

## Wystawa plenerowa - "Propaganda wojny polsko-bolszewickiej 1920 r."

W dniu 15 sierpnia przypada 100. rocznica tzw. "Cudu nad Wisłą" - bitwy, która odwróciła losy wojny polsko-bolszewickiej. Z tej okazji serdecznie zapraszamy wszystkich zainteresowanych do parku miejskiego przy ul. Wojska Polskiego (tzw. Park z czołgami), gdzie prezentujemy wystawę plenerową "Propaganda wojny polsko-bolszewickiej 1920 r." prezentującą zarówno plakaty strony polskiej, jak i bolszewickiej Rosji.

---

Konflikty towarzyszące zakończeniu pierwszej wojny światowej i tworzeniu się nowej Europy - rewolucja październikowa 1917 roku, wojna domowa w Rosji i wreszcie wojna polsko-bolszewicka, która toczyła się między odrodzoną po 123 latach Polską a Rosją Bolszewicką - przebiegały na wielu płaszczyznach, nie tylko militarnej. Jakkolwiek kwestie uzbrojenia, wyposażenia i wyszkolenia armii miały decydujące znaczenie dla toczących się walk, to jednak konflikt między państwami znalazł również odzwierciedlenie na płaszczyźnie psychologicznej. Propaganda nie jest zjawiskiem współczesnym - można rzec, że jest tak stara jak ludzkość. Słowo to w języku łacińskim - *propagare, propagatio* - znaczy dosłownie *ubijać, urabiać, kontynuować*, a w szerszym wymiarze *upowszechniać, rozdmuchiwać czy rozszerzać*. Według części badaczy „propaganda obejmuje zręczne posługiwanie się obrazami, sloganami i symbolami, odwołujące się do naszych uprzedzeń i emocji; jest komunikowaniem pewnego punktu widzenia, mającym na celu skłonienie odbiorcy do dobrowolnego przyjęcia tego punktu widzenia za swój”. Krótko mówiąc, chodzi o wywarcie takiego wpływu na odbiorcę, żeby - przekonany - postąpił tak, jak my tego chcemy. W okresie wojny polsko-bolszewickiej plakat stanowił niezwykle silne medium oddziaływujące na masy. Mówiąc o jego atrakcyjności i mocy, zwraca się uwagę na specyfikę umieszczonego na nim przekazu. „Jest on prosty, zazwyczaj jednoznaczny i eksponowany w przestrzeni publicznej. Nie bez znaczenia jest też niekiedy kontrowersyjność i ultymatywność zawartych w nim treści, które siłą symboli do czegoś przekonują, zniechęcają lub utrzymują w określonym postanowieniu”

Jak zauważył Tomasz Ferenc: „Propaganda wojenna z reguły nie jest wyrafinowana, opiera się na prostej retoryce i na kilku nieustannie powracających motywach. Postery powstające w dobie konfliktów zachęcają do wzmożonego wysiłku społeczeństwa na rzecz zbrojeń, służą do werbowania żołnierzy, ostrzegają przed zewnętrznym i wewnętrznym wrogiem”. Zarówno sowieckie, jak i polskie plakaty zachęcają społeczeństwo do wielkiego wysiłku wojennego. Tyle tylko, że sowieccy propagandyści mieli w planie agresję, której celem było niesienie rewolucji w świat, a polskie nawoływały do obrony kraju przed nią. Rewolucja zagrażała dopiero co odzyskanej, utęsknionej przez pokolenia niepodległości.

### "Propaganda bolszewicka"

Po przewrocie październikowym w 1917 r. bolszewicy na potrzeby własnej polityki wytworzyli bardzo sprawnie działający mechanizm propagandy przeznaczony w pierwszej kolejności dla społeczeństwa rosyjskiego. Materiały propagandowe wypełniały całą przestrzeń publiczną, a agitacja bolszewicka robiona była z olbrzymim nakładem sił i środków materialnych.

Następnie „bibułę agitacyjną” skierowano wobec wrogów, z którymi w tym czasie bolszewicy toczyli wojny. Sprawnie robiona propaganda była właściwą bronią bolszewików (...)

Między rokiem 1919 a 1920 nastąpił duży postęp, jeśli chodzi o jakość i zasięg propagandy bolszewickiej, rozwinęto środki oddziaływania, czego przykładem mogą być frontowe pociągi i statki agitacyjne, w których instalowano ruchome drukarnie czy przenośne kina.

Również w konflikcie z Polską działania zbrojne szły w parze z zaplanowanymi akcjami propagandowymi. Wraz z posuwającym się frontem w zajmowanych przez bolszewików miastach i miasteczkach natychmiast rozpoczynały swoją akcję oddziały propagandy. W miejscowych drukarniach odbijano proklamacje i odezwy, miasta, wsie i przystanki były znaczone afiszami i drukowaną prasą. Wsie i miasta zalewane były literaturą bolszewicką w różnych językach.

W pracy propagandowej bolszewików plakat pełnił bardzo ważną funkcję. Na froncie odbiorcą drukowanej agitacji była miejscowa ludność wiejska, ale i żołnierze, do których przemawiano za pomocą środków dopasowanych do poziomu

umysłowego adresata.

By wzmóc skuteczność perswazji wobec poszczególnych grup narodowościowych lub żołnierzy obcych armii, materiały drukowano czasem w kilku wersjach językowych albo przygotowywano druki przeznaczone specjalnie na określony odcinek frontu i skierowane do konkretnych oddziałów przeciwnika. W ramach propagandy sowieckiej aktywnością podczas wojny wykazywali się komuniści polscy prowadzący w Kijowie Polskie Wydawnictwo Komunistyczne.

Plakat bolszewicki był zazwyczaj dobrze wykonany, żywy, efektowny, przemawiający do wyobraźni odbiorcy. Najczęściej posługiwano się satyrą i karykaturą, które cechowało dosadne i drastyczne ujęcie. W polskiej prasie o tych afiszach pisano: „wieje od nich grozą i rozpasaniem zwierzęcej siły, temi znamionami bolszewickiej rewolucji!”

Źródło: [www.1920.gov.pl](http://www.1920.gov.pl)