

PATRYCJA CEMBRZYŃSKA

POWRÓT KLAUNA

W 2012 roku mały Adolf Hitler modlił się w bramie przy ulicy Próżnej 14 na terenie byłego warszawskiego getta. Każdy zbrodniarz był kiedyś niewinnym dzieckiem, mówił autor rzeźby Maurizio Cattelan (*On*, 2001). Nie mogło obyć się bez kontrowersji, o nie przecież chodziło. Czy można posunąć się dalej? Gdzie leży granica złego smaku? W nieautoryzowanej przez koncern Mercedes-Benz reklamie autorstwa Tobiasa Haase, bijącej w internecie rekordy popularności, pojawia się samochód przemierzający malownicze miasteczko. To Braunau am Inn, rodzinne miasto Hitlera. Napotkawszy przeszkodę (grupkę bawiących się dziewcząt), mercedes hamuje. Jednak gdy tylko mały Adolf niespodziewanie wybiega na drogę, prosto pod koła nadjeżdżającego auta, samochód potrąca chłopca, powodując jego śmierć. Inteligentny układ hamulcowy BAS działa niezawodnie: „rozpoznaje zagrożenia, zanim się pojawią”.

Współczesna kultura sięga po wizerunek Adolfa Hitlera, ponieważ wciąż przyciąga on uwagę¹. W Niemczech świetnie sprzedają się komiksy Waltera Moersa, których bohaterem jest „Adolf, die Nazi-Sau” (Adolf, nazistowska świnka). Jak dotąd, ukazały się trzy części nowych przygód wodza: *Adolf. Äch bin wieder da!* (1998), *Adolf, Teil 2. Äch bin schon wieder da!* (1999) oraz *Adolf – der Bonker. Eine Tragikomödie in drei Akten* (2006). Gdy na portalu YouTube pojawiał się animowany teledysk *Adolf. Ich hock' in meinem Bonker* – „Adolf, die Nazi-Sau” śpiewa w kąpiele, że nie skapituluje, i trzeba przyznać, że piosenka wpada w ucho – wkrótce pojawiły się jej angielskie i francuskie przeróbki. Młode pokolenie, zmęczone rozpamiętywaniem II wojny światowej, śmieje się z Hitlera, nie widząc w tym nic niewłaściwego. Führer powoli wyrasta na bohatera popkultury. W niemieckiej telewizji z powodzeniem parodiuje go komik Harald Schmidt. Również współczesne kino stara się uwolnić od demonów przeszłości (zob. Dębski, 2013, s. 94-110). Dani Levy obśmiewa wodza w filmie *Mein Führer – Die wirklich wahrste Wahrheit über Adolf Hitler* z 2007 roku (w polskiej dystrybucji jako *Adolf H. Ja wam pokażę!*). Niby nic nowego, jeśli przypomnieć komedię *Producenci* Mela Brooksa (1968), opowiadającą o pracach nad musicalem *Wiosna Hitlera*, który, zamiast oczekiwanej finansowej klapy, okazuje się kasowym sukcesem.

Nasuwa się jednak pytanie, czy wyśmiewanie Hitlera to właściwy sposób obchodzenia się z niechlubnym dziedzictwem nazizmu? Czy można puszczać mimo uszu ostrzeżenia przed ryzykiem banalizacji zła? W jakiej mierze uzasadnione są obawy, że oswojony i zabawny Führer – przez popkulturę zamieniony w towar – wywoła tęsknotę za III Rzeszą? Wprawdzie krytycy nie pozostawili suchej nitki na najnowszej powieści Timura Vermesa *On wrócił* (*Er ist wieder da*, 2012), niedawno przetłumaczonej na język polski, ale i tak

stała się ona bestsellerem (pojawiał się nawet pomysł ekranizacji). Adolf Hitler budzi się w Berlinie *Anno Domini* 2011 i z dnia na dzień zostaje gwiazdą telewizji. W kabarecie parodiuje Adolfa Hitlera i jest w tym dobry, zaskakująco dobry; zapowiada, że uczyni to samo, co przed sześćdziesięciu z górą laty, a rozbawiona publiczność bije brawo. Literatura to może nie najwyższych lotów, ale z godną uwagi tezą: Hitler-klaun staje się twarzą współczesnej „wideokracji”, gdzie „mali wielcy ludzie” rozbudzają wyobraźnię tłumów. Żadni sławy i władzy, są gotowi robić z siebie pajaca, byle tylko przyciągnąć uwagę ludzi (por. Vermes, 2013, s. 149); mogą ich nawet uczynić współnikami zлочynienia.

Zło jest ludzkie. Dlatego nie popadając w śmieszność, bravurowo zagrał Hitlera Bruno Ganz w *Upadku* (reż. Oliver Hirschbiegel, 2004) – pokazał człowieka w zbrodniarzu, zamiast wystawić go na pośmiewisko. Stworzył portret psychologiczny przegranego przywódcy, przepełnionego poczuciem zdrady – posmutniałego, przygarbionego, zmęczonego chorobą, chowającego trzęsącą się dłoń za plecami. A jednak potrzeba nie lada komedianta, by przekonująco obnażyć narodziny zwyrodniałego despoty i nieobliczalnego szaleńca, który staje się karykaturą człowieka. Udało się to Arturowi Barcisiowi w sztuce *Mein Kampf* George’a Taboriego (reż. Robert Gliński, Teatr Ateneum, 1992)². Tragifarsa w najlepszym wydaniu; śmiech więźnie w gardle, gdy obserwuje się, jak społecznie wyobcowany, śmieszny w swojej nieporadności obdartus zmienia się – namaszczony przez Panią Tod (Agnieszka Pilaszewska) – we władcę marionetek. Nie lekceważy się klauna! Jego jowialność „nie powinna przesłaniać nam tego, że jest to gość z innego świata, upiór”. Klaun bowiem to parodystyczna wersja demona, egzorcyzmowanego śmiechem i drwiną, ale nic nie stoi na przeszkodzie, żeby „szatańska postać okazała się znów groźna i zdolna pociągnąć słabych do zguby” (Starobinski, 1976, s. 321). Od dzieciństwa zafascynowany klaunami Federico Fellini porównał cyrk do domu wariatów. Arena cyrkowa obudziła w nim również wspomnienie starożytnego stadionu Circus Maximus, słynącego z wyścigów rydwanów, krwawych widowisk zwierzęcych i męczeństwa pierwszych chrześcijan. Szukając wokół siebie klaunów, reżyser dojrzał faszystów – przystrojonych w różgi liktorskie i topory samozwańczych spadkobierców starożytnych Rzymian. Zastanawiał się, czy nie byłoby warto wskrzesić odchodzącą w zapomnienie sztukę cyrkową. Wystarczy krótka lekcja cyrkowych repryz – zanurzenie się w świecie podszytych przemocą i grozą, a zarazem rozmiękczonych śmiechem i drwiną relacji między klaunami – żeby nauczyć się rozpoznawać dogmatyka albo potencjalnego tyrana. W opowieści Felliniego o klaunach nie mogło, oczywiście, zabraknąć Mussoliniego i Hitlera (zob. Fellini, 1996, s. 115-139).

Odkąd Führer pojawił się na scenie politycznej, inspirował karykaturzystów, satyryków i komików. Pierwsi, już w latach dwudziestych, rysowali go na arenie cyrkowej, jak z mównicy ozdobionej swastyką przemawia do tłumów. Tuż obok

przedstawiali klauna („głupiego Augusta”) – to samo miejsce, ta sama widownia, ta sama rozrywka i ta sama reakcja (Coupe, 1983, s. 21). Wierząc, że drwina stanowi skuteczną broń, mogącą zdestabilizować rosnący w siłę reżim, ostrzeliwali Führera śmiechem i obnażali farsowe potknięcia jego nadeptych oratorskich popisów. Rozdęta propaganda, jak trafnie zauważył kiedyś Bronisław Baczek, „łatwo znosi samą siebie, pograżając się w śmieszności” (Baczek, 1994, s. 176).

W epoce obsesji fizjonomicznej i teorii rasy dosadnego komentatora dopraszał się również nienormatywny (niearyjski) wygląd Hitlera – zdecydowanie bliższy antytypu niż ideału. Karykatura zawarta w słowie i obrazie stała się „formą wyrazu fizjonomicznych dociekań” (Schmolders, 2010, s. 176). W książce *Twarz Hitlera* Claudia Schmolders przypomina jedną z satyr na fizjonomię dyktatora, napisaną w 1939 roku przez Heinricha Manna. Wyłania się z niej groteskowa figura stworzona przez niedoszłego malarza, któremu spod pędzla, zamiast władcy świata, niechcący wyszedł błazen. Hitler ma niesłuchanie plastyczne oblicze mima, a jego popisowy numer polega na strojeniu groźnych min. Autor pamfletu przyprawia mu też „gębę” żydowskiego komika Maxa Pallenberga (odtwórcy roli innego „małego wielkiego człowieka”, czyli dobrego wojaka Szwejka):

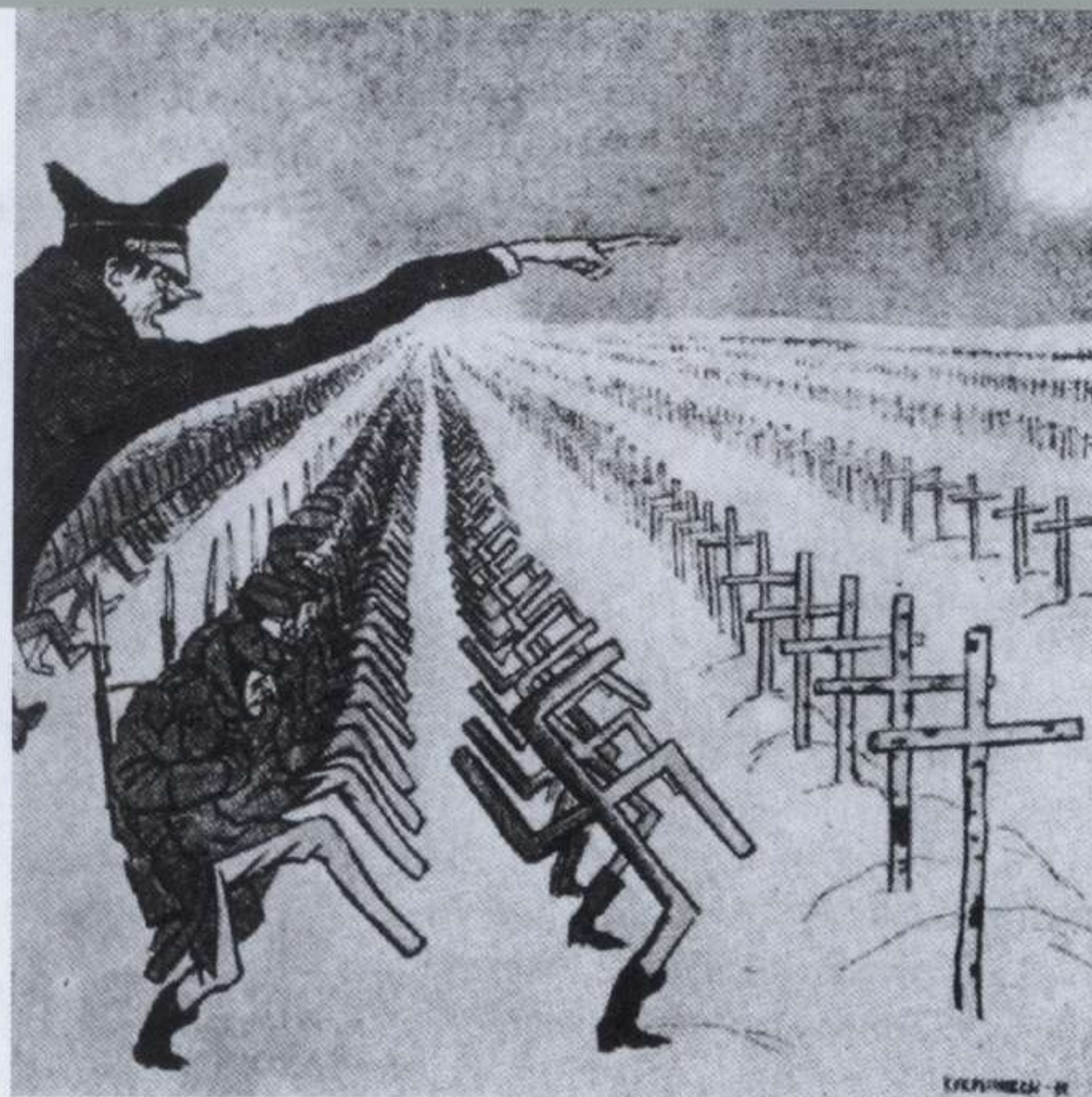
To wspaniałe uczucie, gdy już od ósmej rano orkiestra wojskowa brzmi przepięknie, zapowiadając mowę, którą wygłoszę o pierwszej. Ktoś na moim miejscu spieszyłby się tym i zgubiłby wątek, ale nie ja. Nie mogę zgubić wątku, gdyż go nie mam. Przybieram mój wyraz twarzy Führera; jest zjadliwy, ma jednak też w sobie coś zabawnego i rozbrajającego. W moich oczach zapala się złowrogi blask; niegrzeczne dzieci na ich widok powinny zrobić w majtki. Pallenberg to umiał. Przyklejam sobie ogromy sztuczny nos, taki z jakim występował, grając dobrego wojaka Szwejka. Kąciki ust ściągam tak mocno do dołu, że tworzą okrąg wraz z zarysem podbródka. W ten sposób uwydatniam przerośniętą górną wargę, którą przyozdobiłem uprawianą pieczołowicie naroślą; wygląda przez to jak mysz, ale nie potrafi biegać. Jeszcze piękniej byłoby, gdyby mogła przykucnąć to tu, to tam. Moja groźna mina, która jest zarazem komiczna, ma tę szczególną cechę, że wyglądam, jakbym się bał sam siebie. I tak, jak koszarne straszidło, udana karykatura samego siebie, patrzę na świat, który zaczyna mnie dostrzegać. Świat jest pod wrażeniem nieodpartego, uderzającego uroku mojej postaci. Chlubię się swoim uczesaniem, które mógł wymyśleć niedoszły malarz; jestem dumny z opadających na czoło luźnych kosmyków, ozdabiających położoną wyżej gęstą czuprynę. Władcy tego świata, którzy nie przedstawiają sobą niczego szczególnego, świecą łysiną. Ja jestem geniuszem (cyt. za: Schmolders, 2010, s. 161).

Popularności fizjonomicznych dociekań, z których wyrsa satyra Manna, towarzyszy, z jednej strony, docenienie zawodu aktora związane z rozwojem sztuki filmowej, z drugiej – jego deprecjonowanie (bo aktorstwo się „rozpleściło”). Fotografowane przy zmieniającym się oświetleniu nieruchome

maski pośmiertne aktorów ubóstwianych przez publiczność – „ikony wieloznaczności maski tworzonej przez role teatralne” – zapowiadają ujęcia typowe dla kina niemego (Schmölders, 2010, s. 113-115). Kultura weimarska rozkwitła na scenie – także w kabarecie! Dla karykaturzystów Hitler był właśnie gwiazdą sceny. Bronisław Wojciech Linke przedstawił go, jak gra na fortepianie, nieprzytomnie waląc w klawisze zakończone miniaturowymi armatkami (*Wirtuoz*, 1939). Za oceanem pojawił się tymczasem aktor, który przez sam fakt swojego istnienia ośmieszał Führera, czym przysporzył sobie w Niemczech wielu wrogów – Charlie Chaplin (por. Majewski, 2011, s. 89-148)³. Już w 1932 roku na łamach „Berliner Tageblatt” Rudolf Arnheim porównywał Hitlera do słynnego komika. Byli już na świecie mężowie stanu brodaci i byli gładko ogoleni, powiada Arnheim, ale człowiek z wąsikiem to nowość – każdemu musi natychmiast przyjść na myśl Charlie Chaplin. „Semicka reminiscencja, oczywiście, ale czy to wino widza. Czy to nie swego rodzaju tragizm, że broda władcy nie pasuje do przepisowo jasnowłosego Germanina?” (cyt. za: Hanisch, 1989, s. 42). W stulecie urodzin Chaplina (16 kwietnia 1889) i Hitlera (20 kwietnia 1889) do tematu bliźniaczego podobieństwa obu postaci, dla Hitlera tak kompromitującego, powrócił Frederic Morton. W tekście *Chaplin, Hitler: Outsiders as Actors* pokazał dwóch outsiderów, którzy w blasku światła szukają akceptacji i aplauzu. Imperatyw „bycia kims” (gdy urodziło się nikim) rządzi współczesną kulturą masową – zauważa Morton. Czy można go podważyć, wyciągając wnioski z klaunady, w której Hitler staje się komiczną imitacją Charliego?

Człowiek ten został włóczęgą w dużym mieście, za łóżko służyła mu byle ławka w parku. Nosił wytarty czarny melonik i dwurzędowy, za wąski dla niego w ramionach, żakiet. [...] Nigdzie nie zagrzał miejsca, nie miał rodziny. Znajomi, którzy byli świadkami jego dziwnych kryzysów, uważali go za kłowna. On jednak postanowił stać się kłownem charyzmatycznym – głównym aktorem spektaklu [...]. Kiedy jego mały wąsik stał się nareszcie emblematem, a on sam dla milionów ludzi bożyszczem, jeden z hollywoodzkich gwiazdorów określił go mianem „największego aktora, jakiego widział”; nasz bohater nazywał się Adolf Hitler [...] (Morton, 1989; cyt. za: Majewski, 2011, s. 199).

Sytuacja jak w dobrze znanym numerze cyrkowym, gdzie występują przeciw sobie: klaun charyzmatyczny „biały” *contra* głupi August. Pierwszy, manifestując swoją intelektualną wyższość, bezskutecznie uczy drugiego moresu. Głupi August pozostaje wyjątkowo oporny na edukację i przedrzeźnia białego klauna-despotę. Nie tylko nie poddaje się terrorowi, ale wprowadzając zamęt w porządek ustanowiony przez dyktatora, staje się siłą sprawczą przewrotu. W rezultacie naiwny mąciwoda pozwala odzyskać światu prawdziwy ład (Starobinski, 1976, s. 313). Fellini nie miał wątpliwości, że do białych klaunów zalicza się Hitler – bezpłciowy jak wszyscy klauni – oraz ci wszyscy, którzy z lęku przed wolnością poddają się jego autorytetowi (Fellini, 1996, s. 130; por.



ADOLF, DER UBERMENSCH: Schluckt Gold und redet Blech



Manea, 1991, s. 5-25). Na opozycji biały klaun – głupi August zbudował rolę Hitlera Artur Barciś, z tym że przeciwieństwa złączył w jednym ciele⁴ – stworzył postać o patologicznie rozszczepionej/zagęszczonej osobowości. Oglądamy zgubionego w wielkim mieście trampa (postać typu chaplinowskiego, o wyraźnie semickim rodowodzie), który, opętany resentymentem, zaczyna z czasem ujawniać sadystyczne skłonności. Aż w końcu biały klaun triumfuje nad głupim Augustem, pogrążając świat w krwawej wojnie.

Mortonowi nie umknęło dialektyczne skłócenie bliźniaków. Hitler „parodystycznie podwojony” w swojej powadze staje się śmieszny i zmienia we własną karykaturę. W *Dyktatorze* (1938-1939, premiera 1940) Chaplinowi przyszyły z pomocą burleska i pantomima. Zdefektowana męskość przywódcy zaznaczyła się w miękkości gestów Hynkla, który w jednej ze scen tańczy z balonem przedstawiającym ziemski glob i podbija ziemską kulę pośladkami. W filmowym *qui pro quo* Chaplinowi udało się również pokazać, że słynna charyzma Führera to kwestia praktyki przedstawieniowej (Majewski, 2011, s. 125). Baczko dowodzi, że charyzmę trzeba nieustannie ćwiczyć (albo sfabrykować, jak to uczynił Stalin) i umacniać za pomocą propagandy. Władzę charyzmatyczną, której fundament stanowi entuzjazm oczarowanego tłumu, umacniają obrazy. Wszechobecne wizerunki przywódcy stają się punktem oparcia dla ludzkiej masy, poszukującej twarzy, w której ucieleśniają się, niczym w ikonie, ponadindywidualne obawy i nadzieje (Baczko, 1994, s. 173-192). „Nie ma charyzmy innej niż społecznie ustanowiona” – dodaje Tomasz Majewski – „co nie zmienia faktu, że jest ona tym skuteczniejsza, im więcej u społecznego aktora pewności siebie somnambulika, im więcej napięcia uczuć, które przechodzą w histeryczny gest” (Majewski, 2011, s. 125). Gest rozbrajająco komiczny, jeśli ekstrapolować go poza pierwotny kontekst. Chaplin oglądał pocztówki z fotografiami Führera w teatralnych pozach – utrwalone na fotografii, dawały się łatwo przejąć i obezwładnić przez sparodiowanie:

Nie mogłem brać Hitlera poważnie. Każda pocztówka ukazywała go w innej pozie: przemawiającego do tłumu, z dłońmi jak szpony, inna z ręką podniesioną. A drugą opuszczoną, niczym gracz krykieta przed strzałem, jeszcze inna z rękami splecionymi przed sobą, jak gdyby dźwigał urojone ciężary. Pozdrowienie jedną ręką odrzuconą do tyłu nad ramieniem, z dłonią odwróconą do góry, napawało mnie chęcią postawienia na niej tacy z brudnymi naczyniami. „To wariat!” – myślałem (Chaplin, 1967, s. 357).

W utrwalaniu charyzmy Hitlera ważną rolę odgrywały zatem film i fotografia. 11 marca 1933 roku powołano do życia Ministerstwo Propagandy i Oświecenia Publicznego, na którego czele stanął Joseph Goebbels. Raczej nie trzeba przypominać nakręconego przez Leni Riefenstahl w 1934 roku filmu *Triumf woli* (1934) (zob. Rutkowska, 1998, s. 245-255). Oglądając fragmenty, Chaplin dostał podobno ataku śmiechu: „śmiał się jak szalony. Tak się śmiał, że aż spadł

w końcu z krzesła” (Buñuel, 2006, s. 209). Do mniej znanych należy działalność osobistego fotografa Adolfa Hitlera, czyli Heinricha Hoffmanna, odpowiedzialnego za „stworzenie spójnego obrazu Führera” (Schmölders, 2010, s. 83). Historycy fotografii uparcie pomijają jego postać milczeniem, choć był nie tylko niezgorszym portrecistą, ale także jednym z pionierów – wraz z nastaniem małoobrazkowych aparatów marki Leica – nowoczesnej fotografii prasowej⁵. Dokumentował bieżące wydarzenia, spotkania na szczycie, działania wojenne. Jego kariera zaczęła się jeszcze przed poznaniem Hitlera, który za sprawą Hoffmanna stał się jednym z najlepiej obfotografowanych przywódców w historii⁶. Fotografie Hoffmanna – oficjalne portrety kanclerza III Rzeszy – sprzedawane były jako obrazy na ścianę i karty pocztowe. Chaplin widział słynną serię pocztówek z 1927 roku z Führerem w pozie mówcy. Hitler wygląda na nich, jak gdyby chciał dotknąć światła zalewającego mu twarz i uniesione dłonie. Na innych wygraża pięściami niewidzialnym wrogom, wykrzywiając twarz w grymasie gniewu. Chaplinowi wydała się ona „ohydnie komiczna” (Chaplin, 1967, s. 357). Przywódca reaktywowanej kilka lat wcześniej NSDAP, skoncentrowany na poszukiwaniu nowych zwolenników, pod okiem fotografa ćwiczył plastykę ciała i wypróbowywał oratorskie gesty, by na podstawie najlepszych ujęć zbudować później choreografię przemówienia. Estetyka tych zdjęć wiele zawdzięcza „demonicznemu ekranowi” filmowego ekspresjonizmu. Wyłaniający się z mroku wódz przypomina pogrążonego w transie czarnoksiężnika ciskającego zaklęcia. To klaun demoniczny, który staje przed rozentuzjazmowanym tłumem, żeby poprowadzić go na śmierć. Klaus Mann porównał kiedyś Führera do seryjnego mordercy dzieci Fritza Haarmanna, zwanego „rzeźnikiem z Hanoweru” i „Sinobrodym homoseksualistą” (za: Schmolders, 2010, s. 178). Także Chaplin musiał w końcu wziąć Hitlera poważnie. Przestało mu być do śmiechu, kiedy do opuszczenia Niemiec zmuszeni zostali Tomasz Mann i Albert Einstein: „twarz Hitlera nie była już komiczna, ale złowieszcza” (Chaplin, 1967, s. 357).

Jakim cudem masy pozwoliły się sterroryzować karykaturze? Uwieść zmanierowanej pozie i tej twarzy, tak nieprzystającej do aryjskiego ideału?

Tomasz Mann pisał, że nie sposób było się oprzeć Führerowi. Ten obrzydliwy komediant, magnetyzujący masy szarlatan, histeryk i „gwałciciel nieświadomości” może niejednemu działać na nerwy, ale pozostaje geniuszem (zakładając, że genialność zawiera się w dysproporcji czynu geniusza do wyobrażeń zwykłych ludzi)! Podziw dla jego wodzowskich talentów łatwo uznać za aberrację, a jednak „nie można się nim nie zainteresować”. Uosabia styl może zbyt nadęty i napuszony, ale efekciarstwo leży w samej naturze rzemiosła, którym się para – w polityce (Mann, 1987, s. 201-208).

Jak żadna władza nie może obejść się bez mitów, tak też musi wkalkulować w swoją filozofię kuglarstwo i błazenadę. Przypomina się dramat *Kaligula* Alberta Camusa (1944;

pierwsza wersja 1938), w którym przeglądają się dzieje XX-wiecznych totalitaryzmów. Okrutne rządy cesarza, co nie uszło uwagi Swetoniusza czy Seneki, brały się z krotoczwilnej maskarady. Wcielając się w Apollina, Hermesa, Aresa, Junonę albo Wenerę, Kaligula dowodził swojej boskiej władzy. A ponieważ teatr miał we krwi, zamienił cały świat w widowisko, napełniając poddanych zarówno śmiechem, jak i rozpaczą. W jego igraszkach, poczętych z zabawy i wpadających w szaleństwo, rzeczywistość mieszała się z urojeniem: „[...] sztuka ta – pisał Jerzy Stempowski – ma [też] swoją genialność, która nie przemija, lecz biegnie przez tysiąclecia, odpowiadając nowym echem każdej epoki” (Stempowski, 1931, s. 88-89; por. Milewska, 2012, s. 76). O czym pamiętał Camus, poprawiając swój dramat w latach czterdziestych. Kurtyna tylekroć na nowo idzie w górę, ilekroć jakiś tyran testuje nieograniczoność swojej władzy, a ponieważ jedno krytyczne słowo może zrujnować jego konstrukcję świata – testuje ją nieustannie, inscenizując chaos i delektując się „paradoksalną dysharmonią świata, którą w miarę dowcipu stara[ł] się pomnożyć” (zob. Stempowski, 1931, s. 80-81, 84-85).

Politycy to ludzie sceny, choć rzadko kiedy stają się aktorami wielkiego formatu. Hitler pragnął – jako artysta i wybraniec Opatrzności – żeby cały świat zamarł z podziwu w obliczu jego dokonań. W sztuce, dostosowanej do linii ideologicznej NSDAP, widział skuteczny instrument oddziaływania na masy (zob. Krakowski, 2002). Tomasz Mann przytomnie doszukuje się w jego apostolskiej misji spodlonych motywów baśni: „Jasia marzyciela, który zdobywa królową i całe królestwo, »brzydkiego kaczątka«, które okazuje się łabędziem, śpiącej królowny, wokół snu której płomienie Brunhildy zmieniły się w różany żywopłot i która uśmiecha się przebudzona pocałunkiem bohatera Zygfrida” (Mann, 1987, s. 203). Mann zobaczył w Hitlerze wielokrotnie zawiedzione, neurotyczne beztalencie, toczzone niezgłębioną urazą, które tylko w świecie polityki mogło znaleźć dla siebie miejsce. Splot fantastycznie (nie)szczęśliwych okoliczności czasem sprawia, że niektórzy ludzie, z braku innych talentów, grają rolę mężów opatrznościowych (w dramacie Taboriego Herzl radzi Hitlerowi, żeby zajął się polityką, skoro marny z niego aktor). Zdaniem Manna, siła Führera brała się właśnie z tego, że nadawał się tylko na trybunę, gdzie eksploatując kompleksy upokorzonych „haniebnym traktatem” wersalskim Niemców, ich strach i odrętwienie, w świetle reflektorów leczył własne kompleksy:

[...] on, który niczego się nie nauczył i z jakiegóż niczym nie uzasadnionej, zawziętej pychy nigdy niczego nie chciał się nauczyć, który nie ma także żadnych umiejętności czysto technicznych ani nie potrafi wykazać się fizycznie, co mężczyźni na ogół potrafią, nie umie ani jeździć konno, ani prowadzić samochodu czy samolotu, ani nawet spłodzić dziecka, wyrabia w sobie tylko to jedno, co jest niezbędne [...] tę niezmiernie poślednią, ale mającą taki wpływ na masy elokwencję, to trywialnie historyczne i komedianckie narzędzie, którym ryje w ranie narodu [...] (Mann, 1987, s. 202).

Nie sposób było mu odmówić wyczucia tłumy i siły perswazji. Żeby uodpornić się na polityczną demagogię, powiada Bertolt Brecht, warto przyjrzeć się wykorzystywanym przez Hitlera środkom aktorskim. Pytając, jak ciemieźcy robią teatr na zebraniach partyjnych i na ulicy i jak naturalnie zagrać męża stanu, Brecht zwraca uwagę na fakt, że przywódca III Rzeszy brał lekcje wymowy i dobrych manier. Nauczył się „kroku scenicznego, sposobu, w jaki stąpa bohater, prostując kolano i przyciskając do ziemi całą podeszwę, aby uczynić chód majestatycznym”. Ćwiczył przed lustrem gesty mówcy (to wówczas fotografował go Hoffmann). Nauczono go również „efektownego krzyżowania ramion” i tego, „jak przyjmować niedbałą postawę. Jest w tym coś śmiesznego prawda?”. I tak, i nie. Śmieszyć może wzór, ale nie wola doskonalenia tego wzoru – wystarczy pomyśleć o młodych ludziach masowo naśladowujących gwiazdy filmowe (Brecht, 1987, s. 211). Każdy tyran używa teatralnych forteli, by stać się wzorem dla młodzieży, a podstawą jego sukcesu jest wiara w siebie. „Wierzono mu, bo i on wierzył sobie”, jak napisała niedawno Monika Milewska (Milewska, 2013, s. 246). Ciemieźca bowiem „wczuwa się” – wprowadza w osobiste, a zarazem dostępne każdemu człowiekowi nastroje, ponieważ sam najpierw musi intensywnie odczuwać, żeby jego słuchacze, porwani słowem, utożsamili się z jego stanowiskiem – wczuli się w niego. Ekspresyjna gestykulacja stempluje „argumenty” podawane silnym głosem (Brecht, 1987, s. 213-217). Im bardziej afektowana poza, tym większy poklask otumanionych fałszywymi emocjami mas, w jednej chwili gotowych złożyć się w ofierze klaunowi. Jego charyzmy nie byłoby bez splotu teatru i liturgii, choć omówienia liturgiki faszyzmu brakuje w analizie Brechta. Tymczasem zjazdy NSDAP zostały pomyślane jako konkurencja dla liturgii kościelnej. Goebbels pieczołowicie dbał o to, żeby Führer, występujący w roli mesjasza, miał odpowiednią oprawę sceniczną: wchodzącego na trybunę mówcę oświetlał blask wschodzącego słońca, a nocą – światła reflektorów, pojawieniu się wodza towarzyszyły głośne pozdrowienia zgromadzonych i fanfary, nie mogło się również obyć bez pocztów sztandarowych (por. Krakowski, 2002, s. 89-91)⁷. Sam moment przemówienia miał charakter podniosły. Fotografie Hoffmanna przedstawiające Hitlera „dotykającego światła” – czy to spływa na niego „wola mocy”? – otwarcie sakralizują mówcę. A on będzie porywać tłumy nie tylko potęgą głosu, ale również „wymownym milczeniem”. Zawieszenia głosu pozwalają zbudować napięcie i silniej wybrzmieć słowom:

Podszedłem do mównicy i milczałem.
Moje spojrzenie błędziło po okrągłym studiu nagrań.
Wśluchiwałem się w ciszę [...]. Przy wymienieniu mego nazwiska wśród publiczności zerwał się śmiech, który szybko zamarł, wraz z pojawieniem się mojej osoby w kręgu studia zapadła cisza. [...] Asystentka próbowała dawać mi znaki i zdenerwowana stuknęła palcem w zegarek.
Przeciągałem jeszcze tę ciszę, podnosząc powoli głowę. [...] Nabrałem powierza w płuca, wyprostowałem się na całą

swoją wysokość i dałem ciszy dźwięk. Tam, gdzie wszyscy nasłuchują grzmotu, wystarczy spadająca szpilka (Vermes, 2013, s. 158-159).

Na ekranie telewizora pojawia się komediant, a jego występy biją rekordy oglądalności. Adolf Hitler, bohater powieści *On wrócił* Vermesa, znów porywa tłumy. Przez pryzmat jego telewizyjnych popisów oglądamy występy współczesnych polityków, w tym Władimira Putina, który, jak niegdyś Mussolini, uprawia politykę bez koszuli, przeżąc nagi tors. Świat podziwia pierś herosa i jego wysportowane ciało. Żeby tylko! Towarzyszący autorytarnej władzy popkulturowy spektakl, który rozkwita w putinowskiej Rosji, nie ma sobie równych. Prezydent, a ostatnio premier, popisowywał się już chwytami dżudo, jeździł na harleyu, pilotował myśliwce, penetrował dna jezior w poszukiwaniu skarbów, a nawet „jednym celnym strzałem ratował ekipę telewizji przed rozjuszonym tygrysem” (za: Milewska, 2012, s. 272). Masy łakną przerysowanych superbohaterów, o czym pamiętał już Mussolini: w obecności fotografów przybierał teatralną pozę Napoleona albo Juliusza Cezara, albo stawał się nieustraszoną Herkulesem. Biegał, pływał, jeździł konno, jeździł na nartach, uprawiał szermierkę. Ponadto machał łopatą, mrował kielnią i młócił zboże – zawsze w towarzystwie dziennikarzy. Donosili, że „siłą wzroku powstrzymał wydobywającą się z Etny lawę” (za: Milewska, 2012, s. 155-159).

Adolf Hitler z MyTV nie pije, nie pali, nie je mięsa, nie spotyka się z kobietami i nie kłamie. Jest „tylko” nazistą. Nie ulega słabościom, jakie miewają zwykle ludzie władzy, więc przekonująco odgrywa rolę krytyka politycznej degrengolady. Zasłaniając się wolnością słowa i prawem do swobody ekspresji twórczej, zapowiada rozprawienie się z wrogami Niemiec. Na widok opadających słupków sondażowych, nieudolni politycy z lewa i z prawa zaczynają skomleć o poparcie telewizyjnego komika – pewnie po operacji plastycznej: „Cała branża zachodzi w głowę, kto tak świetnie to zrobił” (Vermes, 2013, s. 352) – sprawnie wykorzystującego potęgę massmediów i bezkarnie ogłupiającego masy za pomocą zorganizowanego obłąd. Nadchodzi w końcu moment, kiedy wszyscy skandują „Sieg heil!”.

„Co się ukazuje, jest dobre, a co jest dobre, się ukazuje” – ironizował kiedyś Guy Debord (zob. film *Społeczeństwo spektaklu* z 1973 roku). Tak właśnie działa „wideokracja”, jeśli posłużyć się współczesnym neologizmem wykorzystanym w tytule dokumentu filmowego pokazywanego kilka lat temu na festiwalu Doc Review (*Videocracy – basta apparire*, reż. Eric Gandini, 2009): „Żeby rządzić tłumem, trzeba go skretynić” – pisał wówczas Krzysztof Varga – „skretyniony tłum pójdzie za dźwiękiem fletu jak owo stado szczurów, skretyniony tłum szczurów zje tę kolorową trutkę i zanim padnie w konwulsjach, powie, że bardzo smaczna” (Varga, 2010, s. 15). Skretyniony tłum wierzy obrazom na swoją zgubę (por. Mitchell, 2013, s. 65-87). Kwintesencją wideokracji, gdzie sklonowane falujące biusty, drgające pośladki i wojskowe defilady sterują hipnotycznymi zachowaniami ludzi, stała się rewolucja kulturalna Silvio

Berlusconi. Wśród jej bohaterów odnaleźć można przystojnego Fabrizio Coronę, przywódcę włoskich paparazzich, który przez lata bez skrupułów szantażował kompromitującymi zdjęciami aktorów, gwiazdy futbolu i polityków. Nawet Berlusconi zapłacił mu za fotografie swojej córki Barbary wychodzącej z nocnego klubu. Paradoks wideokracji polega jednak na tym, że o ile wpadając w jej sidła, bardzo łatwo stracić twarz, o tyle nie można też za nisko upaść, jak uczy historia Berlusconi i samego Corony, który choć w więzieniu, wciąż cieszy się sławą celebryty.

Dziennikarze lubią przypominać, że były premier Włoch zarabiał pierwsze pieniądze, śpiewając szlagiery na statkach wycieczkowych. Potem został politykiem wyjątkowo rozśpiewanym; powaga urzędu nie przeszkadzała mu w pisaniu ballad i nagrywaniu płyt z muzyką rozrywkową (akompaniował mu gitarzysta Marino Apicelli). Polityką zajął się stosunkowo późno. Wygrywając wybory w 1994 roku, miał pięćdziesiąt osiem lat, ugruntowaną pozycję biznesmena i medialnego magnata. Partia Berlusconi Forza Italia (Naprzód Włochy), której nazwa przywołuje okrzyki kibiców piłki nożnej, wyłoniła się z jego imperium biznesowego (Fininvest), żeby działać jak przedsiębiorstwo – dla zysku.

Cavaliere, jak nazywa się Berlusconi we Włoszech, nigdy nie pozował na męża stanu. Polityk? Bynajmniej. „Gadające głowy” źle się kojarzą i fatalnie wypadają w telewizji. Raczej napastnik, pomocnik, rozgrywający i trener w jednej osobie. Wykorzystując nieufność społeczeństwa wobec polityków, właściciel klubu AC Milan „wszedł na boisko” (*scendere in campo* – jeden z ulubionych zwrotów Berlusconi), skandując „Naprzód Włochy!”, zdobył mistrzowski puchar i ogłosił zwycięstwo: *nuovo miracolo italiano* (nowy włoski cud). Kiedyś zruł jednego z politycznych rywali (ekonomistę): „Przepraszam, ile Pan zdobył Pucharów Interkontynentalnych? Jeżeli chce Pan ze mną konkurować, najpierw niech Pan przynajmniej kilka razy wygra Ligę Mistrzów”. W końcu wyborcy znaleźli kogoś, kto mówi do nich zrozumiałym językiem. Wprawdzie dochodzą ich słuchy, że pomocnik fauluje – ciągną się za nim podejrzenia o powiązania z mafią – ale kto w grze o taką stawkę nie fauluje? Okazało się, że masowy populizm stadionowy świetnie sprawdza się w polityce: „dzięki piłce *Cavaliere* stał się znacznie bliższy masom” – komentuje Jakub Józwiak-di Marcantonio – „oferował igrzyska, a teraz chciał dawać jeszcze *panem et circenses*” (Józwiak-di Marcantonio, 2010, s. 111)⁸.

Jak politycy robią teatr? Nie trzeba już sięgać do Brechta – wystarczy dobry podręcznik marketingu i autoprezentacji, bo związki polityki, reklamy i mediów zacieśniają się coraz bardziej. Wizerunek stał się wszystkim, więc żeby podnieść stopień rozpoznawalności marki „Berlusconi”, *Cavaliere* najpierw zbudował obraz człowieka sukcesu – trochę na wzór bohatera telenoweli: ufortyfikowane rezydencje, dachy, jachty, drogie samochody, atrakcyjna żona (i inne kobiety), opalenizna, garnitur białych zębów, *la dolce vita* (Bolibrzuch, 2007, s. 188). Następnie przekształcając *target* telewizyjny w *target* wyborczy, stał się kimś w rodzaju sprzedawcy

marzeń – „liderem telecharyzmatycznym”, któremu uchodził płazem składnie obietnic bez pokrycia. A obiecywał prawie wszystko, w czym wspierała go jego własna telewizja. Podczas wyborów do parlamentu 1994 roku produkcja i emisja spotów przedwyborczych, nie wspominając już o ich formie i treści, podporządkowane zostały wynikom badań marketingowych: spoty dla kobiet pokazywał kanał Rete 4, nastawiony na emisję oper mydlanych, spoty dla młodzieży – kanał Italia 1. Za każdym razem przekaz monopolizował Berlusconi i odnosił spektakularny sukces (Józwiak-di Marcantonio, 2010, s. 110)⁹.

Wszedł do polityki „riding on a smile and a shoeshine”: jadąc na uśmiechu i wypolerowanych butach – korespondent BBC David Willey odnajduje sekret uroku Berlusconiego na stronach *Śmierci komiwojażera* Arthura Millera. Włochami rządził skazany na sukces supersprzedawca, który, jak Willy Loman z dramatu Millera, żył wielkim marzeniem – chciał zostać numerem jeden i, w przeciwieństwie do Lomana, dopiął swego (Willey 2011). „Pamiętaj: nieważne, co powiesz, tylko jak. Liczy się przede wszystkim osobowość” (Miller, 2009, s. 113) – mógłby powtórzyć Berlusconi, który talentu komiwojażera dowiódł już na studiach, sprzedając odkurzacze. Z wykształcenia prawnik, ukończył Uniwersytet Mediolański na podstawie dysertacji z prawa reklamowego. Umiejętność dostosowywania technik sprzedaży do oczekiwań klientów przydała mu się w polityce, którą odmienił na zawsze. Wierzył w swój urok, wierzył w potęgę telewizji; w świecie, gdzie wszystko jest na sprzedaż, czuł się jak ryba w wodzie. Działając w poczuciu, że nic nie ogranicza jego możliwości, nie brał pod uwagę porażki, a wygrane wybory w 1994, 2001 i 2008 roku utwierdzały go w przeświadczeniu o słuszności obranej drogi.

Będąc ikoną plebiscytowej reprezentacji, stał się z czasem twarzą anomalii nasycenia życia publicznego interesem prywatnym (Galli, 2009, s. 3). Bezkarność premiera gwarantowała bezkarność innym obywatelom, którzy uchybiali normom; „trochę” skorumpowany, „trochę” na bakier z prawem, „trochę” niewierny żonie (pisał Slavoj Žižek, 2009, s. 3-7), ale właśnie dlatego cieszył się poparciem w społeczeństwie, gdzie większość przyzwyczaiła się do „jazdy na gape” (Galli, 2009, s. 3). Z perspektywy czasu trudno nazwać go „politykiem teflonowym”, za jakiego uchodził, na przykład, Ronald Regan (aktor zresztą), którego medialny wizerunek pozostawał nienaruszony mimo jego potknięć politycznych, jak gdyby zarzuty i krytyczne opinie do niego nie przywierały. Berlusconi we wcielaniu w życie zasad „demokracji telewizyjnej” posunął się o wiele dalej. Nie tylko uczynił z telewizji przestrzeń reklamy własnej osoby, ale zamienił scenę polityczną w kabaret. Na ekranie telewizora śledzić można było na bieżąco kolejne liftingi skóry i przeszczepy włosów byłego premiera, a także poznać jego upodobania erotyczne. I choć z wpadek i niewybrednego języka *Cavaliere* śmiała się cała Europa, Berlusconi wciąż utrzymywał się przy władzy. Jeden z niemieckich polityków, Peer Steinbrück z SPD, nazwał go kiedyś klaunem, wywołując tym oburzenie klaunów

cyrkowych, którzy poradzili mu, żeby nie mylił klauna z bałwanem i nie porównywał sztuki cyrkowej, wymagającej talentu i ciężkiej pracy, do *bunga-bunga*.

O ile złośliwości Steinbrüka raczej nie wymagają komentarza, o tyle warto pamiętać, że klaun jest nie tylko wyrazicielem nonsensu burzącego porządek rzeczy, ale również objawia prawdę o nas samych – jego wygłupy otwierają nam oczy na żalostną rolę, jaką przychodzi nam właśnie odgrywać (Starobinski, 1976, s. 311). Nie przypadkiem Fellini uznał klauna za cień, od którego człowiek nie może się uwolnić, chyba że słońce góruje w zenicie (Fellini, 1996, s. 123-124). Z tego samego powodu przed bagatelizowaniem politycznego klauna ostrzega Slavoj Žižek. W tekście *Berlusconi in Teheran* pisze, że pod maską klauna skrywa się bezwzględna w działaniu, cyniczna władza. Śmiejąc się z Berlusconiego, „tego Duce po operacji plastycznej” i „arcysatyra Europy” (sformułowania Krzysztofa Vargi, 2010, s. 15), wszyscy grali w jego grę, co potwierdzały kolejne wybory. Włochy czasów Berlusconiego – magnata medialnego i polityka w jednej osobie – stały się poletkiem doświadczalnym nowej strategii sprawowania władzy opartej na połączeniu fundamentalistycznego populizmu z technokracją (Žižek 2009, s. 3-7). Były premier korzystał przecież z kryzysu gospodarczego i nierówności społecznych, w najlepsze podsycając ksenofobię, ograniczając wolność prasy, popierając ekonomiczne przywileje różnych grup interesu, w tym Kościoła – wbrew zasadzie świeckości państwa (Galli, 2009, s. 3).

Berlusconizm – będąca wciąż w użyciu technika sprawowania władzy – znamionuje postępujące rozmijanie się kapitalizmu i demokracji (paralelnym zjawiskiem jest komunizm kapitalistyczny w Chinach, zob. Žižek 2009, s. 3-7). Nie przypadkiem reżyser *Wideokracji* ukazuje podobieństwo berlusconizmu i faszyzmu: „wspólny mianownik polega na tym” – pisze Varga – „że tłum wyje w ekstazie, a to, czy wyje na widok maszerujących czarnych koszul, czy drgających pośladków, jest sprawą drugorzędną” (Varga, 2010, s. 15). Według Umberta Eco, Włochy Berlusconiego zapowiadają analogiczne zmiany w innych krajach Europy: „Tam, gdzie demokracja przeżywa kryzys, władza trafia w ręce tych, którzy kontrolują media”. Eco określił również berlusconizm mianem europejskiego peronizmu; jedną z głównych ról w rządzie Argentyny, choć jako szara eminencja, odegrała w końcu aktorka i modelka „Evita” (Eco, 2010, s. 41-42).

W 2008 roku nominację na ministra do spraw równego statusu kobiet i mężczyzn otrzymała z rąk Berlusconiego piękna *showgirl* Maria Rosaria „Mara” Carfagna. Premier Włoch zszedł ostatecznie ze sceny w blasku niesławy, lecz przedtem utorował drogę „ugrupowaniom marketingu wyborczego” (Bolibrzuch, 2007, s. 201), „politykom z castingu” i „przyjaciółom przyjaciół” (Józwiak-di Marcantonio, 2010, s. 108). Partie coraz częściej wystawiają na listach wyborczych celebrytów. Przybywa polityków przekonanych o skuteczności uprawiania polityki za pomocą prowokacji utrzymanych w kabaretowym tonie. Nie istnieją już niestosowne sposoby pozycjonowania politycznej marki, odkąd starej zasadzie

„cel uświęca środki” wtóruje przeświadczenie o przewadze rozpoznawalności telewizyjnej nad kompetencjami. W 2011 roku Macroscopic OMD zapytał internautów, którzy polscy politycy najlepiej sprawdziliby się w reklamie i co mogliby reklamować. Dlaczego by nie? W świecie supersprzedawców czasem zmienia się branża. Telewizyjna machina ruszyła i już nie sposób jej zatrzymać. Mały wielki człowiek, który powraca w satyrze politycznej Vermesa, podnosi oglądalność. „Nie wszystko było złe” brzmi hasło reklamowe Führera – puszcza w niepamięć przewiny, przypominając o dawnych zasługach. Plakaty wyborcze nawiązują do starych plakatów nazistowskich, dzięki czemu rzucają się w oczy. W telewizji, w najlepszym czasie antenowym, startuje jego nowy program rozrywkowy. W bezmyślnym chichocie widzów wpatrzonych w telewizor i bezwolnie podążających za śmiechem „z offu” nie ma nic wywrotowego – dla władzy, którą Varga określa jako „pluszowy faszyzm”, to wentyl bezpieczeństwa. Czyj uśmiech kryje się pod równo przyciętym wąsem na wielkim ekranie? To uśmiech Wielkiego Brata – zauważa Claudia Schmölders w zakończeniu książki *Twarz Hitlera* (Schmölders, 2010, s. 225-226).

Bibliografia:

- Bronisław Baczko, *Stalin, czyli jak sfabrykować charyzmę*, [w:] idem, *Wyobrażenia społeczne. Szkice o nadziei i pamięci zbiorowej*, przeł. Małgorzata Kowalska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- Paulina Bolibrzuch, *Tajemnica błękitnych koszul. Tworzenie nowej partii politycznej w ustabilizowanej demokracji na przykładzie Forza Italia Silvio Berlusconi*, „Studia Polityczne” 2007, nr 19.
- Bertolt Brecht, *O teatralice faszyzmu*, przekład zbiorowy wg książki *Wartość mosiadzu* (WAI, Warszawa 1975), [w:] *Wobec faszyzmu*, wybrał i opatrzył wstępem Hubert Orłowski, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1987.
- Luis Buñuel, *Moje ostatnie tchnienie*, przeł. Maria Braunstein, Świat Literacki, Izabelin 2006.
- Charles Chaplin, *Moja autobiografia*, przeł. Bronisław Zieliński, Czytelnik, Warszawa 1967.
- W. A. Coupe, *Adolf Hitler and the Cartoonists*, „History Today” 1983, t. 33, nr 1.
- Andrzej Dębski, *O czym mówią współczesne niemieckie filmy o Hitlerze i III Rzeszy*, „Dyskurs. Pismo Naukowo-Artystyczne ASP we Wrocławiu” 2013, nr 16; czytaj online: http://www.asp.wroc.pl/dyskurs/Dyskurs16/Dyskurs16_DebbskiAndrzej.pdf, dostęp IV 2014.
- Umberto Eco, *Włoskie laboratorium* (rozmawia Vicente Verdú), „Forum” 24 V – 6 VI 2010, nr 21/22 (pierwodruk „El País” 24 IV 2010).
- Federico Fellini, *Why Clowns?*, [w:] *Fellini on Fellini*, przeł. Isabel Quigley, Da Capo Press, New York 1996.
- Carlo Galli, *Silvio Berlusconi, czyli jak sobie radzić*, „Le Monde diplomatique – edycja polska” 2009, nr 9.
- Heinrich Hoffmann, *Hitler was My Friend. The Memoirs of Hitler's Photographer*, przeł. Lt. Col R. H. Stevens, Frontline Books, South Yorkshire 2011.
- Jakub Józwiak-di Marcantonio, *Silvio Berlusconi – lider polityczny nowego typu. Podejście marketingowo-polityczne*, „Wrocławskie Studia Politologiczne” 2010, nr 10.
- Piotr Krakowski, *Sztuka Trzeciej Rzeszy*, IRSA, Wiedeń, MCK, Kraków 2002.
- Michael Hanisch, *Genialny komik i żydowski kłown. Recepca Charlie Chaplina w Niemczech*, przeł. Janina Szymańska, „Kino” 1989, nr 10.
- Tomasz Majewski, *Chaplin w Niemczech: podwójne ciało mima*, [w:] idem, *Dialektyczne feerie. Szkoła frankfurcka i kultura popularna*, Wydawnictwo Oficyna, Łódź 2011.
- Norman Manea, *On Clowns: The Dictator and the Artist. Notes to a Text by Fellini*, „The Literary Review” jesień 1991, t. 35, nr 1.
- Thomas Mann, *Brat Hitler*, przeł. Zofia Rybicka, [w:] *Wobec faszyzmu*, wybrał i opatrzył wstępem Hubert Orłowski, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1987.
- Monika Milewska, *Bogowie u władzy. Od Aleksandra Wielkiego do Kim Dzong Ila. Antropologiczne studium mitów boskiego władcy, słowo/obraz terytoria*, Gdańsk 2012.
- Tejze, *Jak zostać bogiem?*, „Poznańskie Studia Slawistyczne” 2013, nr 5.
- Arthur Miller, *Śmierć komiwojażera*, przeł. Anna Bańkowska, Prószyński i S-ka, Warszawa 2009.
- W.J.T. Mitchell, *Czego chcą obrazy?* [w:] idem, *Czego chcą obrazy? Pragnienia przedstawień, życie i miłości obrazów*, Łukasz Zaręba, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013.
- Frederic Morton, *Chaplin, Hitler: Outsiders as Actors*, „New York Times” 24 IV 1989.
- Teresa Rutkowska, *„Tryumf woli” Leni Riefenstahl jako arcydzieło propagandy nacjonalistycznej*, [w:] *Nacjonalizm w sztuce i historii sztuki 1789-1950*, red. Dariusz Konstantynów, Robert Pasieczny i Piotr Paszkiewicz, Warszawa 1998.
- Claudia Schmölders, *Twarz Hitlera. Biografia fizjonomiczna*, przeł. Marek Chojnacki, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2010.
- Susan Sontag, *Fascynujący faszyzm*, przeł. Agnieszka Myszała, Andrzej Antoszek, Tomek Kitliński, „Magazyn Sztuki” 1996, nr 4 [12].
- Jean Starobinski, *Portret artysty jako linoskoczka*, przeł. Aleksandra Olędzka-Frybesowa, „Literatura na Świecie” 1976, nr 9.
- Jerzy Stempowski, *Pan Jowialski i jego spadkobiercy. Rzecz o perspektywach śmiechu szlacheckiego. Szkic literacki*, Instytut Wydawniczy, Warszawa, Zakłady Graficzne „Biblioteka Polska”, Bydgoszcz 1931.
- Timur Vermes, *On wrócił*, przeł. Eliza Borg, Wydawnictwo WAB, Warszawa 2013.
- Krzysztof Varga, *Wideokretynizacja, czyli pluszowy faszyzm*, „Gazeta Wyborcza” 10 VI 2010: dodatek „Duży Format” nr 22 (881).
- David Willey, *The Secret of Silvio Berlusconi's Success*, „BBC News Magazine” 12 XI 2011; czytaj online: <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-15629283>, dostęp IV 2014.
- Slavoj Žižek, *Berlusconi in Teheran*, „London Review of Books” 23 VII 2009, t. 31, nr 14, s. 3-7 – czytaj online: <http://www.lrb.co.uk/v31/n14/slavoj-zizek/berlusconi-in-tehran>, dostęp IV 2014.
- Audycje radiowe:
- Czy wolno śmiać się z Hitlera?*, [w:] „Rozmowy po zmroku”, Polskie Radio Dwójka 30 I 2014, prowadzenie: Paulina Wilk, dyskutowali: Wojciech Szymański, prof. Bogdan Musiał, Adriana Prodeus; słuchaj online: <http://www.polskieradio.pl/8/2222/Artykul/1036502,Hitler-juz-nie-straszy-Dzis-bylby-celebryta>, dostęp IV 2014.

¹ Inspiracją do napisania tego tekstu była audycja Pauliny Wilk *Czy wolno śmiać się z Hitlera?*, „Rozmowy po zmroku”, Polskie

Radio Dwójka 30 stycznia 2014. Dyskutowali: Wojciech Szymański, prof. Bogdan Musiał, Adriana Prodeus. Słuchaj online: <http://www.polskieradio.pl/8/2222/Artykul/1036502,Hitler-juz-nie-straszy-Dzis-bylby-celebryta>, dostęp IV 2014.

² Różni polscy aktorzy mierzyli się z postacią Hitlera. Ostatnio nie udźwignął tej roli (niełatwo być śmiesznym przez kilkadziesiąt minut) Robert Więckiewicz w komedii *AmbaSSada* w reż. Juliusza Machulskiego (2013). O naprawdę zabawne parodie trudno.

Wspomnieć można kabaretowy popis Cezarego Pazury w serialu *13 posterunek* w reż. Macieja Ślesickiego (seria 2, odcinek 19).

Śmieszny, bo krótki. Oglądamy Führera marudnego i rozkapryśzonego, infantylnego, zniewieściałego i przewrażliwionego na swoim punkcie. Nie ma w sobie prawie nic z trybuna ludowego. To niespełniony artysta, który, nucąc piosenkę o podboju świata i podrygując z paletą w ręku przed sztalugami, maluje motylki z powyrywanych skrzydełkami. Dlaczego Europa nie poznała się na jego sztuce?

Galeria Zachęta nie chce zrobić mu wystawy, zresztą stał się pośmiewiskiem wszystkich Polaków, co potwierdza przysłany przez agenta Klossa telegram: „Siekiera, motyka, piłka, alas – przegra wojnę głupi malarz”. „Wojnę? Jestem malarzem pokojowym” – Hitler wpada w szal, objawiając swoją demoniczną szpetotę. Urażone beztalencie niespodziewanie zapala w oczach złowrogi blask, ściąga kąciki ust mocno do dołu, nienaturalnie wyciąga szyję, teatralnie krzyżuje ramiona (jak w znanym pamflecie Heinricha Manna). Już nie grymasi ani nie tupie jak dziecko, tylko ochryple skrzeczy, zapowiadając reprodukcję motylków na pocztówkach.

³ W książce *Dialektyczne feerie*, w tekście *Chaplin w Niemczech: podwójne ciało mima* Majewski analizuje m.in. krytyczny potencjał Chaplinowskiego obrazu Hitlera jako klauna oraz terapeutyczną funkcję śmiechu. Dowodzi, że „niepoważne” typy reprezentacji są uprawomocnione, a intelekt uciekający od rzeczy trywialnych nierzadko brnie w banał (o czym pisał Theodor W. Adorno).

⁴ Artur Barciś przyznaje się do fascynacji klaunami, często też obsadzany jest w rolach klaunów. Wspomnieć można czy to role teatralne: Filippo w sztuce *Zatrudnimy starego clowna* Matei Visnieca w reżyserii Sebastiana Chondrokostasa (Teatr Ateneum, premiera 2004 roku), czy to serialowe: gościnnie jako klaun Alfred Kwiatkowski w *Na dobre i na złe* (1999-2014): *Doktor clown*, odcinek 173, 2004.

⁵ Rodzi się pytanie, czy „rehabilitacja” twórczości Heinricha Hoffmanna, jak wcześniej Leni Riefenstahl, o czym pisała Susan Sontag, jest w ogóle na miejscu? (zob. Susan Sontag, *Fascynujący faszyzm*, przeł. Agnieszka Myszala, Andrzej Antoszek, Tomek Kitliński, „Magazyn Sztuki” 1996, nr 4 [12], s. 120-137)

⁶ Heinrich Hoffmann wspomina, że Hitler był przewrażliwiony na punkcie swojego wyglądu. Inaczej niż Mussolini, nigdy nie pokazywał się stroju kąpielowym lub bez koszuli. Nowe elementy garderoby zakładał najpierw do zdjęcia. Jeśli sprawdzały się na fotografii, dopiero wtedy pokazywał się w nich publicznie – zob. Heinrich Hoffmann. *Hitler was My Friend. The Memoirs of Hitler's Photographer*, przeł. Lt. Col R. H. Stevens, Frontline Books, South Yorkshire 2011.

⁷ Ideologiczne zaplecze liturgiki faszyzmu interesująco omawia też Monika Milewska w książce *Bogowie u władzy* (rozdział: *Niemiecki Mesjasz*, s. 160-182).

⁸ Tamże, zob. przypisy nr 27 i 32 na s. 115-116.

⁹ Tamże, przypis nr 30 na s. 115.