

---

# DRUŠTVO

Pregledni rad  
UDK 32:94 (4+5)  
Primljeno 22. listopada 2012.

*Andrijana Rabrenović\**

## Politički plakat i kult ličnosti

### Sažetak

Tema ovog rada je uloga i značaj političkog plakata u formiranju kulta ličnosti. Osnovna hipoteza od koje polazimo jeste da je plakat kao sredstvo propagande doprinio u kreiranju kulta ličnosti i načinu predstavljanja pojedinih vladara. Pokazaćemo kako se preko plakata razvijao kult onih ličnosti koje su obilježile XX vijek. Zbog ograničenosti obima rada kao uzorak smo odabrali samo neke od najreprezentativnijih lidera kao predstavnike određenih istorijskih epoha i političkih sistema i to Lenjina, Staljina, Musolinija i Hitlera. Iako je svaka od ovih ličnosti sa svog aspekta obilježila jedan vremenski period i danas su predmet proučavanja politikologa i istoričara, ali i komunikologa zbog svojevrsne propagandne djelatnosti kojom su se koristili. U radu ćemo se koristiti istorijskom, deskriptivnom i komparativnom metodom, ali i analizom sadržaja. Kroz opis vremenskih prilika i upotrebe propagande predstavimo koliki je značaj pridavan plakatu i koliko je ovaj medij korišten u cilju ojačavanja liderske pozicije. Na primjerima najreprezentativnijih plakata, od kojih su neki štampani u milionskim tiražima, a na kojima su predstavljeni vođe komunizma, fašizma i nacizma pokazaćemo kako su korištene brojne propagandne tehnike u cilju formiranja kulta ličnosti.

**Ključne riječi:** plakat, kult ličnosti, propaganda, Lenjin, Staljin, Musolini, Hitler

---

\* Autorica je magistra znanosti i glavna urednica Radija Bijelo Polje, Crna Gora, e-pošta: rabrenovic.andrijana@gmail.com

# SOCIETY

Review article  
UDK 32:94 (4+5)  
Received October 22nd, 2012

*Andrijana Rabrenović\**

## Poster and Cult of Personality

### Summary

This paper discusses the role and importance of political posters in the formation of the cult of personality. The basic hypothesis is that the poster as a tool of propaganda contributing to the creation of the cult of personality and the way of presenting of the some rulers. We will show that through those posters developed a cult of personality that marked the twentieth century. Because of the limited the scope of work as a pattern we have chosen some of the most representative leaders as representatives of particular historical epochs and political systems, and that Lenin, Stalin, Mussolini and Hitler. Although each of these aspects of his personality and marked a period of time and are now the subject matter of political scientists and historians, but also because of the kind of propaganda activities that were used. In this paper, we use historical, descriptive and comparative method, and content analysis. Through description of the historical situation and the use of propaganda we present what is the significance was given to the poster and how this medium is used to strengthen the leadership position. At the most representative examples of posters, some of which are published in millions of copies, and which show the leaders of Communism, Fascism and Nazism, will show how many propaganda techniques used in order to form the cult of personality.

**Keywords:** poster, cult of personality, propaganda, Lenin, Stalin, Mussolini, Hitler.

---

\* The author has MS and she is an editor of Radio Bijelo Polje, Montenegro, E-mail: rabrenovic.andrijana@gmail.com

## Uvod

Na početku rada koji se bavi odnosom političkog plakata i kulta ličnosti potrebno je reći nešto o ova dva pojma kako bi se moglo govoriti o značaju političkog plakata u formiranju kulta ličnosti.

Od svog nastanka plakat je korišten u umjetničke, komercijalne, ali i političke svrhe. Ovaj masovni medij vizuelne komunikacije je poslužio i danas služi, kao veoma efikasno sredstvo propagande. Etimološki, riječ plakat, koja se kod nas koristi, potiče od engleske riječi "poster", to je nešto što je *posted up*, ili u prevodu postavljeno na stub. Za ovu englesku riječ tvrdi se da potiče iz vremena korišćenja uličnih stubova za isticanje objava u XVII vijeku. Njemačka riječ *Anschlag* (Anšlag) i francuska riječ *Affiche* (Afiš), ukazuju na "priljepljivanje" odnosno "naljepljivanje". U Maloj enciklopediji Prosvete piše da je plakat "oglas, proglas, štampana ili ilustrovana objava, obznana; ističe se obično na mestima koja su za to određena, na stubovima, zidovima, po izlozima..." (Bihalji-Merin, 1967:303). Po definiciji plakat je reprodukcija, pošto se masovno proizvodi, budući da se umjetnička djela – litografija, grafika i sl. reprodukuju u ograničenom, striktno određenom broju primjeraka. Slavujević određuje plakat kao "list papira koji se masovno izlaže na javnim mestima pričvršćivanjem na podlogu, ali može da se koristi i kao opšti pojam koji obuhvata plakat u užem smislu, poster i letak" (2007:177). Rikards je takođe tvrdio da plakat mora da bude javno izložen i da pretpostavlja moderan koncept javnosti, u kome su članovi društva definisani prvenstveno kao posmatrači i potrošači (1971:3). S obzirom na brojne prednosti koje ima u odnosu na ostale masovne medije plakat se smatra sredstvom političke borbe par excellence. "Potencijal političkog plakata kao propagandnog sredstva, sadržan je u njegovoj jasnoći i jednostavnosti forme, kao i u slikovitosti izraza" (Nikolić, 2000:12). Politički plakat je jednostavan, ali i istovremeno, po dejstvu, kompleksan medij masovne propagande. Njegove karakteristike su, prije svega, da informiše, zatim da apeluje, podstakne, ubijedi, zavede i obrazuje. To je način da se promoviše politički subjekt, ali i ospori protivnik. Plakat predstavlja relativno jeftino sredstvo propagande, koje ne zahtijeva veliki napor prilikom recepcije poruke i publiku osvaja u naletu. Kako je to zaključio mihailović "dobar plakat djeluje kao udarac pesnicom u oko" (1984:142). Predan za politički plakat piše: "On je jedan od osnovnih vizuelnih pokazatelja vremena i kao takav omogućava

analizu stanja u društvu" (2006:33). Upravo će nam politički plakat omogućiti da jasnije sagledamo vrijeme velikih društvenih promjena XX vijeka koje su obilježili komunizam, nacizam i fašizam i vladari koji su ga simbolizovali.

Kako bi shvatili koliko je značajan uticaj plakata na formiranje kulta ličnosti pojedinih vođa na ovom mjestu se treba ukratko posvetiti i tom pojmu. Naime, Adamović podsjeća da je pojam 'kult ličnosti' u širu upotrebu uveden poslije tajnog referata Nikite Sergejevića Hruščova na XX kongresu SKP/b, održanom u noći između 24. i 25. februara 1956. godine (1993:554). Referat je sadržao optužbe protiv Staljina i njegove vladavine, od 1929. godine, koja se uzima kao godina definitivne pobjede, pa do njegove smrti 1953. godine. Milosavljević određuje kult ličnosti kao "osobenost konkretnih ideologija ili čak kao 'karakterno' nacionalno svojstvo (...). U tom smislu, kao osobenost političke kulture jednog društva, treba posmatrati i idolatriju čiji je predmet bio prvi čovek u državi, bez obzira na to da li se radilo o kralju ili šefu partije, odnosno o monarhiji ili republici, nacionalnoj ili višenacionalnoj državi, deklarativno demokratskoj ili socijalističkoj" (Milosavljević, 2006). Upravo se na primjeru odabranih lidera može primjetiti da je ovakav zaključak opravdan jer su se gotovo identično, bez obzira na razliku od ideologije kojoj su pripadali, propagandisti odnosili prema formiranju i održavanju kulta ličnosti. Upravo je i to jedan od razloga zbog koga se u ovom radu obrađuju plakati na kojima su predstavljeni Lenjin, Staljin, Musolini i Hitler. Naime, Lenjin i Staljin su imali nesumnjivo veliki uticaj na sve socijalističke zemlje u XX vijeku. Musolini je propagirao fašizam kao ideologiju koja se negativno odrazila ne samo na evropske, već i svetske tokove političkog i društvenog razvoja, dok je Hitler kroz svjetski rat izmijenio tok istorije, a nacionalsocijalizam je bio ideologija koja je imala regresivni karakter i bila pogubna za progres cijelog svijeta.

## **Lenjin i kult ličnosti**

Brojni su razlozi enormne upotrebe plakata u svrhe političke propagande u Sovjetskom Savezu, a jedan od njih je i nepismenost veoma velikog broja stanovništva. Prema podacima koje je prikupila Bonel, kada su boljševici preuzeli vlast, većina populacije je bila

nepismena. Ona nije pronašla podatke za 1917. godinu, jer nijesu dostupni, ali dvadeset godina ranije je objelodanjeno da je 83 posto ruralne populacije i oko 55 posto urbane populacije bilo nepismeno (Bonnell, 1999:4). Nakon preuzimanja vlasti, boljševici su organizovali kampanje opismenjavanja čime je procenat pismenosti uvećan do 1926. godine.

Tokom građanskog rata, Komunistička partija je pridavala izuzetno veliku važnost vizuelnoj propagandi. Prvi politički plakat se pojavio u avgustu 1918. godine. Više od 450 raznih organizacija i institucija je u naredne tri godine proizvelo oko 3.100 različitih plakata. Litizdat, glavna organizacija za proizvodnju plakata, distribuirala je oko 7,5 miliona plakata, razglednica i luboka<sup>1</sup> između 1919. i 1922. godine. Gosizdat, državna izdavačka kuća, odštamala je tri miliona i 200 hiljada kopija od 75 plakata 1920-ih godina. Popularni ROSTA kolektivi u Moskvi, Petrogradu i ostalim većim gradovima, proizvodili su jedinstvene forme plakata koji su sjedinjavali ulogu novina, magazina i informativnih biltena. Kolektiv ROSTA u Moskvi je proizveo dva miliona plakata tokom građanskog rata.

Sve ovo je značajno napomenuti jer je nesumnjivo veliki uticaj na razvoj kulta ličnosti Lenjina imao i plakat, posebno ako imamo u vidu u kolikom su broju ti plakati štampani. Prva zvanična Lenjinova fotografija nastala je u januaru 1918. godine, autor je M. Napelbaum. Ona prikazuje samo Lenjinovo lice i torzo, dok mu je pogled usmjeren direktno u posmatrača. Ova fotografija je uskoro reprodukovana u obliku plakata; jedini tekst na plakatu bio je Lenjinovo ime (*slika 1*).

Nekoliko mjeseci kasnije, u maju 1918. godine, pjesnik D. Bedni napisao je poemu "Voždu", što je jedan od najranijih primjera povezivanja termina "Vožd" s Lenjinom. Ovdje ćemo načiniti digresiju koja se tiče termina "Vođe". Iako se termin prvo odnosio na Lenjina, 1930-ih godina se ovaj termin vezuje isključivo za Staljina. Isto značenje ima npr. njemački termin "Firer", koji se odnosio na Hitlera.

Lenjin se počeo pojavljivati na političkim plakatima u prvim mjesecima 1919. godine s publikovanjem tri plakata urađena u tzv. lubok stilu, čiji je autor Čereminkin. "Plaćite kapitalisti", "Nekada davno buržuji su živjeli dobro" i "Radnici umjesto kapitalista" su plakati kojima Lenjin mobilizuje radnike protiv neprijatelja. Lenjin je na jednom plakatu iz

---

<sup>1</sup> Lubok je drvorez koji se sastojao od ilustracije i teksta

1919. godine prikazan s bakljom u ruci kao simbolom revolucije, kako predvodi narod (*slika 2*).

Već u novembru 1919. godine, "Pravda" objavljuje Lenjinovu fotografiju s natpisom: "Vođa revolucionarnog proletarijata". Tada je predstavljen kao vođa koji će izbaviti narod iz dugogodišnjeg propadanja. Sledeće 1920. godine, na Lenjinov rođendan, 22. aprila, formirane su u javnosti ključne osobine njegove ličnosti: nadljudski kvaliteti vođe, njegova jednostavnost i humanost, pristupačnost narodu i sl. Kasnije se dogodilo da su ovi isti atributi pripisivani i Staljinu. Već u novembru iste godine nastaje plakat pod nazivom "Drug Lenjin čisti zemlju od nečistih" (*slika 3*). Lenjin se nalazi na vrhu Zemljine kugle i s metlom u ruci rastjeruje "neprijatelje" naroda i revolucije. Bili su to carevi, popovi i buržuji, koji su prikazani kao karikature: četiri debela predstavnika svojih klasa. Na ovaj način istovremeno je prikazan Lenjin kako je veliki i moćan, u stanju da rastjera sve "nečiste", sve zlo koje se bogati na mucu naroda, dok su s druge strane prikazani i neprijatelji kao male štetočine koje su se razbježale pod Lenjinovim zamahom.

U periodu od 1920. do 1930. godine, Lenjin je na plakatima bio prikazan u odijelu, s kravatom, zatim u jakni, nekada s kačketom na glavi i često ozbiljnog izgleda, s karakterističnim gestom – podignutom rukom ispred sebe, što je imalo značenje da pokazuje put kojim treba ići. Kolika je zastupljenost "druga" Lenjina bila na plakatima govori i podatak da je do 1929. godine bilo proizvedeno oko 12,5 miliona kopija Lenjinovih plakata.

Nakon 1929. godine neki od Lenjinovih plakata su proizvođeni u tiražu od 150.000 do 200.000 kopija (Bonnell, 1999:153) Lenjin je s plakata iz 1924. godine poručivao da je elektrifikacija osnova novog mira. S jednom rukom uperenom u narod, a s drugom visoko podignutom naprijed, Lenjin je stajao ispred mašina koje su proizvodile električnu energiju (*slika 4*); drugi plakat je prikazivao Lenjina u karakterističnom položaju s ispruženom rukom naprijed; nastao je nakon njegove smrti 1924. godine. Na njemu je Lenjin predstavljen kao vođa revolucije, koji stoji ispred naroda. Dok je pozadina crno-bijela i Lenjin i narod su crvene boje. Na vrhu plakata su ispisane godine rođenja i smrti, a na dnu je Lenjinov potpis (*slika 5*).

Da je kult ovog revolucionara i vođe ostao da živi i nakon njegove smrti, pokazuju i plakati nastali nakon 1924. godine. Tako se na jednom plakatu iz 1929. godine opet "crveni" Lenjin nalazi na vrhu

Zemljine kugle, kojoj je pokidao lance, i sa crvenom zastavom u ruci proslavlja Prvi maj (*slika 6*). Na zastavi je ispisan tekst "Pod Lenjinovim znamenjem - napred Kominternu". Ispod slike je tekst "Da živi Prvi maj". Već naredne godine pojavljuje se plakat s tekстом "Pod znamenjem Lenjina za socijalistički sistem" (*slika 7*). Međutim, ovaj plakat je posebno karakterističan jer su već tada u vješto urađenoj fotomontaži spojeni Lenjin i sledeći vođa - Staljin. Još dugo su se poslije Lenjinove smrti pojavljivali plakati s njegovim likom. Povodom desetogodišnjice Lenjinove smrti, 1934. godine, pojavili su se plakati koji su ga pretvorili od revolucionara u državnika čija se besmrtnost kontinuirano potvrđivala od strane masa. U vrijeme Staljinove vladavine, Lenjin je prikazivan na plakatima što pokazuje i plakat na kome je Staljin kormilar, ali ispod Lenjinove slike. Na plakatu je tekst "Lenjin je umro, ali je živ lenjinizam" (*slika 8*). Da su Lenjinov lik i djelo i nakon njegove smrti veličani i bili u žiži posmatranja, pokazuje plakat s tekстом sledeće sadržine: "Lenjin je živio, Lenjin živi, Lenjin će živjeti" (*slika 9*). Osim ovog teksta koji je na vrhu plakata ispisan bijelim slovima na crnoj podlozi, u samom dnu, crvenom bojom je istaknuta 1917. godina, kao simbol revolucije. Lenjin je u odijelu, a u pozadini je crvena zastava sa simbolima komunizma, srpom i čekićem i zvijezdom. Na ovom plakatu, čiji je autor Viktor Ivanov, Lenjin je predstavljen kao dominantna i korpulentna figura, što je trebalo da simbolizuje njegovu političku veličinu.

## Staljin i kult ličnosti

Staljinova propaganda, naročito ona pod palicom Andreja Ždanova, prožela je sve sfere društva najavljujući dolazak "novog čovjeka", "bića" koje je tek trebalo da se izgradi i kojem je na žrtvu prinesen svaki oblik opozicije – metodom političkih čistki, deportacija cijelih grupa stanovništva i ubistava oponenata na druge načine. Opsesivno usredsređenoj na kult vođe i na ponavljanje dogmi i parola, Staljinovoj propagandi svojstvena je cenzura, centralizovano upravljanje instrumentima difuzije ili masovne priredbe koje ne trpe nikakvu drugu formu kritičkog izraza.

Kuljić u "Oblicima lične vlasti" tvrdi da su "U socijalističkim pokretima i režimima bili različiti oblici poštovanja vođe, odnosno načini kojima je nametana i prihvatana njegova vodeća uloga" (1994:319). Kuljić se poziva na Lemana koji razlikuje tri nivoa u stvaranju kulta Staljina: uzdizanje ličnosti vođe, monumentalizacija i mitiziranje. U prvom slučaju, kako tvrdi Lemana, pretpostavka nastanka kulta je "personalizovanje društvenih odnosa i precenjivanje istorijske uloge pojedinih ličnosti", na sledećem nivou - monumentalizaciji, smatra se da je "Vođa bez konkurencije, slavi se kao genije...", a poslednji nivo stvaranja Staljinovog kulta – mitiziranje "odgovara arhaičnom obogotvorenju" (Kuljić, 1994:319).

Na jednom od prvih plakata iz tog perioda, koji je očigledan primjer propagandne tehnike transfera, prikazane su vođe revolucije Marks i Engels, teoretičari i začetnici marksizma, Lenjin, prvi vođa komunizma i Staljin, kao njihov prirodni naslednik (*slika 1*). Do izražaja dolazi Staljinov pogled koji jedini gleda pravo i na taj način iskazuje svoju posebnost u odnosu na ostale. Ovom tehnikom transfera evociraju se emocionalne reakcije koje stimulišu metu, u ovom slučaju mase, da se identifikuju s prepoznatim autoritetom. Staljin je smatrao da se u Sovjetskom Savezu dobro živi, pa je u tom kontekstu postala njegova čuvena izjava "Život je postao bolji, život je postao veseliji" (Volkov, 2005:77), a u realnosti je to bilo vrijeme vrijeme bijede i siromaštva, kada je veliki broj građana bio zatvoren u gulage.

Nakon Lenjinove smrti, 1924. godine, umjetnost je prikazala vitalnu funkciju u promovisanju kulta Staljina. Krešić tvrdi da je Staljin u "Lenjinovom delu birao pretežno ono što je korisno za afirmaciju vlastitog političkog delovanja" (1993:1111). Plakati su grafički opisivali odnos između ove dvojice ljudi, stvarajući vizuelni podtekst koji je implicirao vezu između Staljinove svete aure i njegove povezanosti s Lenjinom (što je primjer ranije pominjane tehnike transfera). Već u 1925. godini, dvojica ljudi su bili vizuelno povezani na slikama A. N. Mihailovskog "V. I. Lenjin i J. V. Staljin u Gorkom, ljeto 1922. godine". Lenjin i Staljin, jedan pored drugog, gledaju direktno u posmatrača (*slika 2*). Vladina štamparska kuća je proizvela 200.000 kopija ovog plakata, što je bio izuzetno veliki broj za to vrijeme. Na početku Staljinove vladavine, Lenjin je bio na plakatima kao vođa čiju ideju je Staljin naslijedio, ali na ovom plakatu iz 1930. godine, dominantna figura je Staljin, dok se Lenjinov portret nalazi na zastavi iznad njegove glave. Sličan je i plakat iz 1935. godine na kome je u prvom planu takođe Staljin, a kao njegova



podrška iza leđa je Lenjin u karakterističnom položaju, sa ispruženom rukom naprijed (*slika 3*). Osim slikom, oni su izjednačeni i u tekstu kojim se tvrdi da su u istoriji lokomotivu marksizma postavili na prugu i pokrenuli naprijed Lenjin i Staljin. Međutim, ovi primjeri tehnike transfera Staljinu su poslužili samo kao verifikacija njegovog učešća i doprinosa u revoluciji.

Pretjerano hvaljenje Staljina dostiglo je novi nivo u decembru 1929. godine, na njegov pedeseti rođendan. Cijelo poglavlje "Pravde" bilo mu je posvećeno 21. decembra 1929. godine, a specijalna antologija, objavljena pod nazivom "Staljin", sadrži ekstravagantne pohvale od mnogih vodećih boljševika. Klutsis koristi fotomontažu da stvori vizuelni odnos između Lenjina i Staljina (*slika 4*). Dva lica – oba fotografije – čine centralni dio plakata. Lenjin gleda direktno u posmatrača, ali njegovo lice ima sanjiv, daleki, gotovo izraz pun želje. Postavljen iza njega je Staljin, kome se vidi samo jedno oko. Iako mu je pola lica sakriveno i u sjenci, on projektuje odlučnost i snagu.

Glibardin plakat takođe iz 1931. godine "Pustite nas da konstruišemo Lenjinovu eskadrilu vazdušnih lađa", ne samo da povezuje, nego i rangira državne lidere (*slika 5*). Veći od života – Lenjin (na fotografiji) dominira scenom s desnom rukom podignutom da bude blagoslov upućen masi liliputanaca koja maršira ispod. Ali izraz koji upada u oči na plakatu je eskadrila šest vazdušnih lađa koje lebde. Najveća vazдушna lađa nosi ime Staljin, a ostale "Stari boljševici", "Pravda" itd.

Nije prošlo mnogo, a neki umjetnici su počeli da akcentuju Staljinov na račun Lenjinovog slikovnog izraza. Predstavljanje Staljina dobija novi obrt 1931. godine, s publikacijom zvaničnog portreta lidera objavljenog u 150.000 primjeraka. U nekoliko plakata iz 1932. godine, Klutsis je napravio krajnje efikasnu upotrebu perspektivnog iskrivljenja. Plakat naslovljen "Na kraju prvih pet godina kolektivizacije SSSR-a", naglašava Staljinovu ulogu u ekonomiji. Pomenuti plakat Klutsisa iz 1933. godine "Podignite vaše zastave Marksa, Engelsa, Lenjina i Staljina!" zapravo ilustruje jačanje Staljinovog kulta. Plakat se pojavio u 30.000 primjeraka. Fotografije Marksa, Engelsa, Lenjina prikazuju ih kako gledaju u stranu; Staljin, međutim, jedini gleda direktno posmatraču u oči. Tako i na plakatu iz 1935. godine "Neka dugo živi naša socijalistička domovina" Klutsis predstavlja Staljina u hegemonijskoj poziciji. Staljin je

na centralnom mjestu, pozdravlja masu, a njegovu dominaciju na plakatu upotpunjuju riječi: "Neka dugo živi naš voljeni Staljin".

Prema boljševičkoj mističnoj fikciji, "Staljin, vožd" je naslijedio superljudske kvalitete besmrtnosti, nepogrešivosti i savršenstvo od Lenjina. Na plakatima koji prikazuju Staljina ističe se njegova humanost, druželjubivost, jednostavnost čovjeka iz naroda, koji mazi malu djecu, rukuje se s farmerima i uvijek je dobro raspoložen. Plakati su imali zadatak da prikažu Staljina u mnogim situacijama.

Koliko je bio uticajan Staljin i koliko snažan kult je izgradio, govori i podatak da je imao dvadeset i četiri počasna naziva i to: *Veliki vođa sovjetskog naroda*, *Vođa sovjetskog proletarijata*, *Veliki vođa*, *Veliki prijatelj djece* (takođe prijatelj žena, a isto tako i kolhoznika, umjetnika, rudara, glumaca, podmorskih ronilaca, trkača na duge staze, itd.), *Nastavljač Lenjinova djela*, *Veliki tvorac smionih revolucionarnih odluka i naglih promjena*, *Tvorac Staljinova ustava*, *Preobrazitelj prirode*, *Veliki kormilar*, *Veliki strateg revolucije*, *Vrhovni vojni vođa*, *Maršal*, *Generalisimus*, *Stjegonoša komunizma*, *Otac*, *vođa*, *prijatelj i učitelj*, *Veliki internacionalist*, *Počasni pionir*, *Ugledni akademik*, *Genij čovječanstva*, *Svjatlost vodilja znanosti*, *Veliki genij svih naroda i vremena* (Ovsjenko, 1986:235).

## Musolini i kult ličnosti

*Država je sve, a čovek ništa – Musolini*

(Matić, 1998:33)

Benito Musolini je jedan od diktatora koji je obilježio XX vijek, vođa fašističke partije Italije od 1919. godine i predsjednik vlade Italije od 1922. godine. Neki analitičari negiraju da je Musolini velika historijska ličnost; tako npr. Kuljić, tvrdi: "Historija je već pokazala da Musolini nije nikakva veličina, jer je bio važan podstrekač iracionalnog svetskog rata..." (1994:30). Mak Smit (Mack-Smith), koji se godinama bavio proučavanjem historije Italije, a time i Musolinijem, piše: "Ako bi se nekoga političara procjenjivalo na temelju onoga što kaže, to jest kaže li duboke ili proročanske, ili čak samo razborite stvari, tada Benito Mussolini ne bi bio bolji od trećerazrednoga političara" (1980:19). Međutim, Musolinijevi savremenici, npr. Ludvig, imali su o njemu

drugačije mišljenje. Ludvig je napisao knjigu "Musolini: razgovori sa deset slika", u kojoj piše: "Musolini je na mene činio utisak historijske ličnosti, i pošto mi je bila obezbeđena potpuna sloboda, ja sam njemu upućivao pitanja onako kao što sam to imao običaj da činim sa istorijskim ličnostima" (Ludvig, 1936:20).

I pored mišljenja nekih autora da Musolini nije historijska ličnost, ne može se poreći njegov uticaj u Italiji, a kasnije, u Drugom svjetskom ratu, i na cijeli svijet, koji se ogledao u širenju ideja fašizma i posledica koje je rat imao. Važno je otkriti i artikulirati odgovor na to kako je Musolini uspio da formira kult ličnosti i na koji način je u tome koristio plakat (*slika 1*). Ako znamo da nije bio dosljedan u svojim političkim opredjeljenjima, kako je uspio da se nametne masama? Ako je pripadao različitim političkim opcijama, kako je kult ličnosti formiran posredstvom plakata? Ludvig smatra da su "dve delatnosti spasle Musolinija od mračnog nihilizma kojim je započeo svoju karijeru: uzet je u vojsku i postao je novinar", a sam Musolini za novine je govorio: "Za mene su novine bile oružje, zastava, zapravo duša. Jedanput sam ih nazvao svojim mezimcem" (1935: 277-278). Drugi autori, npr. Kuljić tvrdi: "Musolinijeva demagoška i organizatorska veština je mogla biti delotvorna samo u osobenoj pometnji i krizi Italije koja je nezadovoljna izašla iz rata" (1994:30). Hadživuković smatra da su društvene prilike omogućile Musoliniju dolazak na vlast. Ovaj autor zaključuje da je u Italiji po završetku rata "... zavladao moralna kriza i socijalna konfuzija. Takve društvene prilike bile su povoljne da Musolini stupi u akciju olakšanu blagonaklonim stavom imućnijih slojeva stanovništva" (2005:208).

Musolinijev životni put ukratko opisuje Stanovčić: "Nastojeći da prisvoji tradiciju i slavu italijanskog nacionalnog pokreta, vođa italijanskih fašista, bivši socijalista Benito Musolini (1883-1945) organizuje svoje sledbenike u fasi-e (tj. saveze). Pošto su ga 1914. socijalisti izbacili iz partije i smenili s položaja urednika "Avantija", jer je bez znanja rukovodstva napisao uvodnik u kojem se traži ulazak Italije u rat, on je najpre osnovao "Savez revolucionarne akcije" (*Fascio d'Azione rivoluzionaria*), pa kasnije *Fasci italiani di combattimento*, koje je posle ujedinjenja s nacionalistima 1921. uključio u Nacionalnu fašističku partiju, čiji se članovi i pristalice zovu jednostavno – fašisti" (Stanovčić, 1993:318). Musolini se zalagao za "korporativnu državu"; Nolte smatra da se ona najbolje može definisati jednom Musolinijevom rečenicom: "Mi kontrolišemo političke snage, mi kontrolišemo moralne snage, mi

kontrolišemo privredne snage, mi smo, dakle, usred korporativne fašističke države" (1990:230).

Već pomenuti Mak-Smit smatra da je način na koji je vladao Musolini bio vrlo brižljivo isplaniran, sa ciljem da se od njega napravi čovjek višeg reda, gotovo božanstvo. "Bitan dio Mussolinijeva načina vladanja bio je u tome da pokaže kako je on stvorenje višeg reda. Od 1933. njegova se titula morala pisati krupnim slovima – DUCE, a oni koji su bili primani u njegovu kancelariju u Palazzo Venecia, morali su protrčati poslednjih dvadeset metara pri dolasku k njegovu stolu prije no što ga pozdrave; to je postao običaj koji su morali poštivati čak i admirali i generali" (Mack-Smith, 1980: 204).

Musolini je bio na više funkcija: vrhovni zapovjednik oružanih snaga i predsjednik vlade, resorni ministar pet različitih ministarstava: unutrašnjih poslova, kolonija i triju rodova vojske (Mack-Smith, 1980:205). Samom sebi je dodijelio titule Primo maresciallo dell' Imperio, fondatore dell' Imperio i Re Imperatore. Smatrao je da Italijane treba podučiti da budu jaki, a ne slabići, da uvijek budu spremni za rat. Posebno se zalagao za obrazovanje i imao je posebno mišljenje o italijanskoj djeci. Na Ludvigovo pitanje kakva je razlika između vaspitavanja italijanske djece i vaspitavanja djece od strane Sovjeta, Musolini odgovara: "Mi djecu vaspitavamo prema ideji nacije (...) a Sovjeti je vaspitavaju prema klasnoj ideji. Od te dece, pokušavam ja malo-pomalo i sa sve većim i većim odabiranjem da stvorim pravu elitu" (Ludvig, 1936:140). Musolini je prikazan na plakatima kako u naručju drži dijete koje desnu ruku drži podignutu na način na koji su se fašisti pozdravljali, što je bio i običaj pozdravljanja u starom Rimu (*slika 2*). Musolini voli djecu i ona njega, poručuje plakat, ali teško je pretpostaviti da je u stvarnosti situacija bila naklonjena djeci, ako znamo u kakvim je sve razaranjima učestvovao upravo Musolini i da djeca nijesu bila pošteđena stradanja.

Benito Musolini prikazivan je na plakatima u različitim situacijama: kako upravlja avionom, pliva kao šampion, ili predaje istoriju na italijanskoj akademiji za književnost. Musolini je na plakatima sa karakterističnim obuhvatom glave s ramenima, pri čemu mu je pogled usmjeren u stranu. Obučen u vojnu uniformu, želi da personifikuje moć i vlast. Na šlemu je orao raširenih krila – simbol fašizma. Musolinijeve crte lica su predstavljene veoma oštro, gotovo da mu je oblik lica četvrtast, čime se postiže efekat čvrstine i ozbiljnosti. Predio oko očiju,

donji dio brade i jedna strana vojne uniforme su mu osjenčeni, što treba da naglasi oštrinu njegovog izgleda i pogleda (*slika 3, 4*).

Musolini je, kao i većina diktatora, imao svoje shvatanje o masama: "Masa je za mene samo stado ovaca, dok god je ona neorganizovana. Nisam ja niukoliko protiv nje. Ja samo poričem to da ona može da vlada sama sobom. Ako njome hoćemo da upravljamo, moramo to činiti dvema uzdama: oduševljenjem i interesom" (Ludvig, 1936:101). Visoko uzdignute ruke Musolini pozdravlja masu, čime želi da izazove asocijaciju na pozdravljanje u starom Rimu, samim tim da poistovijeti sebe s nekadašnjim imperatorima (*slika 5*). Musolini je smatrao da fašizam može od mase da stvori zajednicu koja će živjeti u hijerarhiji.

Poseban odnos Musolini je imao prema starom Rimu kao nekadašnjoj imperiji. Želio je da od Italije napravi imperiju. Tako na jednom plakatu piše: "Italija konačno ima svoju imperiju", što se odnosi na osvajanje Etiopije (*slika 6*). Na tom plakatu Musolini je prikazan u uniformi s podignutom rukom, kako radosno pozdravlja, a iza njega je iscrtana karta Afrike, u čijoj je unutrašnjosti masa. Bilo je još takvih plakata, gdje je recimo samo inicijalima bilo naznačeno da je bio osvojen dio Afrike, npr. A. O., što je značilo da je osvojena Africa Orientale, sa Musolinijevim likom koji dominira plakatom i kartom osvojenog područja.

Kao poseban primjer može se navesti i plakat za koji je 1933. godine Ksanti uradio fotomontažu (*slika 7*). Na ovom plakatu Musolinijev kaput je satkan od ljudskih figura, a slova "SI" su od novinskih fotografija i riječi, takođe fotomontaža. U osnovi ideologije za koju se zalagao Musolini bilo je nasilje, a uz ova obeležja ide i grandomanski mitski žargon koji neprekidno priziva veličinu države i širenje njenih teritorija na svetskim prostranstvima" (Matić, 1998:159). "Musolinijeva politička ambicija o stvaranju fašističkog 'tisućugodišnjeg imperija' koji je Mussolini počeo graditi u listopadu 1922. kad je u Italiji 'maršem na Rim' preuzeo vlast, nestala je u srpnju godine 1943, u jeku rata" (Mihovilović, 1965:13). Mihovilović u knjizi "Poslednja avantura Benita Musolinija" detaljno opisuje kako je Musolini proveo vrijeme od kada je uhapšen 1943. godine pa sve do strijeljanja 1945. godine. Već i prije hapšenja Musolinija, fašisti su shvatili da je antifašističko djelovanje intenzivirano, pa se tako u jednom šifriranom telegramu od 11. marta 1943. godine kaže: "Ovih poslednjih dana zapažena je sve veća

subverzivna djelatnost koja se izražava ne samo napisima po zidovima nego i širenjem štampanih pamfleta" (Mihovilović, 1965:14), što znači da više ne dominiraju Musolinijevi plakati. U ovakvoj situaciji se šire ilegalni listovi kao što su "Demokracija i rad" i "Slobodna Italija", a propagandisti dijele pakete ilegalno štampanih antifašističkih letaka po javnim lokalima. Ovo je bio i početak kraja Musolinijve vladavine, što se odrazilo i na njegovo pojavljivanje na plakatima.

Kada je 25. jula, 1943. godine putem radija emitovana službena vijest da se Musolini predao, u Rimu je došlo do masovnih antifašističkih demonstracija. Sve što je imalo veze s Musolinijem je uništavano, od fašističkih amblema do Musolinijevih kipova. Musolini je do 1945. godine formalno bio predsjednik vlade na sjeveru Italije koja je trajala 600 dana, čije je sjedište bilo na jezeru Garda. Musolini i njegova ljubavnica Klara Petaći (Clara Petacci) završili su tako što su ih partizani strijeljali u blizini jezera Komo, a potom njihova tijela, s tijelima nekoliko fašista, prebacili do trga Loreto u Milanu, gdje su ih objesili da vise naopake. Njihova tijela su bila izvrgnuta pljuvanju i pucnjevima mase koja se okupila oko tih leševa. Musolini je sahranjen na tajnom mjestu, ali je leš predan porodici Musolini 1957. godine, koja ga je prenijela u porodičnu grobnicu u Predapiju.

## Hitler i kult ličnosti

Jedna od najznačajnijih ličnosti u historiji XX vijeka, čovjek koji je postao vođa i za vrijeme svoje vladavine izgradio kult ličnosti, svakako je Adolf Hitler. Ovaj Austrijanac po rođenju i pripadnik arijevske rase po ubjeđenju, pokušao je svoje snove i vizije da predstavi kao jedino ispravne i tako ih uz pomoć njemačkog naroda pretvori u stvarnost. Ideali o Trećem rajhu podrazumijevali su proširivanje postojećih granica Njemačke, uspostavljanje arijevske rase kao vladajuće i blagostanje za Njemce. Uspostavljanje ovih težnji podrazumjevalo je i svojevrsnu borbu, koju je Hitler u teškim privrednim uslovima obećavao narodu. Borba je povedena i došlo je do nezapamćenog rata, do Drugog svjetskog rata koga su prouzrokovale Hitlerove osvajačke aspiracije. U literaturi se na osnovu brojnih istorijskih činjenica nailazi na razne opise i ovih njegovih težnji, ali i na samu Hitlerovu ličnost. On je uspio da za

samo šest godina nakon što je postao kancelar ubijedi narodne mase da je vođa, da je Mesija koji će ih izbaviti iz svih problema i da ih pri tome nesmetano uvede u rat. Stoga tvrdnja koju iznosi Hadživuković da je on zapravo jedan od najfatalnijih državnika dvadesetog vijeka izgleda potpuno opravdana (2005:82). Hitlerovo djetinjstvo i mladost su protkani brojnim frustracijama, što ga ipak nije spriječilo da postane prvi čovjek Njemačke i da vlada dvanaest godina. Vladavinu je završio samoubistvom, a zemlja je doživjela težak poraz.

Hitler je u politiku ušao nakon Prvog svjetskog rata i već od tada je sanjao o tome da upravo on povрати veliko carstvo. O njegovim vizionarskim sposobnostima se kasnije dosta govorilo, kao i o njegovim razlozima za ulazak u politiku. Tako Luis smatra da je uzrok njegovog uvjerenja da je rođeni vođa, odnosno Mesija njemačkog naroda, liječenje od histeričnog sljepila u vojnoj bolnici u Pazelvalku 1918. godine. Naime, doktor Edmund Forster je smatrao da Hitler nije stvarno bolestan, već da je gubitak vida posledica nervnog sloma. U liječenju je dr Forster primijenio neobičnu metodu, govorio je Hitleru da je njegova uloga da pobijedenu Njemačku vodi do konačne pobjede. Dr Foster je govorio Hitleru: "Ja sam običan lekar, ali možda Vi sami imate retku moć, koja se javlja jednom u hiljadu godina, da izvodite čuda. Isus je to uradio, Muhamed, sveci" (Luis, 2004:230). Doktor je izliječio Hitlera od sljepila, tako što ga je ubijedio da će ako je njemu Bog namijenio ulogu spasitelja Njemačke, progledati. Nakon ovog razgovora s doktorom, Hitler je progledao.<sup>2</sup>

Naime, kada se Prvi svjetski rat završio, Hitler je, kao i većina Njemaca, osjetio posleratni kaos, inflaciju i glad. Smatrao je da su za poraz Njemačke u ratu najviše krivi Jevreji i političari. Iz rata je Hitler izašao bez bilo kakvog političkog iskustva, ali to ga nije spriječilo da se priključi Njemačkoj radničkoj partiji (DAP – *Deutsche Arbeiterpartei*) koju je formirao minhenski bravar A. Dreksler (Drexler) 5. januara 1919. godine. Naredne godine partija mijenja ime u Nacionalsocijalističku njemačku radničku partiju (NSDAP – *Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei*). U isto vrijeme se osnivaju i prvi vojni jurišni odredi tzv. SA (Sturm – Abteilungen), a zatim i zaštitni odredi tzv. SS (Schutzstaffel). Nakon četiri godine od osnivanja, tačnije 29. juna 1923. godine, Hitler

---

<sup>2</sup> Luis tvrdi da se razgovor između doktora i Hitlera može pronaći u romanu *Der Augenzeuge* ("Očevidac"), autora Ernesta Vajsa. Dr Forster je pronađen mrtav 1933. godine u svojoj kući, a zvanično je potvrđeno da je u pitanju bilo samoubistvo, iako Luis implicira da je u pitanju bilo naručeno ubistvo da se ne bi saznalo za Foresterova otkrića u vezi s Hitlerom.

postaje predsjednik NSDAP. Već tada na samom početku njegove političke karijere mnogi su uvidjeli volju i želju ovog čovjeka koji teži da bude "narodni izbavitelj". Jedan minhenski novinar napisao je za Hitlera 1923. godine: "Cjelokupna volja ovog čovjeka određena je njegovim ubeđenjem u mesijansku misiju" (Luis, 2004:9). Te godine Hitler je pokušao da u zemlji izazove građanski u rat i da izvede tzv. marš nacista na Berlin. Pobuna je ugušena, Hitler osuđen na pet godina zatvora, a rad NSDAP je zabranjen. Hitler je započeo svoje tamnovanje u tvrđavi u Landzbergu na rijeci Lehu, koje je iskoristio za pisanje "Majn kampf", u kome, između ostalog, iznosi svoja razmišljanja o političkoj propagandi, a samim tim i o plakatu. On je svoje aspiracije, ideje i vizije zapisao u knjizi, a po povratku u politiku, to je i sproveo. Pridržavao se načela koja je zapisao, pri čemu je veliku pažnju posvetio sredstvima propagande u kreiranju svoje politike i kulta ličnosti kome je težio. U toj propagandnoj borbi veoma veliku ulogu pored ostalih sredstava imao je i plakat. Za vrijeme služenja zatvorske kazne, Hitler je shvatio da mora da pronade način da se legalno domogne vlasti. Kada je 1925. godine ponovo postao vođa partije, pokušao je da napravi reorganizaciju i već naredne godine se proglasio Führerom (vođom).

Politička situacija u Njemačkoj nakon Prvog svjetskog rata, pa sve do vremena koje se poklapa sa Hitlerovim izlaskom iz zatvora, bila je veoma nestabilna, što je bilo povezano s nerazvijenošću ekonomije uzrokovane porazom u Prvom svjetskom ratu. Međutim, sredinom '20-ih godina dolazi do preokreta u njemačkom društvu. Stabilizaciji prilika u Njemačkoj doprinijela su, u najvećoj mjeri, strana ulaganja i krediti. Upravo je ova stabilnost u zemlji onemogućavala širenje nacističkog pokreta. Međutim, do promjena dolazi već 1929. godine kada se i Njemačka našla u velikoj ekonomskoj krizi, tj. depresiji. Ta kriza je bila pogodno tlo za širenje ideja nacionalsocijalizma. U vremenu kada su ljudi vodili računa o egzistencijalnim pitanjima, nastupili su nacionalsocijalisti nudeći svima blagostanje, posebno u predizbornim kampanjama. Hitler je shvatio da masama treba ponuditi ono što žele da čuju kako bi se priključile NSDAP. "Hajden s pravom kaže da Hitler nije bio slučaj već "stanje", pre svega nemačko stanje. Hitler se isticao sposobnošću povezivanja ideoloških sadržaja sa praktičnim potrebama ugroženih i korišćenjem manipulacije u organizovanju pokreta" (Kuljić, 1987:80). Da bi povećao broj pristalica svoje partije, Hitler je u predizbornim kampanjama obećavao svakoj društvenoj grupi, uključujući tu i radnike, ono što im je u tom trenutku bilo zaista neophodno. Koliko je bila



uspješna ta Hitlerova propaganda, svjedoči i uspjeh njegove partije na izborima. Broj nacističkih poslanika u Rajhstagu je rastao; tako je na izborima 1928. godine iznosio 12, 1930. g. – 107, 1932. g. – 230, a već 1933. godine taj broj je dostigao 288 od ukupno 584 poslanika (Gudac, 1993:727). Za samo dvije godine (od 1928. do 1930.), broj članova NSDAP se povećao više od tri puta, tačnije porastao je od 60 hiljada na 210 hiljada. Ovaj rezultat se može jednostavno pojasniti činjenicom da je narodu, prije svega srednjoj klasi, ali i radnicima i seljacima, izgledalo da je Hitler imao rješenje svih problema.

Godina koja je označila početak Hitlerove zvanične vladavine jeste 1933. Početkom te godine dolazi do niza sastanaka između industrijalaca i nacista oko predaje vlasti NSDAP. Predsjednik Hindenburg je postavio Hitlera za kancelara Njemačke. Kuljić primjećuje da začetke Hitlerovog kulta možemo pronaći i prije nego što je Hitler postao kancelar i da datiraju još iz dvadesetih godina, dakle, kada je Hitler postao predsjednik NSDAP, i da se kasnije taj kult samo učvršćivao. "Začeci Hitlerovog ličnog kulta su bili prisutni još 1922/23. kada su ga neki članovi partije poredili sa Napoleonom i zvali 'nemačkim Musolinijem'. (...) Dok je u partiji kult Hitlera brzo učvršćen, u javnosti je bio bez šireg odjeka sve do 1930, kada je NSDAP septembra 1930. na izborima postala druga partija po snazi, i kult njenog vođe se počeo širiti i izvan partije. (...) Do 1935. zadatak je bio da se od vođe partije stvori kult vođe nacije i privuče nepartijski deo stanovništva. (...) Od 1935. u štampi se ističe oslobodilačka komponenta vođinog kulta" (Kuljić, 1994:317). Postavljanje na funkciju kancelara samo je moglo da dodatno učvrsti postojanje Hitlerovog kulta. "Proglašenje Adolfa Hitlera za kancelara Rajha 1. januara 1933. godine, označilo je krunu jedne desetogodišnje karijere u uspešnoj primeni propagande pod genijalnim vođstvom Jozefa Gebelsa (Tadić, 2005:88).

Okolnosti koje su nastale u Njemačkoj 1934. godine nijesu mogle biti povoljnije za širenje Hitlerovog kulta. Naime, te godine, 2. avgusta, iznenada umire dotadašnji predsjednik Hidenburg. Po zakonu je trebalo raspisati izbore i izabrati novog predsjednika. Međutim, do toga nije došlo zato što je Hitler ukinuo položaj predsjednika republike i spojio ga sa funkcijom kancelara. Od tog trenutka sva vlast u državi je u Hitlerovim rukama. Možda je upravo na osnovu ove činjenice nastala tvrdnja koju iznosi Nolte da je Hitler u svojoj obesnoj raspuštenosti svoga bića hteo da bude sve: državicima šef, generalima naredbodavac, ženama šarmer, narodu otac (1987:170).

U vremenu jačanja partije, intenzivno je rađeno i na njenom imidžu. "Niko u istoriji nije bolje od Hitlera shvatio osnovne principe ubeđivanja masa, i nijedna druga organizacija nije potrošila toliko rada i sredstava na usavršavanje i korišćenje tih tehnika kao nacistička partija tokom svog burnog i produktivnog postojanja", komentariše Beri Pit. "Sve veštine, izgovori i mahinacije korišćeni su da bi se gledaocima i učesnicima utuvila u glavu poruka da je nacizam jedina religija, a da je Hitler Bog" (Luis, 2004:25). Upravo su Hitlerovi govori dovodili mase u stanje hipnotisanosti vođom. Međutim, iako je masa bila u transu Hitler je do poslednjeg detalja izvodio svoje unaprijed isplanirane i uvježbane govore. Tako Tadić ističe: dok je s balkona Rajhstaga odmahivao stotinama hiljada vatrenih pristalica, sigurno se morao setiti sopstvenih reči o upotrebi propagande, zapisanih još 1923. godine u knjizi "Moja borba" (2005:88/89).

Kako za govore, tako je i za vizuelni identitet svoje partije zaslužan velikim dijelom upravo Hitler. S članovima partije smislio je da boja plakata bude crvena, i to ne slučajno, nego da bi se zbunila levica i došla na skupove koje je Hitlerova partija organizovala. Za izgled zastave, takođe se pobrinuo Hitler: "Ja lično sam nakon bezbroj pokušaja u međuvremenu utvrdio konačnu formulu: zastava od crvene tkanine sa belim oknom i u njenoj sredini crni kukasti krst. Nakon mnogo pokušaja sam pronašao određen odnos između veličine zastave i veličine belog okna, kao i forme i veličine kukastog krsta. I na tom je ostalo" (2006:323). Istog izgleda bile su i trake za ruke redarskih jedinica, partijske značke i barjak. Plakati Nationalsocijalističke stranke nakon ovoga nijesu se mogli ni zamisliti bez simbola kao što je kukasti krst i sve to u crveno-crnoj kombinaciji. Hitler je uvidio da je plakat dostupan svima, što potvrđuju njegove riječi: "U najboljem slučaju, letak ili plakat mogu zbog svoje kratkoće da računaju s tim da i kod onog koji drugačije misli za trenutak naiđu na pažnju" (Hitler, 2006:308).

Rukovodstvo NSDAP je već od samog osnivanja koristilo plakat kao sredstvo propagande. Brojni su primjeri plakata, još od početka '20-ih godina koji pozivaju narod da se priključi partiji. Prvi "naci" plakati bili su uglavnom sačinjeni od teksta na crvenoj podlozi<sup>3</sup>. Već tada na plakatima se pojavljuje Hitlerovo ime. Od samog početka Hitler je predstavljan kao ličnost koja će izbaviti narod iz teškog života kojeg su mu nametnuli "Jevreji, marksisti, masoni i drugi". Već od '30-ih godina

---

<sup>3</sup> Treba napomenuti da je "naci" termin bio pejorativni naziv za Vajmarsku Republiku

Hitlerovo ime zauzima značajniji prostor na plakatima, a kasnije se dodaje i njegova slika. U kampanji za predsjedničke izbore u martu 1932. godine, upravo je nastao plakat koji ilustruje ovu tvrdnju. Na plakatu piše "Njemci! Odgovorite sistemu! Izaberite Hitlera!" (*slika 1*). Ovaj plakat je imao crvenu pozadinu i bijela slova, uz prepoznatljiv nacistički simbol, kukasti krst. Na plakatima su 1932. godine, kada su održani predsjednički izbori i izbori za Rajhstag, uglavnom bili ipisani slogani kao što je: "Dosta je! Glasajte za Hitlera!"; "Muškarci i žene! Odgovorite! Hitler za predsjednika Rajha!"; "Mi smo za Adolfa Hitlera!" i slični. Na njima su uglavnom prikazivani radnici, žene ili "obični" ljudi, koji očekuju da im Hitler obezbijedi bolju budućnost. Osim njih, pojavljuju se i plakati na kojima su samo nacistički simboli kao što su zastave s kukastim krstovima, na kojima je ispisan "Samo Hitler". Jedan od prvih plakata na kojem se pojavljuje Hitlerov lik nastao je takođe 1932. godine. Plakat koji se pojavio posljednjih dana kampanje bio je različit od ostalih i na njemu je bila Hitlerova glava, bez tijela, urađena u bijeloj boji u kontrastu sa crnom pozadinom (*slika 2*). Bitno je i to što je plakat bio bez slogana i imao je samo jednu riječ ispisanu velikim bijelim slovima: "HITLER". Tada nije bio potreban nijedan drugi izborni slogan, jer je poruka bila svima jasna. Propaganda upućena masama treba da bude jednostavna i da utiče na emocije, i kada se jednom uspostavi, treba da se ponavlja više puta. Upravo su se ovoga pridržavali nacisti. Kasnije su upravo iz ovih razloga i osnovali Ministarstvo za propagandu.

Nakon predsjedničkih izbora u proljeće 1932. godine, iako nijesu osvojili vlast, nacisti nijesu odustali od borbe za nju i propagandnih sredstava. Već na jesen te godine dolazi do izbora za Rajhstag; pojavljuju se novi plakati sa Hitlerovim imenom. Jedan od njih je i plakat na kome je prikazana masa naroda koji traži pomoć (*slika 3*). U prvom planu su izmučeni likovi, sredovječni ljudi i žena s djetetom u naručju, a u pozadini su konture nepregledne mase sa istim karakteristikama. Ovaj plakat je urađen kao grafika i ima ispisan slogan u gornjem dijelu plakata i nastavak u donjem dijelu. Pisalo je kratko i jasno "Naša posljednja nada: HITLER". Koliko su plakati bili korišteni i popularno sredstvo propagane možemo vidjeti i sa fotografije na kojoj okupljena masa gleda upravo pomenuti plakat (*slika 4*). Upravo na ovim izborima trećina ukupnog broja birača glasala je za Hitlerovu partiju, koja je time postala najveća partija u Njemačkoj.

Već tada je bilo jasno da je Hitler uveliko bio vođa partije, ali i da se radilo na tome da postane vođa naroda. Plakati su poslužili da se

već počne graditi kult ličnosti, što se nastavilo, pa čak i pojačalo, njegovim izborom za kancelara. Naime, njemački predsjednik Hidenburg postavio je Hitlera za kancelara već u januaru 1933. godine. "Ostareli feldmaršal Hidenburg, predsjednik republike, na ubeđivanje fon Papena, konzervativnog političara, poverava Hitleru mandat kancelara. U tom kabinetu od jedanaest članova, bilo je samo troje nacista uključujući i Hitlera" (Hadživuković, 2005:86). Hitler se već tada približavao konačnom osvajanju vlasti u osloncu na veliku podršku masa. Upravo mu je stvaranje mita oko svoje ličnosti olakšalo taj cilj. On je iz vlasti i političkog života eliminisao sve političke partije, pa čak i dotadašnje saveznike. "Mogao je 14. jula 1933. godine da izda dekret po kome Nationalsocijalistička nemačka radnička partija predstavlja jedinu političku snagu – Nemačka postaje totalitarna država" (Hadživuković, 2005:87). Već u martu, Rajhstag je primoran da se odrekne svojih ovlašćenja i prenese ih na Hitlera. Dekretom su ukinuta posebna ovlašćenja starih država čime se mijenja federalno državno uređenje, a Njemačka postaje jedinstvena država. Tako se rušila Vajmarska Njemačka, nastala nakon Prvog svjetskog rata.

Hitler je ubrzano radio na učvršćivanju svoje vlasti, pa su izbori zakazani za mart 1933. godine. Hitlerova partija je bila na listi pod brojem jedan i imala je samo jedan cilj: da se osvoji apsolutna većina. Za ovu svrhu poslužili su i plakati na kojima su prikazani aktuelni predsjednik Hidenburg i Hitler s velikim brojem jedan (*slika 5*). Na plakatu je pisalo: "Rajh nikada neće biti uništen ako ste ujedinjeni i odani", a prikazani su i portreti predsjednika i kancelara, gdje je Hitler ipak u prvom planu. Na drugom plakatu iz ove izborne kampanje, Hidenburg i Hitler stoje jedan pored drugog i rukuju se (*slika 6*). Obojica su u uniformama: Hidenburg u svojoj feldmaršalskoj, dok je Hitler u uniformi SA odreda sa nacističkom trakom oko lijeve ruke. Između njih se nalazi veliki broj jedan, a ispod je zastava s kukastim krstom na kojoj je ispisan tekst: "U najvećoj potrebi Hidenburg je izabrao Adolfa Hitlera za kancelara. I vi takođe treba da glasate za listu 1".

Nakon ovih plakata na kojima se Hitler pojavljivao s dotadašnjim predsjednikom, u narodu se sve više učvršćivao kult vođe, što je i bio njegov cilj. U situaciji kao što je bila u Njemačkoj krajem '20 i početkom '30-ih godina, vrsnom poznavaoocu masa i propagandnih djelovanja nije to ni bilo teško. On je, naime, na svakim narednim izborima dobijao sve više glasova, dok se nezaposlenost enormno uvećavala. Koliko je bilo nezadovoljstvo naroda postojećim sistemom, govori i podatak da je u

vrijeme velike ekonomske krize 1929. godine bilo nezaposleno milion i 900 hiljada građana, što je bilo 9,6% ukupnog stanovništva, a 1932. godine broj nezaposlenih iznosio je pet miliona i 600 hiljada ili 30,8% stanovništva. Kada je Hidenburg 1934. godine preminuo, Hitler je svu vlast prebacio na sebe. Tada su se pojavljivali plakati na kojima je samo Hitler, obično u uniformi ili odijelu, ozbiljnog i odlučnog pogleda. Obično se na plakatima nije nalazilo mnogo teksta, iako je ono što je pisalo bilo veoma efektno. Najčešće je pisalo samo *Hitler*, ili *Heil Hitler*, ili samo *Ja* ("Da"). Često je pisalo *Führer* ili "Sa fireom do pobjede" ili "Sa firerom do istine". Nezaobilazni slogani su i "Jedan vođa, jedan narod, jedan Rajh". Jedan od takvih plakata prikazuje Hitlera u uniformi, a cio tekst *Ja* napisan je bijelim slovima na crnoj pozadini. Upravo je i Hitlerov lik uklopljen u ovu pozadinu koja ističe figuru i daje joj ozbiljniji i oštrij izgled (*slika 7*).

Još jedan je plakat na kome je ista fotografija firera, u istom položaju jednom rukom naslonjen, dok je druga na kuku (*slika 8*). Tekst "Jedan narod, jedan Rajh, jedan firer" korišćen je da prikaže kako su Njemci jedna nacija i kako je u toj hijerarhiji firer bio na vrhu. Ovaj plakat je takođe imao kontrast svijetla i tame, pri čemu se razlikuje od prethodnog jer je u boji. Upravo se na ovom plakatu potvrđuje i zapažanje koje iznosi Gallo da su "velike vođe bile predstavljene kao očinske figure, geniji, ratnici, čak i umjetnici" (2001:246). Hitler je prikazan u uniformi, ali je ipak imao kravatu na košulji, što je ukazivalo i na to da nije običan vojnik već komandant armije. Upravo ovaj plakat koji je nastao nakon pripajanja Austrije Njemačkoj 1938. godine, osim toga što je trebalo da podstiče narodno ujedinjenje, imao je cilj i da kod posmatrača izazove strahopoštovanje. Hitler se pojavljuje u uniformi na većini plakata. Takođe, kad se prije rata susreo s Musolinijem, obojica su bili u vojnim uniformama. Svi ovi potezi imali su jasan i određen cilj: da narodu pokažu moć firera, a drugim državama jedinstvo i veličinu "više arijevske rase".

Nezaobilazni su i plakati koji Hitlera prikazuju s masom: vođa je pred narodom u uniformi. Još jednom je prepoznatljivim slovima ispisan tekst u crvenoj boji: "Svi recite da" (*slika 9*). Na ovom plakatu koji je urađen kao fotomontaža, Hitlerova desna ruka je takođe na kuku dok je lijeva spuštena pored noge i stisnuta u pesnicu. U pozadini je masa naroda koja očigledno podržava vođu. Ova masa se nije slučajno pojavljivala na plakatima, već je komplementarna sa idejama jednog naroda i plakatima koji su spomenuti i izdvojeni. Naime, "u nacističkom

pokretu su planski razvijene i lansirane estetičke koncepcije koje su u masama mogle da stvore iluzije i predstave da u društvu nestaju klase i klasne suprotnosti, kao što su ideološke i propagandne floskule o rasama, narodima, pangermanizmu i sl., što se obuhvata poznatom nacističkom formulom o "jednom narodu, jednoj državi i jednom vođi!" (Gudac, 1993:729).

Osim plakata koji su prikazivali Hitlera kako samouvjereno predvodi mase, kao vođu koji rješava sve probleme i pred kojim nema prepreka, pojavljivali su se i plakati koji su mu pridavali i ulogu čovjeka koji brine o djeci i mladima i koji ima podršku od njih. Hitler je čak imao i organizaciju pod nazivom "Hitler Jugend", koja je također imala ulogu da među mladima širi njegov kult. Jedan od takvih plakata je onaj na kome je Hitler okružen djecom i u naručju drži jednu djevojčicu (*slika 10*). Hitler je i na ovom plakatu u uniformi i s trakom preko lijeve ruke. Oko djece su i zastavice sa "svastikom", a u dnu plakata je bijeli tekst na crnoj podlozi. Ovo je jedan od rijetkih plakata na kome je Hitler nasmijan i okrenut je prema djeci, a ne prema posmatraču. Djeca su naslikana kao po pravom šablonu koji je predstavljao arijevsku rasu. Inače se na plakatima posebno pridavala pažnja kako će izgledati omladina. Na jednom od plakata, Hitler je predstavljen s dječakom kao tipičnm Arijevcem u prvom planu, a u pozadini je firerov portret (*slika 11*). Ovaj plakat nema crvene boje i svastike, već je urađen u svijetlijim nijansama. Na vrhu plakata je tekst "Omladino, služi Hitleru", dok je na dnu plakata poruka: "Svi desetogodišnjaci, učlanite se u Hitlerovu omladinu". Ovaj plakat govori koliko je pridavana važnost mladim naraštajima, međutim, podsjeća i na to da je iznad svih i u svakom trenutku ipak bio firer.

Koliko je na plakatima daleko išao prikaz "jedinog vođe" njemačkog naroda, možemo da uvidimo i na plakatima na kojima je Hitler čak prikazivan u pozama Jovana Krstitelja: u ruci mu je umjesto štapa njemačka zastava, dok s nebesa umjesto Svetog duha slijeće orao (*slika 12*). Na ovom plakatu ispisan je jednostavan, ali efektan slogan "*Es lebe Deutschland*" (Neka živi Njemačka). U Hitlerovoj pozadini su mase vojnika sa zastavama u rukama koje ga bespogovorno podržavaju i slijede. Ovo je jedan od najočitijih primjera na kome je Hitler prikazan kao vrhovni vođa, koji ima moći jednog Mesije, s ciljem da podari život cijeloj Njemačkoj, ujedinjenoj i nepobjedivoj.

Ova politika koja je zahtjevala borbu za ujedinjenje nacije i povratak velikog carstva, a čiji je predvodnik bio upravo Hitler, prerasla

je u rat. Uspio je da većini stanovništva Njemačke, uz pomoć dugogodišnjeg propagandnog djelovanja, nametne svoje ideje o višoj rasi, da ih zavede prikazivanjem vojne snage i da ih uvede u najveći rat koji je čovječanstvo do tada vidjelo. Narod je slijedio vođu i u njegovom pokušaju osvajanja drugih država, što je samo još jedan od dokaza koliko je bio moćan Hitlerov kult. Njemačka je, iako pojedinačno vojno najmoćnija država, pretrpjela poraz u ratu, a vođa je izvršio samoubojstvo 1945. godine.

## Zaključak

Analizirajući odnos političkog plakata i kult ličnosti koji je formiran kod pomenutih vođa dolazimo do zaključka da je plakat kao sredstvo propagande pored ostalih sredstava uistinu doprinio u kreiranju kulta ličnosti i načinu predstavljanja pojedinih vladara. Na primjerima vođa komunizma, fašizma i nacizma su očigledne etape koje su vladari prelazili u svojim nastojanjima da osvoje i očuvaju vlast. Služeći se brojnim propagandnim tehnikama i koristeći sva raspoloživa sredstva pomenute vođe su uspostavljale sopstveni režim. Politički plakat je u tom kreiranju društva po njihovim vizijama bio nezaobilazno sredstvo propagande. Plakati koji su proizvođeni u milijunskim tiražima su lijepljeni po zgradama i kućama, na glavnim gradskim ulicama i trgovima, isticani su na svim prometnim mjestima u različitim veličinama. Angažovani su umjetnici koji su kreirali vizuelne elemente plakata. Rađene su fotomontaže, vođe su se stilizovale, pretvarale u neustrašive vojskovođe. Dojučerašnji političari postajali su osvajači svijeta. Na sličan način su se odnosili prema prednostima koje je omogućavao plakat i u Sovjetskom Savezu i u fašističkoj Italiji i nacističkoj Njemačkoj. U vremenu kada Internet i televizija nijesu postojali narod je mogao da vidi vođe jedino na plakatima. Upravo su sa plakata oni i posmatrali narodne mase. Obučeni u uniforme, često sa parolama koje su bile upečatljive i nedvosmislene, ispisanim uz fotografije. Nekada su na plakatima vođe prikazivane sa prethodnicima, nekada samostalno, nekada sa masom naroda pod svojim nogama ili u različitim trenucima sa mladima, vojnicima ili radnicima. Vođe su prikazivane kao odlučni, čvrsti i snažni ljudi, koji imaju snagu i moć da predvode mase. Vodilo se računa o simbolima koji će biti prikazani na plakatima. Boje su odgovarale

ideologijama koje su predstavljali. Plakati su nastajali bilo u izbornim kampanjama, bilo povodom različitih proslava i godišnjica.

Obradujući brojne plakate, od kojih smo neke ovdje i spomenuli, dolazimo do zaključaka da je ovo sredstvo političke propagande bilo izuzetno važno u toku formiranja, ali i u toku održavanja kulta ličnosti. Upravo se na primjeru spomenute historijske epohe, s današnje vremenske distance može dobro zapaziti, kako je plakat iskorišten i koliko je povjerenja polagano u ovaj medij. Znali su propagandisti i komunisti i nacisti da za prenošenje poruke putem plakata nije bilo potrebno da su građani pismeni. Dovoljno je bilo da se skrene pogled na neki od plakata s kojih vođa promatra. Simbolika je bila toliko jasna da nije bilo potrebno dodatno objašnjenje, bilo da se radi o Lenjinu ili Hitleru.

Iz svega navedenog možemo zaključiti da je plakat veoma dobro poslužio propagandistima kao oružje tokom godina u kojima su se uspostavljale nove ideologije, a pojedinci izdizali do kulta ličnosti. Ne samo da je plakat pronašao svoje mjesto među sredstvima političke propagande već je postao jedno od najznačajnijih u periodu '20-tih i '30-tih godina XX vijeka. Međutim, možemo zaključiti da, iako je tada plakat veoma rado korišten, njegova upotreba ni dan danas ne jenjava, naprotiv. Danas se koristi u izbornim kampanjama širom svijeta. Rasprostire se, lijepi i preljepije, kao i nekada, ali se takođe objavljuje i na TV ekranima ili internetskim stranicama. Mnoge su prednosti ovog medija koje ga i danas svrstavaju u jedno od najefikasnijih sredstava političke propagande, a koje su doprinijele da se masovno koristi u formiranju kulta ličnosti.

## Literatura

- Adamović, V. (1993): *Kult ličnosti u Enciklopedija političke kulture*, Savremena administracija, Beograd
- Bihalji Merin, O. (1967): *Mala enciklopedija prosveta*, Prosveta, Beograd



- Bonnell, V. (1999): *Iconography of Power: Soviet Political Posters under Lenin and Stalin*, University of California press, Berkeley, Los Angeles
- Gallo, M. (2001): *The poster in history*, Norton, London
- Gudac, Ž. (1993): *Naciizam*, u Enciklopedija političke kulture, Savremena administracija, Beograd
- Hadživuković, S. (2005): *Stvaraoci istorije XX veka*, Prometej, Novi Sad
- Hitler, A. (2006): *Mein Kampf*, Tema, Beograd,
- Krešić, A. (1993): *Staljinizam*, u Enciklopedija političke kulture, Savremena administracija, Beograd
- Kuljić, T. (1987): *Fašizam*, Nolit, Beograd
- Kuljić, T. (1994): *Oblici lične vlasti*, Institut za političke studije, Beograd
- Ludvig, E. (1936): *Musolini – Razgovori sa deset slika*, Narodno delo, Beograd
- Ludvig, E. (1935): *Vodi Evrope*, Geca Kon, Beograd
- Luis, D. (2004): *Čovjek koji je stvorio Hitlera: rađanje vođe*, Okean, Beograd
- Mack-Smith, D. (1980): *Mussolinijevo Rimsko carstvo*, Globus, Zagreb
- Matić, M. (1998): *Mit i politika*, FPN, Čigoja, Beograd
- Mihailović, V. (1984): *Propaganda i rat*, Vojnoizdavački zavod, Beograd
- Mihovilović, I. (1965): *Poslednja avantura Benita Mussolinija*, Stvarnost, Zagreb
- Milosavljević, O. (2006): *Otac – genije – ljubimac: Kult vladara – najtrajniji obrazac vaspitavanja dece*, Helsinške sveske, br. 23, Žene i deca 4. Srbija u modernizacijskim procesima XIX i XX veka, str. 188-291, decembar, 2006, preuzeto sa:  
<http://www.helsinki.org.rs/serbian/doc/sveske23.pdf>, 20.3.2007.
- Nikolić, K. (2000): *Nemački ratni plakat u Srbiji 1941-1945*, Bonart, Nova Pazova
- Nolte, E. (1990): *Fašizam u svojoj epohi*, Prosveta, Beograd

Ovsejenko, A. A. (1986): *Staljin – portret tiranina*, Itro Naprijed, Zagreb

Predan, B. (2006): *Slatkiši iz mladosti*, u Kerkoš, S., *Jugoslavija – moja deželica in njen politični plakat (1969–1989)*, Cicero, Ljubljana

Rikards, M. (1971): *Uspon i pad plakata*, Thames and Hudson i NIP Borba, Beograd

Slavujević, Đ. Z. (2007): *Politički marketing*, Fakultet političkih nauka, Čigoja, Beograd

Stanovčić, V. (1993): *Fašizam*, u Enciklopedija političke kulture, Savremena administracija, Beograd

Tadić, D. (2005): *Propaganda*, YU Spektrum, Beograd,

Volkov, V. (2005): *Dezinformacija – od Trojanskog konja do Interneta*, Naš dom, Beograd

Prilozi:

Poglavlje Lenjin:



slika 1



slika 2



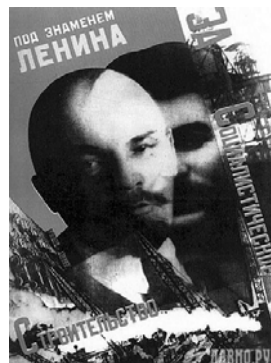
slika 3



slika 4



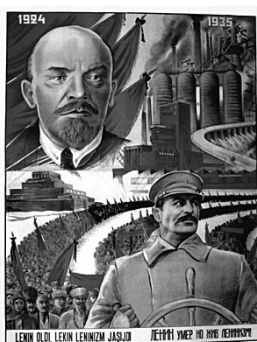
slika 5



slika 6



slika 7



slika 8



slika 9

## Poglavlje Staljin:



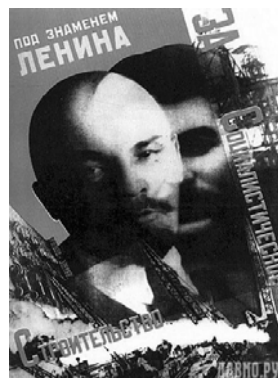
slika 1



slika 2



slika 3



slika 4



slika 5

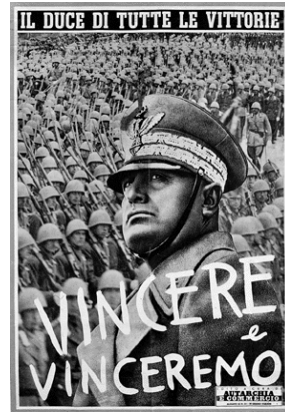
## Poglavlje Musolini:



slika 1



slika 2



slika 3



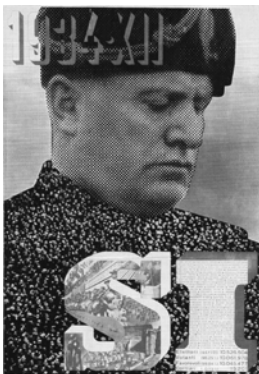
slika 4



slika 5



slika 6



slika 7

## Poglavlje Hitler:



slika 1



slika 2



slika 3



slika 4



slika 5



slika 6



slika 7



slika 8



slika 9



slika 10



slika 11



slika 12