pojęcia, ale niezbędne dla potrzeb niniejszego szkicu, którego celem jest pokazanie metod i technik zjednywania sympatyków oraz pozyskiwania głosów przez Narodową Demokrację podczas wyborów do instytucji samorządu terytorialnego w Lublinie w 1929 r. Pod pojęciem Narodowej Demokracji mieściła się rozbudowana formacja polityczna obejmująca partię polityczną Stronnictwo Narodowe, organizmy ponadpartyjne, jak Obóz Wielkiej Polski i Młodzież Wszechpolska, oraz liczne stowarzyszenia społeczne, gospodarcze, kulturalne, oświatowe.

Lublin był ważnym ośrodkiem skupienia i koordynacji działalności SN na terenie województwa. W mieście znajdowała się siedziba Rady Okręgowej SN na województwo lubelskie. Prezesurę sprawował Adam Majewski. W świetle danych liczbowych gromadzonych przez aparat administracyjny wojewody lubelskiego SN w Lublinie w połowie 1929 r. liczyło ponad 300 członków i kilka tysięcy sympatyków (APL: Miesięczne sprawozdanie sytuacyjne wojewody lubelskiego nr 27, Lublin, 6 VIII 1929 r., k. 5; Jachymek 1975: 137). W jego gestii znajdował „Głos Lubelski”, dziennik sprawnie redagowany, popularny i wpływo- wy. Spełniał funkcję informacyjną i perswazyjną. Opiniotwórczy charakter gazety wykraczał poza ramy formacyjne, ponieważ była poczytna

nawet wśród osób, które nie podzielały narodowego programu politycznego. Na jej łamach przedstawiano stanowisko ND dotyczące spraw miasta i regionu. Zespołowi redakcyjnemu, na czele ze Stefanem Borowskim, udało się wypracować i wprowadzić do obiegu publicznego liczne wyrażenia i zwroty polityczne w lapidarny sposób przedstawiające sytuację polityczną Lublina.

Celem poniższego szkicu jest ukazanie wycinkowego przykładu użycia technik pozyskiwania zwolenników politycznych w warunkach lokalnych bez znajomości profesjonalnych zasad marketingowych, ale przy wykorzystaniu doświadczeń praktycznych pozyskanych w toku działalności politycznej. Wybrany został przypadek lubelskich struktur ND w 1929 r., aby dostrzec proces kształtowania się nowoczesnych form marketingu politycznego rozwijających się za sprawą grup politycznych. Wiele zasad dobrego opakowania produktu politycznego i skutecznej reklamy politycznej realizowano intuicyjnie w bieżącej walce politycznej, posługując się dość skuteczną metodą idealizacji własnego wizerunku oraz dyskredytowania wroga.

Rada Miejska w Lublinie została rozwiązana 28 lutego 1929 r. po niespełna dwóch latach działalności. Władzę w mieście przejął Seweryn Czerwiński, kierownik Zarządu Miejskiego, popularnie nazywany komisarzem rządowym (Marczuk 1994: 51–58). Datę wyborów do nowej Rady Miejskiej Lublina ustalono na 16 czerwca 1929 r. Miasto miało opinię „czerwonego”, ponieważ od zarania niepodległości Polski obecny był w nim nurt socjalistyczno-niepodległościowy. Dotychczasowe wyniki wyborów do Rady Miejskiej m. Lublina dowodziły znacznego poparcia wyborców dla Polskiej Partii Socjalistycznej, której miejscowi liderzy współtworzyli władze municypalne miasta. Równie groźnymi konkurentami byli kandydaci z list sanacyjnych. Kierownictwo ND musiało opracować strategię polityczną na czas walki wyborczej. Należało różnicować środki oddziaływania politycznego ze względu na podziały przestrzenne, społeczne, wyznaniowe i kulturalne mieszkańców Lublina, w którym istniały piękne, zadbane ulice śródmiejskie, zamieszkałe przez zamożną ludność, oraz były dzielnice nędzy, gdzie mieszkała biedota polska i żydowska.

Spośród czynności marketingowych istotne było umiejętne budowanie wizerunku ND jako formacji ludzi poczuwających się do odpowiedzialności za stan społeczny i gospodarczy miasta. Narodowi demokraci należeli do elity społecznej, zawodowej i towarzyskiej Lublina (Maj 2002: 68–80). Działali w SN, OWP i MW, a także w stowarzyszeniach gospodarczych bądź kulturalno-oświatowych. Zmieniony

układ sił politycznych po przewrocie majowym nie obniżył ich aktywności. Angażowali się w liczne prace o charakterze publicznym. Inicjowali i rozwijali działalność wielu instytucji i organizacji społecznych i politycznych. W połowie lat dwudziestych lubelskie struktury ND dysponowały sporymi wpływami, co wyrażało się między innymi możliwością obsadzania miejsc pracy. Zdaniem obserwatora sytuacji w Lublinie „endecja wykazywała wówczas wybitną aktywność i dążyła do objęcia monopolistycznej władzy. W owym czasie miasto Lublin uzyskało kredyty amerykańskie na budowę rzeźni, elektrowni i kanalizacji. [...] Oczywiście przy tak poważnych inwestycjach trzeba było zaangażować bardzo wielu pracowników, od inżyniera i technika do zwykłego robotnika. Te sytuacje wykorzystywano w sposób bezwzględny. Za pracę kupowało się ludzi” (Bielski 1963: 220).

Narodowcy troszczyli się, aby w przekazie publicznym kreować wizerunek formacji, która zmierzała do depolityzowania struktur samorządu terytorialnego. Z tego powodu endeckie organizmy wyborcze otrzymywały nazwy pozornie apolityczne, najczęściej podkreślające problematykę gospodarczą oraz odwołujące się do wierzenia religijnego wyborców. Lubelskie środowisko endeckie powołało do życia Narodowy Chrześcijański Komitet Gospodarczy. Zebranie inauguracyjne odbyło się 4 maja 1929 r. Na czele stanął Komitet Wykonawczy z przewodniczącym Adamem Majewskim. W składzie Komitetu byli Bolesław Dziemski, Paweł Dziubiński, Maria Fryczowa, Jan Leonowicz, Tomasz Pleskaczyński, Tadeusz Rakowski, Edward Rettinger. Zgodnie z zasadą wszechstanowości, wyraźnie podkreślaną w czynnościach marketingowych, w NChKG znaleźli się reprezentanci rozmaitych profesji. Byli tam lekarze (Dziemski, Majewski), kupcy (Leonowicz, Rakowski), a także adwokat (Rettinger), duchowny katolicki (Dziubiński), nauczycielka (Fryczowa), rzemieślnik (Pleskaczyński). Dopelnieniem wszechstanowego charakteru formacji był skład kandydatów na liście wyborczej NChKG, zawierającej 38 nazwisk. Pod względem struktury społeczno-zawodowej zwracała uwagę obecność osób wykształconych, jak inżynier, ksiądz, lekarz, nauczyciel, prawnik, urzędnik. Oprócz przedstawicieli warstwy inteligenckiej uwidaczniała się liczba kilkunastu kandydatów uprawiających profesje kupiecko-rzemieślnicze. W grupie tej zostały usytuowane osoby określające siebie jako „kupiec” oraz „właściciel składu aptecznego”, a także osoby wykonujące zawody rzemieślniczo-usługowe, w tym kowal, krawiec, piekarz, pracownik budowlany, rzeźnik. Jeden kandydat podał zawód robotnika. Trzech kandydatów poinformowało, że podstawę ich utrzy-

mania stanowiło posiadanie nieruchomości miejskiej. Byli to głównie właściciele kamienic, a także posiadacze drobnych zakładów usługowych i produkcyjnych, jak Jan Nadarkiewicz, właściciel zakładu Handel Win i Towarów Kolonialnych w Lublinie.

Skład personalny NChKG budził zaufanie, gdyż znajdowały się w nim postaci znane w Lublinie z uwagi na status społeczno-zawodowy. Nazwisko Majewskiego, lekarza, społecznika, mecenas sztuki, oboźnego OWP Dzielnicy Lubelsko-Wołyńskiej, było dostateczną podstawą dla zaufania Komitetowi. Majewski miał pozycję szanowanego obywatela Lublina, piastującego ważne stanowiska publiczne w mieście i w województwie. Lubiany i popularny w sferach gospodarczych, politycznych, ale także i towarzyskich był Ludwik Christians, prawnik, zatrudniony jako urzędnik bankowy. Cieszył się sympatią młodych narodowców. Studiował na Uniwersytecie Lubelskim w latach 1923–1927, był prezesem koła lubelskiego Młodzieży Wszechpolskiej, prezesem Dzielnicy Lubelsko-Wołyńskiej Ruchu Młodych OWP. Z kolei Jan Juściński, starszy cechu kowali w Lublinie, był radcą w Lubelskiej Izbie Rzemieślniczej, Jan Nadarkiewicz pełnił funkcję prezesa Chrześcijańskiego Stowarzyszenia Właścicieli Nieruchomości, a jego dwoma wiceprezesami byli: Bronisław Jakimiński, felczer, oraz Tomasz Pleskaczyński, rzemieślnik. Dobór osób wysokiego zaufania społecznego, piastujących ważne funkcje publiczne i uprawiających zawody o znacznym prestiżu, świadczył o znacznych umiejętnościach rozpoznawania preferencji wyborców. Do nich skierowany był sygnał, iż lista NChKG zawierała nazwiska kandydatów reprezentujących rozmaite środowiska społeczne i cieszących się zaufaniem, a także mających doświadczenie w pracy publicznej, prowadzących od szeregu lat działalność społeczną. Średnia wieku endeckich kandydatów do Rady Miejskiej wyniosła 33 lata. W gronie najstarszych osób znaleźli się Majewski (61 lat) i Pleskaczyński (54 lat), natomiast wśród najmłodszych byli: Christians (27 lat), Dziubiński (30 lat), Fryczowa (34 lata) i Leonowicz (36 lat).

Segmentacja rynku wyborczego pozwalała część czynności marketingowych skierować do kobiet. Na liście NChKG znalazły się nazwiska trzech kobiet. Wysoką pozycję uzyskała Fryczowa, wieloletnia prezeska lubelskiej organizacji NOK. W czasie kampanii wyborczej zintensyfikowana została działalność oddziału w Lublinie, liczącego wówczas prawie 300 członkiń. Prowadzona była oświata pozaszkolna, zakładano świetlice, biblioteki i czytelnie. Organizowane były kursy dokształcające dla dziewcząt, w tym cieszące się popularnością kursy

kroju i szycia. W pogadanki o statusie rodziny, o trwałości małżeństwa, o wychowaniu dzieci i młodzieży włączane były wzmianki o ND i narodowym programie politycznym jako gwarancji przestrzegania katolickich norm moralnych w życiu publicznym i prywatnym w Polsce. Zestawiano zasługi ND z efektami poczynań obozu sanacji politycznej. Do elektoratu kobiecego zwracano się z pytaniem: „Ta sanacja, która od trzech lat mówi o sobie, że jest panem położenia w Polsce, co w Lublinie uczyniła dla Was, dla całej ludności?” (*Kobiety...* 1929: 3).

Redakcja „Głosu Lubelskiego” pozostawała ośrodkiem czynności propagandowo-agitacyjnych. Na łamach dziennika podczas kampanii wyborczej stosowano zabiegi publicystyczno-dziennikarskie pozwalające na zwiększenie zainteresowania czytelniczego. Uwagę odbiorcy zwracały tytuły tekstów prasowych, zawierające elementy sensacyjne i rozrywkowe, np. „wesołe budżety lubelskie”. Chwytem szczególnym było używanie wspólnego tytułu dla kilku tekstów prasowych umieszczanych kolumnowo. Każdy z nich wypełniał funkcję informacyjno-agitacyjną. Miał też walor poznawczy. W bieżącym przekazie politycznym dyskutowano aktualne wydarzenia o randze historycznej. Przykład stanowiły przygotowania do obchodów dziesiątej rocznicy podpisania traktatu pokojowego oraz zgon Ferdynanda Focha. Rocznicą podpisania traktatu wersalskiego dawała asumpt do przypominania zasług Romana Dmowskiego. W tekstach prasowych upowszechniano twierdzenia o (1) uzdolnieniach politycznych twórcy i lidera ND, (2) trafności doboru sojuszników spośród państw Ententy podczas wojny 1914–1918, (3) umiejętnościach antycypowania wydarzeń we wnętrzu państwa i w stosunkach międzynarodowych. Zestawiano cechy Dmowskiego z charakterystyką Józefa Piłsudskiego, formułując opinię o wybitnych zasługach politycznych przywódcy ND. Poszukiwania autorytetu politycznego, przeciwstawionego Piłsudskiemu, kierowały uwagę narodowych demokratów w stronę polityków światowego formatu. Okazją do dyskredytacji Piłsudskiego stały się wspomnienia o Fochu, zmarłym w marcu 1929 r. W ich świetle marszałek Francji i Polski był politykiem łączącym najlepsze cechy wodza narodu. We wspomnieniach występowały pojęcia godności, honoru żołnierskiego, prawości i skromności osobistej, wreszcie żarliwego wyznawcy katolicyzmu. W przekazie politycznym ND Foch stanowił wzorzec polityka i wojskowego kochającego Polskę i Polaków, dlatego „naród polski nie zapomni swemu Marszałkowi tych zasług, które położył dla ocalenia Polski przed nawałą czerwonego wroga, kiedy to, przysyłając jednego

ze swych najbliższych dowódców wojskowych, generała Weyganda, dowodzi, jak bardzo ceni naród polski, jego wolność i polityczną niezawisłość” (Zgon... 1929: 3). W powyższym tekście wykorzystano tytuł marszałka Polski do odwrócenia uwagi od Piłsudskiego oraz posłużono się nazwiskiem Maxime’a Weyganda dla pośredniego przypomnienia, iż w opinii narodowców był jedynym autorem planu bitwy warszawskiej w 1920 r.

Program wyborczy NChKG odnosił się głównie do oceny skutków dotychczasowej „socjalistyczno-bundowskiej” gospodarki w samorządzie Lublina. Diagnozowany był stan katastrofy finansowej. Zwracano też uwagę na liczne zjawiska utrudniające uzdrowienie sytuacji gospodarczo-skarbowej miasta. Przestrzegano przed efektami wzrostu wydatków na administrację publiczną, ponieważ „socjalistyczno-bundowski zarząd miasta lokował na stanowiskach urzędniczych w Magistracie wszystkich swych zasłużonych partyjniaków i krzykaczy partyjnych” (Nic... 1929: 3). Uwagi dotyczyły szafowania groszem publicznym, partyjniactwa, ucisku podatkowego i działania „kliki zamiast samorządu” (Co... 1929: 3). Krytyka obejmowała też działalność komisarza Czerwińskiego, któremu zarzucano brak planu oszczędności w wydatkach miasta, niezajomość realiów lubelskich, rezygnację z konsultacji ze wszystkimi siłami politycznymi w mieście, brak precyzyjnych kryteriów oceny pracowników instytucji municypalnych. Podkreślano, że w dziedzinie narodowościowej zarząd komisaryczny miasta realizował politykę obozu sanacyjnego, polegającą na uprzywilejowaniu ludności niepolskiej, zwłaszcza żydowskiej. Nadmieniano, że jego działalność doprowadziła do zmiany sposobu zachowania części Żydów, w tym zwłaszcza radnych żydowskich, gdyż „dawniej Żydzi byli w Radzie Miejskiej cisi i spokojni, w roku ubiegłym czuli się uprzywilejowani i te przywileje, nadane im przez sojusz z PPS, usiłowali wykorzystać za niekorzyść ludności polskiej” (Narodowy... 1929: 3). Dlatego *Odezwa do Polaków*, sygnowana przez NChKG, zawierała stwierdzenie, że endecki komitet wyborczy „jest szczerym wyrazicielem interesów polskiej chrześcijańskiej ludności całego miasta”. Uwypuklano nacjonalistyczny, antylewicowy i antysanacyjny charakter jego poczynań.

Władze NChKG w Lublinie otrzymały pomoc ze strony Zarządu Głównego SN w Warszawie. Na wniosek Majewskiego zapadła decyzja o ujednoczeniu na czas wyborów pracy Sekcji Propagandowo-Prasowej i Sekcji Samorządowej przy ZG SN oraz o skoordynowaniu ich poczynań z działalnością SN w Lublinie. Prowadzono agitację ustną i pisemną, przygotowano otwarte zebrania partyjne, spotkania wiecowe, odczyty,

pogadanki o bieżącej sytuacji w kraju, w regionie i w mieście. Zapraszano znane osobistości z władz centralnych SN oraz spotykano się z członkami miejscowych instancji partyjnych. Endeckie zgromadzenia przedwyborcze odbywały się w różnych częściach miasta. O intensyfikacji pracy wyborczej świadczyła liczba zebrań: tylko jednego dnia – 19 maja 1929 r. w lubelskiej Drożdżowni Pleskaczyński spotkał się z kilkudziesięciu wyborcami, Rettinger był na zebraniu z pracownikami Cukrowni „Lublin”, w tym czasie inni kandydaci NChKG zwołali zgromadzenia w peryferyjnych dzielnicach miasta: na Rurach Jezuickich oraz przed plebanią w parafii na Kalinowszczyźnie. Uczestniczyli w nich przedstawiciele SN, NOK, Katolickiego Związku Kobiet, Stowarzyszenia Serca Jezusowego, Stowarzyszenia Świętej Trójcy. W organizację wieców zaangażowani byli mężowie zaufania i instruktorzy SN, gromadząc średnio 80–100 osób.

Polityczne osamotnienie ND w Lublinie sprawiło, że początkowo zrezygnowano z planów zawiązania taktycznych porozumień wyborczych. Stanowisko powyższe pozwalało stwierdzić, że „u nikogo nie zabiegaliśmy o żadne sojusze” (St. B. 1929: 4). Kierownictwo NChKG podjęło rozmowy z członkami lubelskiej Chrześcijańskiej Demokracji. Ze strony SN uczestniczyli w nich Majewski, Dziubiński i Rettinger, stronę chadecką zaś reprezentowali Stanisław Bryła i Stefan Smólski. Rozmowa odbyła się 15 maja 1929 r. i nie była pomyślna dla inicjatorów. Według sprawozdania Majewskiego nie doszło do porozumienia z ChD, gdyż Bryła i Smólski zdecydowali się prowadzić „robotę rozbijacką”. Powtórzyła się sytuacja sprzed roku, kiedy lubelska endecja podejmowała nieudane próby zawiązania koalicji wyborczej i wystawienia wspólnej listy do parlamentu. Rozgoryczenie, spowodowane brakiem współpracy wyborczej, spowodowało wzrost liczby krytycznych uwag o postawie radnych centrowych, którym wypominano, że w latach 1927–1929 zawiązywali taktyczne alianse z radnymi socjalistycznymi i żydowskimi. W działaniach lubelskich członków ChD widziano przejawy koniunkturalizmu politycznego.

16 czerwca 1929 r. uprawnionych do głosowania w wyborach do samorządu miejskiego w Lublinie było 59 968 osób, z których udział w wyborach wzięło 42 009 osób. Na listy polskie oddano 19 721 głosów, na żydowskie – 15 067 głosów. Kandydaci SN zdobyli 8993 głosy i 13 mandatów, kandydaci BB odpowiednio 6682 głosy i 10 mandatów, PPS zaś 3326 głosów i 4 mandaty (APL: Wybory do Rady Miejskiej m. Lublina, k. 134). W porównaniu z wyborami parlamentarnymi w 1928 r. przyrost głosów dla ND wyniósł ponad 3 tysiące. Rad-

nymi z listy NChKG zostali: Christians, Dziubiński, Fryczowa, Juściński, Leonowicz, Majewski, Nadarkiewicz, Pleskaczyński, Rettinger oraz Michał Chodorowski, Wieńczysław Ignaszewski, Paweł Janiszewski, Stanisław Kalinowski.

Zabiegi przedwyborcze przyniosły sukces, który wzbudził zainteresowanie kierownictwa SN w skali kraju. Zwycięstwo lubelskie dyskontowano w akcji propagandowej w całej Polsce. Jednak w Lublinie wynik wyborów samorządowych stał się przyczyną wytworzenia stanu oczekiwania na kolejne ruchy politycznych przeciwników. Nastąpił paraliż prac samorządowych widoczny przy próbach wyłonienia składu prezydium Rady Miejskiej. Lubelska organizacja ND nie była w stanie skorzystać z odniesionego sukcesu. Wspomniane polityczne osamotnienie utrudniało znalezienie sojusznika, a obóz sanacji politycznej wykorzystał okazję, by ponownie wprowadzić zarząd komisaryczny w mieście. Doświadczenia lubelskie jednakże przyczyniały się do pogłębienia sprawności marketingowej ND w kolejnych kampaniach wyborczych. W szeregach ND w Lublinie rozumiano istotę sprawnego stosowania technik marketingowych. Lubelscy narodowcy wykazywali się znajomością ogólnej natury działań politycznych. Formułowali cele polityczne, definiowali rynek polityczny, tworzyli zasoby ideowo-polityczne niezbędne do pozyskiwania zwolenników, mieli zaplecze techniczne w postaci redakcji gazety, lokali partii politycznej i stowarzyszeń. Niekiedy cechował ich nadmierny optymizm w kwestii naturalności narodowego programu politycznego, z czego wyciągali błędny wniosek, że „każdy Polak głośnie na listę narodową”, a jeśli tego nie czynił, nie był Polakiem.

## Bibliografia

- APL, Starostwo Powiatowe Lubelskie, Miesięczne sprawozdania sytuacyjne wojewody lubelskiego, VII–XII 1929 r., sygn. 1410, Miesięczne sprawozdanie sytuacyjne wojewody lubelskiego nr 27, Lublin, 6 VIII 1929 r.
- APL, Urząd Wojewódzki Lubelski, Wydział Społeczno-Polityczny, Wybory do Rady Miejskiej m. Lublina, sygn. 1653.
- Bielski K., 1963, *Most nad czasem*, Lublin.
- Co się stało w „czerwonym” Magistracie?*, 1929, „Głos Lubelski”, 24 III 1929, nr 81.
- Cwalina W., Falkowski A., 2005, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk.
- Jachymek J., 1975, *Oblicze społeczno-polityczne wsi lubelskiej 1930–1939*, Lublin.
- Kobiety Polki*, 1929, „Głos Lubelski”, 12 VI 1929, nr 158.



Maj E., 2002, *Narodowa Demokracja w województwie lubelskim w latach 1918–1928*, Lublin.

Marczuk J., 1994, *Prezydenci miasta Lublina 1918–1939*, Lublin.

*Narodowy Chrześcijański Komitet Gospodarczy*, 1929, „Głos Lubelski”, 1 V 1929, nr 117.

*Nic się nie zmieniło w Magistracie*, 1929, „Głos Lubelski”, 13 IV 1929, nr 99.

St. B., *Dlaczego idziemy sami?*, 1929, „Głos Lubelski”, 28 V 1929, nr 143.

*Zgon Wodza*, 1929, „Głos Lubelski”, 22 III 1929, nr 79.